



العنوان:

تأثير الإعلام على الإختيار المهني لدى المترشحين

دارسة ميدانية بالمعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني - بوسعادة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علم النفس

تخصص: تنظيم وعمل

إشراف الأستاذ:

د. جلاب مصباح

إعداد الطالب:

- دالي عمار

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مُحتَوِيَّات

الدراسة

المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

أ مقدمة

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

- 1 1- الإشكالية
- 3 2- فرضيات الدراسة
- 3 3- أهمية الدراسة
- 4 4- أهداف الدراسة
- 5 5- تحديد مصطلحات الدراسة إجرائيا
- 7 6- الدراسات السابقة والمرتبطة
- 13 7- التعليق على الدراسات السابقة

الفصل الثاني: الإعلام

- 16 1- مفهوم الإعلام
- 23 2- واقع الإعلام داخل مؤسسات التمهين والتكوين المهني
- 26 3- حاجيات الشباب من حيث الإعلام المهني
- 4- النصوص الرسمية والتنظيمية للأعلام داخل مؤسسات التمهين
والتكوين المهني 27

الفصل الثالث: الإختيار المهني

- 34 1- مفهوم الاختيار المهني
- 34 2- المساهمات النظرية في الاختيار المهني
- 34 1.2- نظرية Super
- 36 2.2- نظرية Ginzberg
- 39 3- العوامل المؤثرة في الإختيار المهني

39 1.3- العوامل المحيطة
39 2.3- الأسرة
40 3.3- الطبقة الاجتماعية
40 4.3- العوامل الشخصية
41 4- التوجيه المهني في الجزائر

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع: إجراءات الدراسة الميدانية

45 تمهيد
46 1- الدراسة الاستطلاعية
46 2- حدود الدراسة
49 3- عينة الدراسة
51 4- منهج الدراسة
52 5- أدوات الدراسة
52 6- الأساليب الإحصائية
54 خلاصة الفصل

الفصل الخامس: عرض وتحليل النتائج

56 تمهيد
57 1- عرض وتحليل النتائج
68 2- مناقشة النتائج تبعا للفرضيات
69 3- استنتاج عام
70 خلاصة الفصل
71 خاتمة
72 قائمة المراجع

ملاحق الملاحق

فهرس
الجد اول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(1)	توزيع المتربصين على التخصصات.	51
(2)	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	57
(3)	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.	57
(4)	يبين توزيع عينة الدراسة المختارة على مجموعة التخصصات المدرسة في المعهد.	58
(5)	يبين اجابات أفراد العينة حول تأثير الاعلام المؤسستي في اختيار التخصص.	59
(6)	يبين إجابات افراد العينة حول تأثير الاعلام المؤسستي في الاختيار الشخصي.	61
(7)	يبين إجابات افراد العينة حول تأثير الاعلام المؤسستي في مواصلة التخصص.	63
(8)	يبين إجابات افراد العينة حول مجموع بنود إستمارة الإستبيان.	65

فهرس
الأشكال

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
52	يمثل نسبة أفراد عينة الدراسة.	(1)
57	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	(2)
57	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	(3)
59	يبين توزيع عينة الدراسة المختارة على مجموعة التخصصات المدرسة في المعهد.	(4)
60	يبين اجابات أفراد العينة حول تأثير الاعلام المؤسساتي في اختيار التخصص.	(5)
61	يبين إجابات افراد العينة حول تأثير الاعلام المؤسساتي في الاختيار الشخصي.	(6)
63	يبين إجابات افراد العينة حول تأثير الاعلام المؤسساتي في مواصلة التخصص.	(7)
67	يبين إجابات افراد العينة حول مجموع بنود إستمارة الإستبيان.	(8)

مُقَدِّمَةٌ

مقدمة:

تعتبر المهنة من اهم مصادر تحقيق الذات وتحقيق الرضا والارتياح من خلال ما توفره هذه الاخيرة من استقرار وتوازن نفسي للفرد، وتؤدي بالتالي إلى تحقيق التقدم والرفاهية للفرد وللمجتمع على حد سواء.

وتبقى عملية اختيار المهنة مهمة جدا بالنسبة لكل فرد والتي تختلف بين الافراد باختلاف شخصياتهم واتجاهاتهم وميولاتهم وباختلاف نظرتهم للحياة المهنية بصفة خاصة، وحسب طموحاتهم وتطلعاتهم ومشاريعهم التي يرغبون في تحقيقها.

ومع هذا قد يصطدم الفرد بارغامات الواقع التي تحول بينه وبين تحقيق اهدافه او جزء منها كالوضعية الاجتماعية والاقتصادية، كما قد يجد الفرد نفسه أمام مهنة لا يعرف عنها شيئا وهذا راجع إلى نقص الاعلام الذي يعتبر ضروريا في حياتنا اليومية، هذه المعلومات التي من خلالها يبني الفرد افكاره بطريقة صحيحة مما يساهم في توجيههم إلى المستقبل وهذا خاصة على مستوى اختياراته المهنية.

وكان الهدف من هذا البحث هو معرفة تأثير الاعلام المؤسستي على الاختيار المهني للمتربصين وقد تناولنا هذا الموضوع في جانبين، جانب نظري وآخر تطبيقي، حيث استهلينا الجانب النظري بفصل تمهيدي هو الإطار العام للدراسة، تم فيه التعرض لإشكالية الدراسة وفرضياتها وأهميتها وأهدافها بالإضافة إلى إيراد أهم الدراسات السابقة المرتبطة بها، كما تم التطرق إلى فصلين في هذا الجانب؛ كل فصل تناول متغير من متغيرات الدراسة على نحو الترتيب الآتي؛ الفصل الثاني: الإعلام، الفصل الثالث: الإختيار المهني.

وفيما يخص الجانب التطبيقي فقد تم تقسيمه إلى فصلين محوريين هما؛ فصل منهجية الدراسة الميدانية، وفصل عرض النتائج.

وتم ختم الدراسة باستنتاج عام حول ما أسفرت عنه النتائج الميدانية، بالإضافة إلى خاتمة عامة حول الدراسة.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

- 1- الإشكالية
- 2- فرضيات الدراسة
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- تحديد مصطلحات الدراسة إجرائيا
- 6- الدراسات السابقة والمرتبطة
- 7- التعليق على الدراسات السابقة

1- الإشكالية:

إن للمهنة أهمية كبيرة في حياة الفرد، فهي مجال واسع يقضي فيه الفرد معظم أوقاته و يبذل أقصى مجهوداته وهذا لتلبية حاجاته الفيزيولوجية والنفسية والاجتماعية فهي وسيلة جيدة للتعبير عن ميوله وقدراته وطموحه كما تحدد المهنة المجال الاجتماعي للفرد من خلال الناس الذين سيختلط بهم والزملاء والاصدقاء الذين سيتعامل ويقيم علاقات معهم معظم الوقت.

كما تمنح للفرد فرصة للوصول الى اعلى المراتب فيها من خلال فرص التقدم والترقية بالإضافة الى الاثر الكبير الذي تحدثه المهنة في حياة الفرد النفسية فقد تكون مصدرا لسعادته واستقراره وشعوره بالثقة والرضا.

ولما كان للمهنة هذا الشأن الكبير في حياة الفرد فمن الضروري ان يهتم كل فدر باختيار مهنته اختيارا دقيقا. وهذا لتجنب كل الصعوبات النفسية التي قد تصاحب هذه العملية كالقلق والحيرة والصداع نتيجة اختيار عشوائي، وهذا ما قد يؤدي به مستقبلا الى تغيير عمله او تركه او التغيب المستمر عنه.

(عبد الفتاح محمد: 2002، ص 58)

كما توجد اختلافات بين الافراد في سماتهم وقدراتهم واستعداداتهم في خصائصهم النفسية، بالإضافة للاختلافات في المتطلبات الخاصة بالمهن وما تتطلبه من خصائص معينة في الافراد. وبالتالي من الصعب عن الفرد ان يلم بجميع المهن وبخصائصها وان يعرف مهنة معينة أو مجموعة من المهن، كما أنه من الخطأ الاعتقاد أن الفرد لا يصلح الا لمهنة واحدة وانه غير قابل للتغيير وأن لكل مهنة متطلبات ثابتة، وهذا للتطورات التكنولوجية التي تعرفها المهن ومراكز العمل.

مع هذا فالفرد يختار المهنة التي تجلب له الشعور بالرضا والتي يحقق فيها ذاته ويبرز امكانياته وقدراته، فالاختيار عملية متواصلة بحيث تتاح للفرد فرصة الاختيار واتخاذ قراره في كل مرحلة من مراحل عمره، وهنا تظهر اهمية التوجيه المهني الى مختلف المراحل التي يمر بها الفرد من المدرسة ثم الجامعة وبعد التخرج وحتى بعد فصله من الدراسة وتوجيههم للحياة العملية.

ان أول مشكلة يعاني منها الشباب الذين يحاولون الحصول على مركز بيداغوجي في مراكز التكوين المهني تتمثل في عملية التخصص المناسبة لقدراتهم وميولهم، إذ يجدون

صعوبة في اتخاذ القرارات كما يعانون من قلق في مواجهة وضعيتهم الجديدة، وخاصة وان طموحاتهم واهتماماتهم كانت كلها منصبه في السابق على التحضير لتجاوز مراحل التعليم المختلفة وهذا لالتحاق بالتعليم الثانوي والجامعي.

فعلى المختص في التوجيه أن يركز على توجيه الشباب لمعرفة العالم المهني والفرص والامكانيات المتاحة التي يوفرها ميدان العمل والتكوين وكذلك العراقيل المرتبطة بها من خلال عملية الإعلام التي تنظمها مؤسسة التكوين المهني خلال أيام الإعلام والتوجيه.

كما أن العملية الإعلامية لا تتوقف على تقديم معلومات بل يجب ان تساعد الفرد على إعطاء معنى للمعلومات المكتسبة وإدماجها في الخصائص الشخصية للفرد، وكذلك بناء معرفة سلوكية ومعرفية مستقبلية فلإعلام المركز حول المحيط المهني يساعد الفرد على إدراك الطبيعة المعقدة للمحيط المهني مما يسهل إدماجه في المجتمع، وأصبحت طبيعة المهام لا تشكل المصدر الرئيسي للعملية الإعلامية، بل تعتبر الخصائص السيكولوجية للمهنة وظروف العمل النفسية والاجتماعية من العوامل التي تسمح للفرد بتوسيع اختياراته.

وفي الجزائر يعمل التوجيه المهني على أن يساعد الفرد للحصول على مؤهل مهني يسمح لهم بالإدماج كما يساعده على تجاوز مختلف مراحل الدراسة وتسهيل مشواره المهني، بحيث أن الطلب المتزايد على المقاعد البيداغوجية، يفرض أن يُؤخذ بعين الاعتبار الاختيارات المهنية للشباب التي تبقى متأثرة الى حد بعيد بالقيم والانماط الاجتماعية السائدة مما يحتم على القائمين بالإعلام داخل مؤسسات التكوين والتوجيه المهني بضرورة تقديم معلومات حول فرص التكوين المتوفرة مع مراعاة القواعد العلمية للإعلام البيداغوجي والمتمثلة في برامج سنوية تقدم بشكل مبكر ومتنوع، وتتضمن خصائص ومحتويات وافاق مختلف المسارات التكوينية والمهنية والاختيار بعين الاعتبار تأثير نقص المعلومات على اختيارات الشباب، وبناء على ما سبق نطرح التساؤلات التالية:

التساؤل العام:

- هل للإعلام المؤسساتاتي دور في الإختيار المهني بالنسبة للمتربصين؟

التساؤلات الجزئية:

أ- هل للإعلام المؤسساتاتي دور في اختيار التخصص بالنسبة للمتربصين؟

- ب- هل للإعلام المؤسساتي دور في الإختيار الشخصي بالنسبة للمتربصين؟
 ج- هل للإعلام المؤسساتي دور في المواصلة في التخصص والعمل في نفس التخصص بالنسبة للمتربصين.

2- فرضيات الدراسة:

1.2- الفرضية العامة:

- يؤثر الإعلام المؤسساتي في الإختيار المهني بالنسبة للمتربصين.

2.2- الفرضيات الجزئية:

- أ- يؤثر الإعلام المؤسساتي في اختيار التخصص بالنسبة للمتربصين بدرجة مرتفعة.
 ب- يؤثر الإعلام المؤسساتي في الإختيار الشخصي بالنسبة للمتربصين بدرجة مرتفعة.
 ج- يؤثر الإعلام المؤسساتي في مواصلة في التخصص بدرجة مرتفعة.

3- أهمية الدراسة:

أهمية هذا الموضوع تدرج ضمن الاهتمام بفئة الشباب في المجتمع، فالانشغال، بقضايا الشباب يعبر عن الاهتمام بمستقبل المجتمع الإنساني ككل، كما أن مرحلة الشباب لا تقل خطورة وتأثيراً في التنشئة الاجتماعية الكلية للإنسان عن مرحلة الطفولة المبكرة وتعد مرحلة المراهقة والشباب أكثر مراحل العمر تأثيراً بالتغيرات الاجتماعية السريعة التي تطرح اختيارات عديدة فيما يتعلق بالالتزام بالحاضر والمستقبل، حيث تتضح أهمية الدراسة من خلال محاولتها المساهمة في إثراء جانب مهم في مجالات في إثراء جانب مهم في مجالات الدراسات التي تبحث حول أثر الإعلام في عملية الإختيار المهني وذلك من خلال:

- محاولة توجيه الباحثين والمختصين التربويين الى أهمية هذا النوع من المواضيع لما له أهمية كبيرة في الإختيار المهني والتوجيه.

- كون هذه الدارسة منصبة على أهم الفئات ألا وهي فئة الشباب المترشحين في معاهد التكوين والتمهين والتي تمثل شريحة اجتماعية للنهوض بالاقتصاد والسياسة والتنمية والتربية في المجتمع.
- تمكننا من معرفة مهام وأدوار مستشار التوجيه المهني في الجانب الإعلامي.
- تعرفنا عن أهمية الاعلام في عملية الاختيار المهني.
- الكشف عن الدور الذي يلعبه الاعلام لتحقيق بيئة تكوينية نموذجية تساهم في تحسين مخرجات العملية التمهينية والتكوينية.

4- أهداف الدراسة:

أ- أهداف نظرية:

- معرفة ما إذا كان الإعلام المؤسسي يساعد المترشحين على معرفة واستكشاف قدراتهم وإمكانياتهم التي ستؤهلهم للالتحاق بمختلف التخصصات.
- التعرف على أهمية دور الاعلام المؤسسي في عملية الإختيار والإنتقاء بالنسبة للمترشحين، ومعرفة الآفاق المستقبلية للتخصصات في سوق العمل.
- تزويد المكتبة العلمية بالنتائج المتوصل إليها.
- معرفة مدى أهمية التوجيه والإختيار المهني.

ب- أهداف تطبيقية:

- تزويد المترشحين بتوجيهات تساعدهم في تحسين طرق اختيار التخصص.
- تحديد الوسائل والتقنيات التي يستخدمها مستشار التوجيه المهني.
- إبراز أهم صعوبات ومشكلات التوجيه المهني.
- معرفة دور الإعلام المؤسسي في الإختيار المهني بالنسبة للمترشحين.
- معرفة دور الإعلام المؤسسي في اختيار التخصص بالنسبة للمترشحين.
- معرفة دور الإعلام المؤسسي في الإختيار الشخصي بالنسبة للمترشحين.
- معرفة دور الإعلام المؤسسي في المواصلة في التخصص والعمل في نفس التخصص بالنسبة للمترشحين.

5- تحديد مصطلحات الدراسة إجرائيا:

1.5- الإعلام:

أ- لغة:

الكلمة: الإعلام. الجذر: علم. الوزن: الإِفْعَال.

الإعلام: أعلمه الخبرَ: أي أخبره.

وأعلمَ الثوبَ: أي جعل له عَلَمًا.

وأعلمَ الفارسُ: إذا كانت له علامة في الحرب.

(مصطفى دعمس نصر: 2010، ص 68)

هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغتُ القوم بلاغاً أي؛ أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك، أي؛ وصلك، وفي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي؛ أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضا: "فليبلغ الشاهد الغائب" أي؛ فليعلم الشاهد الغائب، ويقال: أمر الله بلغ أي؛ بالغ، وذلك من قوله تعالى: (إن الله بالغُ أمره) أي؛ نافذٌ، يبلغُ أين أُريد به.

(رجب مصطفى: 1979، ص 43)

ب- إصطلاحا:

الإعلام: هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة.

(رفعت عارف: 2009، ص 26)

الإعلام يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتنقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنتشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون.

(سمر محمد: 2010، ص88)

2.5- الإعلام المؤسساتي:

ب- إجرائيا:

الإعلام المؤسساتي في هذه الدراسة: مجموعة الأنشطة الإعلامية المبرمجة من طرف لجنة الإعلام والتوجيه الخاصة بالمؤسسة مثل؛ القوافل الإعلامية، الندوات، المحاضرات، الحصص الإذاعية، الإعلانات، الأبواب المفتوحة، والتي تهدف لاستقطاب أكبر من عدد ممكن من الشباب طالبي التكوين.

3.5- الإختيار المهني:

أ- إصطلاحا:

اختلفت وجهات النظر في تعريف الإختيار المهني وهذا راجع إلى تعقد هذا المفهوم وتداخل تغيرات عديدة لتحديده، فقد حدد **Sillamy** الإختيار على أنه ذلك القرار الذي من خلاله يتم تقبل الإمكانيات المتوفرة سواء كان هذا الإختيار متعلقا بمهنة أو صديق أو نشاط معي مع العلم أنه يتطلب تدخل كل جوانب الفرد.

(وهايبية عبد الكريم: 2008، ص 31)

ويعرف **ألبوا Albau**: الإختيار المهني على أنه الإنخراط الحر المبني بالرضى التام على معرفة الأسباب أي الأخذ بعين الاعتبار إمكانيات الفرد ومعطيات العمل والمضمون الإقتصادي والاجتماعي ويشير الباحث إلى وجوب توفر رضى الفرد وحرية أثناء صياغته الإختيار.

