



جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الاجتماعية
شعبة علوم التربية



فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة
الأولى ثانوي في زيادة درجة الوعي المهني.

-دراسة شبه تجريبية بثانوية علي عون بالوادي-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التربية : تخصص إرشاد وتوجيه

إشراف الأستاذ:

- د. محمد سبع

إعداد الطالبتان:

- حياة الأشهب

- سمية شتوكح

لجنة المناقشة

د/ محمد سبع	مشرفا ومقرارا
د/ الزهرة الأسود	رئيسا
أ/محمد الأبشر شيخة	عضوا

دورة جوان: 2016_2017

شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لو لا أن هدانا الله، قال الله تعالى:

(ولئن شكرتم لأزيدنكم)

إن كان الشكر ترجمان النية ولسان الطوية وحبل الإخلاص وعنوان الاختصاص

فإليكم شكرا كأنفاس الأحباب في الأسحار أو أنفاس الرياض غب الأمطار:

إلى الله تعالى الذي وفقنا بتوفيقه.

إلى من مد لنا يد العون وذلّل لنا الصعاب التي واجهت سير البحث الدكتور الفاضل:

"محمد سبع" الذي تبنى هذا العمل بالرعاية والإشراف فأحاطه بالمساعدة الصادقة

والتشجيع المتواصل.

إلى كل الأساتذة الكرام الذين ساعدونا وأرشدونا في سير هذا العمل خاصة الدكتور عبد

الناصر غربي، والأستاذ إسماعيل زياد، والدكتورة سلاف مشري.

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى عائلاتنا الذين كانوا عوناً لنا على إتمام هذه السنة.

والشكر موصول كذلك إلى كل من دعمنا من قريب أو بعيد.

فشكراً لكل من يستحق الشكر والتقدير

حياة * سمية

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية للكشف على فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة الأولى ثانوي في زيادة درجة الوعي المهني، كما هدفت إلى مساعدة التلاميذ على إدراك الذات المهنية ومساعدتهم على اكتشاف متطلبات سوق الشغل، بالإضافة إلى التعرف على ميزات الأعمال المختلفة. تم إجراء الدراسة على عينة قوامها (39) تلميذ وتلميذة، فطبقت أداة جمع البيانات المتمثلة في مقياس الوعي المهني بإتباع المنهج الشبه تجريبي، واستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار "ت". فقد كشفت نتائج الدراسة على وجود فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي المهني، وفي زيادة درجة الوعي بالذات المهنية، وفي زيادة درجة الوعي بمعطيات سوق الشغل وكذلك في زيادة درجة الوعي بميزات الأعمال المختلفة.

Le résumé

Cette étude visait à détecter l'efficacité des médias croisés pour les étudiants de la première année secondaire d'augmenter le degré de conscience professionnelle, vise aussi à aider les élèves à l'auto professionnel et les aider à réaliser la découverte des besoins de marché du travail, ainsi que pour identifier les différents caractéristiques d'affaires, l'étude a été réalisé sur un échantillon de (39) élèves ont été données appliquées à l'échelle de l'approche professionnelle de collecte de sensibilisation en suivant l'outil semi-expérimental, et en utilisant le logiciel statistiques pour les sciences sociales (SPSS) et moyennes arithmétique de l'écart-type et test "t"

Les résultats de l'étude ont révélé de différence statistiquement significative entre la mesure de la tribu et télémétrique en augmentant le degré de conscience professionnelle, et à augmenter le degré de conscience de soi professionnels et accroître la sensibilisation du marché du travail avec des données ainsi que pour mieux faire connaître les différents fonctions de l'entreprise.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
01	شكر وتقدير
02	ملخص الدراسة بالعربية
03	ملخص الدراسة بالفرنسية
04	فهرس المحتويات
07	فهرس الجداول
08	فهرس الأشكال
09	فهرس الملاحق
10	مقدمة
الجزء الثاني: النظرية	
الفصل الأول: مشكلة الدراسة واعتباراتها	
14	أولاً: إشكالية الدراسة
17	ثانياً: فرضيات الدراسة
18	ثالثاً: أهمية الدراسة
18	رابعاً: أهداف الدراسة
18	خامساً: التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة
19	سادساً: الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الوعي المهني	
23	• تمهيد
23	أولاً: تعريف الوعي المهني
25	ثانياً: علاقة الوعي المهني ببعض المفاهيم الأخرى

28	ثالثا: أبعاد الوعي المهني
31	رابعا: العوامل المؤثرة في تشكل الوعي المهني
34	خامسا: أهمية الوعي المهني
35	سادسا: أهداف تنمية الوعي المهني
36	سابعا: أساليب واستراتيجيات الوعي المهني
39	• ملخص الفصل
الفصل الثالث: الحملات الإعلامية	
41	• تمهيد
41	أولا: تعريف الحملات الإعلامية
42	ثانيا: أهمية الحملات الإعلامية
44	ثالثا: خصائص الحملات الإعلامية
46	رابعا: أهداف الحملات الإعلامية
46	خامسا: مراحل التخطيط للحملة الإعلامية
49	سادسا: أسباب تنظيم الحملات الإعلامية
49	سابعا: معوقات الحملات الإعلامية
50	• ملخص الفصل
الجزء الثاني التطبيقي	
الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية للدراسة	
53	أولا: الإجراءات المنهجية
53	1- حدود الدراسة
53	2- منهج الدراسة
54	3- مجتمع وعينة الدراسة

54	4- الدراسة الاستطلاعية
56	5- متغيرات الدراسة
56	6- تقدير بعض الخصائص السيكومترية لأدوات المقياس
62	ثانيا: الإجراءات التطبيقية للدراسة
62	1- تطبيق المقياس
62	2- كيفية جمع البيانات الخام
63	3- أساليب المعالجة الإحصائية
63	ثالثا: نتائج الدراسة
63	1- المعالم الوصفية لعينة الدراسة بعد تطبيق (مقياس الوعي المهني)
69	2- عرض وتحليل النتائج على ضوء الفرضيات
72	3- مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري والواقع والدراسات السابقة
77	خلاصة الدراسة واقتراحاتها
78	قائمة المراجع
77	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	الـمـنـوان	الصفحة
01	توزيع الدرجات على بدائل الاستجابة في مقياس الوعي المهني.	59
02	يوضح معامل ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس ومعامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد الفقرة.	59
03	يوضح ثبات مقياس الوعي المهني بمعادلة ألفا كرونباخ.	60
04	يوضح ثبات مقياس الوعي المهني بطريقة الاتساق الداخلي.	61
05	يوضح ارتباط الأبعاد بالمقياس ومعادلة الثبات بعد استبعاد الفقرة.	61
06	يوضح سلم تصحيح الفقرات تبعا لصياغتها.	62
07	يوضح استجابات الأفراد على بدائل مقياس الوعي المهني.	63
08	يوضح بعض المقاييس الإحصائية لدرجات أفراد العينة على المقياس في القياس القبلي والبعدي.	65
09	يوضح قيمة (T) للفروق بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بالذات المهنية.	69
10	يوضح قيمة (T) للفروق بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بمعطيات سوق الشغل.	70
11	يوضح قيمة (T) للفروق بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بميزات الأعمال المختلفة.	71
12	يوضح قيمة (T) للفروق بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي المهني.	72

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
54	تصميم القياس القبلي والقياس البعدي ذي المجموعة الواحدة.	01
67	الإحصاءات الوصفية للعينة في القياس القبلي للوعي المهني.	02
68	الإحصاءات الوصفية للعينة في القياس البعدي للوعي المهني	03

فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	رقم
89	استمارة السؤال الاستكشافي	01
90	مقياس الوعي المهني	02
94	بطاقة فنية خاصة بالمؤسسة المعنية بتطبيق الدراسة	03
95	النتائج الإحصائية SPSS	04
96	المطوية الإعلامية	05

مقدمة

تعد المهنة من أهم المطالب التي يسعى الفرد للحصول عليها لضمان مستقبله ولهذا عند اختيار أي مهنة لابد من معرفة كل الجوانب التي تخص المهنة نفسها وهذا ما يسمى بالوعي المهني الذي هو إدراك الفرد لذاته المهنية، وما لديه من قدرات واستعدادات وميول واهتمامات هذا من جهة، وإدراكه لمعطيات عالم الشغل من جهة أخرى، فالوعي يساعد الفرد على الاختيار السليم لمهنته مما يزيد من نجاحه وعطائه فيها.

ونظرا لأهمية الوعي المهني من أجل الاختيارات المهنية السليمة، تلعب وسائل الإعلام والحملات الإعلامية دور كبير في نشر وتعريف المهن، والمتطلبات التي تحتاجها كل مهنة فالتلميذ يسعى دائما للنجاح في مساره الدراسي أو مساره المهني فهو دائم البحث عن كل معلومة جديدة يراها ضرورية متعلقة بمهنة مستقبلية سواء كانت عبر وسائل الإعلام السمعية أو المرئية أو المكتوبة، فتلعب هذه الأخيرة دورا إيجابيا في نشر الوعي الثقافي أو البيئي أو المهني، فهي الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الوقت للنشر، وبكافة الأساليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين، أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف ما، ويمكن أن تكون الحملة مع شيء أو ضد شيء معين".

ولهذا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على موضوع الحملات الإعلامية (المطوية نموذجاً) وفعاليتها في زيادة درجة الوعي المهني لدى تلاميذ السنة الأولى ثانوي.

وقد احتوت الدراسة على أربعة فصول وهي:

الجانب النظري وفيه الفصل الأول وهو "مشكلة الدراسة واعتباراتها" وذلك بتحديد إشكالية الدراسة بالإضافة إلى الفرضيات وتحديد أهمية الدراسة وأهدافها، مع ذكر الدراسات السابقة، والفصل الثاني "الوعي المهني" ويحتوي على تعريف الوعي المهني وعلاقة الوعي المهني بالمفاهيم الأخرى، بالإضافة إلى أبعاد الوعي المهني والعوامل المؤثرة في تشكله وكذلك أهمية وأهداف الوعي المهني، بالإضافة إلى أساليب واستراتيجيات الوعي المهني، أما الفصل الثالث فيتضمن "الحملات الإعلامية" وفيها تعريف الحملات الإعلامية وأهمية

الحملة الإعلامية وكذلك أهداف الحملة الإعلامية بالإضافة إلى مراحل التخطيط للحملة الإعلامية وأسباب تنظيم الحملة الإعلامية وكذلك معوقات الحملة الإعلامية. فيما يحتوي الفصل الرابع على الجانب التطبيقي "إجراءات الدراسة الميدانية" وتم فيه تحديد منهج الدراسة وتحديد العينة والمجتمع الأصلي وكذلك الدراسة الاستطلاعية بالإضافة إلى أداة الدراسة وخصائصها السيكومترية وكذلك الأساليب الإحصائية التي استخدمت في الدراسة، كما تضمن هذا الفصل عرض البيانات وتفسير النتائج.

الجانِب النظري

الفصل الأول:

مشكلة الدراسة واعتباراتها

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: فرضيات الدراسة

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة

سادساً: الدراسات السابقة

أولاً: الإشكالية

يواجه الفرد في حياته المدرسية والمهنية عدة مواقف تجعله مجبراً على الاختيار ويعد الاختيار والقرار لمهنة المستقبل من أهم القرارات، فحتى يتمكن الفرد من اتخاذ قراره المهني لابد أن تتاح له الفرصة لاتخاذ قرارات خاصة به، وربما عملية الإرشاد المهني تساعده في أن يقرر مستقبله المهني بنفسه منطلقاً من عوامل أهمها تحديد أهدافه ومعرفة ذاته والتعرف الدقيق إلى ميوله وقدراته وشخصيته. (العزيمي، 2011، 4)

وبناءً عليه فاختيار تخصص الدراسة ومن ثم المهنة يعتبر من أهم المشكلات التي تواجه المراهق والمطلوب الأساسي للنمو خلال هذه المرحلة، على اعتبار أن هذه المشكلة تأخذ في مراحل العمر السابقة صورة الأحلام والخيالات أكثر من ارتباطها بالواقع، لكن بعد الخامسة عشر فإن هذا الخيال يرتبط أكثر فأكثر بالواقع حيث يواجه المراهق مطالب اجتماعية تتعلق بالأدوار المتوقع أن يقوم بها في حياته كراشد مستقبلاً، في مقابل ما يواجه من تناقض بين القديم المحافظ والحديث المتحرر، مما يجعل الاختيار بينهما عملية صعبة جداً ومعقدة. (مشري، 2013، 19)

ولهذا فإن الاختيارات المدرسية والمهنية التي تكون اختيارية مقصودة وإيجابية قائمة على توجيه محكم، قائم بدوره على إمكانيات التعليم والتكوين والشغل، فعملية التوجيه يجب أن تقدم للفرد كل المعلومات التي تسمح له بتكوين نظرة شاملة وواقعية حول الإمكانيات المتوفرة، بما فيها سوق العمل والمهن حتى يستطيع أن يحدد اختياراته الدراسية والمهنية وعلى أساسها يسعى إلى تحصيل وتعميق وتوزيع معارفه في التخصصات الأساسية المفتوحة على عالم الشغل، فيكون لديه مشروع حياة يسعى إلى تحقيقه.

(إحميدة، 2004، 2)

فعملية التوجيه في حياة التلميذ لها أثر كبير في شخصيته فهي تحدد مستقبله وعليه فإن سوء عملية التوجيه تؤثر فيه وفي قراراته بدرجة كبيرة، حيث يرى (فرانك بارسونز) أن الأفراد يستطيعون اتخاذ قرارات مهنية صحيحة، إذا كان لديهم معلومات دقيقة عن قدراتهم وسماتهم الشخصية وشروط النجاح في المهن المختلفة، ولقد وضع شرطين أساسيين للتوجيه المهني، وجود دراسة للفرد ومعرفة قدراته واستعداداته وميوله وتزويده بالمعلومات الكافية عن المهن المختلفة، وما تتطلبه هذه المهن.

(عبد الهادي، دس، 18)

وتعتبر المرحلة الثانوية التي تعد المرحلة الوسطى في سلم التعليم، مهمتها إدراج التخصصات تدريجياً وفق مؤهلات التلميذ وحاجات المجتمع، ويعتبر اختيار تلاميذ السنة أولى ثانوي لإحدى الشعب في السنة ثانية ثانوي قراراً مصيرياً حاسماً يحدد مستقبلهم ويرسم معالم النجاح أو الفشل. (فتيتي وآخر، 2015، 6)

ولهذا فإن تلاميذ السنة أولى ثانوي يتلقون عدة حلقات إعلامية خلال العام الدراسي بمختلف أنواعه مسموعة كانت أو مطبوعة، فهو من الوسائل الأساسية تساعد التلميذ على القيام باختياراته الدراسية، واكتشاف قدراته والتعبير عن إرادته بكل حرية وكذلك تحديد مساره المستقبلي، فإن نقص الإعلام ربما يؤدي إلى عراقيل مستقبلاً.

ومما لا شك فيه أن أي اختيار سواء كان دراسي أو مهني تتدخل فيه عدة عوامل مؤثرة في عملية الاختيار، حيث يرى (المعشني، 2001، 36) أن عملية اختيار الإنسان لمهنته ليست نتيجة عامل واحد أو دافع واحد، بل نتيجة تفاعل عدة عوامل تهيمن على هذا الاختيار، منها ما هو ذاتي مرتبط برغبات الفرد وانتظاراته، ومنها ما يرتبط ببيئته الاجتماعية وبمجال العمل في المهن المختلفة. (السواط، 2008، 4) وكذلك الأسرة التي تحتضن الفرد والتي تستطيع معرفة ميوله وقدرته واتجاهه منذ الصغر، ويعتبر دور المدرسة مكمل لدور الأسرة، فهي تعمل على إكساب التلميذ بعض المهارات والأفكار وصقلها وتنميتها فالمدرسة وفق المفهوم الحديث للعملية التربوية لا تنحصر في تزويد التلاميذ بالمعلومات الأكاديمية فقط، بل هي مسؤولة عن إعدادهم للحياة بكافة معطياتها، فالهدف منها هو تنمية قدرات التلاميذ ومهاراتهم. (زعينة، 2004، دص)، وهذا ما يساعدهم ويؤهلهم إلى اختيار المهن المستقبلية، التي تتناسب مع قدراتهم واستعداداتهم وميولهم، فمن خلال تنمية قدرات التلاميذ واستعداداتهم والكشف عن ميولهم واهتماماتهم وإلمامهم بمعلومات حول التخصصات ومتطلبات العمل يتكون لدى التلاميذ وعي بالمهن المتاحة أمامهم.

فوعي التلميذ في سن مبكرة يساعده على تحديد مساره التعليمي، فيسعى إلى البحث عن المهن التي تتناسب مع ميوله والتعرف عليها، فالمهن تختلف ومتطلبات التلاميذ ومهاراتهم وهذا ما أكدته "دراسة عبد الباسط عقيل وآخر" (2004) بعنوان: "مظاهر الدور الأساسي للتعليم الثانوي في تنمية الوعي المهني لدى تلاميذ المتوقع من مرحلة التعليم الثانوي" والتي أكدت على أن هناك عشرة مهن مفضلة لدى التلاميذ وهي الطب، التعليم، إرشاد ديني

طيران، محاماة، هندسة، إعلام، صيدلة تمريض كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق في اختيار مهنة الطب لصالح الإناث من تلاميذ القسم العلمي، وكذلك وجود فروق في مهنة العمل في التعليم والرياضة والمحاماة لصالح القسم الأدبي والقسم العلمي كذلك. وقد أشارت نفس الدراسة بأن التلميذ في المرحلة الثانوية يدرك فقط بعض المهن المتاحة والمتداولة والتي تدر عليه بالمال والمكانة الاجتماعية المرموقة دون الرجوع إلى قدراته واستعداداته لتلك المهنة فالوعي المهني للتلميذ يساعده على اتخاذ القرار السليم والمناسب له.

كما أشارت دراسة (أمل سليمان لعزاز، دس) أن الوعي المهني يعتبر أحد الاستراتيجيات التي يمكن من خلالها مساعدة التلاميذ على اتخاذ القرار المهني الصائب، فالتلاميذ الذين لديهم مستوى مرتفع من الوعي المهني هم أكثر قدرة على تحقيق الأهداف المهنية والنجاح في حياتهم، لذا يجب العمل على تنمية مستوى الوعي المهني وتنمية مهارات التلاميذ. وقد أكدت نفس الدراسة على أن الوعي المهني يتأثر بالعديد من التغيرات الشخصية، مثل السمات الشخصية والكفاءة الذاتية ومستوى الدافعية، ويعتبر مستوى الذكاء من أهم العوامل المؤثرة على وعي التلميذ حيث يؤثر على سلوكه ونظراته إلى الحياة وقدرته على إتقان المهام المطلوبة منه.