(محمد زيدان عمر: 1968، ص 42)

زيادة على التعاريف السابقة ارتبط هذا المفهوم بمفاهيم أخرى في علم النفس إذ يرى **هولاند Holland**: أن الأفراد يميلون إلى اختيار المهنة التي تتوافق مع شخصياتهم وإنطلاقا من الإختيار يعبر الفرد عن معرفته بالمهنة ويعبر عن مفهوم الذات لديه لذلك يمكن اعتباره كبروتكول إسقاطي أو تعبيرية.

(مصطفى يوسف القاضي وآخرون: 1981، ص 55)

أما **سوبر Super**: فيرى أن الإختيار هو تأكيد لمفهوم الذات لدى الفرد.

ويرى **جيزمبيرغ Ginzberg**: أن الإختيار المهني هو سيرورة مستمرة خلال فترة

المراهقة.

(بوسنة محمد: 1998. ص 23)

ب- إجرائيا:

الاختيار المهني: هو ذلك القرار الذي يصرح به المتربص فيما يتعلق بمستقبله التكويني والمهني على مستوى بطاقة الرغبات المقدمة له من طرف إدارة المؤسسة، والذي يعبر من خلاله عن رغبته في مواصلة الدراسة في تخصص معين.

6- الدراسات السابقة والمرتبطة:

1.6- عرض الدراسات السابقة:

1.1.6- الدراسات المتعلقة بمتغير الإعلام في المؤسسات:

1.1.1.6- دراسة زيد بن أزيد أحمد الحارثي (2002):

عنوان الدراسة: إسهام الإعلام التربوي في تحقيق الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية
هدف الدراسة: كانت أهداف هذه الدراسة كالتالي:

- التعرف على درجة ممارسة وأهمية الإعلام التربوي لتحقيق الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية.

- التعرف على الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد عينة الدراسة بالنسبة لدرجة ممارسة الإعلام التربوي.

منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي.

نتائج الدراسة: توصل الباحث إلى:

أن درجة ممارسة الإعلام التربوي لتحقيق الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية كانت بدرجة متوسطة.

- أن درجة الموافقة على درجة أهمية إسهام الإعلام التربوي في تحقيق الأمن الفكري في مكة المكرمة كانت عالية جدا

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لدرجة ممارسة الإعلام التربوي لتحقيق الأمن الفكري تعزى للمهنة.

(زيد بن أزيد أحمد الحارثي، 2002)

2.1.1.6- دراسة إسماعيل الأعور (2005):

عنوان الدراسة: واقع الإعلام التربوي في مؤسسات التعليم الثانوي بالجزائر من منظور مستشاري التوجيه المدرسي والمهني والتلاميذ .

هدف الدراسة: وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة الواقع الحقيقي للإعلام التربوي وكيف يستجيب التلاميذ لهذا الإعلام ، وما هي رؤية مستشاري التوجيه المدرسي والمهني، ومعرفة الأبعاد والأهداف التي يطمح التلاميذ إلى تحقيقها. وهي الحث عن الاستعلام الذاتي عن كل ما يتعلق بالتخصصات الدراسية في سوق العمل.

منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي لأنه يلائم الدراسة التي قام بها ويعتمد على دراسة الظاهرة كما هي موجودة في الواقع.

عينة الدراسة: تم إجراء هذه الدراسة على 600 تلميذ وتلميذة من تلاميذ السنة الأولى ثانوي، ومن كل الجذوع المشتركة على مستوى كل ثانويات ولاية ورقلة ، و 26 مستشارا في التوجيه المدرسي .

نتائج الدراسة: توصل الباحث في دارسته إلى النتائج التالية:

- لا تختلف فعالية الإعلام التربوي في التعليم الثانوي باختلاف الجنس والتوجيه .
- تختلف فعالية الإعلام التربوي في التعليم الثانوي باختلاف الجذع المشترك.

(إسماعيل الأعور، 2005)

3.1.1.6- دراسة نوف بنت دغش بن سعيد القحطاني (2006):

عنوان الدراسة: الإعلام التربوي ودوره في تفعيل مجالات العمل المدرسي في المملكة العربية السعودية.

هدف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى:

- التعرف على الدور الفعلي للإعلام التربوي بإدارات التربية والتعليم في المملكة العربية السعودية في تفعيل مجالات العمل المدرسي، ومعوقات أداء هذا الدور والتعرف على الدور المأمول منه.

منهج الدراسة: استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي.

العينة: شملت العينة هذه الدراسة 327 فردا منهم 127 مسئولا ومسئولة 221 مديرا ومديرة.

نتائج الدراسة:

- يتمثل دور الإعلام التربوي الفعلي بإدارات التربية والتعليم في المملكة العربية السعودية في تفعيل مجالات العمل المدرسي.
- يواجه الإعلام التربوي بإدارات التربية والتعليم في المملكة العربية السعودية 15 معوقا تعيقه عن أداء دوره في تفعيل مجالات العمل المدرسي.
- أعطى أفراد الدراسة أهمية كبيرة لقيام الإعلام التربوي بإدارات التربية والتعليم في المملكة العربية السعودية بدوره المأمول في تفعيل مجالات العمل المدرسي .
- ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 بين استجابات أفراد الدراسة حول الدور الفعلي للإعلام التربوي .

(نوف بنت دغش بن سعيد القحطاني، 2006)

4.1.1.6- دراسة حسن محمد علي خليل (2006):

عنوان الدراسة: تقويم واقع ممارسة الطلاب الإعلام التربوي لنشاطهم الإعلامي في التدريب المهني.

هدف الدراسة: تهدف هذه الدراسة ، على التعرف لواقع التخطيط وتنفيذ وتقويم طلاب الإعلام التربوي لنشاطهم الإعلامي، والتعرف على الفروق بين الطلاب المتدربين في ممارسة النشاط الإعلامي.

منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج المسحي لأنه يناسب موضوع الدراسة.

عينة الدراسة: أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها 100 مفردة من طلاب الإعلام التربوي بالفرقتين الثالثة والأربعة بكلية التربية النوعية .

نتائج الدراسة: توصل الباحث في دارسته إلى النتائج التالية :

- يوجد اتفاق بين الطلاب المتدربين في واقع تخطيط وتنفيذ وتقويم ممارساتها للنشاط الإعلامي.

- لا توجد فروق دالة إحصائية بين الطلاب بالإعلام التربوي في تخطيط وتنفيذ في التدريب الميداني.

(حسن محمد علي خليل، 2006)

2.1.6- الدراسات المتعلقة بمتغير الإختيار والتوجيه المهني في المؤسسات:

1.2.1.6- دراسة محمد برو (2002):

عنوان الدراسة: اثر التوجيه المدرسي على التحصيل الدراسي في المرحلة الثانوية .

هدف الدراسة: يمكن تحديد أهم أهداف هذه الدراسة كما يلي :

- إلقاء الضوء على عملية التوجيه المدرسي بصفة عامة من حيث المفاهيم والتطور التاريخي

- التعرف على أهداف التوجيه المدرسي والأساليب المتبعة في توجيه التلاميذ .
- التعرف على مدى توافر الرغبة لدى مسؤولي مصالح التوجيه المدرسي .
- التعرف على الأسباب التي تدفع بالتلميذ لاختيار تخصص دراسي معين .
- التعرف على مدى وجود التعاون أو عدمه بين مسؤولي مصالح التوجيه وأعضاء هيئة التدريس .

منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي باعتباره المنهج الذي يهتم بدراسة الوضع الراهن للظاهرة الموجودة في المجتمع .

عينة الدراسة: اختار الباحث عينته لهذه الدراسة من هيئة تأطير التلاميذ ومستشاري التوجيه المدرسي والمهني وتلاميذ السنة الثانية من التعليم الثانوي العام والتكنولوجي .

نتائج الدراسة: توصل الباحث إلى:

- وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين علامة التوجيه وعلامة التحصيل الدراسي لدى تلاميذ السنة الثانية ثانوي الموجهين عن غير رغبة .

- وجود علاقة ارتباطية قوية بين علامة التوجيه وعلامة التحصيل الدراسي لدى تلاميذ 3 تخصصات هي آداب وفلسفة ، آداب ولغات ، رياضيات .

- أن توجيه التلاميذ من السنة الأولى ثانوي إلى السنة الثانية ثانوي بمختلف تخصصاتها يعتمد أساسا على نتائج التحصيل الدراسي.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التحصيل الدراسي لصالح التلاميذ الموجهين على أساس الرغبة.

- أغلبية المبادئ العلمية للتوجيه المدرسي لا تأخذ بعين الاعتبار عند تؤخذ بعين الاعتبار عند التلاميذ دراسيا.

(سهل فريدة، 2008)

2.2.1.6 - دراسة براك صليحة (2002):

عنوان الدراسة : الرضا عن التوجيه المدرسي وعلاقته بالأداء الدراسي لدى تلاميذ الجذعين المشتركين في المرحلة الثانوية.

هدف الدراسة : سعت هذه الدراسة على تحقيق ما يلي :

- التعرف على مستوى الرضا عن التوجيه المدرسي لدى تلاميذ الجذعين المشتركين في المرحلة الثانوية .

- الكشف عن ماذا كانت مستوى الرضا تلاميذ الجذعين في المرحلة الثانوية عن توجيههم المدرسي.

منهج الدراسة: إستخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي الإرتباطي بإعتباره يتناسب وطبيعة موضوع الدراسة .

عينة الدراسة: يتألف مجتمع البحث من جميع التلاميذ الذكور والإناث الذين يدرسون في السنة الأولى ثانوي بمؤسسات التعليم الثانوي وقد بلغ عددهم 736 تلميذ وتلميذة منهم 318 تلميذو 417 تلميذة .

نتائج الدراسة : كانت النتائج كالتالي :

- مستوى الرضا عن التوجيه المدرسي لدى تلاميذ الجذعين المشتركين متوسط .

- هناك إرتباط إيجابي بين الرضا عن التوجيه والأداء الدراسي لدى تلاميذ الجذع مشترك

آداب هناك إرتباط إيجابي بين الرضا عن التوجيه والأداء الدراسي لدى تلاميذ الجذع مشترك علوم.

(سهل فريدة، 2008)

3.2.1.6 - دراسة قيسي محمد السعيد (2005):

عنوان الدراسة: أثر بطاقة المتابعة والتوجيه للطور الثالث على الإختيارات الدراسية والمهنية لتلميذ السنة التاسعة أساسي.

هدف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى:

- تدريب التلميذ على كيفية صنع قرار الإختيار حينما يطلب منه أن يختار.

- إقناع التلميذ بأن هناك إمكانية تصحيح وتعديل مساره الدراسي .

- الوصول إلى أقصى درجة من التطابق بالطموحات الشخصية والنتائج المدرسية .
- منهج الدراسة:** اعتمد الباحث على المنهج السببي المقارن وتعد الدراسة السببية المقارنة نوعا متقدما من الدراسات الوصفية .
- عينة الدراسة:** تم التعرف على المنهج الأصلي للعينة والمتمثل في تلاميذ السنة التاسعة، وانطلاقا من - أساسي من الطور الثالث للتعليم الأساسي للموسم الدراسي 2004/2003 هذه المعطيات تم اختيار عينتين متكافئتين الأولى تجريبية والثانية ضابطة بطريقة عشوائية
- نتائج الدراسة:** توصل الباحث في دارسته إلى النتائج التالية :
- وجود فروق بين التلاميذ الذين اطلعوا وملئوا بطاقة المتابعة والتوجيه للطور الثالث .
- وجود فروق بين فئتي الذكور والإناث الذين اطلعوا وملئوا بطاقة المتابعة والتوجيه للطور الثالث.
- وجود فروق بين فئتي التلاميذ القاطنين في الحضر و الريف

(قيسي محمد السعيد، 2005)

4.2.1.6- دراسة العرفاوي ذهبية (2013):

- عنوان الدراسة:** أثر التوجيه المدرسي على الدافعية للإنجاز ومستوى الطموح لدى تلاميذ السنة ثمانية ثانوي .
- هدف الدراسة:** كانت أهداف الدراسة كالتالي:
- توضيح ما إن كان التوجيه المدرسي في الجزائر يؤدي الدور الصحيح في استثارة دافعية التلاميذ.
- البحث عن مدى تأثير التوجيه المدرسي على الدافعية للإنجاز ومستوى الطموح.
- معرفة ما إذا كانت هناك علاقة بين الدافعية للإنجاز ومستوى الطموح.
- معرفة الفروق الموجهات برغبة في مستوى الطموح.
- منهج الدراسة:** اعتمد الباحث على المنهج الوصفي لأنه الأنسب لنتناول موضوع الدراسة
- عينة الدراسة:** بلغت عينة الدراسة 325 تلميذا و تلميذة منهم 112 ذكور و 213 إناث في مختلف الشعب و التخصصات الأدبية والعلمية .
- نتائج الدراسة:**
- توجد فروق في مستوى الدافعية للإنجاز بين تلاميذ السنة الثانية ثانوي الموجهين برغبة والموجهون بغير رغبة .

- توجد فروق في مستوى الطموح بين تلاميذ السنة الثانية ثانوي الموجهون برغبة والموجهون بغير رغبة.
- لا توجد فروق في مستوى الدافعية للإنجاز بين التلاميذ الموجهون إلى الشعب العلمية والتلاميذ الموجهون إلى الشعب الأدبية.
- لا توجد فروق في مستوى الطموح بين التلاميذ الموجهون إلى الشعب العلمية والتلاميذ الموجهون إلى الشعب الأدبية.
- لا توجد علاقة بين الدافعية للإنجاز ومستوى الطموح لدى تلاميذ السنة الثانية ثانوي

7- التعليق الدراسات السابقة:

تبين من خلال العرض للدراسات السابقة بأن كل دراسة ارتبطت بأهداف وتساؤلات خاصة بها، ومناهج متباينة وأساليب بحثية متفاوتة، وقد توصلت إلى العديد من النتائج والمقترحات التي تبرز من خلالها ضرورة ضبط الأسس والقواعد التي يعتمدها الإعلام المؤسساتي، لتمكينه من تقديم خدمات ناجحة ويمكن رصد ما جاءت به الدراسات في بعض الملاحظات:

- التعرف عن الدور التوجيهي لوسائل الإعلام المؤسساتي وسبل تطويره.
- معرفة الواقع الحقيقي للإعلام المؤسساتي وكيف يستجيب المقبلين على التكوين لهذا الإعلام.
- التعرف على أسس وأهداف الإعلام المؤسساتي.
- التعرف على المشكلات التي تواجه الإعلام المؤسساتي.
- معرفة الدور الواجب القيام به في المعاهد لدعم العملية التكوينية.
- معرفة العوامل المؤثرة على الإعلام المؤسساتي.
- اكتشاف ودراسة العلاقة بين ميول المتربص ورغبته ودور الإعلام في اختيار نوع التخصص.
- توجيه أنظار الباحثين والقائمين على الإعلام داخل معاهد التكوين والتمهين في الجزائر.
- إلقاء الضوء على عملية التوجيه المهني بصفة عامة.

- توضيح ما إن كان الإعلام داخل المعاهد التكوينية في الجزائر يؤدي الدور الصحيح في استثارة دافعية المترشحين.

أوجه الإستفادة من الدراسات السابقة:

لقد أمكننا الإطلاع على الدراسات السالفة الذكر من الوقوف على أبعاد المشكلة محل البحث وضبط متغيراتها، والخروج بالتساؤلات البحثية، كما يمكننا الإطلاع على هذه الدراسات من تحديد المنهج المناسب لدراسة الموضوع وتحديد العينة وأداة البحث المعتمدة في جمع البيانات، وانطلاقا من الدراسات السابقة هذه فقد تناولت بطريقة أو بأخرى المتغيرات الأساسية للدراسة الحالية (تأثير الإعلام على الإختبار المهني).

الفصل الثاني

الإعلام

1- مفهوم الإعلام

2- واقع الإعلام داخل مؤسسات التمهين

والتكوين المهني

3- حاجيات الشباب من حيث الإعلام المهني

4- النصوص الرسمية والتنظيمية للأعلام

داخل مؤسسات التمهين والتكوين المهني

1- مفهوم الإعلام:

(أ) - الإعلام لغة:

الإعلام من حيث اللغة، كلمة مشتقة من الفعل الرباعي الماضي: أعلم، و مضارعه: يعلم، والمصدر: إعلام، و"أصل الفعل يدل على اثر بالشيء يتميز به عن غيره، ومن ذلك العلامة ... وكل شيء يكون معلما خلاف المجهل".

ومعنى أعلم: قام بالتعريف والأخبار لغيره، والثلاثي منه: علم، أي عرف وخبر، قال صاحب اللسان: " ويجوز أن تقول: علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته". ويقال: تعلم في موضوع أعلم...، وعلم بالشيء شعر، يقال: ما علمت بخبر قدومه، ويقال: "استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه، وعلم الأمر وتعلمه: أتقنه".

وفرق صاحب القاموس المحيط بين علم وأعلم فقال: "علمه كسمعه، علما بالكسر عرفه وعلم هو نفسه، ورجل عالم وعليم، جمعها علماء وعلم كجهال، وعلمه العلم تعليما، وعلاما ككذاب، وأعلمه إياه فتعلمه".

(أحمد بن فارس بن زكرياء أبو الحسن: 1981، ص109)

وقيل: "أعلم الرجل صاحبه أخبره، وأعلم الصانع القماش، جعل له علما أو طرزا، وأعلم القارئ على مواضع من الكتاب أو غيره، جعل لها علامات، وأعلم الرجل صاحبه بالخبر، أخبره به، وأعلمه العلم أو الصنعة علمه إياها، وأعلم الفارس نفسه في الحرب، أشهر نفسه بعلامة يعرف بها، فهو معلم، و كذلك الفرس والفرس، ومعلم".

ويتضح من هذه التعريفات أن مادة علم "تدور حول العلامة والمعرفة والشعور، فإذا عدت، تضمنت معنى التعليم أو الإخبار، فإذا أضيفت إليها الألف والسين والتاء فهي طلب العلم أو الخبر، وتعريف الناس وتعليمهم أو إخبارهم بالأخبار كلها من وظائف الإعلام، وإذا كان بمعنى ترك العلامة، فإن الإعلام يترك علامة معنوية هي تأثر الناس بما يعلمهم به،

وإمالة قلوبهم إلى ما يدعون إليه، ولعل هذا يشير إلى أن لكل اتجاه إعلامه الذي يؤثر في الناس به".

ويختلف الإعلام عن التعليم لأن الثاني "يحتاج إلى تكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم، أما الإعلام فلا يحتاج إلى ذلك بل يكتفي فيه مجرد الإخبار، ولكنهما يشتركان في معنى واحد، هو نقل المعارف والمعلومات من المرسل، وهو رجل الإعلام أو المعلم إلى المستقبل، وهو المتلقي للرسالة الإعلامية أو المتعلم".

(الفيروز أبادي مجد الدين محمد بن يعقوب: د ت، ص3083)

وفي اللغة الفرنسية، يقابل كلمة إعلام مصطلح information يعني حسب قاموس Larousse فعل الإخبار، ويتضح لنا من خلال هذا المفهوم أن معنى كلمة إعلام في اللغتين العربية والفرنسية واحد يتمثل في عملية إخبار غيرنا بالمعلومات.

(ب) - الإعلام اصطلاحاً:

الإعلام هو إقامة اتصال بين فرد (أو جماعة) لديه رسالة يريد إيصالها إلى آخر (أو آخرين). ويعرفه ج.فولي J.Folliet بأنه "عملية تبادل المعلومات بين الأشخاص، بغض النظر عن الوسيلة التي يتم بها ذلك التبادل، حيث عرف الإعلام على أنه "تبادل المعلومات والأفكار والآراء بين الأفراد، بحكم أن كل واحد من هؤلاء يسعى إلى تحقيق ما هو بحاجة إليه من هذه الأفكار والآراء بالطرق الممكنة والوسائل المتاحة لديه".

وعرّف بعضهم الإعلام بأنه "جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والتصرف اتجاهها عن علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة".

(عماد عبد الوهاب الصباغ: 1998، ص33)

والتعريف الحديث للإعلام نشأ متأخراً، وإن كانت البشرية عبر تاريخها الطويل قد مارسته علمياً حسب ما تدعو إليه الحاجة، بأشكال وأساليب مختلفة اعتماداً على ما توفر بين أيدي الحضارات المتتالية، ولذلك لم يختص بحضارة من الحضارات أو بشعب من الشعوب، متقدماً أو متأخراً، ولا بزمان ولا بمكان معين، فالإنسان بطبيعته محب للاستطلاع، لا يكتفي بأخباره الشخصية فقط، وإنما أيضاً أخبار المجتمع المحدود الذي يعيش فيه كمجتمع الأسرة أو القبيلة أو القرية، فالحياة ستكون شاقة وصعبة إذا انعدم الاتصال بين الناس، ولذا فالإتصال ساهم في إيصال الحضارة الإنسانية إلى ما هي عليه، و كان له دوره في تكوين الأسرة والمجتمع".

(محمد عبد الحميد: 1997، ص23)

فالإعلام إذن "لم يكن وليد عصر من العصور أو حضارة من الحضارات، فلا يوجد مجتمع من المجتمعات مهما تفاوتت درجة تقدمه أو تخلفه، كما لا يوجد زمن من الأزمنة قديماً أو حديثاً أو وسيطاً إلا واحتل الإعلام مكانة فيه، إن الإنسان بطبيعته لا يستطيع الاكتفاء بأخباره الشخصية فقط، أو أخبار المجتمع المحدود الذي يحيا بداخله مثل مجتمع القرية أو القبيلة أو الأسرة، ذلك انه من الصعب أن تسير الحياة دون أن يتصل الناس بعضهم ببعض".

والإعلام بمعناه السليم كما يقول **عبد اللطيف حمزة** "هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصحيحة، والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، فإذا خلت هذه العملية الإعلامية من الصدق لم تصبح إعلاماً بالمعنى الصحيح، بل هي نوع آخر، كأن تكون تضليلاً للجمهور أو مؤامرة سوداء ضد هذا الجمهور، ونحو ذلك".

ويرى بعض الباحثين أن الإعلام هو علم الاتصال بال جماهير، أو هو "العلم الذي يدرس اتصال الناس اتصالاً واسعاً بأبناء جنسهم، اتصال وعي وإدراك، وما يترتب على عملية

الاتصال هذه من أثر ورد فعل، وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك".

(صالح خليل أبو إصبع: 2004، ص28)

والإعلام "هو تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة، التي يمكن التثبت من صحتها أو دقتها بالنسبة للمصدر الذي تتبع منه، أو تنتسب إليه، ويقدر ما في الإعلام من حقائق صحيحة ومعلومات دقيقة منبثقة من مصادر أمينة، بقدر ما يكون هذا الإعلام سليما وقويا، لذلك نجد أن الصحف والإذاعات وغيرها من وسائل الإعلام، تصر دائما على نسبة الأخبار إلى وكالات الأنباء أو غيرها من المصادر، حتى يكون الجمهور على بينة من الأمر، والمفروض أيضا أن الإعلام يقوم على التتوير والتتقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تتساب إلى عقول الناس وترفع من مستواهم، وتنتشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، فهو يخاطب العقول لا الغرائز"، وهو بالتالي "وسيلة التعبير والتوجيه والصعود بالناس إلى أعلى أو الهبوط بهم إلى القاع"، وهو أيضا "فن استخدام قوة الأفكار بالوسائل الإعلامية المختلفة لخدمة أهداف الدولة والأمة". وهو "جملة من الأساليب التي يلجأ إليها الإنسان للتعامل مع غيره من الناس والتأثير فيهم".

والهدف الرئيسي من الإعلام هو "توصيل الأفكار والمعلومات إلى المستقبلين، فأساس العمل الإعلامي أن تكون هناك فكرة معينة نريد توصيلها إلى المرسل إليه وهو إما فردا أو جماعة أو شعب أو عدة شعوب".

والعملية الإعلامية هي "نقل الأفكار والمعلومات من المرسل إلى الملتقط بهدف تبليغ وتوصيل رسالة معينة، إلا أن العملية الإعلامية ليست أمرا جامدا، باعتبار أن الإعلام مرتبط ومتأثر بشكل أو بآخر بالنظم الاجتماعية والسياسات الثقافية التي ينتمي إليها، وحتى في حالة عدم الرضوخ مطلقا، فالتكامل معها يصبح أمرا لا مهرب ولا مفر منه".

ويرى الدكتور حسين عبد الحميد احمد رشوان أن الإعلام هو "الإخبار بالحقائق والمعلومات الصادقة من أجل اتخاذ موقف معين".

(محمد موفق غلابيني: 1985، ص40)

ويرى إبراهيم إمام بأن الإعلام هو "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم و ميولهم".

أما الدكتور عبد الرحمن عزي فقد أورد التعريف التالي للإعلام:

"يقصد بالإعلام عامة سيرورة انتقال المعلومات من مصدر إلى آخر، ويرمز الإعلام في علوم الإعلام والاتصال إلى ما تنبئه وسائل الاتصال من صحافة مكتوبة وسمعية ومرئية من محتويات إخبارية ثقافية اجتماعية وترفيهية إلى قطاع واسع من المجتمع".

ومن هذه التعاريف كلها يمكن أن نصل إلى تعريف عام للإعلام، وهو انه أولاً وسيلة أخبار وتبليغ، كما انه وسيلة ترويج للأفكار والمعتقدات السياسية والدينية، فضلاً عن كونه وسيلة تعبير عما يراد إيصاله إلى الناس، تحقيقاً لأغراض معينة حسبما تقتضي مصلحة أصحاب الوسيلة الإعلامية، سواء أكانت فرداً أو جماعة أو تنظيمياً سياسياً أو دينامياً أو حكومياً.

(سمير محمد حسن: 1995، ص14)

1.1- أهمية الإعلام:

بفضل التقدم العلمي والتكنولوجي أصبح الإعلام أكثر قدرة على إحاطة وإعلام الفرد والجماعة بما يدور حولهم من وقائع، أحداث وتطورات على مستوى العالم، ومع ازدياد أعداد الناس زاد الاعتماد على وسائل الإعلام في نقل مختلف المعلومات إضافة إلى هذا ازدياد

حجم المعلومات ومصادرها وضيق وقت الناس واتساع أعمالهم، بدأت تتجلى قيمة وأهمية الإعلام وحاجة الفرد إليه للتغلب على المصاعب وفهم ما يدور حوله والتأقلم مع البيئة والمجتمع بطريقة جيدة، وتظهر أهمية الإعلام من خلال تزويد الفرد بالنظريات والاكتشافات، ويساهم كذلك في تنمية ونقل الثقافة بين المجتمعات وبين مختلف الأجيال ويسعى الإعلام الحديث الصادق إلى التصدي للخرافات والأوهام وكذلك بتزويد الناس بالمعلومات الموضوعية الصادقة، وإلى جانب هذا يلعب الإعلام دورا هاما في عملية التنشئة الاجتماعية والنمو الاجتماعي للفرد بصفة عامة، وبفضل وسائل الاتصال الحديثة التي قربت بين مشارق الأرض ومغاربها وشمالها وجنوبها حيث أصبح أي جزء من العالم يتأثر بأحداث أي جزء آخر ويستجيب له، ولا يتيسر الإحاطة بهذا إلا بوسائل الإعلام.

(محمد سيد محمد: 1988، ص12)

2.1- خصائص الإعلام:

يصنف الإعلام بثلاث خصائص هي:

أ- الإعلام يأخذ اتجاهها واحدا من فوق إلى تحت وهذا خلافا لما يقع في الاتصال الشخصي، ونادرا ما يوجد في عملية الإعلام تبادل، فالإعلام يوضح الفرق بين مصدر الخبر والمستقبل له، مما أصبح يشكل فجوة كبيرة بين المرسل والمستقبل خاصة بعد تطور وسائل الإعلام واستعمال التقنيات الجديدة ونتيجة لهذا التطور الحاصل لجأ القائمون على الإعلام إلى بعض المناهج والطرق للربط بينهم وبين المستقبلين حتى يحصل نوع من التبادل وذلك كالمراسلة وتوزيع بيانات واستمارات وبحوث ميدانية، والهدف من هذه الإجراءات هو معرفة رد فعل المستقبل.

ب- الإعلام يصف الواقع فلا يمكن أن يكون إعلاما بدون وقائع وحوادث، فالخبر الذي ينقله الإعلام لا يمكن أن يكون مبنيا على الخيال.

ت)- كلفة الخبر ضئيلة جداً، بحيث أصبح زهيدا وهو في متناول الجميع، فثمن نسخة واحدة من الجريدة اليومية لا يكلف من ميزانية الشخص عبء كبير، ومع انتشار أجهزة الراديو والتلفزيون أصبح الخبر ينتشر بسرعة، وقد ينتشر الخبر الإعلامي بدون هذه الأجهزة وبدون تكاليف و تعتبر هذه الصفة في الحقيقة سر شيوع الخبر سواء كان فيه غرض أم لا، وتقدر قيمة الخبر بثلاثة أشياء: أن يكون الخبر محتمل الوقوع ، وأن يؤدي معنى، وأن يكون له تأثير وهذا ما نعبر عنه بالاجتماعية والإصابة بالتأثير، فالاحتمالية هي نقل فكرة أو حدث يحتمل أن تقع، أم الإصابة فيكون فيها الخبر ذو قيمة تعلق وتهبط حسب ظروف من تلقاه، وبالنسبة للتأثير فالخبر يؤثر في رأي المستقبل ويزوده بالمعلومات الجديدة التي تجعله يتمكن من اتخاذ قرار في أمر يهمه.

(جيهان رشتي: 1987، ص ص 507-511)

3.1- أسس الإعلام:

هناك شبه اتفاق لا يختلف عليه أحد تقريبا في أسس ومبادئ الإعلام وهي:

- أ)- الحقائق والوقائع التي تعتمد عليها الأرقام والإحصاءات.
- ب)- التخلص من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق.
- ت)- الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية.
- ث)- التعبير الصادق عن الأفراد أو الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام.
- ج)- إن الإعلام الذي لا يقوم على أساس من الحقيقة والواقع ينتقي عنه مفهوم الإعلام.
- ح)- إن رجل الإعلام الذي يقدم المادة الإعلامية للجمهور وفق ما تمليه عليه أهواؤه يفقد صفته كرجل إعلام.
- خ)- التحلي بالصدق والأمانة عند الحصول على المعلومات من مصادرها الرئيسية.

(د) - أن يكون الإعلام معبرا تعبيراً صادقا أو مبنيا عن عادات وتقاليد الجمهور المستهدف.

من خلال هذه المبادئ والأسس يتجلى بوضوح انه لا بد على الإعلام أن يكون صادقا، ومجردا من الذاتية والميول، متماشيا ومتفاعلا مع الجمهور الذي يتوجه إليه، كما يجب على الإعلام أن يقوم على الوضوح والصراحة، ودقة الإخبار مع ذكر مصادرها.

(جيهان رشتي: 1987، ص ص 507-511)

2- واقع الإعلام داخل مؤسسات التمهين والتكوين المهني:

يعتبر الإعلام داخل مؤسسات التكوين المهني عملية تربوية تتجلى في مد الشباب، بمعلومات حول نفسه وحول المحيط المهني، من أجل التعرف على نفسه ومعرفته لمحيطه الاجتماعي والاقتصادي من جهة وسوق الشغل ومتطلباته من جهة أخرى .

كما يعتبر العمود الفقري للتوجيه داخل مؤسسات التكوين المهني، وجزأ لا يتجزأ من نظام التربية والتكوين، من هذا المنطلق، فالإعلام المهني . إن صح التعبير. سيرورة متواصلة في الزمان والمكان، يواكب المسار الدراسي للتلميذ في جميع المستويات التعليمية، داخل المؤسسات التربوية، كما أنه عملية تربوية تصاحب النمو الفكري و الجسمي للتلميذ، وتسير به إلى أعلى درجات النضج الفكري و المهني من خلال المعلومات المتواصلة و المكثفة التي يتزود بها، حيث يسهم بشكل ايجابي في تعريفه بالوسط المهني وبالفرص المتاحة وتزويده بالمعلومات كما ونوعا. فالإعلام المهني إذن، وسيلة توضع بين يدي التلميذ خصوصا والشباب عموما، لتساعده على التحكم في مختلف الوضعيات من أجل تحقيق الأهداف التي يرسمها لنفسه.

(بوسنة محمد: 1998، ص 117)

كما تمكنه من اتخاذ قرارات شخصية حرة وواعية، استنادا إلى المعلومات التي يتوفر عليها ويتوصل بها تدريجيا، استجابة لطلباته وطموحاته ورغباته الشخصية من جهة ، ومتطلبات سوق الشغل من جهة أخرى، ونظرا للمكانة البارزة لنظام التوجيه المهني ضمن منظومة التكوين المهني في بلادنا، فقد خصته الوزارة الوصية بالأهمية البالغة حيث تنص معظم

النصوص القانونية على ضرورة توفير الإعلام الكامل والمضبوط للشباب وأوليائهم حول إمكانات التكوين والشغل، ومساعدتهم على بلورة اختياراتهم في التوجيه ومشاريعهم المهنية. من خلال تزويد الجمهور الواسع لاسيما فئة الشباب منه بالمعلومات الضرورية لمساعدتهم على اتخاذ قرارات التوجيه، والقيام باختيارات موضوعية.

(حبيب الأسدي: 1980، ص35)

إن الدعائم الإعلامية المعتمدة حالياً تتنوع بين ما هو مكتوب، رقمي والكتروني، ومحتويات تعتمد في تبليغ المضامين الإعلامية إلى الشباب على أكمل وجه وذلك كما يلي:

1.2- الإعلام المكتوب:

تظم دعائم الإعلام المهني مطويات:

تعرف بالتخصصات المفتوحة خلال كل دورة، شروط الالتحاق بها، والشهادات الممنوحة حسب أنماط التكوين.

◀ وثائق إعلامية تحدد مستويات التكوين المهني أنماط وأنواع التكوين المهني، التعليم المهني ومؤسسات التكوين المهني المستقبلية على الصعيد الجهوي والوطني، عروض التكوين على المستويين الولائي والوطني.

◀ البطاقات الوصفية والتعريفية للتخصصات.

◀ القصاصات الإعلامية المتضمنة لملف التسجيل.

◀ ملصقات وإعلانات عن التخصصات وعن أهم مواعيد الدخول المهني لكل دورة.

◀ المجالات الدورية التي تكون شاملة وتتضمن معلومات شاملة ومتنوعة.

◀ انجاز ريبورتاجات معرفة بالمؤسسات التكوينية واستغلالها في مختلف التظاهرات الإعلامية.

◀ انجاز اللافتات الخاصة بالتسجيلات وبمختلف الأنشطة الإعلامية كالمعارض القوافل الإعلامية الأبواب المفتوحة.

ضبط قوائم المستخدمين في الوسط المهني وإشراكهم في العمل الإعلامي.

- ◀ الإعلام اتجاه التلاميذ في المؤسسات التربوية.
- ◀ من خلال للمكاتب المشتركة التي يتم تفعيلها خلال فترتين: ماي وديسمبر والتي تسبق الدورتين التكوينيتين.
- ◀ تنظيم زيارات لفائدة تلاميذ المؤسسات التربوية للمؤسسات التكوينية بمناسبة تنظيم الأبواب المفتوحة على التكوين والتعليم المهنيين للاحتكاك بالمتربصين والاطلاع عن قرب بمختلف التخصصات.
- ◀ الاتصال بجمعيات أولياء التلاميذ.
- ◀ مرافقة تلاميذ المؤسسات التربوية في زيارة للمؤسسات الاقتصادية بالمنطقة الصناعية.
- ◀ تنظيم معارض على مستوى مؤسسات التربية بالولاية بمناسبة الأسبوع الوطني للإعلام.
- ◀ تنظيم ندوات وحصص لفائدة تلاميذ الأقسام النهائية وتزويدهم بمختلف الدعائم الإعلامية.