فنقص وعي التلميذ في المرحلة الثانوية بالمهن المتاحة أمامه يؤثر في اختياره في مساره الجامعي وذلك لاختلاف المستويات الجامعية، وهذا ما أكدته دراسة (ماجدة دحمري، 2014) والتي هدفت إلى التعرف على درجة الوعي المهني لدى طلبة ليسانس بقسم العلوم الاجتماعية من خلال دراسة الفروق بين الطلاب في المستويات الثلاثة في درجة الوعي المهني في أبعاده المختلفة وفقا لمتغير الجنس والمستوى الدراسي، والتي توصلت إلى أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في درجة الوعي المهني بين طلبة قسم العلوم الاجتماعية تبعا لمتغير الدراسة، والتي أرجعت سببه إلى أن تدرج الطلبة في المستويات الثلاثة خلال مرحلة ليسانس لم يساهم في تنمية الوعي المهني لدى الطلبة سواء من خلال البرامج الأكاديمية أو الخدمات التوجيهية.

وبالتالي يبدأ التلميذ بوضع حجر الأساس لمهنته المستقبلية من خلال صياغة اختيار دراسي يتلاءم مع ما لديه من قدرات وإمكانات ورغبات وطموحات، ومع تصوره لذاته ولمحيطه بحيث يجعل الاختيار يندرج في إطار مشروعه الشخصي. (مشري، 2013، 20)

وعليه فإن الاختيار الخاطئ للتخصص الدراسي المتعلق بمهنة المستقبل، ربما هو نقص في الوعي ونقص في الإلمام بالمعلومات المتوفرة حول عالم الشغل ومتطلبات كل مهنة ولهذا جاءت هذه الدراسة للبحث عن ما مدى فاعلية مطوية مطبوعة موجهة لتلاميذ السنة الأولى ثانوي في زيادة درجة الوعي المهني؟

التساؤل الرئيسي:

- ما مدى فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة الأولى ثانوي في زيادة درجة الوعي المهني؟

التساؤلات الفرعية:

- ما مدى فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة الأولى ثانوي في زيادة درجة الوعي بالذات المهنية؟

- ما مدى فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة الأولى ثانوي في زيادة درجة الوعي بمعطيات سوق الشغل؟

- ما مدى فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة الأولى ثانوي في زيادة درجة الوعي بميزات الأعمال المختلفة؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

1.1. الفرضية العامة:

- لا توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والبعدي في زيادة درجة الوعي المهني.

2.1. الفرضيات الفرعية:

- لا توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بالذات المهنية.

- لا توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بمعطيات سوق الشغل.

- لا توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بميزات الأعمال المختلفة.

ثالثا: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع التي تتناوله، وعليه فإن هذه الدراسة تنطوي على أهمية من الجانب النظري وأخرى من الجانب التطبيقي تتمثل في:

أ. الجانب النظري:

ترجع أهمية الدراسة الحالية في دراسة الوعي المهني لدى تلاميذ السنة الأولى ثانوي باعتبارهم في مرحلة عمرية تساعدهم على اختيار التخصص الدراسي المناسب من أجل مهنة مستقبلية تتوافق مع ميولهم وقدراتهم واستعداداتهم ورغباتهم، وتساعدهم على اتخاذ القرارات الصائبة مستقبلا، وتعتبر هذه الدراسة مهمة نظرا لنقص الدراسات التي تهتم بالوعي المهني.

ب. الجانب التطبيقي:

كما تظهر أهمية الدراسة في الجانب التطبيقي أيضا في كونها تقدم مطوية إعلامية للتلاميذ تساعدهم على الإلمام بمعلومات كافية حول بعض المهن المستقبلية وعالم الشغل. كما أن نتائج الدراسة ستكشف لنا عن الفاعلية أو عدم الفاعلية التي تحدثها المطوية في وسط تلاميذ السنة الأولى ثانوي في زيادة درجة الوعي المهني.

رابعا: أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى:

- التعرف على فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة الأولى ثانوي في زيادة درجة الوعي المهني.
- مساعدة التلاميذ على إدراك الذات المهنية.
- مساعدة التلاميذ على اكتشاف معطيات ومتطلبات سوق الشغل.
- مساعدة التلاميذ في التعرف على ميزات الأعمال المختلفة.

خامسا: التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة

تهدف التعاريف الإجرائية إلى ضبط المصطلحات والمفاهيم التي تستخدم في الدراسة، من أجل أن يفهم المهتم بالمشكلة المفهوم بالطريقة التي يقصدها الباحث وهذا لتجنب الغموض الذي يعيق مجرى الدراسة.

ولهذا لابد من تقديم التعاريف الاصطلاحية لمفاهيم الدراسة، ومن ثم تقديم التعاريف الإجرائية.

1.5. الوعي المهني: بأنه: "هو إدراك تلميذ السنة الأولى ثانوي لذاته وبما يدور حوله من معلومات كافية حول المهن المتوفرة، وكذلك إدراكه لميوله وقدراته واستعداداته من أجل اختيار مهنة مستقبلية". ويتحدد هذا الوعي من خلال الاستجابة على استبيان الوعي المهني والذي يتكون من ثلاثة أبعاد وهي:

أ- **الوعي بالذات المهنية:** هو إدراك التلميذ لميوله وقدراته واستعداداته نحو مهنة المستقبل.
ب- **الوعي معطيات سوق الشغل:** هو مدى وعي وإدراك التلميذ للمهن المتوفرة والمتاحة في سوق العمل ومتطلبات كل مهنة.

ت- **الوعي بميزات الأعمال المختلفة:** هو وعي وإدراك التلميذ بمختلف المهن المتاحة في سوق الشغل ومهام كل مهنة وما تتطلبه هذه المهنة.

2.5. تعريف المطوية الإعلامية إجرائيا: هي ورقة تقنية تحمل رسالة إعلامية مختصرة وشاملة بمختلف المعلومات حول المهن المتاحة في عالم الشغل والتي يرغب فيها التلميذ مستقبلا.

سادسا: الدراسات السابقة

1.6 عرض الدراسات السابقة:

دراسة فاطمة الزهراء الغريب (2016): إعداد برنامج مرافقة لتنمية الوعي المهني لدى تلاميذ السنة الرابعة متوسط هدفت الدراسة إلى إعداد برنامج إرشادي لمرافقة تلاميذ السنة الرابعة متوسط لتنمية الوعي المهني، بالاعتماد على المنهج شبه التجريبي ذو التصميم القياس القبلي والبعدي لمجموعة واحدة على عينة مقدر بـ (12) تلميذ وتلميذة من تلاميذ سنة رابعة متوسط باستخدام أدوات جمع البيانات التي تمثلت في المقياس الوعي المهني ومقابلة وكذا الأسلوب الإحصائي اختيار ويلكوكسون للفروق بين الدرجات وتوصلت النتائج إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في نتائج المشاركين بعد تطبيق البرنامج لصالح القياس البعدي.

وبناء عليه تم التحقق من أثر البرنامج المعد الذي هدف إلى تنمية الوعي المهني لدى تلاميذ السنة الرابعة متوسط وذلك مما يساهم في تبلور المشاريع المهنية في أوقات مبكرة

وبالتالي تم التأكيد على ضرورة توفير مرشدين الأكفاء المدارس لمساعدة التلاميذ على حل مشكلاتهم المهنية من خلال الاهتمام ببناء برامج تعنى بتنمية الجوانب المهنية الضرورية للاختيار الدراسي والمهني.

2.7. التعقيب على الدراسات السابقة:

تشكل الدراسات السابقة مرتكزا أساسيا لكل دراسة تعتمد على الدقة في اختيار أدوات البحث والمنهج الملائم للوصول لنتائج ذات موثوقية، ومن أجل ذلك حاولت الباحثتان جمع أكبر عدد ممكن من الدراسات ذات التقاطع مع موضوع الدراسة الحالية التي تبحث في فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة الأولى ثانوي في زيادة درجة الوعي المهني. وجاءت الدراسة الحالية للتطرق في موضوع مهم وحساس، وهو الوعي المهني وذلك من أجل حماية التلاميذ من مشاكل اختيار المهنة مستقبلا، فقد عملت الطالبتين على إعداد مطوية إعلامية خاصة ببعض المهن المرغوبة لتلاميذ السنة الأولى ثانوي في ثانوية علي عون -الوادي- كمبادرة من أجل مساعدة التلاميذ على الاختيار السليم للمهنة، وفق ميولهم وقدراتهم واستعداداتهم.

ومن المعروف عليه فإن الدراسات الحديثة قد تتشابه أو تختلف عن الدراسات السابقة فقد اختلفت الدراسة الحالية من حيث العينة مع "دراسة فاطمة الغريب (2016)" فكانت على تلاميذ السنة رابعة متوسط، فقد انفردت الدراسة الحالية في تناول العينة فكانت مطبقة على تلاميذ السنة الأولى ثانوي، باعتبار أنهم مقبلين على الاختيار في الجذوع المشتركة ومن أجل رسم مسار مهني واضح مستقبلا.

فقد توافقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في تناول أداة جمع البيانات، فقد طبق المقياس في جميع الدراسات، بالإضافة إلى المنهج الشبه تجريبي.

ومهما كان الاختلاف أو التشابه بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة، فإن هذه الأخيرة تبقى الرصيد العلمي الذي يعتمد عليه للوصول إلى أهداف محققة، كما لها الفضل في اختيار موضوع الدراسة الحالية.

الفصل الثاني:

الوعي المهني

تمهيد

أولاً: تعريف الوعي المهني .

ثانياً: علاقة الوعي المهني ببعض المفاهيم الأخرى

ثالثاً: أبعاد الوعي المهني

رابعاً: العوامل المؤثرة في تشكل الوعي المهني

خامساً: أهمية الوعي المهني

سادساً: أهداف تنمية الوعي المهني

سابعاً: أساليب وإستراتيجيات الوعي المهني

ملخص الفصل

تمهيد:

يعتبر الوعي المهني من أكثر المفاهيم تداولاً بالبحث في الدراسات النفسية والاجتماعية المرتبطة بموضوع الاختيار المهني، فهو يتمثل في إدراك الفرد لذاته المهنية وفي قدراته وميوله واستعداداته وكذلك حول المهن وواقع الشغل، مما يساعده على اختيار أفضل للتخصص الدراسي أو مهنة مستقبلية. لذا فإن الفصل الحالي عن الدراسة يسلط الضوء على الوعي المهني من خلال التعاريف المدرجة وكذلك توضيح العلاقة المشتركة بين الوعي المهني وبعض المفاهيم الأخرى كالنضج المهني والقرار المهني والتخطيط المهني وغيرها وكذلك توضيح أبعاده والتمثلة في معرفة الذات المهنية وعالم الشغل والوعي بميزات الأعمال المختلفة، وسنتعرف على أهمية الوعي المهني مع ذكر بعض العوامل التي تؤثر في تشكل الوعي المهني.

أولاً: تعريف الوعي المهني:

أ.تعريف الوعي:

لغة: يعرفه (ابن منظور، 1410) بمعنى "حفظ القلب، وعى الشيء، والحديث يعيه وعياً وأوعاه أي حفظه وفهمه وقبله وفلان أوعى من فلان أي أفهم منه" (الشاماني، 2008، 11)

كما يشير المعجم العربي (د.ت، 807) في مفهوم الوعي إلى أن "وعى، وعياً بمعنى ألم بالشيء ومحتواه، أما وعى الإنسان فهو إحساسه بما يجري في نفسه وما يحيط به من الأشياء، فالوعي يدل على حسن الإدراك لشيء ما وموقف ما، والفرد الواعي هو الذي يدور حوله بصورة موضوعية. (الغريب، 2016، 23)

اصطلاحاً: تعرف (فتيحة كيجل، 2012) بأنه "يتضمن إدراك الفرد لنفسه ولوظائفه العقلية والجسمية وإدراكه لخصائص العالم الخارجي مع إدراكه لنفسه بأنه عضو من الجماعة. (كيجل، 2012، 85)

يعتبر الوعي المهني من المفاهيم حديثة الاستخدام في الأوساط البحثية سنتطرق في ما يلي للتعرف على هذا المصطلح ومعناه:

يعرف بأنه "الإدراك الشاغل للفرد بما حوله مع الوقوف على تقوية كل فكرة جديدة يشعر بحاجة إليها وتزويدها بالمعلومات".

(عبد الكافي، 2005، 368)

فالوعي يتضمن نوع من الإدراك والفهم الايجابي لطبيعة المشكلات والمشاركة لمواجهتها، فمفهوم الوعي عادة ما يرتبط بالتحرك نحو سلوك إيجابي بعكس المعرفة التي ربما لا يصاحبها سلوك إيجابي، فقد يدرك الفرد ويعرف المشكلات جيدا (برعي، 2006، 576)

ويعرف (عبد الكريم بكار) الوعي على أنه "مجملة عمليات ذهنية وشعورية معقدة حيث يشترك في تشكيله التفكير والحدس والخيال والأحاسيس والمشاعر والإرادة والضمير والمبادئ والقيم ومركزات الفطرة وحوادث الحياة والنظم الاجتماعية والظروف التي تكشف حياة الإنسان، وهذا الخليط الهائل من مكونات الوعي يعمل على نحو معقد جدا، ويسهم كل مكون بنسبة تختلف من شخص إلى آخر مما يجعل لكل شخص نوعا من الوعي يختلف عن الآخرين". (بكار، 2000، 9)

ومن خلال التعاريف السابقة، يتضح أن مفهوم الوعي هو مدى إدراك الفرد لنفسه ولمجموعة من المعلومات والمعارف حول موضوع معين يريد ممارسته ويوجه سلوكه.

أ. تعريف الوعي المهني:

يلاحظ من خلال البحث عن مفهوم الوعي المهني أنه يتجلى في جانبين مهمين يشكل كل جانب منهما بعدا مكملا للآخر ولا يمكن الفصل بينهما وهما:

- وعي الفرد بذاته والذي يتضمن معرفته وإدراكه لقدراته وميوله وسماته الشخصية ووضعه الاجتماعي والثقافي.

- وعي الفرد بعالم المهن ويتضمن معرفته وإدراكه للمتغيرات المرتبطة بالمهن المختلفة ومتطلباتها ومزاياها وشروطها والمؤهلات العلمية المطلوبة للانخراط بها والمخاطر التي تواجه الفرد الذي يمارسها، وكذلك المزايا المختلفة التي يستفيد منها العامل مثل: الترقيات العلاوات، الإسكان الوظيفي وظروف العمل المختلفة. (دحمري، 2014، 27)

ويعرف (مطر، 2008) الوعي المهني بأنه "معرفة الطالب لسماته الذاتية التي تعينه على امتلاك رؤية واضحة حول توافقه في مجالات مهنية تلائم سماته الشخصية باعتبار أن

إدراك الفرد لميوله ومهاراته، يمكنه من رسم مساره الوظيفي والمهني فيختار الدراسة أو المجال المناسب لتحقيق طموحا". (مطر، 2008، 211)

أما (كرايتس) فيعرفه على أنه "مدى قدرة الفرد على التوفيق بين سوق العمل وبين حاجاته ورغباته". (مطر، 2008، 211)

كما يعرفه (سيسكا، 1976) على أنه "المعلومات التي يملكها الفرد عن العمل والاتجاهات التي يحملها نحو الأدوار المهنية المختلفة، وفهمه لذاته في علاقتها بعالم العمل". (الصبي، 2009، 307)

وقد اتضح من خلال هذه التعاريف أن الوعي المهني هو إدراك الفرد لذاته المهنية من ميول وقدرات واستعدادات، وكذلك بمدى معرفته بأفكار ومعتقداته حول عالم الشغل وحول الأدوار المهنية للوظائف، وكذلك إدراكه للعلاقات بين المهن.

ثانيا: الوعي المهني وعلاقته ببعض المفاهيم

قد يرى البعض أن هناك تداخل بين الوعي المهني وبعض المفاهيم التي تتشابه معه ومن هذه المفاهيم: النمو المهني، الاختيار المهني، النضج المهني، والتخطيط المهني وكذلك الاستكشاف المهني، فهذه المفاهيم لها علاقة فيما بينهما، وسيتم تحليل كل مفهوم على حدى:

1.2. النمو المهني: يرى (سوبر) أن النمو المهني عبارة عن سيروية تمتد منذ الطفولة إلى الشيخوخة وتتطور هذه السيروية مع الزمن نتيجة لعوامل النمو والتعليم والتي تعتبر دليل لسلوكيات الفرد. (ترزولت، 2008، 32)

كما يرى (سوبر) أن الفرد يمارس عديد من الأدوار المهنية عبر مراحل حياته تمثل اختياره المهني، فالنمو سيروية من المراحل التي يتوصل من خلاله الفرد إلى اختيار المهنة المتوافقة مع قدراته واستعداداته، وكذلك مع معطيات الواقع، تصل بالفرد إلى اختيار مهني قائم على إدراك ووعي لما يدور حوله، فالوعي المهني يساعد الفرد على تحقيق اختيار مهني واقعي، وتحقيق النمو المهني السليم بناء على إدراكه لمعطيات الواقع المحيط به.

(دحمري، 2014، 29)

2.2. الاختيار المهني: يعني "اختيار الفرد لمهنة من المهن حسب قدراته وميوله وسمات الشخصية وظروفه الاجتماعية". (الصويط، 1429، 26)

ويقصد به "عملية اختيار الفرد لمهنة المستقبل من بين عدة مهن متوفرة في متناول اختياره لشغل ووظيفة أو مهنة معينة على أن يقدم فيها أحسن إنتاج، وذلك من خلال قيامه بمجموعة من النشاطات تحتوي عليها المهنة المختارة وان يشغل فيها كل طاقاته".

(عبايدية، 2007، 13)

وقد قدم (فرانك بارسونز) في كتابه اختيار وظيفة عن الاختيار المهني عن طريق السمة، وقد أكد أن عملية الاختيار المهني تعتمد على ثلاث خطوات وهي فهم الفرد لنفسه وطموحه وقدراته، وكذلك تعرفه على متطلبات وظروف النجاح في المهنة التي يتجه إليها وفرص الترقى فيها، وإقامة علاقة بين النوعين المذكورين من العوامل بقصد إحداث تأثيرات متبادلة بين عناصرها.

(عبايدية، 2007، 42)

فمن خلال ما سبق فالاختيار المهني هو اختيار الفرد لمهنة مناسبة تتوافق مع ميوله قدراته واستعداداته، ويشير الوعي المهني على إدراك الفرد للمعطيات المتاحة في الواقع ويكون الاختيار وفق هذه المعطيات أي يكون واقعياً يتماشى مع قدرات الفرد ومتطلبات الواقع.

3.2. النضج المهني: يعرف (سوبر) النضج المهني "رصيد الفرد من السلوكيات التي تمكنه من استكشاف واختيار وتخطيط وتحقيق أهداف معينة وأن يكون في مستوى متوسط من الارتقاء المهني مقارنة بأقرانه".

ويقدم (سوبر) تعريفاً آخر يعبر فيه عن النضج المهني بأنه "استعداد وقدره الفرد على القيام بمهام مرتبطة بحياته المهنية، اتخاذ قرارات مهنية مدروسة وملائمة لعمره". ويرى (هولاند) أن النضج المهني "هو مدى قدرة الفرد على معرفة ذاته وتوفير المعلومات الصحيحة عن عالم المهن وسوق العمل، وأنه امتداد شخصية الفرد إلى عالم العمل يتبعه تطابق لاحق مع أنماط مهنية.