(سهل فريدة: 2008، ص 41)

2.2- الأيام الإعلامية:

- تنظيم أسابيع إعلامية داخل المركز وخارجه وخاصة داخل المؤسسات التربوية لتقريب الصورة لتلاميذ المؤسسات التربوية وتعريفهم بمختلف المهن التي يوفرها القطاع.
- ◀ تنظيم معارض على مستوى دور الشباب تتضمن انجازات متربصي القطاع.
- ◀ تنظيم أبواب مفتوحة على التكوين المهني يسمح للشباب وأوليائهم بالاطلاع على الفرص المتاحة.
- ◀ تخصيص حلقات أسبوعية للإعلام المهني لمتربصي المراكز لإشراكهم في العمل الإعلامي.
- ◀ المشاركة في الصالونات الولائية للمهن بإشراك مختلف الشركاء ودعوة الإعلاميين للإذاعة المحلية بفرض تغطية الصالون .
- ◀ تنظيم قوافل إعلامية لبلديات ودوائر الولاية.

◀ تنظيم أيام دراسية من طرف خلايا الإرشاد والتوجيه على مستوى المؤسسات التكوينية بالتنسيق مع ممثلين عن المؤسسات التالية:

CNAC.ANEM.ANSEJ.ANGEM.ADS.CAM. الهدف منها التعريف بمختلف مؤسسات الدعم والتشغيل وكيفية الاستفادة منها لبناء المترشحين لمشاريعهم المهنية

3.2- الإعلام عن طريق الصحافة:

◀ تنظيم حصص إعلامية ضمن برامج الإذاعة والتلفزة الوطنية. ينشطها متخصصون في التوجيه المهني.

◀ تنظيم مداخلات في الإذاعات المحلية لمختلف المواضيع المتعلقة بالقطاع.

4.2- الإعلام الإلكتروني:

◀ الموقع الإلكتروني للوزارة الوصية والذي يسمح بالاطلاع عن أهم المعلومات وكذا التسجيل عبره في مختلف التخصصات.

ويتضمن المواقع والعناوين الإلكترونية تضم أسماء مؤسسات التكوين المهني من مراكز ومعاهد وتوزيعها الجغرافي، وعناوينها، وإجراءات التسجيل بها، والتخصصات، وشروط الالتحاق، والمقاعد المتوفرة، وكيفية الانتقاء، ونظام التكوين، ومدة التكوين، والدبلوم المخول . صفحات الفيس بوك التي أصبحت مجالاً لتواصل وتبادل المعارف والخبرات والتعرف أكثر عن المؤسسات التكوينية .

(حسن محمد علي خليل: 2000، ص 57)

3- حاجيات الشباب من حيث الإعلام المهني:

أصبحت المضامين الإعلامية المشار إليها آنفا ذات أهمية بالغة، إلا أن الشباب طالبي التكوين يطرحون عدة أسئلة تتجاوز ما هو مسطر بالدعائم الإعلامية.

فأثناء مشاوراتهم مع مستشار التوجيه تطفو إلى السطح عدة أسئلة تكشف عن رغبات طموحة وتبين نظرة هؤلاء الشباب الواسعة إلى مستقبل، وحب المعرفة المتزايد والبحث عن معلومات أكثر أهمية، ترتبط بالفرد ومجال اهتماماته المهنية والاجتماعية والاقتصادية.

إن الشباب طالبي التكوين, يستوعبون دون عناء المعلومات المتعلقة بالتخصصات وبشروط الالتحاق وبالشهادات التكوينية الممنوحة, لكن الحيرة تبقى بادية على محياهم, ذلك أنهم يرغبون في معلومات أكثر دقة و تحدد حاجيات الحاضر, وتغوص في خبايا المستقبل, لتتهال أسئلتهم على مستشار التوجيه قبل وأثناء فترة التسجيلات, وعلى سبيل الذكر لا على سبيل الحصر نذكر بعض الأسئلة : أي جديد في التخصصات؟ ما هي التخصصات والمسالك التكوينية المؤدية إلى مهن متميزة ومميزة؟ وما هي آفاقها المستقبلية؟ ما هي الوظائف المتميزة مستقبلا؟ وما هي متطلباتها؟ وما هي مميزاتها؟ وما هي القطاعات الأكثر امتصاصا لليد العاملة؟ وغير هذه الأسئلة كثير جدا, تتطلب الأجوبة عليها التوفر على معلومات وافرة ودقيقة, وإحصائيات وإسقاطات على المدى القصير والمتوسط على الأقل, لتلبية حاجيات الشباب طالبي التكوين والاستجابة لطموحاتهم من أجل بناء مشاريعهم المهنية.

إن الواقع التكويني المعاش, ومتطلبات سوق الشغل يحتم توافر وسائل ودعائم إعلامية مهنية شاملة طوال السنة, من أجل إعلام مهني فعال, ومن أجل توجيه مهني هادف, حتى يتمكن الشباب من ملامسة مميزات ومتطلبات التخصصات المدرسة, والوظائف حسب التخصصات المدرسة, والقطاعات الاجتماعية والاقتصادية, وكذا متطلباتها ومميزاتها وكل ما يرتبط بها إداريا واجتماعيا, كما يكمن دور مستشار التوجيه من تركيز جهوده حول العمليات الإعلامية الجوهرية للتوجيه, المتجلية في المقابلات الفردية الهادفة إلى التعرف على الشباب وتعريفهم بأنفسهم, التقييم المهني والنفسي باعتماد روائز متخصصة من أجل مساعدة الشباب على بلورة مشاريعهم المهنية.

(إسماعيل الأعور: 2005، ص 43)

4- النصوص الرسمية والتنظيمية لأعلام داخل مؤسسات التمهين والتكوين المهني:

يهدف هذا المنشور الوزاري المشترك, إلى تحديد كفايات تنصيب مكاتب للإعلام والتوجيه نحو مساري التعليم والتكوين المهنيين, على مستوى كل متوسطات وثانويات قطاع التربية

الوطنية وذلك عملا بالنظام الجديد للإعلام وتوجيه تلاميذ السنة رابعة من التعليم المتوسط إلى مرحلة التعليم ما بعد الإلزامي.

1.4- تنصيب المكاتب المشتركة للإعلام والتوجيه:

تنصب المكاتب المشتركة للإعلام والتوجيه على مستوى كل متوسطات وثانويات قطاع التربية الوطنية، من طرف مديري التربية الوطنية للولايات بالاشتراك مع مديري التكوين المهني للولايات وتنشط على فترتين:

أ- **الفترة الأولى:** تنشط المكاتب المشتركة خلال شهري أبريل وماي من كل سنة، تزامنا مع مرحلة التعريف بالمهن التي يتضمنها المخطط السنوي المسار المهني والمدرسي التي ينظمها قطاع التربية الوطنية.

ب- **الفترة الثانية:** تنشط المكاتب المشتركة خلال شهري سبتمبر وأكتوبر من كل سنة، تزامنا مع الدخول المدرسي لقطاع التربية الوطنية والدخول المهني لقطاع التكوين والتعليم المهنيين.

2.4- تأطير المكاتب المشتركة:

يؤطر المكتب المشترك للإعلام والتوجيه من طرف:

◀ مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي لقطاع التربية الوطنية.

◀ مستشار التوجيه، التقييم والإدماج المهني لقطاع التكوين والتعليم المهنيين.

(إسماعيل الأعور: 2005، ص 43)

مهام المكاتب المشتركة للإعلام والتوجيه : تكلف هذه المكاتب بما يلي:

بالنسبة لفترة الأولى (شهري أبريل وماي):

◀ توزيع الدعائم الإعلامية المختلفة من مطويات، قصاصات، بطاقات المهن، دليل

المؤسسات التكوينية، الدليل الولائي لعروض التكوين....

◀ إعلام التلاميذ وأوليائهم، سيما التلاميذ المقبلين على إنهاء مرحلة التعليم الإجباري بطريقة

الالتحاق بمؤسسات التعليم والتكوين المهنيين.

- ◀ تنظيم ندوة إعلامية لفائدة التلاميذ وأولياءهم للتعريف بمساري التعليم والتكوين المهنيين.
 - ◀ تنظيم زيارات ميدانية للمؤسسات التكوينية.
 - ◀ بالنسبة للفترة الثانية (شهرَي سبتمبر وأكتوبر):
 - ◀ توزيع الدعائم الإعلامية المختلفة من مطويات, قصاصات, بطاقات المهن, دليل المؤسسات التكوينية, دليل عروض التكوين الوطني, الجهوي والمحلي.
 - ◀ إعلام التلاميذ وأولياءهم بكل فرص التكوين التي يوفرها قطاع التكوين والتعليم المهنيين في مختلف الأنماط, والمستويات والتخصصات.
 - ◀ تسجيل الراغبين في مزولة تكوين مهني في سجل خاص.
 - ◀ توجيه التلاميذ الراغبين في الالتحاق بمؤسسات التكوين المهني.
- (إسماعيل الأعور: 2005، ص 44)

3.4- تجهيز المكاتب المشتركة للإعلام والتوجيه:

- يتكفل المدير الولائي المكلف بالتربية الوطنية والمدير الولائي المكلف بالتكوين المهني بما يلي:
- ◀ تزويد المكاتب المشتركة بكل الوسائل المادية الضرورية, من جهاز الإعلام الآلي, آلة طباعة, جهاز فيديو, دعائم رقمية, خط هاتفي وغيرها.
 - ◀ توفير الدعائم الإعلامية المختلفة.
 - ◀ تزويد المكاتب المشتركة بكل الوثائق سيما المتعلقة بشروط الالتحاق بالتكوين المهني, مثل المدونة الوطنية لتخصصات التكوين المهني ومختلف النصوص القانونية التي تنظم التكوين.
 - ◀ يطلب من المدير الولائي المكلف بالتربية الوطنية والمدير الولائي المكلف بالتكوين المهني تجنيد كل الفاعلين المعنيين بهذه العملية, وتوفير كل الإمكانيات المادية والبشرية الضرورية لإنجاحها وموافاة الإدارة المركزية لكلا القطاعين المعنيين بحصيلة عمل هذه المكاتب.

1.3.4 - تنظيم الإعلام:

المادة 02: يجب أن يرتكز العمل الإعلامي الموجه للجمهور الباحث عن تكوين على المعايير التالية:

- ◀ دقة ومصداقية المعلومات الموجهة للجمهور.
- ◀ البرمجة الجيدة والعقلانية لعروض التكوين.
- ◀ استعمال كل وسائل الإعلام والاتصال المتوفرة.

المادة 03: تنشأ على مستوى كل مؤسسة تكوين لجنة الإعلام والتوجيه تسهر على تنظيم ومتابعة النشاطات الإعلامية.

المادة 04: تضطلع لجنة الإعلام والتوجيه على مستوى كل مؤسسة تكوين المذكورة في

المادة 03: أعلاه , بإعداد برنامج الحملة الإعلامية الخاص بدورة التكوين والذي يرتكز على برنامج تحدد فيه:

المادة 09: تنشأ على مستوى كل مديرية ولائية للتكوين المهني لجنة للإعلام، التوجيه والإدماج .

المادة 10: تضطلع اللجنة الولائية للإعلام، التوجيه والإدماج المذكورة في المادة 9 أعلاه بالمهام التالية:

- ◀ وضع واعتماد دليل عروض التكوين .
- ◀ اعتماد البرامج الإعلامية لمؤسسات التكوين ومتابعة تطبيقها وتقييمها .
- ◀ التنسيق مع باقي القطاعات الأخرى (مديريات التربية، الصحة، الثقافة، الشبيبة والرياضة ...الخ)، لتحسين وتطوير العمل الإعلامي .

توجيه المترشحين نحو مختلف الاختصاصات والمؤسسات .

المادة 11: تجتمع اللجنة الولائية للإعلام، التوجيه والإدماج مرة كل 15 يوما قصد تقييم مدى تقدم البرنامج الإعلامي المسطر.

(القرار الوزاري رقم 04 المؤرخ في 29 جانفي 2004 يتضمن تحديد كفاءات تنظيم الإعلام، التسجيل، التوجيه وإدماج المترشحين، لمتابعة التكوين المهني)

☉ المادة 12: تدون قرارات هذه اللجنة في محاضر رسمية, ترسل نسخة منها إلى الإدارة المركزية قصد المتابعة والتقييم.

☉ المادة 13: تتشكل اللجنة الولائية للإعلام والتوجيه من:

- ◀ المدير الولائي للتكوين المهني رئيسا.
- ◀ رؤساء مصالح مديريةية التكوين المهني أعضاء.
- ◀ مدراء مؤسسات التكوين التابعة للولاية أعضاء.
- ◀ مفتشو المقاطعة أعضاء.

الشعبة التي ينتمي إليها المترشح, حسب ما هو منصوص عليه في كل برنامج تكوين.

☉ المادة 17: يسلم مسؤول مكتب الاستقبال, الإعلام والتوجيه لكل مترشح مسجل الوثائق التالية:

- ◀ وصل إيداع الملف, يحمل اسمه ولقبه, رقم وتاريخ تسجيله.
- ◀ استدعاء لمقابلة مستشار التوجيه والتقييم المهني, يحدد فيه تاريخ الإعلان عن نتائج التوجيه.

(القرار الوزاري رقم 04 المؤرخ في 29 جانفي 2004 يتضمن تحديد كفاءات تنظيم الإعلام، التسجيل، التوجيه وإدماج المترشحين، لمتابعة التكوين المهني)

2.3.4- تنظيم التوجيه:

☉ المادة 18: يقوم مستشار التوجيه والتقييم المهني بمقابلة كل مترشح مسجل قصد إعانته في اختيار التخصص, على أن لا يتعدى مدة المقابلة 30 دقيقة والتي يجب أن تجري في إطار أخلاقيات المهنة.

☉ المادة 19: تنظيم عملية زيارة الورشات داخل مؤسسة التكوين ويمكن أن تجري في مؤسسة أخرى أن اقتضت الضرورة ذلك, يتم خلالها :

- ◀ توزيع بطاقات تقنية لمختلف الاختصاصات على المترشحين .

◀ عرض أشرطة سمعية بصرية تعرف بمختلف المهن والتخصصات وكيفية الالتحاق بها وإمكانيات الإدماج المهني.

ملء المترشح لبطاقة الرغبات, يحدد فيها حسب الأولوية التخصصات التي يرغب متابعة التكوين فيها .

◀ إدماج المسجلين في نفس التخصص أو في تخصص آخر, في مؤسسة أخرى, بنفس الولاية.

إدماج المسجلين في نفس التخصص أو في تخصص آخر, في مؤسسة أخرى, بولاية أخرى. تعتمد اللجنة في ترتيب المترشحين على دراسة ملف المترشح وبطاقة الرغبات.

☉ المادة 25: تدون اللجنة نتائج عملية الإدماج في محضر رسمي, ممضي من طرف أعضاء اللجنة, يسلم المدير الولائي للتكوين المهني نسخة منه لمديري مؤسسات التكوين قصد نشره في المواعيد المحددة لها.

ترسل نسخة من هذا المحضر إلى المصالح المعنية بالإدارة المركزية خلا ثمانية و أربعين (48) ساعة بعد انتهاء العملية.

☉ المادة 26: يلغى القرار الوزاري رقم 21.99 المؤرخ في 23 ماي 1999 المشار إليه أعلاه .

☉ المادة 27: يكلف الأمين العام لوزارة التكوين والتعليم المهنيين بتنفيذ محتوى هذا القرار .

☉ المادة 28: ينشر هذا القرار في النشرة الرسمية للتكوين والتعليم المهنيين .

الجزائر في 29 جانفي 2004.

(القرار الوزاري رقم 04 المؤرخ في 29 جانفي 2004 يتضمن تحديد كفاءات تنظيم الإعلام، التسجيل، التوجيه وإدماج المترشحين، لمتابعة التكوين المهني)

الفصل الثالث

الإختيار المهني

1- مفهوم الاختيار المهني

2- المساهمات النظرية في الاختيار المهني

1.2- نظرية Super

2.2- نظرية Ginzberg

3- العوامل المؤثرة في الإختيار المهني

1.3- العوامل المحيطة

2.3- الأسرة

3.3- الطبقة الاجتماعية

4.3- العوامل الشخصية

4- التوجيه المهني في الجزائر

1- مفهوم الاختيار المهني

اختلفت وجهات النظر في تعريف الاختيار المهني وهذا راجع الى تعقد هذا المفهوم وتدخل تغيرات عديدة لتحديده, فقد حدد Sillamy 1980 الاختيار على أنه ذلك القرار الذي من خلاله يتم تقبل الامكانيات المتوفرة , سواء كان هذا الاختيار متعلقا بمهنة او صديق أو نشاط معين مع العلم أنه يتطلب تدخل كل جوانب الفرد .

ويعرف Albau 1982 الاختيار المهني على أنه الانخراط الحر المبني بالرضى التام على معرفة الأسباب, أي الأخذ بعين الاعتبار امكانيات الفرد ومعطيات العمل والمضمون الاقتصادي والاجتماعي, ويشير الباحث الى وجوب توفر رضى الفرد وحرية أثناء صياغته الاختيار.

زيادة على التعاريف السابقة, ارتبط هذا المفهوم بمفاهيم أخرى في علم النفس.

إذ يرى Holland 1966 أن الافراد يميلون الى إختيار المهنة لتي تتوافق مع شخصياتهم وانطلاقا من الاختيار يعبر الفرد عن معرفته بالمهنة ويعبر عن مفهوم الذات لديه , لذلك يمكن اعتباره كبروتوكول اسقاطي أو تعبيري.

أما Super 1969 فيرى أن الاختيار هو تأكيد لمفهوم الذات لدى الفرد , ويرى Ginzberg أن الاختيار المهني هو سيرورة مستمرة خلال فترة المراهقة.