(السواط، 2008، 50)

كما يرى (كريتس) أن النضج المهني "هو عملية موازية للنمو المهني ويشير (جينزبرغ) إلى أنه مع استمرار الفرد في اتخاذ القرار حيال المهنة فإنه يحقق أفضل توازن بين إعداداته المهني وأهدافه، وواقع عالم العمل وبالتالي فإنه يستمر في النضج في عملية النمو".

(الصبحي، 1433، 15)

إذا فالنضج المهني يعني درجة من النمو المهني يتحدد في مراحل نمو محددة، بمعرفة قدرت واستعداد الفرد على القيام بمهام معينة في حياته المهنية أما الوعي المهني هو كل المعلومات التي يعرفها الفرد حول ذاته وعالم المهن ومتطلبات سوق الشغل.

4.2. التخطيط المهني: فقد عرفه (هلال) على أنه : "عملية مستمرة يتم من خلالها وضع الفرد لأهدافه المهنية وتحديد وسائل تحقيقها من خلال تقييم قدراته واهتماماته على أن يأخذ في الاعتبار الفرص المهنية البديلة، كما يقوم التخطيط للأنشطة التطورية العلمية والتربوية والمهنية والمستقبلية". (الصبحي، 1433، 19)

كما يشير مفهوم التخطيط المهني أيضا على انه السلوكيات التي يصدرها الفرد التي تهدف إلى تنمية الوعي بمهاراته واهتماماته وقيمه والفرص والمعوقات والخيارات ومترا تباتها كما يتضمن هذا المفهوم الأهداف المهنية والخطط التي يضعها الفرد لتحقيق هذه الأهداف. (السواط، 2008، 51)

كما عرف (المطيري، 2015) التخطيط على أنه "عملية اختيار الكيفية المعينة لاستثمار الوقت بهدف الوصول لما يريده الفرد، أو هو المواءمة بين ما هو مطلوب وما هو متاح عمليا لتوجيه الموارد والطاقات والقوى البشرية، لتحقيق أهداف معينة خلال فترة زمنية تحددها الخطة، وتعمل كل خطة على تحقيق الأهداف بأقل جهد وتكلفة، ويعتبر التخطيط هو الأسلوب والمنهج الذي يهدف إلى حصر إمكانيات والموارد ودراستها وتحديد إجراءات استغلالها لتحقيق أهداف، ثم وضعها في برنامج عملي قابل للتنفيذ، ورسم صورة واضحة للمستقبل، فهو جهد عقلي منظم يسعى إلى استثمار كل الطرق والأساليب المتاحة من أجل تحقيق الأهداف المرجوة.

(المطيري، 2015، 462)

فالتخطيط المهني هو عملية تساعد التلميذ على رسم مستقبله المهني، حيث تتطلب عملية التخطيط وعي الفرد بكل ما يحيط به من إمكانيات وقدرات ومعطيات الواقع، وربطها بأهدافه وطموحاته المستقبلية، فالوعي المهني قاعدة تساهم في حسن التخطيط للمستقبل سواء للفرد أو المؤسسة التي يعمل بها.

5.2. الاستكشاف المهني: حددها (سوبر) بأنها تبدأ من عمر (15 إلى 24) سنة حيث تتميز باختيار الذات ومحاولة لعب دور الاستكشاف المهني في المدرسة، أو التجريب في بيئة عمل حقيقية، أو من خلال هواياته، وذلك بجمع معلومات مناسبة حول العمل.
(الصبحي، 1433، 20)

أما (جونزبيرغ) يرى بأنها تمتد من (18 إلى 22) سنة وتشمل مرحلة الاستكشاف التي يكون الفرد فيها أكثر قدرة على تحديد أهدافه المهنية، ويستطيع أن يختار مهنة من بين المهن الأخرى ليعمل بها.
(الصبحي، 1433، 24)

فالاستكشاف المهني يساعد على تنمية الوعي المهني لدى الفرد من خلال تعرف على المهن المختلفة و تجربتها ومعرفة قدراته فيها، وتعرفه على واقع سوق الشغل فيكون أكثر قدرة على تحديد المهنة التي تتناسب مع قدراته واستعداداته.

ثالثاً: أبعاد الوعي المهني

للوعي المهني أبعاد اختلفت من حيث دراستها من باحث إلى آخر وفق منظورهم الخاص بهم، ويمكن التطرق إلى هذه الأبعاد كما يلي: الوعي بالذات المهنية، ووعي الفرد بمعطيات سوق الشغل ووعيه بمميزات الأعمال المختلفة:

1.3. الوعي بالذات المهنية: يعتبر الوعي بالذات من المفاهيم التي نالت جهوداً كبيرة من قبل الباحثين في علم النفس والتربية، حيث تهدف مختلف الخدمات النفسية المقدمة للفرد لمساعدة لتحقيق ذاته، فمفهوم الذات "هو ما يكونه الفرد عن نفسه وكيفية رؤيته لنفسه والآخرين، نتيجة تفاعله معهم ومع البيئة المحلية في سعي منه للتوافق معها".

(الشرفا، 2011، 14)

ويرى (سوبر) أن مفهوم الذات "يتكون من نمط من الاتجاهات والاهتمامات وطموحات الفرد حيث ينمو بمرور الوقت".
(الشرفا، 2011، 27)

فمفهوم الذات يتلخص في معرفة الفرد لخصائصه النفسية، الانفعالية والوجدانية والجسمية، وكل ما يدركه الفرد عن ذاته وعلاقته مع الآخرين وطموحاته واهتماماته.

أما مفهوم الذات المهنية فهو كل ما يدركه الفرد عن ذاته في مجال العمل، فتعرفها (سناء زهران) على أنها "كل ما يتعلق بفكرة الفرد عن ذاته في مجال عمله" وهي كذلك "الصورة التي يكونها الفرد عن ذاته في مجال عمله".

(الشرفا، 2011، 27)

فوعي الفرد بذاته المهنية يتمثل في إدراكه لخصائصه وقدراته واستعداداته وطموحاته وما يمكن أن تحققه له المهنة .

2.3. الوعي بمعطيات سوق الشغل: إن معرفة الفرد لسوق الشغل يقتضي معرفته بكل الأعمال والنشاطات، فيعرف العمل على أنه "نشاط إنساني يمتد ليشمل جميع المجالات المهنية والتنظيمية، سواء كانت صناعية أو تجارية أو خدماتية أو إدارية أو حكومية أو خاصة، منها ما هو بسيط وما هو راقى". (الشرفا، 2011، 24)

حيث أشار التعريف إلى أن العمل ليس مجموع من المهن أيا كان نوعها، إضافة إلى ذلك قسمت الأعمال إلى صنفين أساسيين على أساس ما تطلبه من تكوين أو تدريب قبل الانخراط فيها:

✓ أعمال بسيطة: وهي الأعمال التي لا تتطلب تدريب أو دراسة أكاديمية متقدمة بل كل ما تحتاجه، هو تدريب بسيط متنوع بانخراط مباشر في العمل أو العمل تحت إشراف أصحاب الخبرة.

✓ أعمال راقية: وهذا النمط من الأعمال يتعلق بالوظائف التي تتطلب تكوين متخصص في المعاهد والجامعات.

كما يتطلب الوعي بسوق الشغل إدراك الفرد للمعطيات التالية:

- أن المهنة لا تشبع فقط حاجات مادية بل تتعدى ذلك إلى إشباع حاجات نفسية واجتماعية.
- تقوم المهن على أسس علمية مقبولة اجتماعيا تتماشى والعرف الاجتماعي المحلي والبيئة المحلية للفرد.
- تحتاج المهن تدريب مهني ومستوى تعليمي وإعداد تربوي أي الحصول على قدر معين من معرفة العلمية المنظمة.
- تتطوي بعض المهن على مهارات أساسية لا يملكها عامة الناس وقد تكون هذه المهارات فطرية لدى الفرد مثل الطلاقة اللغوية، البنية الجسمية.
- الانخراط في المهنة يؤدي إلى تطور في المهنة نفسها عن طريق الخبرة والتجريب أي ما يمكن للفرد أن يقدمه للمهن من حيث مبادراته الشخصية وقدرته التطورية والإبداعية لديه.

- نجاح الفرد المهني بما يحرز من انضباط أخلاقي في أدائه لمهنته، وما يعرف بالقدرة على الاحتفاظ بالمهنة من خلال سلوكه الأخلاقي.
- إدراك الفرد لطبيعة بعض المهن القابلة للاندثار مع التقدم والتطور ومجالات المهن التي يمكن التحول إليها ويتعلق الأمر هنا بعائلة المهنة.

(دحمري، 2014، 33)

فالوعي بهذه المعطيات ضروري قبل الانخراط في أي مهنة، بحيث تساعده على اتخاذ القرار المهني.

3.3. الوعي بمميزات الأعمال المختلفة: وهذا يرجع إلى الاختلاف بين المهن، من حيث المتطلبات الجسمية والخصائص النفسية، فالأعمال التي تقتضي الاختلاط بالناس والتعامل معهم تتطلب الصبر وسعة الصدر وقدا كبيرا من الروح الاجتماعية لدى القائمين بها، بحيث لا ينجح في المهنة مثلا الإنسان المنطوي الخجول، كم ينطوي الوعي بمميزات الأعمال أهمية طموحات الفرد وآماله المهنية، التي تعرف على أنها "الأهداف التي يضعها الفرد لنفسه في عمل التي لها دلالة وقيمة بالنسبة له".

(دحمري، 2014، 35)

حيث يشمل الطموح المهني ثلاث جوانب أساسية وهي:

- **الأداء:** حيث يتمثل في نوع الأداء الذي يعتبره الفرد هاما ويرغب في القيام به في أي عمل، وتظهر في هذه النقطة قيمة العمل لدى الفرد الذي ينطوي على درجة ونوعية الأداء الذي يرغب فيه ويرضيه.

- **التوقع:** وتشمل توقعات الفرد لأدائه بهذا العمل، أي ما يمكن أن يحققه الفرد خلال أدائه لعمله ودرجة النجاح التي يطمح إليها فيه.

- **الأهمية:** إلى أي حد يعتبر الفرد هذا العمل مهم بالنسبة له، فهل هو وسيلة لتحقيق الربح المادي والاستقلال المالي، أو هو ذا قيمة اجتماعية ويحقق له مكانة ما ويشبع لديه حاجات نفسية.

(الشرفا، 2011، 30)

فالمركز الاجتماعي للفرد يحقق من خلال مكان المهنة التي يشغلها، أو المكانة الاجتماعية التي يمنحها له الآخرون لقناعة منهم بقيمة المهن في المجتمع وتكون عندها مكانة غير رسمية.

(الشرفا، 2011، 35)

وعليه فالوعي بسوق العمل وميزاته يشمل معرفة الفرد لطموحاته وخصائص المهن التي تحقق مكانة اجتماعية راقية.

رابعاً: العوامل المؤثرة في تشكل الوعي المهني

هناك عدة عوامل تؤثر في الوعي المهني، منها ما يتعلق بذات الفرد وهناك عوامل خارجية محيطة بالفرد وذات احتكاك مباشر معه وغير مباشر تتمثل في الأسرة، والمدرسة وكذلك المجتمع، وسنتعرف بالتدريج على العوامل المؤثرة في تشكل الوعي المهني:

1.4. العوامل الشخصية الذاتية:

ويتعلق الأمر هنا باختلاف الخصائص الشخصية بين الأفراد وكذا الاختلاف في القدرات العقلية "فكلما كان الفرد مبدعاً محققاً لهويته النفسية كان أكثر نضجاً وأكثر استخداماً لسلوك الاستكشاف". (الصبحي، 1433، 15)

فالفرد المستكشف والذي يطمح للتعرف على كل ما يحيط به، سواء تعلق الأمر بالماديات وكل الأمور التي تخص التعرف على المحيط الخارجي، سواء كانت مهن أو أفراد مما يوفر له درجة عالية من المعرفة بالمحيط الاقتصادي، وهذا ما أكدته دراسة (ستريب وكريستين، 1950) حيث أثبتت الدراسة أن هناك صفات شخصية معينة موجودة أساساً عند الأشخاص المبدعين وهي التي تؤدي إلى تنمية السلوك الاستكشافي عندهم بدرجة أكبر من الأشخاص العاديين، فالشخص المبدع أكثر نضجاً مهنيًا من الأفراد الآخرين، ويمتاز بتطور الهوية المهنية لديه أكثر من غيره من مؤجلي الهوية. (الصبحي، 1433، 16)

وما يؤكد ارتباط درجة الوعي المهني بالعوامل الشخصية ارتباطه بدرجة التحصيل الدراسي الذي أثبتته دراسة (باتن وآخرون، 2004) والتي هدفت إلى معرفة النضج المهني المتضمن للاستكشاف المهني لدى عينة من طلاب الثانوية في استراليا مقارنة بأقرانه في جنوب أفريقيا، وطبقت الدراسة على (1090) طالب باستخدام مقياس الارتقاء المهني وتوصلت إلى أن طلبة الصفوف العليا أكثر نضجاً من طلاب الصفوف الدنيا، إضافة إلى أنه لا توجد فروق بين الجنسين لدى عينة استراليا، مع وجود فروق بين طلاب وطالبات في المعرفة بعالم الشغل "الاستكشاف المهني" لصالح الطالبات يعزى إلى التفوق الأكاديمي. (الصبحي، 1433، 95)

وعليه فإن خصائص الفرد تعتبر من المحددات الأساسية في اختياره لمهنة من المهن ومن خصائص الفرد (قدراته، ذكاؤه، استعداداته، ميوله، سماته، قيمه واتجاهاته) فالشخص الذكي يختار المهنة التي تتطلب نفس القدر من الذكاء، والشخص يختار المهنة التي يميل إليها فذلك يمكن أن يحقق لنفسه النجاح، ويلاحظ أن الشخص الذي يشعر بعدم الكفاءة لا يفضل أن يلتحق بالعمل الذي يتطلب هذا القدر من الكفاءة، وإنما يسعى إلى العمل الذي تقل فيه المسؤوليات، وإن الشخص الذي يميل للناس ولديه صلات اجتماعية قوية يختار العمل الذي يقوم على العلاقات الاجتماعية وتكثر فيه التفاعلات في الآخرين وتبقي على وجهاته الاجتماعية.

(الصويط، 1429هـ، 19)

2.4. العوامل الأسرية:

تعد الأسرة من أهم العوامل المؤثرة على قرارات الطالب التعليمي والمهني بشكل مباشر، سواء كانت على شكل نصائح وتوجيهات أو على شكل ضغوط أو أوامر، بالاتجاه نحو هذا المجال وترك الآخر، أو بطريقة غير مباشرة من خلال عملية التنشئة وغرس بعض المفاهيم. وهذا ما أكدته دراسة العيسوي (1989) في دراسته على أن الآباء يضغطون أحيانا على أبنائهم في اختيار مهنة معينة بدافع الرغبة أو التعويض.

(السواط، 2008، 105)

وما تجدر الإشارة إليه تأثر درجة الوعي المهني للفرد بتوجهات الوالدين وأساليب التوجيه المعتمدة داخل الأسرة بما في ذلك التوجهات المهنية لهما واتجاهاتهما نحو عالم التعليم والشغل، حيث أثبتت دراسة (الصامدي، 1988) والتي كان الهدف منها دراسة العلاقة بين توجهات الوالدين والنضج المهني للأبناء وشملت الدراسة عينة مكونة من (500) من المرحلة الثانوية، وخلصت إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين توجهات الوالدين والنضج المهني لأبنائهم، وقد تضمنت الدراسة ممارسات التوجيه المهني داخل الأسرة خاصة استخدام المكافأة عندما يبدون اهتماما بمستقبلهم المهني ومناقشتهم حول المهن المختلفة المتوفرة في البيئة الاجتماعية وتشجيع الحرية والاستقلالية في التفكير.

(خطيبة، 2009، دص)

3.4. العوامل المدرسية:

تعد المدرسة من أهم البيئات التي تشكل توجه الطالب المهني وتصلق مهاراته وتنمي قدراته، فالبرنامج والأنشطة التي تمارس داخل المدرسة تعد الطالب إلى مستقبل مهني سليم يبني على أسس علمية، ويرتكز على مبادئ وقيم اجتماعية تمهد لتغيير الواقع للأفضل والمستحيل إلى الممكن، وذلك من خلال الأنشطة الهادفة وأفكار واعية بما تريد المدرسة التخطيط له. (السواط، 2008، 108)

فهي تؤثر على شخصيته في جميع جوانبها وتعمل على صقلها من أجل إعدادها للحياة ويختلف أسلوبها التربوي عن أسلوب الأسر الأم يكون المعلمين أو الأساتذة مؤهلين أكاديميا ومهنيًا وأكثر تخصصًا من الأولياء، فالمعلم وفق المفهوم الحديث ليس ناقلًا للمعرفة فقط فهو: المربي، موجه وفق لقدرات التلميذ ومؤهلاته الشخصية حيث يعمل المعلم على توفير خبرات تربوية مميزة لتلاميذه في مختلف مجالات الحياة. والأم الذي يساعد على بناء وصقل شخصية الطالب أو التلميذ.

(المفرج والمطيري، 2007، د ص)

وما تجدر الإشارة إليه في هذا الصدد أهمية التربية المهنية حيث تسعى المؤسسة التربوية في جميع أطوارها إلى تزويد التلميذ أو الطالب بالمعلومات المهنية حول قدراته واستعداداته، وفي هذا الصدد أكدت (ترزولت) على ضرورة تنمية الوعي المهني منذ مراحل التعليم الأولى حيث ذكرت أن هناك حاجات مهنية تختلف من مرحلة تعليمية إلى أخرى يجب إشباعها لدى الفرد المتعلم من أجل ضمان سيرورة نمو سليمة لديه ففي المرحلة الابتدائية مثلاً يشرع التلميذ في الاهتمام بالعوائد المادية لمختلف المهن كما يأخذ صورة أولية حول عالم الشغل ويكمن خلاله تشجيع التلميذ على البحث والاستكشاف وفتح باب الحوار والنقاش معه.

فتسعى التربية المهنية من خلال استراتيجيات المختلفة إلى مساعدة الفرد على تحقيق الوعي بذاته تبصيره بمعطيات الواقع الاقتصادي والمهني ويمكن التدخل من خلال الرحلات الاستكشافية والزيارات الميدانية لمختلف المواقع المهنية من أجل إكسابه معلومات واقعية حول محيطه الاجتماعي والاقتصادي.

4.4. العوامل الاجتماعية:

هناك بعض العوامل التي تؤثر على مستوى الوعي المهني كالمقر الاجتماعي للفرد الذي يعتبر المؤشر الحقيقي للتوجهات المهنية، فالفرد ليس وليد الأسرة قط بل بتفاعله داخل المجتمع يكتسب ويفقد بعض الميزات والخصائص هذا من جهة، ومن جهة ثانية تختلف البيئات الاجتماعية من ريف وحضر في فاعليتها في تنمية الوعي المهني لدى الفرد، حيث أثبتت دراسة (العنوان 2001) والتي عنوانها بالتفاوت في الاتجاهات المهنية بين طلبة الصف الأول ثانوي، وخلصت إلى وجود دالة إحصائية لصالح الطلاب سكان المدينة. (خطيبة، 2009، دس)

فمن هنا نستنتج أن البيئة الاجتماعية تؤثر في وعي الفرد بالمهن المتاحة حسب القيم والمعتقدات، فهو في أساسه إدراك لمعطيات البيئة الاجتماعية، فكلما كان محيط الفرد مليئاً بالمشيرات المهنية والاقتصادية، التي يعمل الفرد على استكشافها فإنه يحظى بمعلومات وافرة على المهن المتاحة من أجل بناء مهنة مستقبلية.