(حبيب الأسدي: 1980، ص 40)

2- المساهمات النظرية في الاختيار المهني:

اختلفت النظريات التي تناولت وساهمت في تطوير مفهوم الاختيار المهني, وسنتطرق في هذا الفصل الى أهم النظريات وهي نظرية Super وونظرية Ginzberg.

1.2- نظرية Super:

يرى Super أن الافراد يميلون الى اختيار المهن التي يستطيعون من خلالها تحقيق مفهوم عن ذاتهم والتعبير عن أنفسهم, وأن السلوكات التي يقوم بها الفرد لتحقيق مفهوم ذاته مهنيا عبارة عن المرحلة النهائية التي يمر بها وعندما ينضج الفرد يصبح الذات مستقرا.

كما يتطلب مفهوم الذات من الفرد ان على نفسه كفرد متميز وفي نفس الوقت عليه أن يدرك التشابه بينه وبين الاخرين, ومفهوم الذات غير ثابت فهو يتغير نتيجة النمو والتطور العقلي والنفسي والجسمي للفرد , وكذلك نتيجة تفاعله مع الاخرين والافتداء بهم.

ويتطور مفهوم الذات المهنية بنفس الطريقة وفي الوقت الذي تظهر فيه عملية التفريق بين الذات والآخرين يبدأ الفرد بتحقيق هويته وبتطوير صورة عن نفسه وسلوك يتناسب والانماط الثقافية ثم ينتقل من الاقتداء بالنماذج العامة الى النماذج الخاصة , فالمرهق يدرك أن حياة والده ليست مثالية عندما يجد راشدين آخرين يشكلون نموذج هويته , وقد حدد Super مراحل عملية الإختيار المهني وسماها بواجبات النمو المهني وهي:

أ- مرحلة الاستكشاف Exploration:

تعني التعرف على مختلف الامكانيات المتاحة من طرف المحيط عندما تفرض وضعية الإختيار بحيث يقوم الفرد بالبحث والاستقصاء عن المعلومات الضرورية لتكوين صورة الذات وتصور مهني ومحاولة تجريب هذه الادراكات في الواقع .

ب- مرحلة التبلور Cristalisation:

ازالة الغموض وتوضيح كل الوضعيات وذلك بترتيب كل المعلومات المهنية المكتسبة وتنظيم ادراكات الفرد لمختلف الادوار المهنية ومعرفة ولو بصفة عامة ميدان التوجيه بحيث يكون تحديد الفرد لمشروعه المهني غير نهائي , تترجم هذه الفترة بميل الفرد لمجال مهني معين أي محاولة ترجمة صورة الذات الى مفهوم مهني .

ج - مرحلة التحديد والتخصيص Specification:

ينتقل الفرد في هذه المرحلة من الإختيار المهني العام الى الإختيار المهني الخاص , ويتم في هذه المرحلة التحقيق المنطقي للمهام السابقة , وبصفة أدق مجال التوجيه وبداية الالتزام بإختيار مهني محدد والذي يعبر عن مشروع مهني دقيق .

د- مرحلة التنفيذ Implementatio:

يتم الانتهاء من التعليم والتدريب اللازمين للمهنة والدخول في مجال العمل المهني وتنفيذ القرارات المهنية المتخذة.

هـ- مرحلة الثبات والاستقرار Stabilisation:

من خصائصها الثبات في العمل واستعمال الفرد لمواهبه لإثبات صحة وملائمة القرار المهني وفي هذه المرحلة قد يغير الفرد في مستواه المهني دون تغيير المهنة.

(حبيب الأسدي: 1980، ص41)

و- مرحلة التقدم والنمو:

تتوطد في هذه المرحلة علاقة الفرد في مهنته من خلال اتقان مهارات العمل التي يكتسبها نتيجة قدمه فيه , ويشعر الفرد في هذه المرحلة بالامن والرضى والراحة النفسية .
من خلال نظرية Super يتضح أن الإختيار المهني الذي يقوم به الفرد ما هو الا تعبير عن ذاته , هذا الاخير الذي يتغير وفقا لمراحل العمر التي يمر بها , ويتحقق مفهوم الذاتى في المرحلة النهائية التي تتسم بالنضج.

2.2- ونظرية Ginzberg:

يرى Ginzberg أن الإختيار المهني عبارة عن سيرورة نمو من خلالها تؤثر السلوكات الماضية للفرد على القرارات الحاضرة والمستقبلية له.

أهم مبادئ هذه النظرية كما يشير لها Legres و Permardin 1988 هي:

- الإختيار المهني سيرورة نمو طول فترة مراهقته.

- تعتبر هذه السيرورة غير ارتدادية الى حد كبير , ويتحدد اختيار مهنة ما بقرارات سابقة.

- تهدف هذه السيرورات الى التوفيق بين حاجات الفرد وارغامات المحيط الخارجي.

- الإختيار المهني ناتج عن اليات شعورية

ويرى Ginzberg أن هناك اربعة متغيرات أساسية تتحكم في عملية الإختيار المهني تتمثل في الواقعية , نوع التعليم , العوامل الانفعالية والقيم , فالقرارات المهنية التي يتخذها الفرد لا تأتي من فراغ وإنما جاءت لتلبية واقع معين في حياة الانسان كما أن لضغط البيئة الاجتماعية والاقتصادي دورا فيها .

فقد دلت النتائج التي توصل اليها الباحث أبناء الطبقة الاقتصادية البسيطة كانوا أكثر تشبعا بالخبرات وأكثر سلبية في معالجة الإختيار المهني, بينما تميز أبناء الطبقة الاقتصادية الراقية باهتمامهم الكبير بمهنتهم المستقبلية والقلق المرتبط بهذه الحالة.

(حبيب الأسدي: 1980، ص41)

ومن ناحية أخرى يرى Ginzberg أن العملية التربوية ونوع التعليم ومستواه يلعب دورا في عملية الإختيار المهني بالاضافة الى اتجاهات الفرد العاطفية وقيمه الشخصية والاجتماعية.

اما من ناحية الاختيار المهني نفسه, فيرى انها عملية مستمرة طيلة حياته أي أن الانسان يستطيع اختيار مهن مختلفة طيلة حياته ويستطيع التوفيق بين رغباته الشخصية وإمكاناته مع عالم المهن ومع الفرص المهنية المتاحة له. كما أن الفرد يمر بمراحل مختلفة يتطور خلالها حتى يستطيع أن يتخذ قرارا مهنيا مناسباً , وتتمثل هذه المراحل فيما يلي:

أ- مرحلة الاختيارات الخيالية **Periode des choix fantaisie**:

تمتد من 5 إلى 6 سنوات حيث يتخيل الطفل مهنة ما من خلال اللعب وتتصف اختيارات الطفل في هذه المرحلة بأنها غير واقعية أي دون مراعات واقعية لقدراته ولا لي مفهوم الزمن.

ب- مرحلة الاختيارات المؤقتة **Periode des choix-tentative**:

تمتد من 11 إلى 17 سنة تتميز بنمو سريع لخصائص الفرد وتزايد إدراكه لذاته وللعالم الخارجي ويصبح اختيار مهنة ما ذا دلالة بالنسبة للفرد , ويزداد احساس الفرد بهذه المشكلة نتيجة اكتساب المنظور الزمني الذي يساعده على الربط بين الافعال الحاضرة والنتائج المستقبلية , لكن رغم هذا النمو تبقى اختيارات الفرد غير مستقرة ومؤقتة.

وتنقسم هذه المرحلة إلى ثلاث مراحل:

◀ مرحلة الميل:

تمتد من 11 إلى 12 سنة , وفي هذه المرحلة يحدد الطفل ما يحبه من المهن , أي ما يميل اليه وما لا يميل اليه آخذا بعين الاعتبار قدراته . تتميز الاختيارات المهنية عند الطفل بأنها غير ثابتة من جهة وأنها تأتي نتيجة التأثير بالوالدين .

◀ مرحلة القدرة:

تمتد من 13 إلى 14 يراعي فيها الفرد مستوى قدراته ويدرك بان كل نشاط يحتاج لقدرات مختلفة لذلك هو يميل لمزاولة النشاطات التي يقوم بها المعلمون , المربون , الاصدقاء , والناس المهمين في حياته.

(حبيب الأسدي: 1980، ص41)

◀ مرحلة القيم:

تمتد من 15 إلى 16 سنة ويدرك الفرد في هذه المرحلة أن الاعمال التي يقوم بها يجب ألا تشبع اهتماماته فقط بل يجب ان تخدم الاخرين المحيطين به. بمعنى أن العمل يجب أن يخدم أهدافا إنسانية. والفرد في هذه المرحلة يحاول أن يوفق بين قدراته والمهن التي تتناسب

معها، الفرد يتعرف على قيمه ويحاول أخذها بعين الاعتبار وهي قيم خاصة بالعمل، محيط العمل، نتائج العمل.

ج- مرحلة الانتقال:

تكون هذه الاخيرة في سن 17، تتميز بالواقعية والثبات النسبي، يتحمل الفرد مسؤولية قراره المهني ونتائجه، يصبح أكثر استقلالية عما كان عليه قبل اختياره المهني، ويكون أكثر قدرة على ممارسة مهاراته بحرية تامة و يبحث عن بعض المواقف لتجريب الميول والقدرات والقيم من أجل اتخاذ قرارات ملائمة، ويرى Ginzberg أنها تتميز بظهور المصالح المسيطرة على ميوله والتعرف على القيم التي تشكل من العمل عنصر للرضى، بالإضافة الى التغيير الذي يتناسب مع وقت اندماج الشاب في اختياراته.

د- المرحلة الواقعية:

تمتد من 18 الى 21 سنة فما فوق، تتميز باستقرار الاختيار واكتمال النضج، كما يستعمل فيها الفرد كل الميكانيزمات التي تساعده على الاختيار الفعلي وقسمها الباحث الى ثلاث مراحل:

هـ- مرحلة الاستكشاف:

وهي عملية البحث عن المعلومات الضرورية حول مهنة ما، كما تظهر في هذه المرحلة بعض السلوكات النفسية السلبية كالقلق وعدم الامان وعدم الارتياح من أثر الضغط الممارس من طرف المحيط على الفرد وارغامه على اختيار مهنة ما مهما كانت الظروف.

و- مرحلة التبلور:

يكون الفرد أكثر قدرة على تحديد التخصص أو العمل الذي يناسبه تماما ويستطيع أن يعرف المهن التي تتناسب مع قدراته وميولاته، ويكون أكثر ثباتا في اختياره المهني.

(حبيب الأسدي: 1980، ص42)

ز- مرحلة التخصص:

في هذه المرحلة يكون الفرد قد اختار العمل الذي يريده بعد ان اكتشف قدراته وميوله ومتطلبات العمل، وبلور فكرة عن العمل الذي يتفق وميوله ومرحلة التخصص تمثل مرحلة الانخراط في العمل والبقاء فيه والاستفادة من عوائده من خلال التعرض لنظرية Ginzberg يتضح أن عملية الاختيار المهني للفرد مرتبطة بمراحل النمو التي يمر بها

بواقعه واتجاهاته العاطفية وضغط البيئة الاجتماعي والاقتصادي، لذلك نجد اختلافات بين الافراد الذين ينتمون للطبقة الغنية وأفراد الطبقة الفقيرة الذين يكون اختيارهم واتخاذهم للقرارات المهنية مبكرا وسريعا وليس من الضروري الانتقال من مرحلة التجريب الى المرحلة الواقعية، وهذا ناتج عن ضغط الحاجة والظروف الاقتصادية وبهذا يكون الفرد مجبرا على ممارسة أي مهنة بغض النظر على أنها لا تتناسب مع قدراته وميوله وقيمه.

بعد التطرق الى مراحل مختلفة لنمو الاختيار المهني من خلال نظريتي Super و Ginzberg نجد ان مرحلة الاستكشاف أول مرحلة في النمو والتي من خلالها يبدأ الفرد بالبحث والتقصي عن المعلومات الضرورية لتكوين صورة حول ذاته ومحيطه المهني، ولا يكون هذا الامل خلال التوجيه الذي يعمل على توفير المعلومات الضرورية التي تساعده على ادراك ذاته والمحيط الخارجي، وبالتالي مساعدته على بناء مشروعه المهني والقيام بالاختيار المهني في اطار هذا المشروع.

(حبيب الأسدي: 1980، ص42)

3- العوامل المؤثرة في الإختيار المهني:

1.3- العوامل المحيطة:

إن بناء المشروع المهني يكون مرتبطا بالمحيط الذي يشجعه أو يحبطه، هذه الفكرة نجدها عند الكثير من الباحثين منهم wallon الذي يركز على أهمية المحيط الاجتماعي في التطور النفسي للطفل، هذا الأخير يكون مشبعا بنظام علائقي بين الفرد ومحيطه، وفي هذا الإطار يصف Wallon تطور المشروع كنظام الخصائص المرتبطة بين الطفل والمراهق والراشد والمحيط الاجتماعي والمهني ، كما يرى أنه لا يمكننا تصور أي كفاءة الا ويكون المجتمع مصدرا لها والمحفز الوحيد للفرد في اختيار الدراسة والمهنة.

(أحمد خليل القرعان: دت، ص 29)

2.3- الأسرة:

تلعب الاسرة دورا هاما في توجيه الابناء نحو الدراسة، حيث أن البنية الاسرية هي التي تحدد اتجاهات أفرادها، ويشير Lautrey الى علاقة بين الانماط التربوية العائلية وتطور السيرورات الضرورية لصياغة اختيار ما، كما ربط هذه المتغيرات بالمستوى الاجتماعي للعائلة وذلك خلال النجاح المبكر في اختبارات التفكير الافتراضي الاستدلالي لفئة من

المراهقين مأخوذة من محيط اجتماعي راقى، وتتمثل أهم النتائج المتوصل إليها في استخلاص 03 انماط تربوية هي:

- النمط التربوي ضعيف الهيكلية.

- النمط التربوي من الهيكلية.

- النمط التربوي متشدد الهيكلية.

ويعتبر النمط الثاني النمط التربوي من الهيكلية أحسن الانماط كونه يثير التطور المعرفي للطفل نتيجة تعزيز بعض الخصائص النفسية كالاستقلالية وروح المبادرة .

أما النمط الثالث فنجده يسود الاوساط الشعبية كالخضوع وطاعة اراء الغير ويبدو واضحا أن الاسرة تلعب دورا كبيرا في تنشئة الفرد وتزويده باتجاهات وقيم المجتمع وبالتالي تقبله لبعض الاشياء أو رفضه لها ومن بينها المهنة المختارة , فقد يكون اختيار الفرد لمهنة نتيجة لنصائح أو ضغط الاولياء وهذا رغبة منهم في التعويض من طرف أبنائهم وهذا ما يعرف بوراثمة المهنة.

(حامد عبد السلام زهران: 1980، ص 88)

3.3- الطبقة الاجتماعية:

ان الطبقة التي ينتمي اليها تؤثر على اختياره المهني من حيث نوع المهن المتاحة والتفكير في الاشغال بها, بالاضافة الى ذلك درجة الاهتمام التي تحضى بها المهن المختلفة فقد تكون مهنة مقبولة وذات أهمية كبيرة من غيرها من طرف بيئة اجتماعية ما, بالاضافة الى الانتماء الثقافي الاجتماعي للفرد يؤثر على اختياراته المهنية نظرا للدور الذي يلعبه في تطوره المعرفي وبالتالي تأثيره على نجاحه المدرسي والمهني, وفي هذا المجال يشير Tofigh الى أن مستوى الطموح ونوع المهنة المراد دراستها ينخفضان مع انخفاض المستوى الثقافي الاجتماعي للعائلة وترتفع هذه التأثيرات مع السن فهي قوية في 14 و 15 سنة أكثر منها في سن 11 و 12 سنة, ويشير كل من Bacher و Rechlin الى أن مشاريع التلاميذ وعدد السنوات المحدد للدراسة ترتبط بمستوى التطور الاقتصادي للمنطقة التي يعيش فيها التلاميذ وبالوضعية الاجتماعية والثقافية للأسرة وبالتخصص المتبع من طرف هؤلاء التلاميذ .

4.3- العوامل الشخصية:

أ- ادراك الخصائص المرتبطة بالذات:

تعتبر التصورات المكتسبة حول الذات عاملاً مؤثراً في الاختبارات الفردية، إذ من خلال هذه التصورات يقيم الفرد إمكانياته الفعلية وقدراته الكامنة في علاقتها ببعض المتطلبات الاجتماعية، ففي حالة ما إذا كانت التصورات المكتسبة غير الصحيحة من خلال التقييم السلبي لإمكانيات وقدرات الفرد يصبح القرار المتخذ لاختباره قرار غير سليم، في هذا الإطار يرى Krumboltz أن الإنجازات المحققة من طرف الفرد ماهي إلا قاعدة للتعزيزات الإيجابية أو السلبية. فالفرد يصرح باتجاهات إيجابية نحو بعض تخصصات التكوين والعمل من خلال تلقيه تعزيزات إيجابية واسعة والعكس فإنه يصرح باتجاهات سلبية نحو البعض منها وهذا من خلال التعزيزات السلبية ككرهه لبعض التخصصات على مستوى الدراسة وبالتالي فإن التصور الخاطئ لذاته يؤثر على اختباره ومشاريعه المستقبلية.

(سعد جلال: 1992، ص 26)

ب- الجنس:

يلعب الجنس دوراً هاماً في تحديد نوع التصورات المهنية والتي تؤثر بدورها على الاختيار المهني للأفراد حيث توصل Larceau إلى أن الذكور يميلون إلى النشاطات الرياضية والعلمية والتقنية أي التوجيه نحو الأشياء. على عكس الإناث يملن إلى اختبار النشاطات الاجتماعية و الانسانية أي التوجيه نحو الأفراد.

وتوصل Descombes إلى أن الذكور أكثر ميولاً للأعمال الميكانيكية والعلمية أما الإناث فيميلن أكثر إلى الخدمات الاجتماعية و المكتبية. ويرى كل من Legret و Permartin أنه لا يمكن الحديث عن انخفاض مستوى النجاح الاجتماعي مقارنة بالذكور لأنه تحت تأثير الأدوار الاجتماعية بحيث يعبر كل جنس على مستوى نجاحه بطريقته الخاصة.

ومن خلال الدراستين السابقتين لـ Larceau و Descombes يتضح وجود فروقات بين الجنسين فيما يخص الميل نحو نشاطات معينة وأنها تحت تأثير الأدوار المفروضة من طرف المجتمع على كل منهما.

(سمر محمد: 2010، ص 26)

ج- الاعلام:

يلعب الاعلام دورا هاما في بناء السيرورة التربوية لبناء المشروع, فهو عنصر من عناصر التوجيه يعمل على مساعدة الفرد لتطوير اتجاهاته والتعرف على ذاته والمحيط الخارجي, ويرى Permartin أن التوجيه لا يعلم بل يمنح الشخص فرص الاكتشاف.

والمعلومات التي تكون بحوزة الشاب تساعده في الخوض في المستقبل تدريجيا وذلك بالتعرض وصياغة حاجاته وتوصيله الى الاستقلال الذاتي الذي يلعب دورا هاما في اثاره مواقف منبهة لكي يتمكن الشخص من خلالها من تكوين مواقف معينة, والتدخل المبكر للتوجيه يعتبر ضروريا للتخفيف من ثقل الحتميات وتأثير السلوكات المكررة والعوامل الثقافية والاجتماعية والمقولات الاجتماعية التي تخص الاختيارات المهنية وتوسيع اختيارات الشباب خاصة في الاوساط المحرومة, فتزويد الفرد بالمعلومات الضرورية ومساعدته على تطوير المعارف والاليات الذهنية وتوسيع تصوراتهِ التي تمكنه من بناء مشروع مهني يكون اساس قراراته في اختيار الوسائل المناسبة لتحقيقه مثل اختيار التكوين المناسب.

من خلال الدراسات السابقة يبدو جليا أن اختيارات الافراد تتأثر بالعوامل الاجتماعية الثقافية والعائلية من جهة والعوامل الشخصية من جهة أخرى, وهذه العوامل تؤدي بالفرد الى تكوين صورة لذاته وصورة حول المهن ووضع اكتساب تصورات مستقبلية والتي من خلالها تأخذ مشاريعه شكلا معيناً, وقد يقبل الفرد بعض المهن وهذا لتكوينه نظرة ايجابية عنها, وقد تخضع المشاريع المهنية - سواء كان للذكر أو الانثى - للتأثيرات النمطية المتعلقة بممارسة مهنة ما من طرف الذكر أو الانثى.

(مصطفى دعمس نصر: 2010، ص 36)

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع

إجراءات الدراسة الميدانية

تمهيد

1- الدراسة الاستطلاعية

2- حدود الدراسة

3- عينة الدراسة

4- منهج الدراسة

5- أدوات الدراسة

6- الأساليب الإحصائية

خلاصة الفصل

تمهيد:

بعد محاولتنا تغطية الجانب النظري للبحث، سننتقل من هذا الجزء إلى الإحاطة بالموضوع من جانب تطبيقي، والقيام بدراسة ميدانية تهدف إلى تحقيق الأهداف المسطرة من قبل فيما تتأكد صحة الفرضيات وذلك بعد تحقيق النتائج إلى جانب معالجة النقائص والمشاكل التي تتجم عن هذا الموضوع حتى نتمكن من الخروج بنتائج تعود بالفائدة على الجميع خاصة المتربصين.

1- الدراسة الاستطلاعية:

وهي من التقنيات التي تعمل على توضيح الأفكار لدى الباحث والرؤى وإعطائه فكرة حية ومدققة حول طبيعة الموضوع الميداني المدروس، نظرا لان البحوث في هذا النوع تعتمد أساسا على تحليل البيانات والمعطيات التي تتبلور في اطار التقرب من ميدان البحث والاتصال بالمترشحين للإلمام بكل دقائق البحث والهدف من ذلك هو الوصول إلى بناء المعطيات الأولية حول عينة البحث حتى يتسنى لنا تحضير التقنية التي تسمح لنا بالتقرب من المبحوثين وفي بحثنا هذا كانت دراستنا الاستطلاعية على مرحلتين؛

◀ المرحلة الاولى: قمنا فيها بإجراء مقابلة مع مستشار التوجيه في المركز لمعرفة طريقة سير عملية الاعلام والتوجيه في المركز، وقد مكنتنا هذه الدراسة من بناء فكرة عامة حول المجتمع المدروس واختيار حجم العينة.

◀ المرحلة الثانية: فتم فيها توزيع الاستبيان على أفراد العينة.

2- حدود الدراسة:

1.2- الحدود المكانية:

أجريت تطبيقات الدراسة الميدانية في المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني ببوسعادة.

نبذة عن المعهد:

أنشئ المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني ببوسعادة بمرسوم تنفيذي رقم 02/465 بتاريخ 2002/12/22 وهو عبارة ترقية لمركز التكوين والتمهين ببوسعادة 2 الذي أنشئ بمرسوم تنفيذي رقم 160/97 بتاريخ 10/05/1997، الذي دشن رسميا بتاريخ 19/10/1998.

تخصص المعهد حدده القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 28 أكتوبر 2004 وهو تخصص: فندقة . سياحة وحرف تقليدية .

وقد حضي المعهد بشرف زيارة رئيس الجمهورية يوم 06 أكتوبر التي تفقد فيها هياكل المعهد وهي المناسبة التي تم فيها تسمية المعهد باسم الشهيد طيبي رابح . احد شهداء المنطقة.

طاقة الاستيعاب البيداغوجية: 450 مترص.

◀ يتربع المعهد على مساحة تقدر ب 15000 متر مربع منها 10000 متر مربع مبنية ويظم مجموعة الهياكل التالية:

◀ الإدارة بفرعيها التقنية والمالية.

◀ الجناح 1: الادارة العامة ومديرية الإدارة والمالية: عدد المكاتب 12.

◀ الجناح 2: مديرية الدراسات والتريصات: عدد المكاتب 04.

◀ مكتب الاستقبال، الاعلام والتوجيه: 03 مكاتب.

◀ 06 قاعات دراسة مكيفة سعة كل واحدة منها 30 مقعدا .

◀ 10 ورشات كل منها تحتوي على قاعة للدروس النظرية وقاعة للدروس التطبيقية، مخزن.

◀ مدرج يتسع ل300 مقعد مجهز بجهاز للعروض وجهاز لضبط الصوت.

◀ مكتبة.

◀ قاعة مطالعة بسعة 152 مقعد.

◀ الإقامة الداخلية للإناث والذكور بطاقة استيعاب 120 سرير.

◀ عدد الغرف 12 غرفة، 06 غرف للمترشحين و 06 للمترصات بسعة 10 أسرة لكل غرفة.

◀ مطعم يتسع لـ 200 مقعد.

◀ نادي مجهز بـ: طاولات، كراسي، جهاز تلفاز، ضاغط قهوة.

◀ خزان المياه 02 بسعة 50 متر مكعب.

◀ المساحة المستغلة للأنشطة الرياضية: ساحة المعهد.

◀ حاضرة السيارات: سيارة 02، شاحنة، حافلة 26 مقعد.

العنوان:

المدينة الجديدة / طريق سيدي عامر بوسعادة.

2.2- الحدود الزمانية:

لقد مرت دراستنا بمراحل زمنية شهدت زيارة ميدانية كانت بمثابة دراسة استطلاعية وبعد ذلك تم تحديد أفراد العينة ومن ثم قمنا بتوزيع الاستبيان ويمكن توضيح ذلك في ما يلي:

◀ المرحلة الأولى: من 04 إلى 07 مارس 2018 تم فيها زيارة مكان الدراسة وشرح إجراءات الدراسة للطاقم الإداري.

◀ المرحلة الثانية: من 11 إلى 15 مارس 2018 تم فيها إجراء دراسة استطلاعية كما تم فيها إجراء الدراسة الأساسية (تحديد أفراد العينة وتوزيع الاستبيان).

3- عينة الدراسة:

من الصعب أخذ كل مجتمع المبحوثين لأن الوقت محدد لا يسمح بالتوسع مع كل المتربصين، كان علينا اخذ فئة تتوفر فيها كل الشروط والصفات الموجودة في المجتمع الأصلي نحن نعلم ان هناك أنواع من العينات ذلك ما جعل لكل بحث خصوصيات لاختيار عينة تكون اكثر خدمة للبحث وقد اخترنا نحن في دراستنا العينة العشوائية، وتعرف على أنها؛ "العينة التي تختار من مجتمع البحث بعد تقسيمه الى فئات أو مجاميع معينة تبعا لمقاييس معينة".

(مروان عبد المجيد إبراهيم: 2000، ص 51)

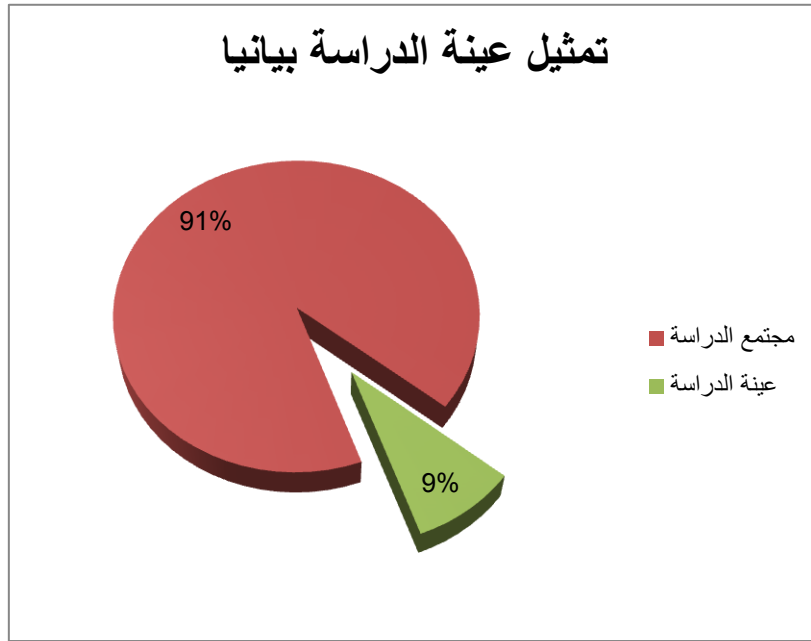
وتم سحب عينة الدراسة من المجتمع المستهدف المكون من: 410 متربصا موزعين على التخصصات التالية:

الرقم	التخصص	عدد المتربصين
1	مسير أشغال البناء	41 متربص.
2	مسالك والشبكات المختلفة	37 متربص.
3	معالجة المياه	36 متربص.
4	الالكترونيك صناعية	37 متربص.
5	تصميم أزياء	35 متربص
6	فندقة	33 متربص.
7	تسويق	37 متربص.
8	محاسبة	39 متربص.
9	رسام مسقط	35 متربص.
10	أمين مخزن	38 متربص.
11	أمين مديرية	42 متربص.
	المجموع	410

الجدول رقم (01): توزيع المتربصين على التخصصات.

تمثيل عينة الدراسة:

قدرت عينة الدراسة ب: حوالي 10% واستقرت على 40 متربص اختيروا بطريقة السحب العشوائي وكان تمثيلها كالاتي:



الشكل رقم (01): يمثل نسبة أفراد عينة الدراسة.

4- منهج الدراسة:

مما لاشك فيه أن طبيعة المشكلة في أي بحث هي التي تحدد بالدرجة الأولى منهج البحث المناسب لمعالجتها، وبما أن دراستنا تقوم على أساس البحث والكشف عن ما إذا كان الاعلام المؤسساتي يؤثر على عملية الاختيار لدى المترشحين في المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني ببوسعادة، فإن المنهج الملائم لطبيعة هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي. والذي عرفه تركي رابح، 1984، كما يلي: "المنهج الوصفي التحليلي هو كل استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر التعليمية أو النفسية، كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها لتحديد العلاقة والتأثير بين الظاهر التعليمية أو النفسية او الاجتماعية".

(قيسي محمد السعيد: 2005، ص 156)

5- أدوات الدراسة:

تم الإعتماد في هذه الدراسة على أداة وحيدة لجمع البيانات الميدانية تمثلت في استمارة استبيان، حيث تعتبر أداة البحث الوسيلة التي يمكن بواسطتها للباحث حل المشكلة المطروحة، باعتباره انجح وسيلة للتحقق من الإشكالية التي قمنا بطرحها، كما يسهل علينا جمع المعلومات المراد الحصول عليها انطلاقا من الفرضيات السابقة، وهذا لأنه يتضمن مجموعة من الأسئلة التي يتم صياغتها لتخدم فرضيات الدراسة، وقد تضمنت الأداة ثلاثة محاور أساسية، كل محور يخدم فرضية فرعية حيث تكونت من (17) بند توزعت على ثلاثة (03) محاور كالاتي:

◀ المحور الأول: تكون من ستة (06) أسئلة.

◀ المحور الثاني: تكون من ستة (05) أسئلة.

◀ المحور الثالث: تكون من ستة (06) أسئلة.

6- الإساليب الإحصائية:

لتحليل البيانات تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وهذا من خلال استخدام النسب المئوية، والهدف منها هو تحويل الاجابة من معلومات خام إلى نتائج قابلة للتحليل والتفسير حتى تصبح ذات دلالة إحصائية، ويعرف احسان محمد حسن الأداة الإحصائية بـ: "الوسيلة الإحصائية في مجال العلوم الإجتماعية والعلوم النفسية ترتبط ارتباطا وثيقا بالعمل والبحث المطلوب وتعتبر الوسائل الإحصائية جانب مهم ومكمل للبحث"

(احسان محمد حسن: 1986، ص 54)

وفي طريقة بحثنا هذا استعملنا طريقة النسب المئوية والصيغة هي كالتالي:

$$\frac{\text{النسبة المئوية}}{\text{مجموع التكرارات م (ن)}} = \frac{\text{التكرار (ن)} \times 100}{\text{مجموع التكرارات م (ن)}}$$

- حيث أن:
- (ن) هو عدد التكرارات.
- م (ن) هو عدد التكرارات الكلية.

خلاصة الفصل:

من خلال كل ما سبق في هذا الفصل يمكن لنا أن نستفيد منه في فهم، واستيعاب المنهج المستخدم في هذه الدراسة، والأدوات والوسائل العلمية التي تم الاستعانة بها في جمع المعلومات والبيانات، كما تعرفنا على عينة الدراسة، كل هذا بما يكفي حتى نتمكن من إجراء الدراسة بصورة مدققة ومفهومة.

الفصل الخامس

عرض وتحليل النتائج

تمهيد

- 1- عرض وتحليل النتائج
 - 2- مناقشة النتائج تبعاً للفرضيات
 - 3- استنتاج عام
- خلاصة الفصل

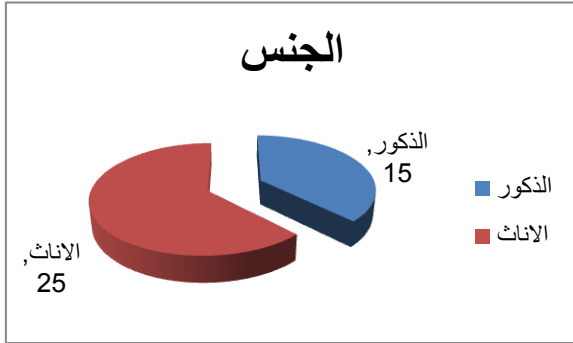
تمهيد:

تكتسي عملية عرض وتوضيح النتائج المتوصل إليها من خلال المناقشة والتحليل أهمية بالغة في الحكم على مدى صحة أو خطأ الفرضيات، ومن كل ما تقدم في الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج النظرية، والتي سنحاول فيما يلي من هذا الفصل تحليلها ومناقشة البيانات، وبالتالي الخروج بخلاصة من خلال نتائج الدراسة.

1- عرض وتحليل النتائج:

الجدول رقم (02) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس. الشكل رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	15	37.5%
أنثى	25	62.5%
المجموع	40	100%

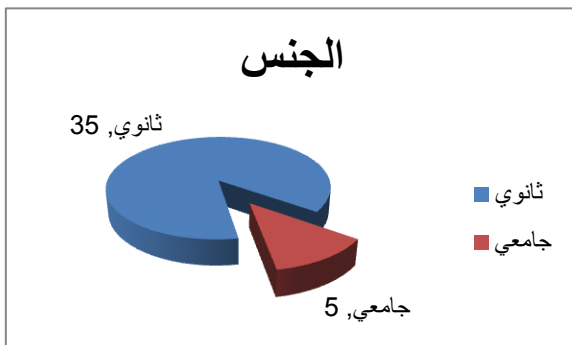


التعليق:

الجدول رقم 02 يوضح الجدول ان نسبة الإناث التي بلغت 62.5% ،اعلى من نسبة الذكور ذات النسبة 37.5%، وهذا راجع لاهتمام جنس الإناث بالحصول على مؤهل مهني يسمح لهن بدخول عالم الشغل أو خلق مشروع مهني لحسابهن الخاص، أما عن تدني مستوى التحاق الذكور بمعاهد التكوين المهني فقد يرجع هذا إلى أن أغلبهم يرغبون في الحصول على منصب عمل بصفة مباشرة ولا يتطلب تأهيل عالي .