خامساً: أهمية الوعي المهني

تتمثل أهمية الوعي المهني من خلال النقاط التالية:

- تعد المؤسسة التعليمية منوطة بتنمية الوعي المهني، حيث يؤدي نقص المعلومات لدى المتعلم إلى اختيار مهني خاطئ، وما يترتب على هذا من هدر للطاقات، وعدم الرضا عن العمل، ونقص الكفاءة الإنتاجية.
- يعد الوعي المهني أمراً ضرورياً لتطوير قدرة الفرد الذاتية، التي تساهم في تعديل اتجاهاته وتنمي معارفه ومهاراته، لتحقيق تقدمه المهني بإحداث تغييرات إيجابية في أدائه ودافعيته نحو العمل أو المهنة وتهيئته للتكيف مع المستجدات.
- توعية المعلمين لأهمية اختيار المهنة في المستقبل، وإعدادهم لبيئة العمل وغرس قيم العمل التي تمكنهم من النجاح في حياتهم المهنية.
- تحدد المهنة التي سوف يمارسها المتعلم في المستقبل ودوره الاجتماعي سواء من منظور نفسي (رؤيته لقيمة المهنة) أو من منظور اجتماعي (حدود المهنة في الإطار الاجتماعي). وهذا ما أكدته دراسة Robin (1997) عندما حاول الربط بين القيم والوعي المهني، نتيجة الاتساق بين ما يريده الفرد من عمل ومع ما يراه من حوله.

- ارتباط الوعي المهني بإدراك التغيرات الحادثة في تخصصه، والقدرة على المواءمة بين متطلبات التحديث والشعور بالثقة بالذات لارتباطه بالدافعية للإنجاز، وهذا ما أكدته دراسة Hartung et al (2005) إلى أن الوعي المهني يتأثر بعدد من العوامل الشخصية والمعرفية والوجدانية.

(أمين، 2011، 169)

- اختيار الفرد للعمل المناسب يجعله قادراً على التفوق والترقي فيه، ويجعله قادراً على الوقوف منافساً في وجه المنافس لمهنته.

(الزهراني، 1431، ب ص)

- تبرز أهمية الوعي المهني من خلال "وجود درجة عالية من حسن التخطيط المستقبلي الذي يعتبر مؤشراً نسبياً على الاستقرار المهني". حيث أثبتت دراسة سوبر وجوردان Super-Jordon (1982) إلى أن الشباب بعمر أقل من (25 سنة) أقل استقراراً في المهنة وأرجع ذلك إلى النضج المهني.

(خطابية، 2009، دص)

سادساً: أهداف تنمية الوعي المهني

تتمثل أهداف الوعي المهني فيما يلي:

- **الشعور بالأمن:** يسهم في ايجابية التفكير في الغد، وبأن هناك فرصة أو فرصاً متاحة للخريج للاستقرار النفسي، مما يولد لديه الثقة بالنفس وبمجتمع يضمن له مهنة.

- **تعزيز الاتجاه الإيجابي نحو العمل المهني:** ومن ثم تنمية الإبداع نحو عمل مهني يتسم بالتجديد والابتكار.

- **زيادة الحصيلة المعرفية المهنية عند المتعلم:** حيث يسهم الوعي المهني في توسع الثقافة حول المهنة وطبائعها ومستوياتها ومردوداتها على الأفراد ومجتمعاتهم.

(أمين، 2011، 180)

ومن خلال هذه الأهداف نرى أن الفرد قد يكون لديه تطلعات وأفكار ايجابية نحو الغد مما يولد لديه الثقة بالنفس، وذلك بتنمية روح الإبداع والابتكار نحو المهنة وزيادة الحصيلة المعرفية وتوسيع الثقافة حول المهن المطلوبة.

سابعاً: أساليب واستراتيجيات تنمية الوعي المهني

كما يتأثر الوعي المهني بعدة عوامل مثل المدرسة والأسرة، فإن هناك عوامل تساعد على تنمية الوعي المهني:

1.7. التربية والتعليم:

تعتبر التربية والتعليم مدخلا أساسيا لتنمية الوعي المهني لدى الفرد وهذا من خلال ما تقدمه المؤسسة التعليمية في مختلف مستوياتها من برامج تدريسية تساعد المتعلم على التعرف على مختلف قدراته ومهاراته "فالهدف من المدرسة الحديثة هو تنمية قدرات الطلاب ومهاراتهم سواء كانت مهنية أو غيرها، بل يجب أن تقرر المدرسة هذه المعلومات التي تسعى لتقديمها لطلابها بميولاتهم واستعداداتهم".

(زغينة، 2004، ب ص)

2.7. الإرشاد النفسي:

هو عملية مساعدة الفرد ليستخدم إمكانياته وقدراته استخداما سليما للتكيف مع الحياة الأساس هنا هو العملية الإرشادية. (مواهب، 1995، 11)

ويتضح من خلال المزاجية الهدف العام من العملية الإرشادية الذي يتمثل في مساعدة الفرد على فهم ذاته والتغلب على مشكلاته ومعرفة قدراته وتنمية إمكانياته ليصل إلى تحقيق توافقه النفسي والاجتماعي والتربوي. (ملحم، 2001، 35)

أما بالنسبة للوعي المهني الذي هو مدى وعي الفرد بقدراته المهنية واستعداداته ووعيه بمجريات العالم الاقتصادي من حيث فرص العمل المتاحة ومتطلبات المهن المختلفة والعلاقات بين المهن ونلاحظ أن تحقيق الوعي المهني متضمن في الهدف العام من العملية الإرشادية وذلك من خلال:

- تنمية معرفة الفرد بذاته من خلال تبصيره بقدراته واستعداداته ومساعدته على استثمارها والسعي إلى التغلب على نقاط قصور أو ضعفه وتقبل لذاته في مختلف مراحل عمره سواء تعلق الأمر بالخصائص الجسمية أو الانفعالية ومختلف التغيرات التي تطرق عليه ومساعدته على بناء علاقات اجتماعية ناجحة. (ملحم، 2001، 22)

- مساعدته على التعرف محيط الاجتماعي والاقتصادي: فمن خلال هذه المساعدة يتعرف على طبيعة الحياة الاقتصادية ومجرياتها كما تساعد المرشد على إدخال مختلف القيم الاجتماعية خاصة فيما يخص الدور الجنسي للفرد في البيئة المحلية مساعدته على سم أهداف مهنية تتناسب ومعطيات المجتمع من ناحية ومن ناحية أخرى رغباته.
 - الحاجة التي تبني فلسفة حياة تتجسد من خلالها طموحاته ورغبته وآرائه.
 - الحاجة إلى تحقيق الاستقلالية من الأسرة: خاصة وإن التلميذ في مستقبل يقوم على بناء أسرة الاستقلال المادي عن الوالدين، ويزداد اهتماماته بمشكلات الحياة المختلفة ومنها البحث عن العمل.
 - الحاجة إلى رسم خطط مهنية تتماشى مع طبيعة تكوينه الأكاديمي ومعطيات الواقع.
- (منسي، 2004، 31)

3.7. التوجيه المدرسي والمهني:

فهو عملية مساعدة الفرد على اختيار المهنة التي تتناسب وقدراته واستعداداته وميوله ودوافعه وخطته بالنسبة للمستقبل.

ويعمل التوجيه المهني على مساعدة التلميذ على التعرف على ذاته وتكوين صورة واقعية وموضوعية ودقيقة عنها وتقبلها بما فيها من قدرات وميول واتجاهات وقيم وتعريف التلميذ بعالم المهن والبيئات المهنية المختلفة التي تتوفر في المحيط الذي يعيش فيه.

(بن سعيد بالحر، 1434هـ، 6)

ويعرف (سوبر) التوجيه المهني على أنه عملية مساعدة الفرد على إنماء وتقبل صورة لذاته متكاملة ومتلائمة لدوره في عالم، وكذلك مساعدته على أن يختبر هذه الصورة في العالم الواقعي، وأن يحولها إلى حقيقة واقعه بحيث تكفل له السعادة ولمجتمعه المنفعة.

(جودت عزت، 2014، 19)

4.7. الإعلام:

عرف الإعلام على أنه: كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات، ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقي

للمادة الإعلامية، فالعملية الإعلامية تهدف إلى ربط الفرد بما يدور حوله على جميع الأصعدة سواء تعلق الأمر بالمجال الاقتصادي أو غيره فالمعلومة المهنية تساعد الفرد على اكتشاف الأعمال والمهن والصناعات ومتطلباتها فيدرك الفرد من خلال هذه العملية عائلات المهن المختلفة التي تعبر عن مجموعات مترابطة من المهن المختلفة تقسم على أساس من العناصر أو الخواص المشتركة. (بصلي، 2010، د ص)

ويعتبر الإعلام وسيلة أساسية تساعد التلميذ على القيام بتحديد اختياره الدراسي واكتشاف قدراته والتعبير عن رغبته بكل حرية، كما انه يكشف له عن الآفاق المستقبلية لسوق العمل والتخصصات الدراسية التي تؤدي لها، كما أنه يحاول أن يمنحه القدرة على الربط بين العالم الدراسي والعالم المهني انطلاقاً من قدراته وإمكانياته الحقيقية.

فهو كل المعلومات الخاصة بالواقع التربوي والمدرسي والمهني يهدف الى تنظيم وتفعيل المسار الدراسي للتلميذ بتحقيق الموافقة بين طموحاته ونتائجه الدراسية وتكوينه في مجال البحث الفردي والجماعي.

إن التلميذ يسعى دائماً وراء النجاح، سواء في مشواره الدراسي أو مشواره المهني فهو في بحث مستمر عن كل المعلومات التي يراها ضرورية، فهو بحاجة ماسة إلى من يساعده في هذا المجال وذلك بمنحه المعلومات اللازمة لاتخاذ قراره الذي يخص اختياراته الدراسية والمهنية على أساس المشروع المهني الذي يريد تحقيقه.

(الأعور، 2005، 31)

ومن هنا نرى أن الإعلام من أهم الأولويات الضرورية التي على الفرد أن يكتسب معلومات وافرة حول التخصص الدراسي أو المسار المهني من اجل اختيار مشروع مستقبلي يتوافق مع عالم الشغل.

ملخص الفصل:

كشفت مضامين الفصل جملة من العناصر الجديرة بالتناول مثل تعريف الوعي المهني الذي هو إدراك الفرد لذاته وقدراته المهنية ومدى قدرة الفرد على التوفيق بين رغباته وحاجاته وسوق العمل، ولقد تحديد أبعاده المتمثلة في الوعي بالذات المهنية والوعي بسوق الشغل وميزات الأعمال المختلفة، وكذلك علاقته ببعض المفاهيم الأخرى، كما تم التعرف على مختلف العوامل التي تؤثر على الوعي المهني والتي تساعد الفرد على تنمية الوعي سوى كانت ذاتية، أسرية، مدرسية، أو اجتماعية.

كما تم التطرق إلى مختلف الاستراتيجيات التي يمكن من خلالها تنمية الوعي لدى الفرد.

الفصل الثالث:

الحملة الإعلامية

تمهيد

أولاً: تعريف الحملة الإعلامية

ثانياً: أهمية الحملة الإعلامية

ثالثاً: خصائص الحملة الإعلامية

رابعاً: أهداف الحملة الإعلامية

خامساً: مراحل التخطيط للحملة الإعلامية

سادساً: أسباب تنظيم الحملة الإعلامية

سابعاً: معوقات الحملة الإعلامية

ملخص الفصل

تمهيد:

تلعب الحملات الإعلامية دورا ايجابيا في نشر الأفكار ودعمها وتغيير وجهات النظر فهي جهود منظمة ومقصودة ومستمرة خلال فترة زمنية محددة للتأثير على آراء واتجاهات وسلوك الجمهور المستهدف لتحقيق المصلحة العامة للجمهور والمجتمع. وسوف يتم من خلال هذا الفصل التعرف على الحملات الإعلامية وعلى خصائصها وأهدافها وسيتم التعرف على أهمية ومعوقات الحملات الإعلامية.

أولاً: تعريف الحملات الإعلامية

أ. لغة:

جاء في لسان العرب: حمله على الأمر حملا فانحل: أعزاه به، وتحامل في الأمر وبه تكلف على مشقة وإعياء وتحامل عليه أي كلفه ما لا يطيق.

ب. اصطلاحاً:

يعرف (ينس ماكيل): الحملة الإعلامية على أنها: "جهود اتصالية وقتية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور ونحو أهداف مقبولة اجتماعيا، مثل التصويت وشراء السلع والتبرعات وتحقيق أمن أكبر وصحة أفضل".

ويعرفها (غوران هدير) على أنها "النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة يتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل". (بن الصغير، د س، 1)

ويعرفها (بيسلي) بأنه "نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الآخرين، عن طريق استخدام أساليب إعلامية تؤثر في الجمهور وأن مفهوم إعادة التشكيل يعد من أهم السمات التي تميزها كنشاط اتصالي سواء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي أو على مستوى أنماط الحياة الفردية" (بن الصغير، د س، 2)

يعرف (أكرم شبلي) الحملة الإعلامية بأنها: "الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الوقت للنشر المستمر، وبكافة الأساليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين، أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف ما، ويمكن أن تكون الحملة مع شيء أو ضد شيء معين".

(بن الصغير، د س، 3)

تعرف (سامية محمد جابر) الحملة الإعلامية: "تشمل على مجموعة من التدابير واستعدادات مثل الحملات السياسية والانتخابية والمعلومات العامة والإعلان وبعض أشكال التعليم واستخدام وسائل الاتصال الجماهيري في البلدان النامية أو في مجال نشر التجديدات، ويكون لها أهداف محددة تخطط من أجل إنجازها، وتقوم بنشاطها في فترة زمنية محددة غالبا ما تكون وجيزة ومكثفة وتستهدف جمهورا كبيرا نسبيا، وغالبا ما تعتمد على إطار عام من القيم المشتركة". (بن الصغير، د س، 4)

كما يرى خبراء الاتصال والإعلام أن الحملة الإعلامية "هي جهد اتصالي وإعلامي مكثف يقوم على عناصر أساسية في حرفة العمل الاتصالي والإعلامي، ونرى من جانبنا أن الحملة الإعلامية هي برنامج إداري وإعلامي يهدف إلى إبراز نشاط منظم و مخطط لجهة ما بهدف نشر الوعي أو توليد لخدمة معينة أو تعديل سلوك أو غير ذلك، وبذلك من خلال أنشطة اتصالية مختلفة". (خليل ميرزا، 2008، د ص)

نلاحظ من خلال هذه التعريفات أن كل منها أهمل جانب من جوانب الحملة الإعلامية مثل: المصدر والجمهور المستهدف، أهداف الحملة الإعلامية، وكذلك الوسائل المستخدمة في الحملة.

ومن خلال ما سبق من التعريفات نقول أن الحملة الإعلامية هي "نشاط اتصالي مخطط ومنظم خاضع للمتابعة والتقييم، وتقوم به مؤسسات أو مجموعة أفراد، ويمتد لفترة زمنية بهدف تحقيق أهداف معينة، باستخدام وسائل الاتصال المختلفة، وسلسلة من الرسائل الاتصالية، وباعتماد أساليب مؤثرة، بشأن موضوع محدد، يكون معه أو ضده، ويستهدف جمهورا كبيرا نسبيا". (بن الصغير، د س، 5)

ثانيا: أهمية الحملات الإعلامية

للحملات الإعلامية أهمية كبيرة تكمن في الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور المستهدف، مع مراعاة الوسائل والأسلوب الذي من شأنه أن يؤثر عليه.

تكمن أهمية الحملات الوسائل الإعلامية في كونها تتوجه إلى جماهير تتسم بالاختلاف والتنوع، وتتصدى التغيير اتجاهات وسلوكيات اجتماعية مختلفة وهذا ما يتطلب جهدا كبيرا يتسم بالاستمرارية حيث في كثير من الأحيان يرفض الفرد تغيير أفكاره وسلوكياته ومن ثمة معتقداته التي تم اكتسابها من قيم وعادات المجتمع. (بن الصغير، د س، 1)

وحسب (عبد المالك 2000) فإن للحملات الإعلامية التي يقوم بها القائم بالاتصال ضرورة ملحة في عصرنا وتهدف هذه الحملات إلى رفع من مستوى الوعي العام وتعزيز مشاركة الجماهير العملية التنموية إلى تدويرها وتنفيذها العديد من المؤسسات، للتعريف بالإنجازات وتقوية بينها وبين الجماهير، ويساعد في قبول الأفكار والأنماط السلوكية الحديثة.

ويرى (عبيدات 2004) أن للحملات الإعلامية أهمية كبيرة من ناحية تطويع أو تطويع أو تعديل السلوك الإنساني في الاتجاه المرغوب فيه من قبل القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية ذلك أنها إذا تم تصميمها وتنفيذها من قبل الجهات المتخصصة والمؤهلة فإنها تؤدي إلى توعية الجمهور المستهدف وتساعد على التعرف على نقاط القوة والضعف الكامنة وراء قضية ما كخطوة أولى، كما أنها معينة بتصويب سلوك الجمهور المستهدف نحو تحقيق الهدف المنشود كخطوة ثانية.

ويمكن توضيح أهمية الحملات الإعلامية في بيان ما يمكن أن يحققه للأفراد والمجتمعات والمؤسسات في النواحي التالية:

- توضيح البحوث المصاحبة للحملات الإعلامية أثناء عملية تحليل الموقف والاتجاهات الحقيقية للجمهور المستهدف وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم بما يساعد القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية على إعداد الرسالة واختيار الوسائل المناسبة.
- التقدم التكنولوجي في المجالات التي تؤثر على حياة الأفراد أو الأسر يفرض تخطيط وتوجيه حملات إعلامية لتوعية الجمهور.
- تعمل على معالجة المشكلات التي يعيشها المجتمع ومحاولة إيجاد الحلول لها بالطرق العلمية وفق تصميم محكم لمراحل الحملة الإعلامية بما يتوافق ومعطيات موضوع الحملة وما يتوفر من معطيات وبيانات تساهم في تحليل الموقف وإيجاد الحلول لهذه المشكلات.
- تحقق الحملات الإعلامية لجمهورها المستهدف كما معلوماتي حول المشكلات التي يعيشها وخدمات إنسانية متنوعة بما يعود عليهم بالنفع وبما يكفل لهم تحقيق التوازن الاجتماعي داخل المجتمع.