الجدول رقم (03) : توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي. الشكل رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	35	87.5%
جامعي	05	12.5%
المجموع	40	100%



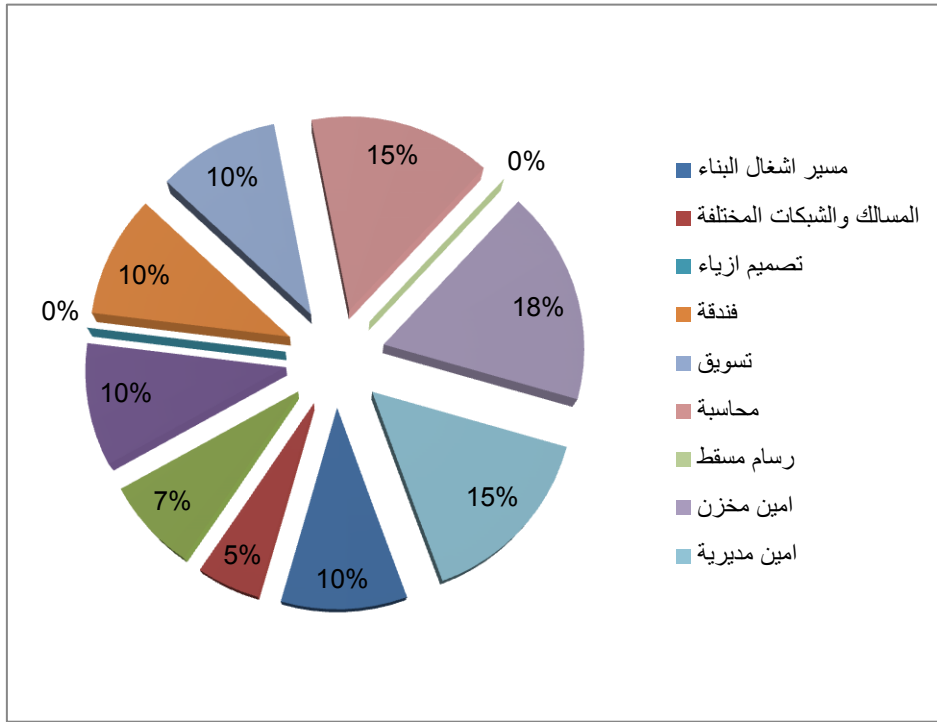
التعليق:

الجدول رقم 03 يوضح ان نسبة المترشحين اغلبهم من مستوى التعليم الثانوي بنسبة 87.5%، وهذا راجع إلى الشروط التي تتطلبها التخصصات المقترحة في معاهد التكوين المهني المتمثلة في حصول طالب التكوين على مستوى الثالثة ثانوي، بالإضافة إلى عدم نجاحهم في شهادة البكالوريا لاستكمال تكوينهم الجامعي، أما نسبة 12.5%، فتمثل فئة الجامعيين الذين يتوجهون لمعاهد التكوين للحصول على شهادة مكملة تسمح لهم بتعزيز السيرة الذاتية، الامر الذي يمنحهم الأولوية أثناء عملية التوظيف

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
مسير اشغال البناء	04	10%
المسالك والشبكات المختلفة	02	5%
معالجة المياه	03	7.5%
الالكترونيك صناعية	04	10%
تصميم ازياء	00	0%
فندقة	04	10%
تسويق	04	10%
محاسبة	06	15%
رسام مسقط	00	0%
امين مخزن	07	17.5%
امين مديرية	06	15%
المجموع	40	100%

الجدول رقم (04) : يبين توزيع عينة الدراسة المختارة على مجموعة التخصصات المدرسة في المعهد.

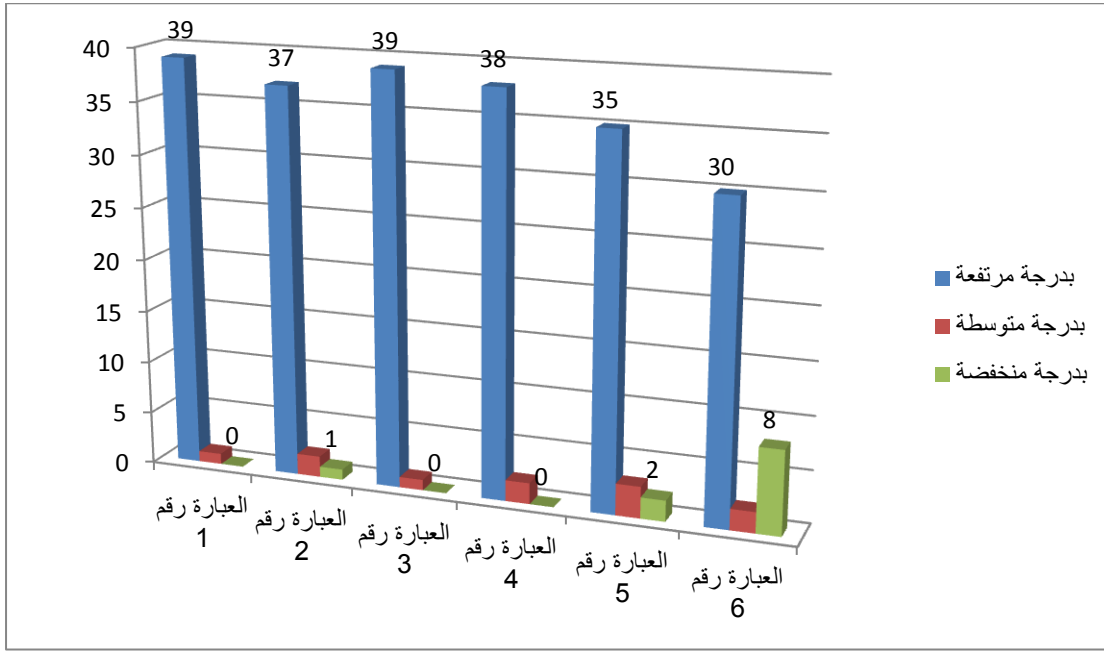
أما التخصصات ذات الطابع التقني مثل: معالجة المياه، فتمثل النسبة الأقل وهذا راجع غلى ندرة عروض التوظيف في سوق العمل.



الشكل رقم (04): يبين توزيع عينة الدراسة المختارة على مجموعة التخصصات المدرسة في المعهد.

رقم العبارة	العبارة	استجابة أفراد العينة					
		بدرجة مرتفعة		بدرجة متوسطة		بدرجة منخفضة	
		النسبة	العلامة	النسبة	العلامة	النسبة	العلامة
1	تلقيت معلومات حول التخصص من قبل مؤسسة التكوين	97.5 %	39	2.5 %	01	00 %	00
2	كان للنشاطات الإعلامية دور في اختيار تخصصك	92.5 %	37	5 %	02	2.5 %	01
3	لديك معلومات حول كل التخصصات المبرمجة في المؤسسة	97.5 %	39	2.5 %	01	00 %	00
4	أعطتك المؤسسة شروحات كافية عن كل تخصص	95 %	38	5 %	02	00 %	00
5	ساعدتك النشاطات الدورية في المؤسسة التكوينية في تكوين فكرة حول تخصصك	87.5 %	35	7.5 %	03	5 %	02
6	قدم لك الإعلام فكرة واضحة عن آفاق العمل المستقبلية	75 %	30	5 %	02	20 %	08

الجدول رقم (05): يبين اجابات أفراد العينة حول تأثير الاعلام المؤسستي في اختيار التخصص.



الشكل رقم (05): يبين اجابات أفراد العينة حول تأثير الاعلام المؤسساتي في اختيار التخصص.

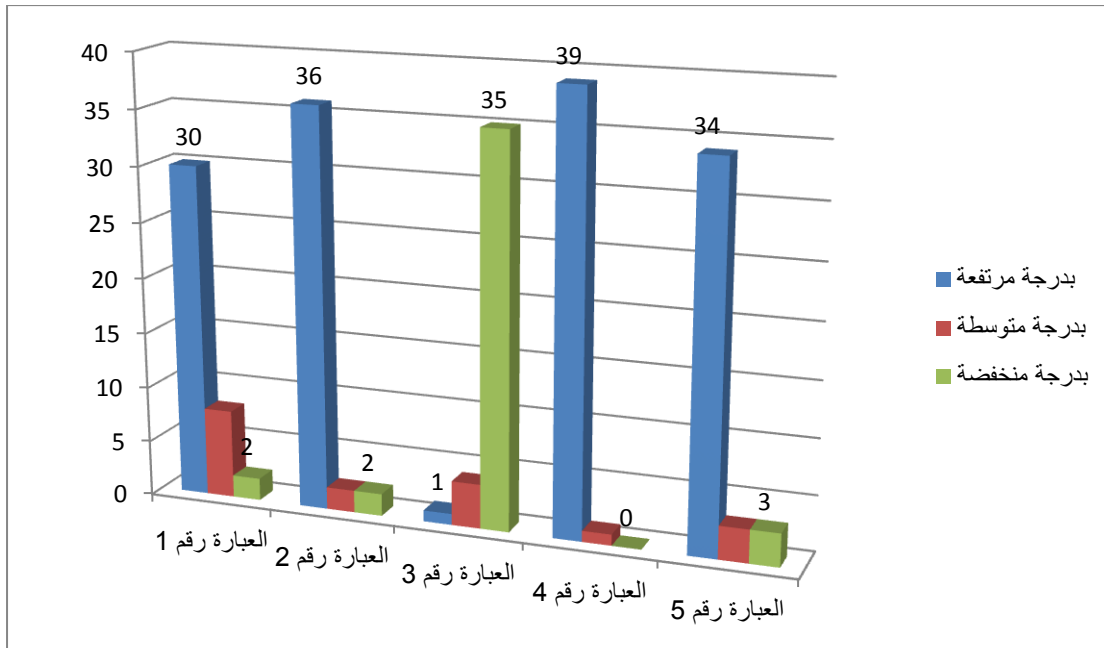
التعليق:

يوضح الجدول رقم 05 أن إجابات أفراد العينة كانت في اتجاه واحد حيث أكد على أنهم تلقوا معلومات حول التخصص من قبل مؤسسة التكوين حيث أجابوا بنسبة 97.5% بدرجة مرتفعة، وأن للنشاطات الاعلامية دور في اختيار تخصصهم واجابتهم كانت بنسبة 92.5% بدرجة مرتفعة، وكانت لديهم معلومات حول كل التخصصات المبرمجة في المؤسسة وكانت اجابتهم بنسبة 97.5% بدرجة مرتفعة، وأجاب أفراد العينة بنسبة 95% بدرجة مرتفعة على انهم تلقوا شرحات كافية عن التخصصات، كما يرى اغلب أفراد العينة ان الاعلام قدم فكرة واضحة حول الآفاق المستقبلية.

◀ من خلال اجابات افراد العينة على عبارات هذا البعد تبين انها كانت متجانسة.

استجابة أفراد العينة						العبارة	رقم العبارة
بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة			
النسبة	العلامة	النسبة	العلامة	النسبة	العلامة		
%5	02	%20	08	%75	30	تخصصك الحالي كان وفق رغبتك الشخصية	1
%5	02	%5	02	%90	36	ساهم الاعلام في التوفيق بين رغبتك الشخصية وقدراتك الشخصية	2
87.5 %	35	%10	04	%2.5	01	إذا لديك فرصة للالتحاق بتخصص آخر هل انت مستعد للتخلي عن هذا التخصص	3
%00	00	%2.5	01	%97.5	39	ساهم الاعلام في الكشف عن رغبتك الشخصية وما يتوافق مع إمكاناتك	4
%7.5	03	%7.5	03	%85	34	أثر الاعلام في عملية اختيارك وتوجهك حول التخصص	5

الجدول رقم (06): يبين إجابات أفراد العينة حول تأثير الاعلام المؤسساتاتي في الاختيار الشخصي.



الشكل رقم (06): يبين إجابات أفراد العينة حول تأثير الاعلام المؤسساتاتي في الاختيار الشخصي.

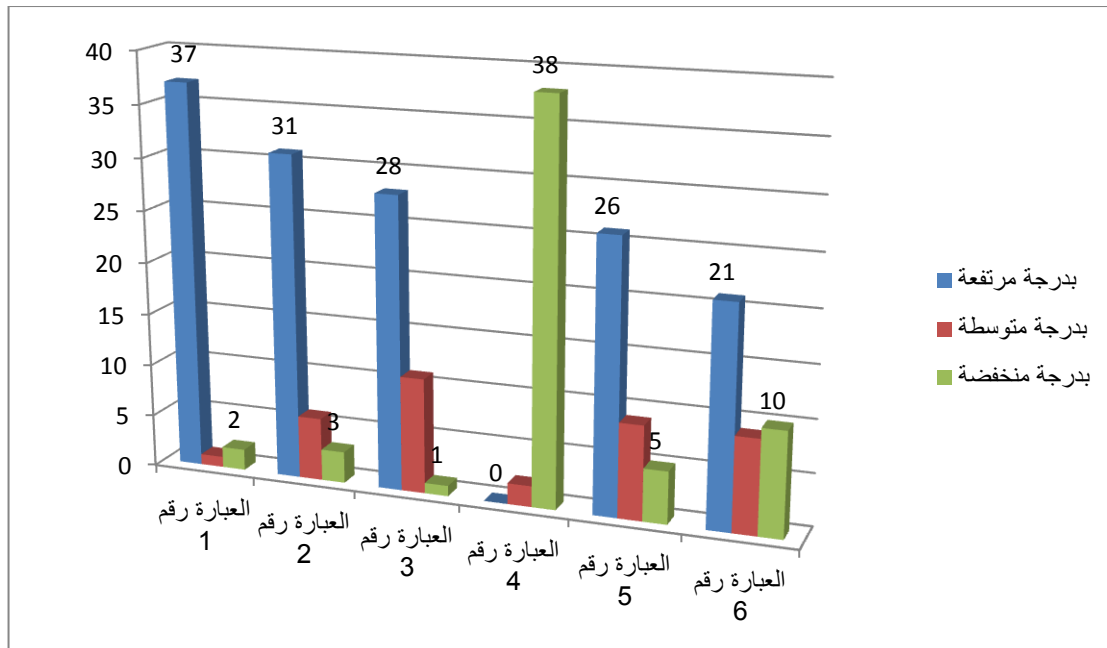
التعليق:

يوضح الجدول رقم 06 أن اجابات أفراد العينة أن تخصصهم الحالي كان وفق رغبتهم الشخصية، حيث أجابوا بنسبة 75% بدرجة مرتفعة، و20% بدرجة متوسطة، ويرى افراد العينة ان الاعلام ساهم في التوفيق بين الرغبة والقدرة الشخصية بنسبة 90% بدرجة مرتفعة، كما رفض أفراد العينة أنه في حالة ما إذا كانت لديهم فرصة للالتحاق بتخصص آخر فلن يتخلوا عن تخصصهم الحالي وهذا يظهر من خلال اجابتهم بنسبة 87.5% بدرجة منخفضة، كما ساهم الاعلام في الكشف عن الرغبة الشخصية لأفراد العينة وما يترافق مع امكاناتهم حيث اجابوا بنسبة 97.5% بدرجة مرتفعة، وأجاب 85% من افراد العينة ان الاعلام أثر في عملية اختيارهم توجههم نحو تخصصهم.

◀ يلاحظ من خلال اجابات أفراد العينة على عبارات البعد الثاني انها متجانسة بدرجة مرتفعة الى حد ما ماعدا العبارة رقم 03 حيث كانت إجاباتهم بدرجة منخفضة بنسبة 85%.

إستجابة أفراد العينة						العبارة	رقم العبارة
بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة			
النسبة	العلامة	النسبة	العلامة	النسبة	العلامة		
5%	02	2.5%	01	92.5%	37	للمعلومات التي تلقيتها كان لها دور في مواصلتك في هذا التخصص	1
7.5%	03	15%	06	77.5%	31	أنت راض عن الرغبة المختارة	2
2.5%	01	27.5%	11	70%	28	تسعى جاهدا لاستكمال تربصك في نفس التخصص	3
95%	38	5%	02	00%	00	لديك رغبة في اختيار تخصص آخر	4
12.5%	05	22.5%	09	65%	26	يوفر لك هذا التخصص فرص عمل اوفر	5
5%	02	10%	04	85%	34	بعد حصولك على منصب عمل مباشر تتخلى عن دراستك	6

الجدول رقم (07): يبين إجابات افراد العينة حول تأثير الاعلام المؤسساتاتي في مواصلة التخصص.



الشكل رقم (07): يبين إجابات افراد العينة حول تأثير الاعلام المؤسساتاتي في مواصلة التخصص.

التعليق:

يوضح الجدول رقم 07 ان المعلومات التي تلقاها افراد العينة كان لها دور في مواصلتهم في التخصص حيث اجابوا بنسبة 92.5% بدرجة مرتفعة، وأنهم راضون عن الرغبة المختارة بنسبة 77.5% بدرجة مرتفعة، و 15% بدرجة متوسطة، كما يسعون لاستكمال تربصهم في نفس التخصص حيث اجابوا بنسبة 70% بدرجة مرتفعة، ونسبة 25.7% بدرجة متوسطة، أجاب أفراد العينة بنسبة 95% بأنه ليس لديهم الرغبة في تخصص آخر ان تخصصهم الحالي الذي يزالونه يوفر لهم فرص عمل اوفر حيث أجابوا بنسبة 65% بدرجة مرتفعة و 22.5% بدرجة متوسطة و 12.5% بدرجة منخفضة .

◀ من خلال إجابات افراد العينة على بعد تأثير الاعلام على المواصلة في نفس التخصص كانت متباينة بين مختلف البدائل.

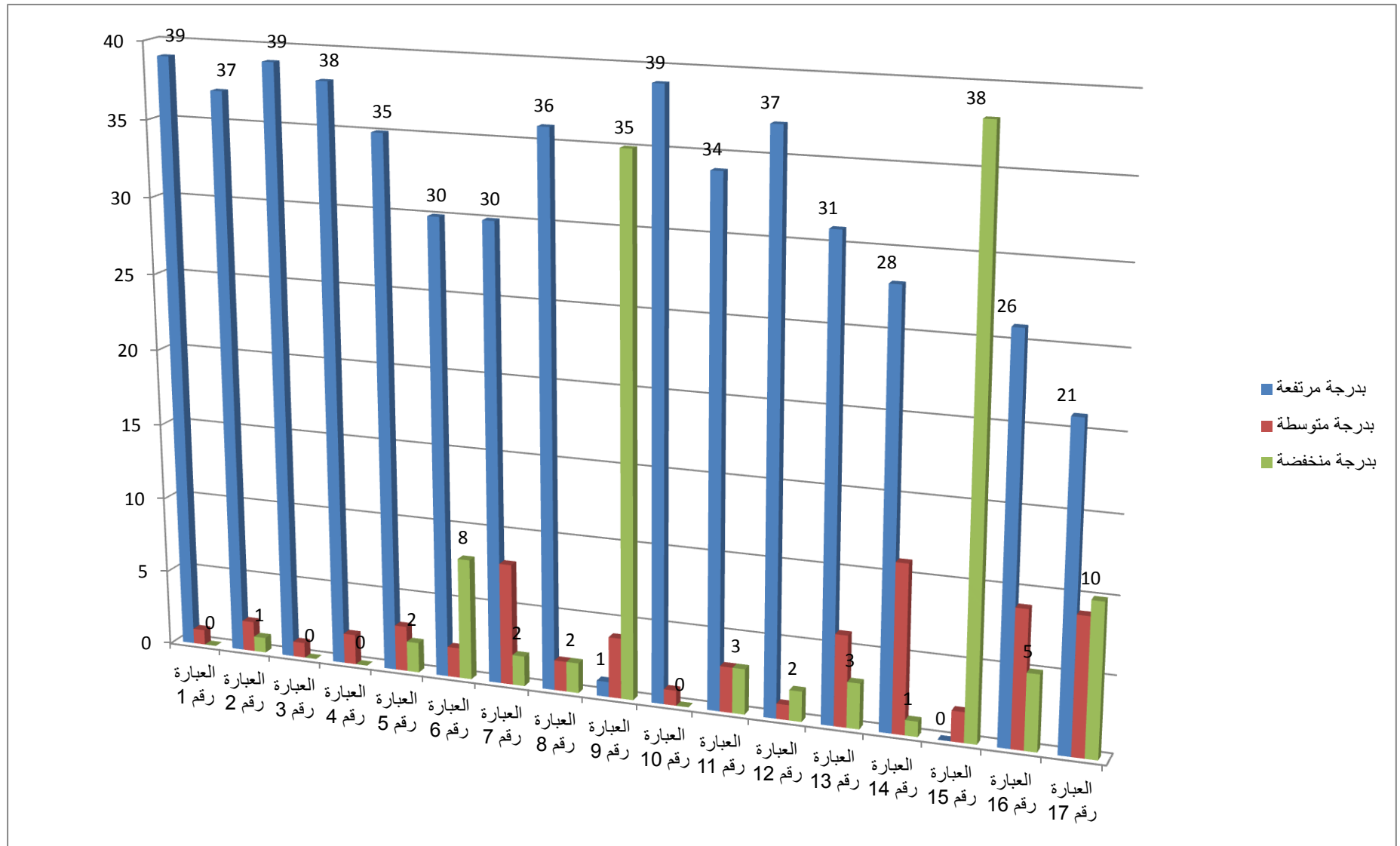
إستجابة أفراد العينة						العبارة	رقم العبارة
بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة مرتفعة			
النسبة	العلامة	النسبة	العلامة	النسبة	العلامة		
%00	00	%2.5	01	97.5 %	39	تلقيت معلومات حول التخصص من قبل مؤسسة التكوين	1
%2.5	01	%5	02	92.5 %	37	كان للنشاطات الإعلامية دور في اختيار تخصصك	2
%00	00	%2.5	01	97.5 %	39	لديك معلومات حول كل التخصصات المبرمجة في المؤسسة	3
%00	00	%5	02	%95	38	أعطتك المؤسسة شروحات كافية عن كل تخصص	4
%5	02	%7.5	03	87.5 %	35	ساعدتك النشاطات الدورية في المؤسسة التكوينية في تكوين فكرة حول تخصصك	5
%20	08	%5	02	%75	30	قدم لك الإعلام فكرة واضحة عن آفاق العمل المستقبلية	6
%5	02	%20	08	%75	30	تخصصك الحالي كان وفق رغبتك الشخصية	7
%5	02	%5	02	%90	36	ساهم الاعلام في التوفيق بين رغبتك الشخصية وقدراتك الشخصية	8
87.5 %	35	%10	04	%2.5	01	لديك فرصة للالتحاق بتخصص آخر هل انت مستعد للتخلي عن هذا التخصص	9
%00	00	%2.5	01	97.5 %	39	ساهم الاعلام في الكشف عن رغبتك الشخصية وما يتوافق مع إمكاناتك	10
%7.5	03	%7.5	03	%85	34	أثر الاعلام في عملية اختيارك وتوجهك حول التخصص	11
%5	02	%2.5	01	92.5 %	37	للمعلومات التي تلقيتها كان لها دور في مواصلتك في هذا التخصص	12
%7.5	03	%15	06	77.5 %	31	أنت راض عن الرغبة المختارة	13
%2.5	01	27.5 %	11	%70	28	تسعى جاهدا لاستكمال تربصك في نفس التخصص	14
%95	38	%5	02	%00	00	لديك رغبة في اختيار تخصص آخر	15
12.5 %	05	22.5 %	09	%65	26	يوفر لك هذا التخصص فرص عمل اوفر	16
%25	10	22.5 %	09	%52	21	بعد حصولك على منصب عمل مباشر تتخلى عن دراستك	17

الجدول رقم (08): يبين إجابات افراد العينة حول مجموع بنود إستمارة الإستبيان.

التعليق:

الجدول رقم (08): يظهر الجدول التالي استجابة أفراد العينة لكل بنود الاستبيان الخاص بتأثير الاعلام المؤسساتي على لاختيار المهني ويظهر الجدول ان كل اجاباتهم كانت ايجابية بنسب مرتفعة على البديل مرتفع بشدة بسب مئوية تراوحت ما بين أعلى نسبة 97.5 % ، وأدنى نسبة 65 %

◀ وهذا يثبت ان الاعلام يؤثر في عملية الاختيار لدى المتربصين بدرجة كبيرة .



الشكل رقم (08): يبين إجابات أفراد العينة حول مجموع بنود إستمارة الإستبيان.

2- مناقشة النتائج تبعا للفرضيات:

نستهل هذه المناقشة بالفرضية الاجرائية الاولى، ومن خلال النتائج المحصل عليها من الاستبيان وبعد معاينة النسب المئوية من الجدول: 97.5 %، 92.5 %، 95 % .
توصلنا الى استنتاج بان للإعلام دور كبير في التأثير على الأفراد في عملية اختيار التخصص.

ومن هنا يمكن القول بان الفرضية الاولى والتي مفادها:

"يؤثر الاعلام المؤسستي في اختيار التخصص بالنسبة للمترشحين بدرجة مرتفعة" قد تحققت.

أما في ما يخص الجدول الثاني وبعد معاينة نتائج الاستبيان يتضح لنا ان النسبة المئوية لإجابات المترشحين كانت كالتالي: 97.5 %، 90 %، 85 %، وما يمكن استنتاجه ان المعلومات الرسمية التي تقدمها المؤسسة للمترشحين لها دور كبير في عملية التأثير على الاختيار الشخصي وهذا يعني ان الفرضية الإجرائية الثانية والتي مفادها:

"يؤثر الاعلام في الاختيار الشخصي بالنسبة للمترشحين بدرجة مرتفعة" قد تحققت .

اما فيما يخص الجدول الثالث ومن خلال النتائج المحصل عليها من الاستبيان وبعد معاينة النسب المئوية : 92.5 %، 77.5 %، 70 %، فيما يخص الرغبة في مواصلة التكوين في نفس التخصص وعدم التخلي عن التكوين ، نجد ان الافراد الذين يملكون معلومات كافية ومضبوطة حول التخصصات لديهم الرغبة في المواصلة.

وهذا يثبت بأن الفرضية الاجرائية الثالثة:

"يؤثر الاعلام المؤسستي على المواصلة في التخصص بدرجة مرتفعة" قد تحققت.

3- استنتاج العام:

وما يمكن استنتاجه ان الاعلام المؤسساتي يلعب دورا هاما في ثبات الاختيار المهني للمتربصين، ويتضح هذا الثبات من خلال الاختيار الشخصي للتخصص وكذلك من خلال المواصلة في التخصص والعمل في نفس ميدان التخصص.

وتترجم النتائج المحصل عليها أهمية جهاز الاعلام والتوجيه في مراكز التكوين المهني.

وبالإضافة الى كل هذا يجب الاعتماد أيضا على المساعدات البيداغوجية التي تلعب دورا مهما في تهيئة الظروف والعوامل النفسية التي من خلالها يستطيع الفرد صياغة اختيار في اطار مشروع مهني مستقبلي، والتقليل من الاختيارات المدرسية والمهنية العشوائية التي تكون مرتبطة بإدراكات مؤقتة، وتكون غير منسجمة مع الامكانيات الفردية والطموحات المستقبلية كذلك التقليل من ظاهرة التخلي عن التكوين والرسوب المدرسي في حالة نقص الاعلام والتوجيه .

ويبقى التدخل المبكر للمختص في التوجيه في المراحل الاولى للتمدرس ضروريا وهذا من خلال اعلام بيداغوجي مستمر ومتواصل ومتنوع يتضمن حداثة المعلومات والاتصال المباشر بالفرد الذي يضمن نمو معارفه واتجاهاته بطريقة يصبح فيها قادرا على اتخاذ قرارات واختيارات مهنية ملائمة.

خلاصة الفصل:

من خلال عرض نتائج هذه الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من الأحكام، كما تم تفسير تلك النتائج ومناقشتها في ضوء ما أتيج لنا من تراث نظري ودراسات سابقة متعلقة بالموضوع، وفي الختام حاولنا تقديم استنتاج عام يمثل خلاصة لجميع النتائج.

خاتمة:

وفي الختام وبناءا على النتائج التي اسفرت عنها الدراسة يمكن الاشارة إلى الاهمية التي تلعبها المعلومات الرسمية التي يتلقاها المتربص حول التخصص في ثبات اختياره المهني، وهذا من التعرف على طبيعة الاختيار ورغبة المتربصين في مواصلة التكوين والعمل في نفس ميدان التكوين.

ويمكن القول انه كلما كان اختيار التخصص نابعا من ذاتية الافراد كلما كانت لديهم الرغبة في مواصلة التكوين نفسه وكذلك العمل في نفس ميدان التخصص.

وتترجم النتائج بصفة عامة الى أن جهاز الاعلام والتوجيه وصل الى درجة عالية من الفعالية في مؤسسات التكوين المهني، كما أنه يمكن الإشارة هنا إلى أن المعلومات التي يتحصل عليها المتربصون من مصادر غير رسمية لها دور في الإختيارات التي قاموا بها حتى وإن كانت هذه المعلومات جزئية وغير كافية، لكنها سمحت للمتربصين باختيار التخصصات المرغوب فيها.

قائمة المراجع:

أولا - الكتب:

- 1- ابن منظور (جمال الدين أبو الفضل محمد بن مكرم): لسان العرب، الجزء4، دار المعارف، القاهرة، (د ت).
- 2- احسان محمد حسن : الاسس العلمية لمنهج البحث الاجتماعي، دار الطباعة و النشر، ب ط، بيروت، لبنان، 1986.
- 3- أحمد بن فارس بن زكرياء (أبو الحسن): معجم مقاييس اللغة، الجزء4، ط3، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1981.
- 4- أحمد خليل القرعان: التوجيه والإرشاد التربوي، دار المسيرة للنشر، الأردن، دت.
- 5- جيهان رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
- 6- حامد عبد السلام زهران: التوجيه والإرشاد النفسي، ط2، دار عالم الكتب للنشر، مصر، 1980.
- 7- حبيب الأسدي: التوجيه المهني، د ط، مؤسسة الثقافة العالمية للنشر، بغداد، العراق، 1980.
- 8- رجب مصطفى: الإعلام المدرسي في مصر واقعه ومشكلاته، ب ط، الهيئة المصرية للكتب، القاهرة، مصر، 1979.
- 9- رفعت عارف: الإعلام التربوي تأصيله وتحديثه، ط 1، دار الفكر للنشر، عمان، الأردن، 2009.
- 10- سعد جلال: التوجيه النفسي والتربوي والمهني، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1992.

- 11- سمر محمد: الإعلام التربوي ودور الإذاعة المدرسية في العملية التعليمية، ب ط، دار الراجحة للنشر، عمان، الأردن، 2010.
- 12- سمير محمد حسن: بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب، القاهرة،، 1995.
- 13- صالح خليل أبو إصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- 14- طه عبد العظيم حسيني: الإرشاد النفسي، ط 1، دار الفكر للنشر، الأردن، 2004.
- 15- عبد الفتاح محمد: الإرشاد النفسي والتربوي بين النظرية والتطبيق، ط1، درا الثقافة للنشر، عمان، الأردن، 2002.
- 16- عماد عبد الوهاب الصباغ: علم المعلومات، ط1، مكتبة دار الثقافة للنشر، 1998.
- 17- الفيروز أبادي (مجد الدين محمد بن يعقوب): القاموس المحيط ، ط2، المؤسسة العربية للطباعة و النشر، بيروت، (د ت).
- 18- محمد زيدان عمر: معجم مصطلحات علم النفس، ب ط، المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1968.
- 19- محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 1988.
- 20- محمد عبد الحميد: نظرية الإعلام و اتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- 21- محمد موفق غلاييني: وسائل الإعلام في العصر وأثرها في وحدة الأمة، ط1، دار المنارة، جدة، 1985.
- 22- مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي، ط 1، مؤسسة الوراق للنشر، عمان، الأردن، 2000.

- 23- مصطفى دعمس نصر: الإعلام المدرسي، ط 1، دار كنوز المعرفة للنشر، الأردن، 2010.
- 24- مصطفى يوسف القاضي وآخرون: الإرشاد النفسي والتوجيه التربوي، د ط، دار المريخ للنشر، د ب، 1981.

ثانيا - المجالات العلمية المتخصصة:

- 25- بوسنة محمد: التوجيه المدرسي والمهني، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 10، جامعة قسنطينة، الجزائر، 1998.

ثالثا - الرسائل الجامعية:

- 26- إسماعيل الأعور: واقع الإعلام التربوي في مؤسسات التعليم الثانوي بالجزائر من منظور مستشاري التوجيه المدرسي والمهني والتلاميذ ، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة ورقلة ، الجزائر، 2005.
- 27- جديدي ياسين: علاقة التوجيه عن غير رغبة بالتحصيل الدراسي لدى تلاميذ السنة الأولى ثانوي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الوادي، الجزائر، 2013.
- 28- حسن محمد علي خليل: التقويم ممارسة طلاب الإعلام التربوي لنشاطهم الإعلامي في التدريب المهني، رسالة ماجستير، كلية التربية ، جامعة الأردن، الأردن، 2000.
- 29- سهل فريدة: أثر التوجيه المدرسي على الدافعية للإنجاز وتقدير الذات، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2008.

30- العرفاوي ذهبية: أثر التوجيه المدرسي على الدافعية للإنجاز ومستوى الطموح لدى تلاميذ السنة ثاني ثانوي، رسالة دكتوراه ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 02، الجزائر، 2013.

31- قيسي محمد السعيد: أثر بطاقة المتابعة والتوجيه للطور الثالث على الاختيارات الدراسية والمهنية لتلميذ السنة التاسعة أساسي، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح ، الجزائر، 2005.

32- نوف بنت دغش بن سعيد القحطاني: الإعلام التربوي ودوره في تفعيل مجالات العمل المدرسي في المملكة العربية السعودية. رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، السعودية. 2006.

33- وهابية عبد الكريم: اختبارات الاستعداد وعلاقتها بمجموعات التوجيه في ميدان التوجيه المدرسي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، 2008.

رابعا - المناشير والقرارات:

34- القرار الوزاري رقم 04 المؤرخ في 29 جانفي 2004 يتضمن تحديد كفايات تنظيم الإعلام، التسجيل، التوجيه وإدماج المترشحين، لمتابعة التكوين المهني.

ملاحق الدّراسة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

تخصص: علم النفس العمل والتنظيم

في إطار تحضير مذكرة التخرج في علم النفس العمل والتنظيم تحت عنوان:

تأثير الإعلام على الاختيار المهني لدى المترشحين.

نرجو منكم الإجابة على هذه الأسئلة، وهذا من خلال قراءة الأسئلة بتمعن والإجابة عليها
تكون بوضع علامة (x) أو من خلال كتابة الإجابة .

معلومات عامة :

1. الجنس: ذكر أنثى

2. العمر:

3. المستوى الدراسي :

4. التخصص المتبع :

رقم العبارة	العبارة	بدرجة مرتفعة	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة
1	تلقيت معلومات حول التخصص من قبل مؤسسة التكوين			
2	كان للنشاطات الاعلامية دور في اختيار تخصصك			
3	لديك معلومات حول كل التخصصات المبرمجة في المؤسسة			
4	اعطتك المؤسسة شروحات كافية عن كل تخصص			
5	ساعدتك النشاطات الدورية في المؤسسة في توين فكرة حول تخصصك			
6	قدم لك الاعلام فكرة واضحة عن آفاق العمل المستقبلية			
7	تخصصك الحالي كان وفق رغبتك الشخصية			
8	ساهم الاعلام في التوفيق بين رغبتك وقدرتك الشخصية			
9	لديك فرصة للالتحاق بتخصص آخر هل انت مستعد للتخلي عن هذا التخصص			
10	ساهم الاعلام في الكشف عن رغبتك الشخصية وما يتوافق مع امكاناتك			
11	اثر الاعلام في عملية اختيارك وتوجهك حول التخصص			
12	المعلومات التي تلقيتها كان لها دور في مواصلتك في هذا التخصص			
13	انت راض عن الرغبة المختارة			
14	تسعى جاهدا لاستكمال تربصك في نفس التخصص			
15	لديك رغبة في اختيار تخصص اخر			
16	يوفر لك هذا التخصص فرص عمل اوفر			
17	بعد حصولك على منصب عمل مباشر تتخلى عن دراستك			