- تحسيس الرأي العام بقضية معينة في المجتمع كالقيام بحملة التحسيس بفئة ذوي الحاجات الخاصة، أو ضحايا الكوارث وذوي الحقوق، وهذا بغرض زيادة درجة التضامن والتكافل الاجتماعي.
 - التأثير في المعرفة والاتجاهات والسلوك بما يخدم الصالح العام من خلال الرسائل المتتالية والكثافة في التغطية وعملية التكرار لتحقيق الهدف المنشود من الحملة الإعلامية وذلك مثلا من خلال:
 - 1- إقناع الناس المحايدون بوجهة نظرك وعدالة قضيتك.
 - 2- حشد وتعبئة الأنصار ودفعهم للعمل والتحرك والرفع من معنوياتهم.
 - 3- تثبيط وكسر معنويات العدو أو شق صفوفه أو استمالة المؤيدين له.
- ونظرا لأهمية الحملات الإعلامية في ترويج الأفكار والمنتجات وإعادة تشكيل السلوك فإن الدول المتقدمة أنشأت مراكز ومعاهد متخصصة في تدريب الأفراد على كيفية تصميم الحملات الإعلامية لتكون على أسس متينة وتحقق الهدف المنشود في التأثير على الأفكار أو الاتجاهات لتكوينها أو تعميمها أو تعديلها أو تغييرها أو تطويرها.
- (بن الصغير، دس، 3-4)

ثالثا: خصائص الحملات الإعلامية

تتميز الحملات الإعلامية بعدة خصائص تجعلها تكتسب ثقة الجماهير لأنها مرتبطة بقضايا المجتمع.

1) التكرار: تعمل الحملة الإعلامية إلى تحقيق أهداف ثلاثة من خلال عملية تكرار الرسائل:

- **الهدف الأول:** أن يعمل القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية على تثبيت الرسائل في ذهن الجمهور المستهدف فيخزن المعلومات التي تلقاها في ذاكرته، فإذا جاء الوقت أو الظرف المناسب لاستخدامها فإنه يتم استرجاعها تلقائيا.
- **الهدف الثاني:** من التكرار فهو الإلحاح لدفع الجمهور إلى تقبل الرسائل التي يتم بثها أو نشرها.
- **الهدف الثالث:** هو إتاحة الفرصة لعدد من الجماهير الأخرى أن يتعرفوا على مضمون الرسائل.

(2) **الاستمرارية:** يعني الاستمرار هو عدم التوقف المؤقت أو النهائي عن بث الرسائل ضمن المدة الزمنية المحددة للحملة لمجرد نشر الرسائل أو بثها في أحد الوسائل حتى لا تنقطع الصلة بين القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية والجمهور المستهدف لان الاستمرار في تنفيذ ومتابعة الأنشطة والبرامج دون انقطاع من شأنه أن يؤدي إلى تحقيق الهدف. (بن الصغير، د س، 1)

(3) **كثافة التغطية:** وهي عبارة عن الجهود التي يتم خلالها إغراق الجمهور المستهدف بوابل من الرسائل أي بآراء وأفكار ومعتقدات القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية ويمكن التميز بين نوعين من الحملات في هذا المجال:

- **حملة إعلامية مكثفة:** وتركز على تكرار بهدف ترسيخ الرسائل وإحداث الأثر الإعلامي المطلوب وهو النوع الذي يركز عليه في الغالب.
- **حملة إعلامية موسعة:** وتركز على مساحة التغطية بهدف إيصال الرسالة إلى أكبر شريحة من الجمهور دون مراعاة التأثير وعادة في حملات التوعية العامة مثل التلقيح ضد الأمراض الأنفلونزا الموسمية أو معنوي.

(4) **ذات إدارة منظمة:** يعني حضور التخطيط في العمل كي يرسم الطريق المؤدي للهدف المنشود ويلزم التخطيط جمع المعلومات والبيانات لمضمون نشاط الحملة الإعلامية لهذا نجد أن الحملة الإعلامية ذات إدارة محكمة وجهود منظمة يسلك فيها القائم بالاتصال أقرب الطرق ويختصر فيها الزمن للوصول إلى الهدف.

(5) **ذات مدة زمنية محددة:** وهي تكون الفترة الزمنية محددة البداية والنهاية على أن تكون طويلة المدى وهذا ما يجعل الحملة الإعلامية تكثف جهدها للوصول إلى الهدف المنشود في أسرع وقت ممكن وبأقل التكاليف لتجنب الملل الذي قد يحدث للجمهور جراء الرسائل المستمرة والمتكررة مما قد يحبط جهود القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية ويحول دون تحقيق الهدف. (بن الصغير، د س، 3)

- كما يجب أن تزيد على الحد المعقول نظرا لانشغال الجمهور عن أعمالهم وفي الوقت نفسه ألا تقل عن المدة المعقولة حتى يتمكن القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية من القيام بنشاطات الحملة.

(بن الصغير، د س، 4)

رابعاً: أهداف الحملة الإعلامية

تكمّن أهداف الحملة الإعلامية من خلال النقاط التالية:

- تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوفرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة بحياتهم والمطلوب إحداث التعديلات المطلوبة منها.
 - التأثير على المواقف واتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة وبما يخدم السياسات العامة للمؤسسات أو الدولة بأجهزتها المختلفة.
 - إقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم تجاه أهداف سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية وحول قضايا مهمة كقضايا البيئة والتسول والبطالة وغيرها وباستخدام استراتيجيات وتكتيكات مقبولة من قبلهم .
 - تعديل الأنماط السلوكية للجماهير المستهدفة بما يحقق وفرة مادية وتحاليل عن حجم الخسائر في أنماط سلوكية شرائية واستهلاكية محددة خاصة في أوقات الأزمات أو الكساد الاقتصادي وخاصة في مجال استخدام الهاتف الخليوي أو المياه والكهرباء وغيرها.
- (العبري، 2011، 24)

خامساً: مراحل التخطيط للحملة الإعلامية

تمر الحملة الإعلامية على عدة مراحل مذكورة فيما يلي:

1.5. تحديد المشكلة وجمع المعلومات والبيانات والإحصاءات: بحيث يبدأ تحديد المشكلة بجمع المعلومات عن الوضع المحيط بالمسألة، وتمثل هذه الخطوة المدخل العلمي في التخطيط، ويتم جمع المعلومات من مصادر مختلفة لأن المعلومات المطلوبة ستسهم في وضع الخطة وصياغتها.

ويعتبر تحديد المشكلة وجمع المعلومات أولى خطوات معالجة المشكلة لأن التنمية الاجتماعية لا تتحقق بالشكل المطلوب إلا إذا وضع يده القائم بالاتصال على المشكلة الحقيقية في المجتمع لأن باقي الخطوات مرتبة على أساس ماهية المشكلة.

2.5. تحديد الجمهور المستهدف: الجمهور كلمة تطلق على مجموعة من الأفراد تجمعهم خصائص معينة أو رغبات مشتركة.

والتعرف على الجمهور المستهدف لا يقتصر على طبيعة له دون غيرها، فيجب الإلمام بخصائصهم النفسية والاجتماعية، ونجد أن دراسة الجمهور وأنواع الجمهور من الدراسات

التي لقيت عناية من قبل ذوي الاختصاص، وذلك يرجع إلى جملة من المتغيرات كالعمر، الجنس، الوضع المادي، الوضع الاجتماعي، لأن نجاح أي عملية اتصالية يرتبط أساسها بمدى معرفتنا لنوعية الجمهور. (العبري، 2011، 32)

3.5. بحث العوامل الاجتماعية وتحديدها: من الضروري معرفة العوامل الاجتماعية والنفسية والديموغرافية للجمهور المستهدف لمعرفة مدى إدراكه للمشكلة ولموضوع الحملة وضرورتها وأهميتها والفائدة من حلها، والوقوف على العوامل الاجتماعية التي يجب إجراء البحوث المستمرة لمعرفة اتجاهات الجمهور المستهدف " مؤيد موافق، محايد، معارض، لا رأي له غير موافق، وكذلك معرفة معلومات الجمهور المستهدف، الأعراف الاجتماعية المرتبطة بموضوع الحملة.

4.5. تحديد العقوبات الدينية والسياسية والاجتماعية والأخلاقية والقانونية: قبل البدء بالحملة يجب أن تحدد العقوبات التي قد تؤثر على إنتاج الرسالة الاتصالية وتوزيعها وتطبيق الحملة الإعلامية، فالعقوبات السياسية والقانونية والأخلاقية قد تؤدي إلى تقليل فاعلية الحملة الإعلامية بشكل كبير.

5.5. تحديد الأهداف الإعلامية: على القائمين بالحملة وضع أهداف واقعية وقابلة للتحقيق ومناسبة للفترة الزمنية المحددة، كما أن القائم بالاتصال يجب أن لا يغفل عن أهمية الوضوح للأهداف، فقد يكون الهدف تغييرا في السلوك أو تنمية سلوكيات مرغوبة أو تعديل خبرات سلبية. وتحديد الأهداف تعد خطوة أساسية في تخطيط برنامج الاتصال الفعال ويؤدي تحديد هذه الأهداف بدقة إلى إمكانية قياس أثر الاتصال وتقييم فعاليته، ويفضل أن يعبر عنها كمياً حتى يجد القائم بالتخطيط مجموعة أهداف يعمل على تحقيقها، كما يجب أن تقسم إلى أهداف طويلة الأجل وأهداف قصيرة الأجل فصلاً عن تقسيمها إلى أهداف أساسية أو إستراتيجية أو أهداف جزئية أو تكتيكية وأهداف عامة وأهداف متخصصة.

6.5. تحديد الوسيلة الإعلامية للحملة: فالوسيلة قيمة كبيرة لأنها أهم صلة بين المرسل والمستقبل لذلك يجب الاهتمام بانتقائها لكونها أيضاً من أكثر الجوانب تأثيراً على زيادة الاهتمام بالحملة بالإضافة إلى الآثار السيكولوجية التي تتركها الوسيلة الإعلامية في نفس المستقبل ويرتبط اختيار الوسيلة الإعلامية حسب الموضوع الذي تتوجه الحملة للتنمية والميزانية أيضاً والوضع المادي للجمهور، فلا بد من اختيار وسيلة ملائمة مع الظروف

المحيطة بكل عناصر عملية الاتصال وعلى المخطط إتباع الأسس العلمية عند اختيار الوسائل اختيار الوسائل التي تصل إلى الجمهور المستهدف والتي تتناسب الأهداف المرسومة والملائمة ويتم اختيار وفقا لعدة أمور أهمها: الاختيار المناسب للوسيلة المناسبة للأهداف ومتقنة مع المنهجية، ولابد من معرفة مزايا وعيوب كل وسيلة، ويتم اختيارها بمراعاة عدة نقاط مثل : التغطية الجغرافية، التوزيع، التكلفة المالية لكل وسيلة، خصائص مستخدمى الوسيلة، ملائمة الوسيلة للرسالة. (العبري، 2011، 35)

7.5. تحديد الرسالة الإعلامية: الرسالة هي العنصر الثابت في العملية الاتصالية، فهي التي تحمل الرموز والدلالات والمعاني والأفكار، والرسالة هي محمر العملية الاتصالية.

8.5. الاختبار المسبق: الاختبار المسبق أو القبلي هو عبارة عن قراءة أولية أو دراسة منهجية لانتخابات أو ردود فعل عينة ممثلة من الجمهور بجزء من الرسالة الاتصالية المنطوقة أو المكتوبة و كليهما معا لإجراء التعديلات عليها وإنتاجها في شكلها النهائي لتكون مدققة ومنقحة من حيث الشكل والمضمون والتأثير.

والاختبار المسبق هو أساس النجاح في الحملات الإعلامية لما له من ايجابيات في التخطيط ومفاداة الأخطاء أولا بأول.

9.5. بدء البرنامج ومراقبته: يقصد به بدء البرنامج التنفيذي الذي سينشر المادة الإعلامية أو تعرض أو تذاع بمقتضاه خلال الفترة التي سيتم تحديدها لتقديم الحملة الإعلامية

10.5. تقييم الحملة الإعلامية: تهدف عملية تقييم الحملة الإعلامية إلى مقياس فعاليته مراحلها سواء التي سارت حسب الخطة المرسومة فالتقييم يعرفنا، والفشل أو التقصير ويعرفنا بالجمهور والوسائل الأنجح والوسائل الأكثر اقتناعا علاوة على انه يسهم في تحديد النتيجة النهائية للحملة. (العبري، 2011، 37)

يرى (إبراهيم أبو عرقوب) أن هناك ثلاث طرق لقياس وتقييم أثر الحملة الإعلامية:

- التقييم أثناء الحملة
- التقييم فور انتهاء الحملة لتحديد نجاحاتها وإخفاقاتها وأوجه القصور بالنسبة لإحداث الأثر المطلوب والذي يعرف بالتقييم البعدي.
- التقييم الاسترجاعي: ويجري هذا التقييم بعد ستة أشهر على الأقل من انتهاء الحملة الإعلامية لاختبار وقياس تأثير البرنامج على المدى الطويل. (العبري، 2011، 41)

سادسا: أسباب تنظيم الحملات الإعلامية

- (1) يعد التغيير المستمر في البيئة المحيطة بعمل المؤسسات من الأمور الداعية لتخطيط الحملات الإعلامية الرامية وتنفيذها لتحقيق أهداف محددة مثل توعية المستهدفين بأمور اجتماعية أو صحية أو اقتصادية كالنقل من عدد الولايم في المناسبات أو استخدام الرعاية الصحية بالإضافة إلى وسائل ترشيد الاستهلاك.
 - (2) طرح أفكار حول موضوع يهم أغلبية أفراد المجتمع من الأمور التي تنشأ لها الحملات الاجتماعية .
 - (3) ظهور مشاك أو عراقيل في أي مجال كان سواء اجتماعيا أو اقتصاديا يستوجب إعداد الحملات الإعلامية.
 - (4) التقدم التكنولوجي في المجالات التي تؤثر على حياة الأفراد أو الأسر، يفرض تخطيط وتوجيه حملات إعلامية عامة أو خاصة لتوعية المستهدفين.
 - (5) تزايد الوعي بين الأفراد بفرض إعادة النظر في العديد من الصناعات التي تكونت لديهم حول قضايا اجتماعية مختلفة وذلك من خلال تخطيط حملات إعلامية.
 - (6) بروز الأزمات الاقتصادية والاجتماعية في المؤسسات. (العبهري، 2011، 47)
- سابعا: معوقات الحملة الإعلامية:**

يرى بعض الباحثين أن هناك أسباب للفشل في الحملات الإعلامية، كما النجاح أيضا ومن هذه الأسباب:

- (1) إخفاق في تحديد طبيعة الجمهور المستهدف بالإقناع بصورة دقيقة.
 - (2) غياب خطة دقيقة تبين الأهداف المطلوب وتحقيقها من الحملة الإعلامية.
 - (3) فشل العمليات المتعلقة بإعداد الرسالة الإعلامية وتصميمها وتوصيلها إلى الجمهور المستهدف بالمكان والزمان المناسبين.
 - (4) تدني كفاءة إدارة الحملة في تحديد وتنفيذ الأعمال المطلوبة لتحقيق أهداف الحملة بكفاءة عالية.
 - (5) التهاون في اتخاذ الإجراءات اللازمة لتجاوز الإخفاقات حال وقوعها.
 - (6) غياب المرونة التي تسمح بإجراء التغييرات الضرورية انسجاما مع التطورات الفجائية التي تحدث.
- (العبهري، 2011، 48)

ملخص الفصل:

تم التعرف في هذا الفصل على الحملات الإعلامية التي هي نشاطات مقصودة تتم في فترة زمنية محددة للتأثير في سلوك الآخرين عن طريق استخدام أساليب إعلامية تؤثر في الجمهور في تحقيق هدف ما وبشكل منظم، ولقد تم التطرق كذلك إلى خصائص الحملات الإعلامية المتمثلة في التكرار والاستمرار والكثافة وتكون منظمة وذات مدة زمنية محددة كما تم التعرف على أهدافها وأسباب تنظيمها وطرق ومراحل تصميمها التي من بينها تحديد المشكلة وتحديد الجمهور المستهدف وكذلك تحديد الأهداف، وكذلك التعرف على معوقات الحملة الإعلامية التي تؤدي إلى فشلها كالإخفاق في تحديد طبيعة الجمهور وغياب خطة دقيقة وتدني الكفاءة وغيرها، فالحملات الإعلامية نشاطات مقصودة تؤثر وتتأثر بالوسط الخارجي لذلك يجب التخطيط لها بشكل منظم ومحدد لبلوغ الأهداف التي تصبوا إليها.

الجانِب المِيداني

الفصل الرابع:

إجراءات الدراسة الميداني

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

ثانياً: الإجراءات التطبيقية للدراسة

ثالثاً: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

ملخص الفصل

تمهيد:

بعد تحديد الإشكالية وصياغتها وجمع المعلومات والحقائق من التراث النظري، وكتغطية نظرية لهذه الدراسة، يعرض الفصل الحالي من الدراسة المعالجة الكمية للبيانات من أجل استخلاص أهم نتائج الدراسة وتوصيل ذلك عرض لأهم الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، والتي تتضمن الإجراءات المنهجية ومنهج الدراسة والدراسة الاستطلاعية وأهدافها وخطوات إجراءاتها، بعد تعريف وتحديد عينة مجتمع الدراسة وكذلك أسلوب اختيارها واختيار أداة جمع البيانات من حيث الخصائص السيكمترية (الصدق والثبات) وكان ذلك على النحو التالي:

أولاً: الإجراءات المنهجية

1. حدود الدراسة:

6-1_الحدود الموضوعية: يتضمن موضوع الدراسة "فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة أولى ثانوي في زيادة درجة الوعي المهني"، واعتمدت الدراسة على مطوية إعلامية تخص بعض المهن المرغوبة مع ذكر تعريف المهنة، خصائصها وشروطها. بالإضافة إلى مقياس الوعي المهني.

6-2- الحدود البشرية: تكونت عينة الدراسة من (39) تلميذ وتلميذة من السنة الأولى ثانوي.

6-3- الحدود المكانية والزمانية: تم تطبيق الدراسة الأساسية في ثانوية علي عون - الناظور - الوادي، حيث شملت على تلاميذ وتلميذات السنة الأولى ثانوي. فقد تم إجراءها في الفترة الزمنية الممتدة بين (18- 25) أفريل (2017).

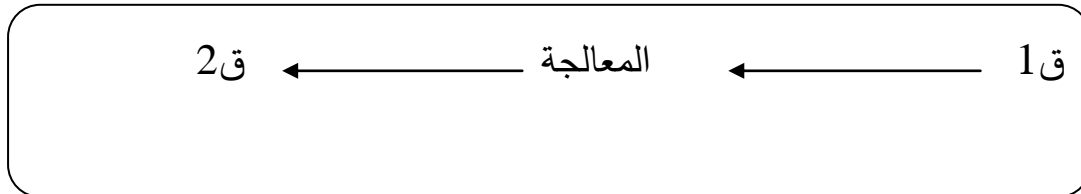
2. منهج الدراسة:

عند القيام بالبحوث العلمية على الباحث اعتماد منهج معين لإتباعه، ويقصد بالمنهج هو "أسلوب أو كيفية من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة في الكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة". (عبيدات، 1999، 35)

وبما أن موضوع الدراسة يبحث عن فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة أولى ثانوي في درجة الوعي المهني، فإن المنهج الذي يناسب الدراسة الحالية هو منهج الشبه

التجريبي الذي يعرف على أنه "دراسة العلاقة بين متغيرين على ما هما عليه في الواقع دون التحكم في المتغيرات". (القحطاني، 1425، 188)

وعليه فقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الشبه تجريبي، ذي التصميم مجموعة واحدة مع تطبيق مقياس قبلي وبعدي على أفراد العينة والشكل يوضح ذلك:



الشكل (01): يوضح تصميم القياس القبلي والبعدي ذي المجموعة الواحدة

حيث أن:

ق1: القياس القبلي

معالجة: المطوية الإعلامية

ق2: القياس البعدي

3. مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة مجموع الأفراد الذين يحملون خصائص متشابهة ويشاركون فيها.

أما العينة فهي جزء منه تحمل نفس خصائصه بحيث تسمح هذه الصفة بتعميم نتائج الدراسة التي شملتها على كل أفراد المجتمع الذي اشتقت منه.

يتكون المجتمع الأصلي للدراسة الحالية من جميع تلاميذ السنة الأولى ثانوي بشعبتيه جذع مشترك علوم وجذع مشترك آداب بمرحلة التعليم الثانوي، وقد بلغ حجم المجتمع الأصلي لهذه الدراسة (128) تلميذ وتلميذة، وذلك بثانوية علي عون - ولاية الوادي - للسنة الدراسية 2016/2017.

تم اختيار عينة الدراسة من ثانوية علي عون الناظور ولاية الوادي، وقد اقتصر على مستوى السنة الأولى ثانوي تكونت من (39) تلميذ وتلميذة. واختيرت العينة بطريقة قصدية.

5. الدراسة الاستطلاعية:

تهدف الدراسة الاستطلاعية في أي بحث علمي إلى استطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة التي يرغب الباحث في دراستها، وتعرف على أهم الفروض التي يمكن وضعها وإخضاعها للبحث العلمي، وكذلك التأكد من الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة.

(الغريب، 2016، 62)

وقد تم تطبيق الدراسة الاستطلاعية في ثانوية شوية الجباري "ورماس" حيث تم النزول لهذه الثانوية في (8) فيفري (2017).

1.5. أهداف الدراسة الاستطلاعية:

تعد الدراسة الاستطلاعية تمهيدا لإجراء الدراسة الأساسية، وهي من بين المراحل التي يمر بها الباحث أثناء البحث، وتسعى الدراسة الاستطلاعية إلى تحقيق أهداف ومن بينها:

- التأكد من الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة (مقياس الوعي المهني).
- الكشف عن الصعوبات التي قد يتعرض لها الباحث من أجل تقاديها.
- التدريب على تطبيق الدراسة الأساسية.
- تعرف الباحث على الظاهرة التي يرغب في دراستها وجمع معلومات وبيانات عنها.

2.5. عينة الدراسة الاستطلاعية:

تم إجراء الدراسة الاستطلاعية على تلاميذ السنة الأولى ثانوي ببلدية ورماس ولاية الوادي والتي اختيرت بطريقة عشوائية بسيطة، وقد شملت العينة على (30) تلميذ وتلميذة في السنة الدراسية 2016 / 2017.

3.5. خطوات إجراء الدراسة الاستطلاعية:

ومن أجل تحقيق الأهداف المذكورة سابقا، لابد من القيام ببعض الإجراءات للتعرف على العينة والتي تمت عبر مراحل أهمها:

المرحلة الأولى:

إجراء زيارة ميدانية للمؤسسة ومقابلة المدير وذلك يوم (07) فيفري (2017)، بهدف التعرف على تلاميذ السنة الأولى ثانوي وتحديد زمن التطبيق.

المرحلة الثانية:

تطبيق الدراسة على تلاميذ السنة أولى ثانوي يوم (08) فيفري (2017)، بتوزيع مقياس الوعي المهني، ومن ثم جمع المقياس.

4.5. المجال المكاني والزمني للدراسة الاستطلاعية:

أجريت الدراسة الاستطلاعية في ثانوية "شوية الجباري" ببلدية ورماس ولاية الوادي والمتواجد بها العينة والتي قوامها (30) تلميذ وتلميذة للسنة الدراسية 2016/2017، وقد تمت هذه الدراسة في يوم واحد (08) فيفري (2017) وفي نفس السنة الدراسية.

6- متغيرات الدراسة:

لابد من ضبط المتغيرات في المنهج التجريبي من أجل استنتاج التغيير الذي يحدث في المتغير التابع بسبب تأثير المتغير المستقل، ومن هذه المتغيرات نذكر منها:

✓ **المتغير المستقل:** هو المتغير الذي يتحكم فيه الباحث لإحداث التغيير في المتغير التابع، وفي هذه الدراسة المتغير المستقل هو المطوية الإعلامية.

✓ **المتغير التابع:** هو الأثر الذي ينتجه المتغير المستقل، وفي هذه الدراسة المتغير التابع هو الوعي المهني.

7- تقدير بعض الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة:

يعتمد الباحث في جمع الحقائق والمعلومات من ميدان الدراسة على أداة أو مجموعة من الأدوات، كوسيلة علمية يتم اختيارها وفق طبيعة المعلومات المطلوبة.

وبما أن موضوع الدراسة فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة أولى ثانوي في زيادة درجة الوعي المهني، فعملت الطالبتان على إعداد مطوية إعلامية فكانت على هذا الأساس:

1.7. تعريف المطوية الإعلامية:

لأغراض هذه الدراسة تم إعداد مطوية إعلامية من أجل زيادة درجة الوعي المهني والتي تم الاعتماد فيها على حاجات تلاميذ السنة أولى ثانوي ورغباتهم وميولهم لمهنة المستقبل وذلك من خلال استجاباتهم في الدراسة الاستكشافية بالإجابة على التساؤل التالي: "ما هي المهنة المرغوبة لديك مستقبلاً؟ ولماذا؟"

وعليه فإن هذه المطوية الإعلامية تظم مجموعة من المعلومات والمعارف التي تخص بعض المهن التي يرغب التلميذ في ممارستها مستقبلاً، والتي تهدف إلى مساعدتهم على

توضيح مسارهم المهني ومتطلبات سوق الشغل، وبالتالي الوصول إلى ما يرغب فيه التلميذ وإلى معرفة قدراته وميوله واستعداداته التي تؤهله للخوض في هذه المهنة.

2.7. أهمية المطوية الإعلامية:

تسعى هذه الدراسة من خلال إعداد المطوية الإعلامية لزيادة درجة الوعي المهني، إلى تحقيق مجموعة من الأهداف ومنها:

- مساعدة التلميذ على اختيار مهنة مستقبلية بما تتناسب قدراته وميوله واستعداداته.
- تزويد التلميذ بمعلومات كافية حول بعض المهن المرغوبة.
- إبراز خصائص وشروط كل مهنة من أجل الاختيار الأفضل.

3.7. أسس بناء المطوية الإعلامية:

بعد عرض التعريف الإجرائي لمفهوم الوعي المهني، وبناءا على نتائج الدراسة الاستكشافية حول المهن التي يرغب التلميذ في سلكها، تم إعداد المطوية الإعلامية بمراعاة الأسس التالية:

1.3.7. الأسس المعتمدة لمحتوى المطوية الإعلامية:

- التركيز على أهم حاجات تلاميذ سنة أولى ثانوي.
- التركيز على مراعاة الرغبات للتلاميذ السنة أولى ثانوي.
- التركيز على المهن التي يرغب فيها التلميذ.
- التركيز على أهم المعلومات التي يحتاجها التلميذ حول المهن.

2.3.7. الأسس المعتمدة لشكل المطوية الإعلامية:

- التركيز على أن تكون المطوية الإعلامية تحمل صور تجذب انتباه التلميذ للقراءة.
- اختيار الألوان الطبيعية والهادفة.

3.3.7. خطوات بناء المطوية الإعلامية:

اعتمدت هذه الدراسة على عدة خطوات لإعداد المطوية الإعلامية أهمها:

- التعرف على العينة وذلك من خلال الدراسة الاستكشافية كمرحلة أولى لتحديد المهن المرغوبة.
- استنتاج محتوى المطوية الإعلامية من التساؤل المطروح في الدراسة الاستكشافية.
- تبني أداة القياس لتنمية الوعي المهني من خلال الدراسة الاستطلاعية.

- الاطلاع على بعض المهن والإلمام بالمعلومات وكذلك الاتصال ببعض أصحاب المهن.

- تحديد أهداف الدراسة وتحديد الأهداف الرئيسية للمطوية الإعلامية.

- مراجعة المطوية الإعلامية في صورتها الأولية.

- عرض المطوية الإعلامية على بعض الأساتذة.

- المطوية الإعلامية في صورتها النهائية.

4.3.7. محتوى المطوية الإعلامية:

من خلال الدراسة الاستكشافية تم التعرف على حاجات التلاميذ، والتي من خلالها تم بناء المطوية الإعلامية بناءا على مجموعة من الأسس التي توضح المسارات المهنية للتلميذ، وتؤكد المطوية الإعلامية على أهمية توفير المعلومات عن بعض المهن المرغوبة لدى التلاميذ كالتعريف بالمهنة وذكر خصائصها بالإضافة إلى الشروط التي تتطلبها كل مهنة، مع الإشارة إلى المنافذ المتاحة بسوق الشغل.

2.7. مقياس الوعي المهني:

وقد اعتمدت هذه الدراسة كذلك على الاستبيان الذي يعرفه "أبو النيل" (1995): على أنه "عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة للتوصل من خلالها إلى حقائق يهدف إليها البحث". (الرجاوي، 2010، 16)

وقد تم تبني استبيان الوعي المهني من قبل الطالبة "دحمري أمال" والذي من خلاله يهدف إلى معرفة فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة أولى ثانوي في زيادة درجة الوعي المهني حيث كانت عباراته متمثلة في أبعاد الوعي المهني لمعرفة قدراته وميوله من اختيار مهنة مستقبلية.

1.2.7. وصف مقياس الوعي المهني:

يتكون الاستبيان من (24) بندا موزعة عن (03) أبعاد و هي: الوعي بالذات المهنية (8) بنود والوعي بمعطيات سوق الشغل (10) بنود، والوعي بميزات الأعمال المختلفة (6) بنود.

اعتمد في طريقة التصحيح على سلم التصحيح "ليكرت" في إعطاء الدرجات والمتمثل في (5) بدائل وهي: (تماما، غالبا، أحيانا، نادرا، مطلقا)

جدول(01): توزيع الدرجات على بدائل الاستجابة في مقياس الوعي المهني

البدائل	تماما	غالبا	أحيانا	نادرا	مطلقا
درجات البنود الموجبة	5	4	3	2	1
درجات البنود السالبة	1	2	3	4	5

وقد تم تطبيق الاستبيان على عينة الدراسة الاستطلاعية وذلك بهدف التحقق من الخصائص السيكومترية (الصدق والثبات).

أ- حساب صدق المقياس:

***حساب معامل الصدق بطريقة الاتساق الداخلي:**

الصدق هو أهم خاصية من خواص القياس، ويشير مفهوم الصدق إلى "أن يقيس الاختبار ما وضع لقياسه". (بنت راضي مشخص اللحاني، 1430، 69)

ومن المعروف عليه أن للصدق عدة طرائق لحسابه، فتشير طريقة الاتساق الداخلي إلى "أن بنود الاختبار متماسكة ومترابطة ومتسقة فيما بينها، وهذا مؤشر معقول على صدق الاختبار". (معمري، 2007، 138)

وقد اعتمدت الدراسة في حساب معامل الصدق على طريقة الاتساق الداخلي بعد جمع البيانات من العينة الاستطلاعية وتفرغها في برنامج SPSS فظهرت النتائج التالية:

جدول(02): يوضح معامل ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية بالمقياس ومعامل الثبات بعد

استبعاد الفقرة

الفقرة	معامل ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس	معامل الثبات بعد استبعاد الفقرة	الفقرة	معامل ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس	معامل الثبات بعد استبعاد الفقرة
01	0.26	0.75	13	-0.32	0.79
02	0.28	0.75	14	0.56	0.73

0.77	-0.42	15	0.77	-0.26	03
0.76	0.65	16	0.73	0.63	04
0.75	0.28	17	0.75	0.25	05
0.74	0.44	18	0.75	0.24	06
0.73	0.56	19	0.73	0.49	07
0.74	0.36	20	0.74	0.46	08
0.75	0.15	21	0.74	0.35	09
0.73	0.61	22	0.74	0.34	10
0.72	0.62	23	0.77	-0.32	11
0.74	0.47	24	0.74	0.37	12

ب- حساب ثبات المقياس:

"يقصد بالثبات مدى استقرار ظاهرة معينة في مناسبات مختلفة فعلى سبيل المثال كثيرا ما نقول أن فلانا مستقرا أو ثابتا في سلوكه وآخر غير مستقر وغير ثابت".
(مقدم، 2003، 54)

* حساب الثبات بمعادلة ألفا كرونباخ:

جدول (03): يوضح ثبات مقياس الوعي المهني بمعادلة ألفا كرونباخ

ألفا كرونباخ	عدد البنود	العينة
0.75	24	30

بعد تطبيق مقياس الوعي المهني على عينة قوامها (30) تلميذ وتلميذة سنة أولى ثانوي بثنائية "شوية الجباري" بورماس، وبعد تطبيق معادلة ألفا كرونباخ كانت النتيجة (0.75) وهذا ما يدل على أن ثبات المقياس قوي.

***حساب الثبات بطريقة الاتساق الداخلي:**

وللتحقق من ثبات مقياس الوعي المهني، اتبعت الدراسة طريقة الاتساق الداخلي بتطبيق معادلة ألفا كرونباخ، فكانت النتائج كالتالي:

جدول(04): يوضح ثبات مقياس الوعي المهني بطريقة الاتساق الداخلي

معامل الارتباط	ألفا كرونباخ	
	الجزء الأول	الجزء الثاني
0.56	0.60	0.64

تبين من الجدول أن قيمتي ألفا كرونباخ للجزء الأول (0.60) والجزء الثاني (0.64) انه مقبول، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط (0.56).

***حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية:**

وانطلاقاً من معادلة جيتمان للتجزئة النصفية تم رصد معامل الثبات، وقد أسفرت النتائج المعادلة على معامل ثبات (0.72) قوي. وهذا ما أكدته نتائج معادلة سبيرمان براون (0.72).

***حساب ارتباط الأبعاد بالمقياس:**

جدول(05): يوضح ارتباط الأبعاد بالمقياس ومعامل الثبات بعد استبعاد الفقرة

البعد	معامل ارتباط الأبعاد بالمقياس	معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد الفقرات
البعد 01	0.37	0.76
البعد 02	0.58	0.56
البعد 03	0.68	0.42

يبين الجدول أعلاه أن ارتباط البعد الأول بالمقياس بعد استبعاد الفقرات (0.76) جيد والبعد الثاني كان ارتباطه (0.56) متوسط، أما البعد الثالث فكان ارتباطه (0.42) مقبول.

ج- مفتاح التصحيح:

يحتوي المقياس على نوعين من الفقرات، فقرات ذو صياغة ايجابية، وفقرات ذو صياغة سلبية، أما بدائل الإجابة فهي (05) بدائل: (تماما، غالبا، أحيانا، نادرا، مطلقا) والجدول أدناه يوضح سلم التصحيح وصياغة الفقرات.

جدول(06): يوضح سلم تصحيح الفقرات تبعا لصياغتها

سلم التصحيح					أرقام الفقرات	طبيعة الفقرة
مطلقا	نادرا	أحيانا	غالبا	تماما		
01	02	03	04	05	-14-13-11-09-08-07-05-04 24-23-22-21-20-19-15	ايجابية
05	04	03	02	01	-17-16-12-10-06-03-02-01 18	سلبية

يبين الجدول أعلاه أن عدد الفقرات الايجابية (15) أكثر من الفقرات السلبية (09) فقرات.

ثانيا: الإجراءات التطبيقية للدراسة

1- تطبيق المقياس:

من أجل تطبيق المقياس توجه أصحاب الدراسة إلى ثانوية علي عون بالوادي، وبعد الاتفاق مع المدير تم التوجه إلى أقسام الدراسة لتلاميذ السنة أولى ثانوي، تم توزيع المقياس على التلاميذ وشرح كيفية الإجابة، على أن يتم تسليمه مباشرة بعد الإجابة عليه، وبعد استلام الاستبيانات تم توزيع المطوية على نفس التلاميذ.

وبعد فترة زمنية مدتها 10 أيام، تم توزيع نفس الاستبيان على نفس العينة.

2- كيفية جمع البيانات الخام:

بعد الاطلاع على الدراسات التي تناولت موضوع الوعي المهني، والدليل المنار لتطوير الوعي المهني، تم تبني مقياس الوعي المهني لطالبة "دحمري ماجدة (2014)". وقد تم جمع الدرجات الخام بناء على المقياس الموجود في المذكرة سابقا، يتضمن البنود التي تشير إلى الوعي بالذات المهنية، والوعي بسوق الشغل، وكذلك الوعي بميزات الأعمال

المختلفة، وتحسب درجة الفرد بحساب مجموع الدرجات على البنود، ثم تم تفرغ الدرجات في جدول خاص يفرز درجات التلاميذ.

3- أساليب المعالجة الإحصائية:

يعتبر الإحصاء من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الباحث للتأكد من نتائج دراسته والاعتماد عليها في تكرار نتائج البحث. فقد استخدمت الدراسة مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لبيانات الدراسة فكانت على النحو التالي:

- معامل الارتباط بيرسون استخدم لحساب العلاقة بين الأبعاد وفقرات المقياس.
- معادلة ألفا كرونباخ لحساب ثبات وصدق المقياس.
- معادلة جيتمان للتجزئة النصفية لحساب معامل الثبات.
- مقاييس التشتت لأجل الانحراف المعياري.
- مقاييس النزعة المركزية من أجل حساب المتوسط الحسابي.
- اختبار "ت" الذي اعتمد في حساب دلالة الفروق بين القياس القبلي والبعدي.

ثالثا: نتائج الدراسة

1- المعالم الوصفية لعينة الدراسة بعد تطبيق (مقياس الوعي المهني):

بناء على الوصف الدقيق للعينة وخصائصها، وعلى ما أفرزته نتائج تطبيق المقياس من استجابات للأفراد، قامت الطالبتين باستخدام الأساليب الإحصائية، وكذلك الاعتماد على الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) بالإضافة إلى مقاييس التشتت والنزعة المركزية والجداول التالية توضح ذلك:

جدول (07): يوضح استجابات الأفراد على بدائل مقياس الوعي المهني

تكرارات البدائل					
الفقرات	تماما	غالبا	أحيانا	نادرا	مطلقا
01	02	08	09	01	18
02	0	07	15	08	08
03	27	03	07	03	01

0	02	07	07	23	04
01	03	06	16	12	05
10	04	15	03	05	06
0	04	09	09	16	07
02	02	09	07	18	08
04	03	10	06	15	09
09	07	11	04	05	10
03	02	10	04	19	11
11	07	11	03	07	12
14	06	08	07	02	13
01	03	09	05	20	14
04	1	10	08	15	15
11	05	12	04	06	16
07	04	13	05	09	17
09	04	06	12	07	18
02	06	12	05	13	19
02	04	11	04	18	20
02	02	13	10	11	21
03	04	10	03	18	22
01	06	10	07	14	23
0	02	06	03	27	24

يتضح من خلال الجدول أن البديل "تماما" يحمل أكبر نسبة في الاستجابة على فقرات المقياس من طرف أفراد العينة، وهذا يدل على أن النسبة مرتفعة، وبناءا على هذه

الاستجابات فإن أفراد العينة توافقت استجاباتهم مع البديل "تماماً"، وهذا يتبين أن العينة نفسها لها فكرة مسبقة عن المهن التي تتناسب مع ميولهم.

جدول (08): يوضح بعض المقاييس الإحصائية لدرجات أفراد العينة على المقياس في

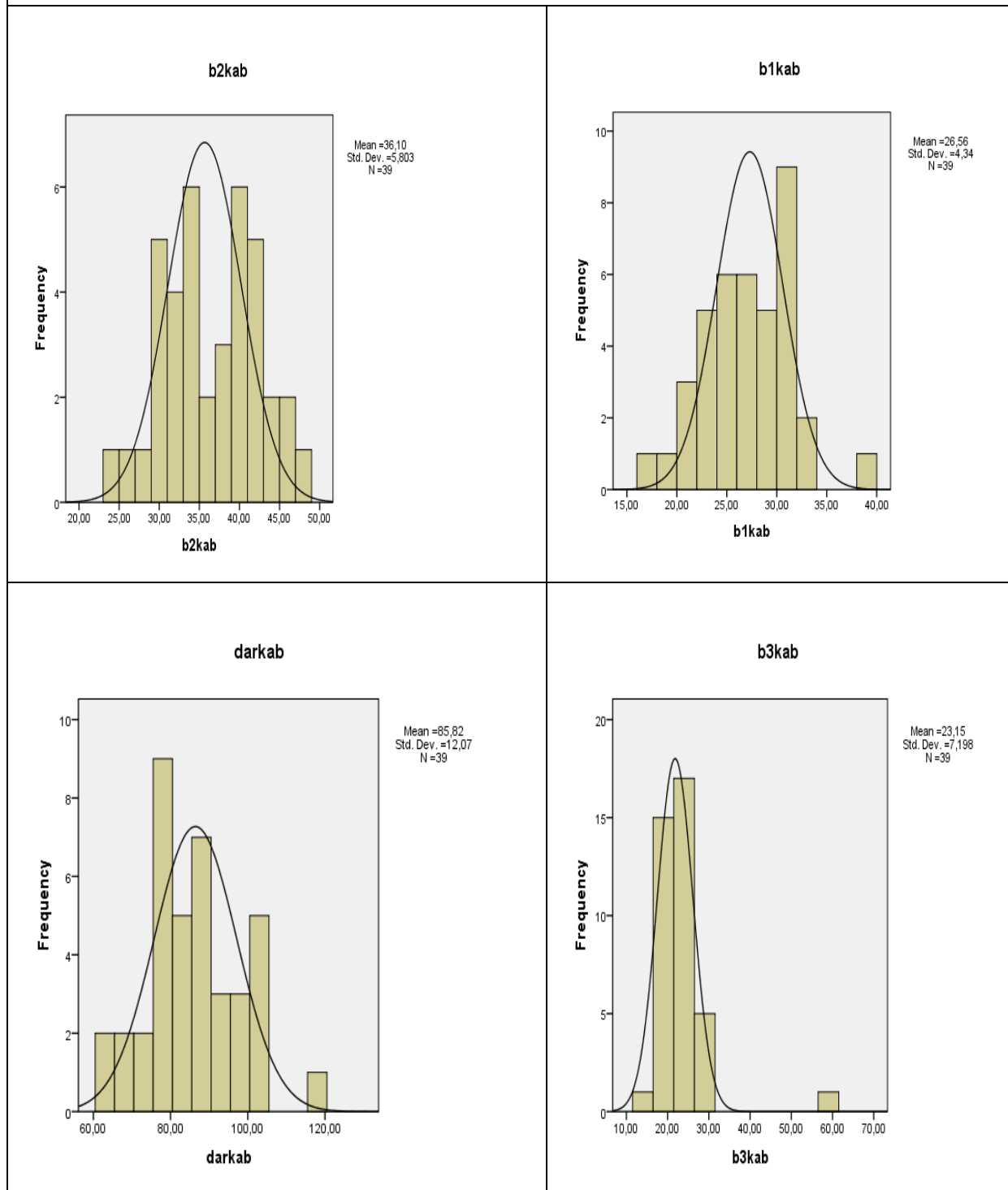
القياس القبلي والبعدى

القياس البعدى				القياس القبلي				
الدرجة	درجة البعد الثالث	درجة البعد الثاني	درجة البعد الأول	الدرجة الكلية على المقياس	درجة البعد الثالث	درجة البعد الثاني	درجة البعد الأول	المقاييس الإحصائية
88.35	23.56	36.97	27.82	85.82	23.15	36.10	26.56	المتوسط
88.00	23.00	36.00	28.00	85.00	22.00	36.00	26.00	الوسيط
89.00	23.00	33.00	24.00	78.00	20.00	34.00	30.00	المنوال
11.57	4.05	6.09	3.61	12.06	7.19	5.80	4.33	الانحراف المعياري
133.92	16.46	37.18	13.09	145.67	51.81	33.67	18.83	التباين
0.13	-0.30	0.26	0.07	0.36	3.92	-0.00	0.01	الالتواء
-0.93	-0.26	-0.55	-1.03	0.10	20.51	-0.68	0.16	التقرطح
41.00	17.00	25.00	13.00	55.00	47.00	24.00	21.00	المدى
67.00	13.00	24.00	21.00	63.00	14.00	24.00	17.00	أقل درجة
108.00	30.00	49.00	34.00	118.00	61.00	48.00	38.00	أعلى درجة
73.00	18.00	30.00	23.00	70.00	17.00	29.00	20.00	المئين رقم 10
81.00	21.00	33.00	26.00	78.00	20.00	32.00	25.00	المئين

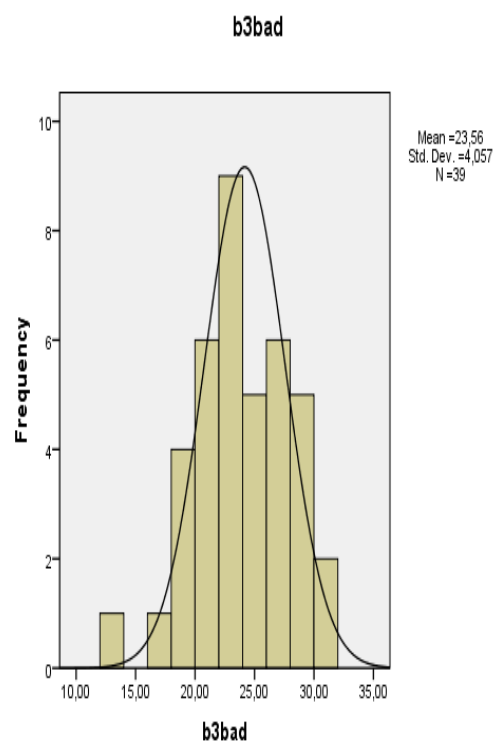
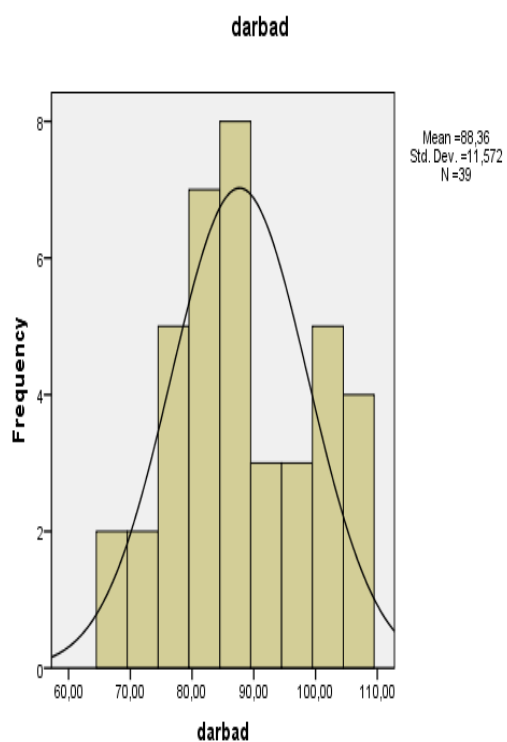
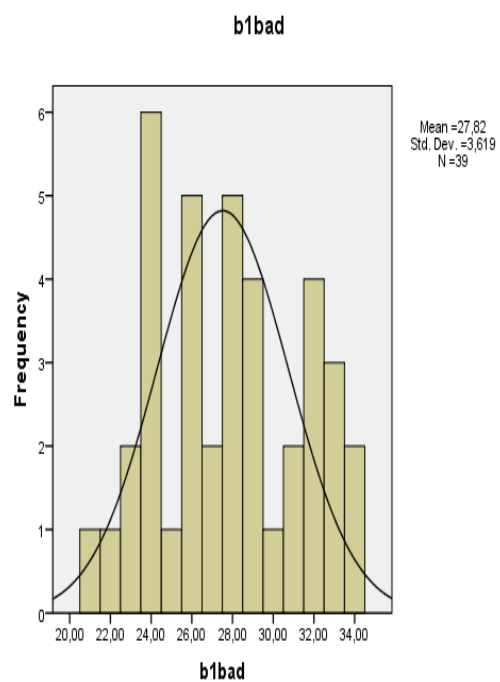
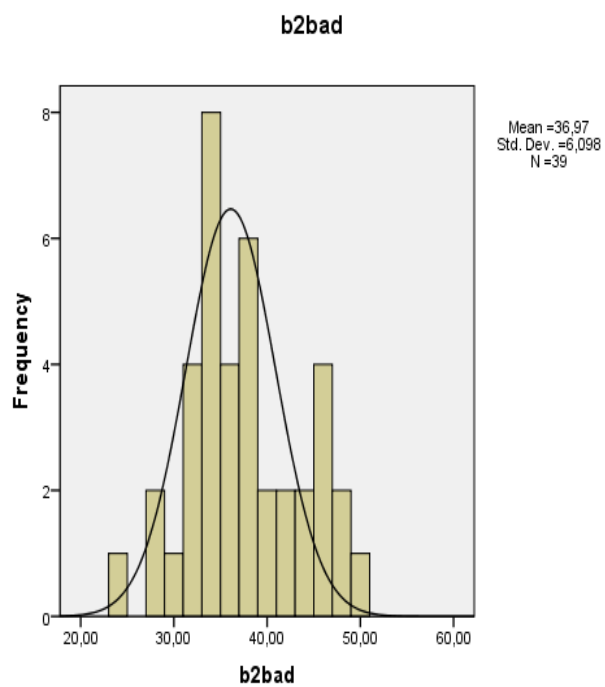
رقم 30								
المئين رقم 60	29.00	39.00	23.00	87.00	29.00	37.00	24.00	89.00
المئين رقم 90	31.00	44.00	28.00	102.00	33.00	46.00	29.00	105.00

عند البحث في الدلالات التي تحملها القيم الموضحة في الجدول (08) الخاص بالمقاييس الإحصائية لدرجات أفراد العينة على مقياس الوعي المهني، يتبين أن قيمة المتوسط الحسابي في القياس القبلي والبعدي منفصلة كل على حدة، وعند النظر إلى قيم المتوسطات في القياس القبلي للبعد الأول (26.56) والبعد الثاني (36.10) والبعد الثالث (23.15)، أما القياس البعدي فكانت كالتالي: البعد الأول (27.82) والبعد الثاني (36.97) والبعد الثالث (23.56)، وعند المقارنة بينهما نجد أن المتوسطات الحسابية للقياس البعدي كانت أعلى بدرجة طفيفة، مما يدل على أن بعض أفراد العينة تفاعلوا مع المطوية.

شكل (02) يوضح الإحصاءات الوصفية للعينة في القياس القبلي للوعي المهني



شكل (03) يوضح الإحصاءات الوصفية للعينة في القياس البعدي للوعي المهني



ثالثاً: عرض وتحليل ومناقشة النتائج

يتم التطرق في هذا الفصل إلى عرض وتحليل النتائج المتوصل إليها بعد جمع البيانات من أفراد عينة الدراسة، قبل توزيع المطوية الإعلامية (القياس القبلي)، وبعد نهاية توزيع المطوية الإعلامية (القياس البعدي)، وذلك للأفراد ذي المجموعة الواحدة. حيث تم في البداية عرض وتحليل الفرضيات الثلاثة والمتمثلة في أبعاد الوعي المهني، ثم عرض وتحليل الفرضية العامة، ثم مناقشة الفرضيات وفق الترتيب السابق.

1- عرض وتحليل النتائج:

1-1- عرض نتائج الفرضية الإجرائية الأولى:

ومنطوق الفرضية "لا توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بالذات المهنية".

وللتحقق من صحة الفرضية استخدمت الدراسة (paired simple. t. test) للكشف عند دلالة الفروق وتم التوصل إلى النتائج التالية:

جدول (09): يوضح قيمة (T) للفروق بين القياس القبلي والبعدي في زيادة درجة الوعي

بالذات المهنية

البعد الأول	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	Df	Sig	اتخاذ القرار
القياس القبلي	39	26,56	4,33	1,80	38	0,07	غير دالة
القياس البعدي	39	27,82	3,61				

يبين جدول (09) أن قيمة المتوسط الحسابي للقياس البعدي (27.82) أعلى من قيمة المتوسط الحسابي للقياس القبلي (26.56)، وأن القيمة المحسوبة المساوية T (1.80) والقيمة المساوية Sig (0.07) أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وعليه فإن الفرضية غير دالة إحصائياً، غير أن ذلك لا يمنع من الإشارة إلى وجود فروق بين القياسين القبلي والبعدي يمكن أن يعزى إلى مضامين المطوية الإعلامية التي جرى توزيعها على أفراد العينة.

1-2- نتائج الفرضية الثانية:

ومنطوق الفرضية "لا توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والبعدي في زيادة درجة الوعي بميزات سوق الشغل".

وللتحقق من صحة الفرضية استخدمت الدراسة (paired simple. t. test) للكشف عن دلالة الفروق وتم التوصل إلى النتائج التالية:

جدول (10): يوضح قيمة (T) للفروق بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة

درجة الوعي بمعطيات سوق الشغل:

البعد الثاني	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	Df	sig	اتخاذ القرار
القياس القبلي	39	36,10	5,80	0,87	38	0,38	غير دالة
القياس البعدي	39	36,97	6,09				

يبين الجدول أعلاه أن قيمة المتوسط الحسابي للقياس البعدي (36.97) أعلى من قيمة المتوسط الحسابي للقياس القبلي (36.10)، وأن القيمة المحسوبة المساوية T (0.87) والقيمة المساوية Sig (0.38) أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وعليه فإن الفرضية غير دالة إحصائياً، غير أن ذلك لا يمنع من الإشارة إلى وجود فروق بين القياسين القبلي والبعدي يمكن أن يعزى إلى مضامين المطوية الإعلامية التي جرى توزيعها على أفراد العينة.

1-3- عرض نتائج الفرضية الإجرائية الثالثة:

ومنطوق هذه الفرضية على أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بميزات الأعمال المختلفة.

وللتحقق من صحة الفرضية استخدم (paired simple. t. test) للكشف عن دلالة الفروق وتم التوصل إلى النتائج التالية:

جدول (11): يبين قيمة (T) للفروق بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة

الوعي بميزات الأعمال المختلفة

البعد الثالث	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	df	Sig	اتخاذ القرار
القياس القبلي	39	23,15	7,19	0,37	38	0,71	غير دالة
القياس البعدي	39	23,56	4,05				

يبين جدول (11) أن قيمة المتوسط الحسابي للقياس البعدي (23.56) أعلى من قيمة المتوسط الحسابي للقياس القبلي (23.15)، وأن القيمة المحسوبة المساوية T (0.37) والقيمة المساوية Sig (0.71) أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وعليه فإن الفرضية غير دالة إحصائياً، غير أن ذلك لا يمنع من الإشارة إلى وجود فروق بين القياسين القبلي والبعدي يمكن أن يعزى إلى مضامين المطوية الإعلامية التي جرى توزيعها على أفراد العينة.

1-4- عرض نتائج الفرضية العامة:

ومنطوقها "لا توجد فروق دالة إحصائية في زيادة درجة الوعي المهني بين القياس القبلي والقياس البعدي".

وللتحقق من صحة الفرضية استخدمت الدراسة (paired simple. t. test) للكشف عن دلالة الفروق بين القياس القبلي والبعدي، وتم التوصل إلى النتائج التالية:

جدول (12): يوضح قيمة (T) للفروق بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة

الوعي المهني

المتغير	القياس	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	Df	Sig	اتخاذ القرار
الوعي المهني	قبلي	39	85,82	12,06	1,48	38	0,14	غير دالة
	بعدي	39	88,35	11,57				

تظهر النتائج من خلال الجدول أن قيمة المتوسط الحسابي للقياس البعدي (88.35) أعلى من قيمة المتوسط الحسابي للقياس القبلي (85.82)، وأن القيمة المحسوبة المساوية T (1.48)، والقيمة المساوية Sig (0.14) أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وعليه فإن الفرضية غير دالة إحصائياً، غير أن ذلك لا يمنع من الإشارة إلى وجود فروق بين القياسين القبلي والبعدي يمكن أن يعزى إلى مضامين المطوية الإعلامية التي جرى توزيعها على أفراد العينة.

2. مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري والواقع والدراسات السابقة:

2-1 - مناقشة نتائج الفرضية الأولى:

ومنطوق الفرضية على أنها "لا توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بالذات المهنية".

وتعد الذات المهنية معرفة الفرد لخصائصه النفسية واستعداداته وطموحاته وكل ما تشمله من ميول واهتمامات وكل ما تتطلبه كل مهنة، وفي الواقع أن الإنسان يختار مهنته ونفسه ذاخرة من الدوافع والعواطف والمعتقدات التي يكتسبها تدريجياً في المحيط الموجود فيه، كما تلعب المعلومات والمعارف التي تتعلق بالمهنة دوراً هاماً في إدراكه للمهنة نفسها، وهذا ما يجعله يخلق جو من التوافق بين الذات والمهنة وبالتالي تكون لديه فكرة مكتملة عن المهنة المرغوبة مستقبلاً.

ومن خلال النتائج المتحصل عليها سابقا يتضح بأنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بالذات المهنية، وتشير هذه النتائج إلى أن المطوية الإعلامية لم تكن ذات أثر بالغ في زيادة درجة الوعي بالذات المهنية لدى أفراد العينة، وقد يرجع هذا إلى أن التلاميذ ليس لديهم فكرة مسبقة عن المهنة ومتطلباتها، وقد يرجع كذلك إلى أن المطوية الإعلامية كانت كافية لوحدها في تقديم المعلومات حول المهن وزيادة درجة الوعي بالذات المهنية، حيث تحتاج الكثير من المعارف التي يتلقاها الفرد في دروب الحياة المختلفة، إلى القليل من الوعي حيث ترسخ أكثر وتكون ذات أثر على سلوك الفرد واتجاهات نحو مختلف الموضوعات، فضلا عن درجة وعييه ببعض المهن وهي موضوع المطوية الإعلامية.

ولزيادة درجة الوعي بالذات المهنية لابد من الاعتماد على مجموعة من الاختبارات النفسية والمهنية واختبارات الاستعدادات والميول بتوفير مختصين في الإرشاد النفسي والمهني في المؤسسات التربوية لمساعدة التلاميذ على فهم ذواتهم ومتطلباتها.

ومنه نرفض الفرض الذي انطلقت منه الدراسة والتي تنص على عدم فروق بين القياس القبلي والبعدي في زيادة درجة الوعي بالذات المهنية.

2-2- مناقشة نتائج الفرضية الثانية:

ومنطوق الفرضية التالية "لا توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والبعدي في زيادة الوعي بمعطيات سوق الشغل".

إن اختيار الفرد للمهنة يبدأ عندما يدرك وجود حاجة للاتخاذ القرار المهني ويحدد الهدف المراد تحقيقه، ويعتمد الاختيار المهني على ثلاث خطوات أساسية وهي فهم الفرد لنفسه وطموحه وقدراته، وكذلك تعرفه على متطلبات وظروف النجاح في المهنة التي يتجه إليها وفرص الترقى فيها، حيث يعتبر سوق الشغل مدى وإدراك الفرد لما يوفره العالم الاقتصادي من فرص عمل ومكانة مرموقة يطمح الفرد للوصول إليها من أجل إبراز الذات المهنية والمعرفية في مختلف النشاطات والمجالات التي تتطلب قدرات واستعدادات يحملها الفرد نفسه، وهذه المجالات سواء كانت صناعية أو تجارية راقية أو بسيطة.

فوعي التلميذ بسوق الشغل يساعده على اتخاذ قرار دراسي ومهني سليم بعد استكشافه لعالم الشغل، فبعض المهن تتطلب فصاحة لغوية كما تتطلب بنية جسدية، فحاجة التلميذ

إلى المهنة ليس لإشباع حاجات مادية فقط وإنما تتعدى ذلك إلى إشباع حاجات نفسية ومكانة اجتماعية.

فمن خلال نتائج الفرضية التي تأكد على وجود فروق بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي في سوق الشغل، فمن خلال الدراسة الحالية يتضح بأن المطوية الإعلامية كان لها أثر بالغ في توعية التلميذ بمعطيات سوق الشغل، وقد يرجع ذلك إلى اهتمام العينة بالمطوية الإعلامية، وأن التلاميذ ليس لديهم النمو الكافي لاستكشاف عالم المهن والتعرف على الواقع المهني وما يحتويه من فرص عمل، وهذا نظرا لنقص الإرشاد والتوجيه الكافي الذي يساهم في تطوير ميول واهتمامات التلاميذ حول عالم المهن المتاحة في سوق الشغل.

ومنه نرفض الفرض الذي انطلقت منه الدراسة والتي تنص على عدم فروق بين القياس القبلي والبعدي في زيادة درجة الوعي في سوق الشغل.

2-3- مناقشة الفرضية الثالثة:

ومنطوق هذه الفرضية "عدم وجود فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بميزات الأعمال المختلفة".

فالوعي التلميذ بميزات الأعمال يشتمل على معرفة التلميذ لطموحاته وخصائص المهنة نفسها وما توفره من مكانة ومردود مادي، وكذا مسؤوليات وقوانين اتجاه المهنة والحدود الاجتماعية وهل تنطبق عليه من ناحية الجنس، وما تحققه له من إشباع نفسي. بحيث يرى (سوبر) أن الفرد لديه القدرة على النجاح في أكثر من مهنة وأن الأفراد يتفاوتون في مستوى كفاءاتهم المهنية بناء على مدى ميولهم وقدرتهم لها فيصبح الفرد أكثر كفاءة في المهن التي تتطابق مع ميوله ورغباته.

فعند معرفة الفرد بميزات الأعمال المختلفة يجعله قادرا على التكيف مع المهنة ومع ميوله ورغباته ويحقق ذاته من خلالها.

وقد توصلت النتائج الى انه توجد فروق بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بميزات الاعمال المختلفة، وقد يرجع هذا إلى أن التلاميذ ليس لديهم احتكاك بالعالم الخارجي وبأصحاب المهن المختلفة التي قد يساعدهم في التعرف على مميزات وخصائص المهن المتوفرة في سوق الشغل، كما يرجع كذلك إلى أن المطوية الإعلامية

كافية لسرد مميزات الأعمال المختلفة التي يحتويها عالم الشغل، مع العلم أن المطوية الإعلامية كانت تحتوي على المهن المرغوبة من طرف التلاميذ.

ومنه نرفض الفرض الذي انطلقت منه الدراسة والتي ينص على عدم فروق بين القياس القبلي والبعدي في زيادة درجة الوعي بمميزات الأعمال المختلفة.

2-4- مناقشة الفرضية العامة:

ومنطوق الفرضية العامة بأنها "لا توجد فروق بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي المهني".

وقد بينت نتائج الدراسة ارتفاع طفيف في المتوسط الحسابي في القياس البعدي مقارنة بمتوسط الحسابي في القياس القبلي، وهذا يعني أن التلاميذ لديهم درجة وعي مهني مرتفع نسبيا، ولكن عند دراسة الفروق بين القياس القبلي والقياس البعدي للأبعاد تبين أن لها فروق دالة إحصائية.

إن اهتمام التلميذ بالجانب المهني ينمي لديه تطلعات نحو المهن المتاحة في عالم الشغل، مما يولد لديه الثقة بالنفس وتنمية روح الإبداع، فوعي التلميذ بعالم المهن يتضمن معرفته وإدراكه للمتغيرات المرتبطة بالمهن المختلفة ومتطلباتها ومزاياها وشروطها والمؤهلات العلمية المطلوبة للانخراط بها، والمخاطر التي تواجه الفرد الذي يمارسها وكذلك المزايا التي يستفيد منها.

ومن أجل ذلك تم توزيع المطوية الإعلامية على تلاميذ السنة الأولى ثانوي التي تحتوي على مجموعة من المهن تعرض من خلالها شروط كل مهنة وخصائصها التي كان لها أثر بالغ بين القياس القبلي والبعدي في زيادة درجة الوعي المهني وهذا راجع إلى اهتمام العينة بالمطوية الموزعة، وبما أن العينة تمثل تلاميذ السنة الأولى ثانوي فهم في مرحلة حساسة وهي مرحلة المراهقة، فنجد بعض التلاميذ لديهم تذبذب في الأفكار نحو مهنة مستقبلية، وهذا يدل على نقص الاستعلام الذاتي حول عالم المهن.

وتوافقت الدراسة الحالية مع دراسة "فاطمة الزهراء الغريب (2016)": إعداد برنامج مرافقة لتنمية الوعي المهني لتلاميذ السنة الرابعة متوسط التي اشتملت على عينة قوامها (12) تلميذ وتلميذة، وتوصلت النتائج إلى أنه توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي

والبعدي في نتائج بين المشاركين في البرنامج لصالح القياس البعدي في درجة الوعي المهني.

ومنه نرفض الفرض العام الذي انطلقت منه الدراسة والذي ينص على أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي المهني.

خلاصة الدراسة واقتراحاتها:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على فاعلية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة أولى ثانوي في زيادة درجة الوعي المهني.

ومن خلال هذه المطوية التي جاءت لمساعدة التلاميذ في التعرف على ذاتهم المهنية والتعرف على رغباتهم وميولهم نحو المهن ومتطلباتها، وكذلك من أجل تنمية القيم والاتجاهات والمبادئ اتجاه المهن المختلفة، والتعرف على شروط وخصائص كل مهنة من أجل اتخاذ قرار مهني سليم للاستقرار في المهنة مستقبلاً، وبناءاً عليه تم توزيع المطوية الإعلامية على نفس العينة في زيادة درجة الوعي المهني، التي تتضمن مجموعة من المهن تساعد التلاميذ على بناء مشروع مهني مستقبلاً.

وبناءً على إشكالية الدراسة والإطار النظري والجانب الميداني للإجراءات المنهجية توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

* توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والبعدي في زيادة درجة الوعي المهني.
* توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بالذات المهنية.

* توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بمعطيات سوق الشغل.

* توجد فروق دالة إحصائية بين القياس القبلي والقياس البعدي في زيادة درجة الوعي بمميزات الأعمال المختلفة.

ويتبين من خلال هذه النتائج على أن المطوية الإعلامية لها أثر بالغ في زيادة درجة الوعي المهني، ووفقاً لما جاء في نتائج الدراسة نقترح التوصيات التالية:

- ☒ مرافقة التلاميذ في المسار الدراسي والمسار المهني.
- ☒ ضرورةحث التلاميذ على الاستعلام الذاتي حول المهن.
- ☒ برمجة حصة إعلامية آخر السنة للحث على مختلف المهن ومتطلباتها في سوق الشغل.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أمين، زينب محمد (2011). أثر مهام الويب في تنمية الوعي المهني وإدارة الوقت

لدى طلاب تكنولوجيا التعليم. مجلة كلية التربية جامعة الإسكندرية. 21(5).

203-145.

بالحمر، نور بنت بكر بن سعيد (1433). واقع خدمات التوجيه المهني في بعض

جامعات السعودية. مذكرة ماجستير: غير منشورة. المملكة العربية السعودية.

برعي، مرفت حسن (2006). برنامج مقترح لتنمية الوعي البيئي لدى الأطفال

بتوظيف بعض الأنشطة الفنية والموسيقية. مؤتمر التعليم النوعي ودوره في

التنمية البشرية في عصر العولمة، جامعة الإسكندرية، مصر.

بصلي، فضة عباس (2010). تأثير وسائل الإعلام في توجيه الاختيار المهني

لطالبات الجامعة: حالة طالبات السمعى البصري نموذجاً بقسم الإعلام جامعة

عنابة. مجلة جامعة دمشق. 29. (4.3). 491-201.

بكار، عبد الكافي (2000). تجديد الوعي. سوريا: دار القلم.

بن الصغير، زكريا (دن). تصميم الحملات الإعلامية، محاضرة موزعة على طلبه

سنة ثالثة اتصال. جامعة محمد خيصر بسكرة. الجزائر.

بنت راضي مشخص اللحياني، عفاف (1430). أثر بعض طرق تقديم الدرجات
للمفردات على ثبات وصدق درجات تحصيلي في الرياضيات ذي الاختيار من
متعدد لدى طالبات الصف الأول الثاني بمكة المكرمة. مذكرة ماجستير: غير
منشورة في علم النفس (قياس وتقويم). جامعة أم القرى. مكة المكرمة.

ترزولت، عمروني حورية (2008). أثر برنامج الاختيارات على الخاصيات
السيكولوجية الدالة على بناء وتحقيق المشاريع الدراسية والمهنية. مذكرة
دكتوراه: غير منشورة في علم النفس العمل والتنظيم. جامعة الجزائر. الجزائر.

الجرجاوي، زياد بن علي بن محمود (2010). القواعد المنهجية التربوية لبناء
الاستبيان. ط2. فلسطين: مطبعة أبناء الجراح.

جودت عزت، عبد الهادي (2004). التوجيه المهني ونظرياته. ط2. الأردن: دار
الثقافة للنشر والتوزيع.

الخطايبية، يوسف الضامن (2009). التوجهات المهنية لدى الشباب الأردني.
المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية. 02(02). 191-210.

دحمري، ماجدة (2014). تطور مستوى الوعي المهني لدى الطلبة تبعاً لمستوياتهم

التكوينية على ضوء خدمات التوجيه الجامعي. مذكرة ماستر: غير منشورة

في علوم التربية. جامعة حمه لخضر الوادي. الجزائر.

زغينة، عمار (2004). التوجيه المدرسي والجامعي والتحصيل الدراسي وعلاقته

بأساليب المعاملة الوالدية. رسالة دكتوراه: غير منشورة في العلوم الاجتماعية

جامعة منتوري قسنطينة. الجزائر.

الزهراني، سلطان بن عاشور بن علي (1431). التفضيل المهني واتخاذ القرار لدى

عينة من طلاب الكليات المهنية بمحافظة جدة. مذكرة ماجستير: غير منشورة

في علم النفس. جامعة أم القرى. السعودية.

السواط، وصل الله بن عبد الله حمدان (2008). فاعلية برنامج إرشادي معرفي

سلوكي في تحسين مستوى النضج المهني وتمنية مهارة اتخاذ القرار المهني

لدى طلاب الصف الأول ثانوي بمحافظة الطائف. مذكرة دكتوراه: غير منشورة

في علم النفس. جامعة أم القرى. المملكة العربية السعودية.

الشاماني، محمد بن نويفع (2008). بناء برنامج إرشادي لتنمية الوعي بالأدوار

المهنية للخدمة الاجتماعية لدى العاملين في القطاع الصحي وقياس مدى
فاعليته. مذكرة ماجستير: غير منشورة في العلوم الاجتماعية. جامعة نايف
العربية للعلوم الأمنية. المدينة المنورة.

الشرفا، عبير فتحي (2011). الذات المهنية للمرشدين النفسانيين في العمل
الإرشادي التربوي بقطاع غزة. مذكرة ماجستير: غير منشورة في علم النفس. كلية
التربية. الجامعة الإسلامية بغزة. فلسطين.

الصبحي، دلال بنت محمد عطية الله (1433). الاستكشاف والبلورة والالتزام
المهني وعلاقتها بمعتقدات الكفاية المهنية لدى عينة من طلاب وطالبات
الصف الثالث من المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة. مذكرة ماجستير: غير
منشورة في علم النفس التربوي والمهني. جامعة أم القرى. السعودية.

الصبحي، مها بنت مرزوق (2009). بناء وتقنين مقياس الوعي المهني لدى
المراهقين من الجنسين في المملكة العربية السعودية. دراسات عصرية في
التربية وعلم النفس. 4(3)، 305-322.

الصويط، فواز بن محمد (1429). الاختيار المهني وعلاقته بالتوافق النفسي.
مذكرة ماجستير: غير منشورة في علم النفس. جامعة أم القرى. السعودية.

عبايدية أحلام (2007). **محددات الاختيار المهني لدى الطلبة الجامعيين**. مذكرة ماجستير: غير منشورة في الإرشاد النفسي والتوجيه التربوي والمهني. جامعة باجي مختار عنابة. الجزائر.

عبد الكافي، إسماعيل عبد الفتاح (2005). **موسوعة مصطلحات الطفولة (اجتماعية، إعلامية، تربوية، نفسية، طبية)**. مصر: مركز الإسكندرية للكتاب.

عبيدات وآخرون، محمد (1999). **منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات**. ط2. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

العبهري، فائق عبد الفتاح محمد (2011). **دور الاتصال الشخصي في الحملات الإعلامية لمنظمة اليونيسيف من وجهة نظر المعلمين**. مذكرة ماجستير: غير منشورة في الإعلام. جامعة الشرق الأوسط.

العززي، سيف بن سالم بن خلفان (2011). **فاعلية برنامج إرشادي جمعي يستندان لنظريتي هولاند وسوبر في تحسين مستوى اتخاذ القرار المهني لطلاب التعليم الأساسي**. مذكرة ماجستير: غير منشورة في الإرشاد النفسي.

جامعة نزوى.

القحطاني، سالم وآخرون (1425هـ). **منهج البحث في العلوم السلوكية مع تطبيقات spss**. ط2. الرياض: مكتبة العبيكات.

كيحل، فتيحة (2012). **الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي**. رسالة ماجستير: غير منشورة في قسم الإعلام والاتصال. جامعة الحاج لخضر باتنة. الجزائر.

الغريب، فاطمة الزهراء (2016). **إعداد برنامج مرافقة لتنمية الوعي المهني لدى تلاميذ السنة الرابعة متوسط**. مذكرة ماستر: غير منشورة في الإرشاد والتوجيه. جامعة حمه لخضر. الودي. الجزائر.

مطر، محمود أمين (2008). **الاتجاه نحو التعليم المهني وعلاقته ببعض المتغيرات لدى طلبة المرحلة الثانوية بمحافظة غزة: بحث مقدم لدى مؤتمر التعليم التقني والمهني في فلسطين**. فلسطين.

المطيري، نورا عبد الله رباح (2015). **أثر مادة تدريبية في الإرشاد المدرسي والمهني على التخطيط واتخاذ القرار لدى الطالبات الموهوبات في الصف**

العاشر لدولة الكويت. مختصر رسالة ماجستير: في المؤتمر الدولي الثاني للموهوبين والمتفوقين. جامعة الإمارات العربية المتحدة.

المفرج، بدرية والمطيري، عفاف ومحمد، حمادة (2007). *الاتجاهات المعاصرة في إعداد المعلم وتنميته مهنيًا*. وحدة بحوث التجديد التربوية.

ملحم، سامي محمد (2001). *مبادئ التوجيه والإرشاد النفسي (الأسس النظرية، التطبيقية)*. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

منسي، حسن ومنسي إيمان (2004). *التوجيه والإرشاد النفسي ونظرياته*. ط1. الأردن: دار الكندي.

معمرية، بشير (2007). *القياس النفسي وتصميم أدواته للطلاب والباحثين*. ط2. الجزائر: منشورات الحبر.

مواهب، إبراهيم (1995). *إرشاد الطفل وتوجيهه في الأسرة ودور الحضانة*. دط. مصر: دار المعارف الإسكندرية.

ميرزا، جاسم خليل (2008). *العلاقة بين الأجهزة المرورية ووسائل الإعلام*

والأسس والمبادئ. دورة تدريبية. كلية التدريس قسم البرامج التدريبية. جامعة
نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض.

مقدم، عبد الحفيظ (2003). **الإحصاء والقياس النفسي والتربوي**. ط1. الجزائر: ديوان
المطبوعات الجامعية.

الملاحق



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

جامعة الشهيد - حمه لخضر - بالوادي

قسم العلوم الاجتماعية



استمارة الدراسة الاستطلاعية

عزيزي التلميذ عزيزتي التلميذة تحية طيبة وبعد:

يعد الاختيار السليم للمسار الدراسي من أهم الخطوات التي تحدد الاتجاهات المهنية المستقبلية، وتوفير مكانة اجتماعية ومكانة في عالم الشغل.

وباعتبار أنك مقبل على الاختيار في هذه السنة، نرجو منك الإجابة على التساؤل المطروح في هذه الاستمارة.

السؤال:

كونك تلميذ(ة) في السنة أولى ثانوي ومقبل على الاختيار، فمن المؤكد أنك ستختار تخصص يؤهلك لمهنة مستقبلية. فما هي المهنة المرغوبة لديك مستقبلا؟

.....

.....

لماذا؟.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

نشكركم على حسن تعاونكم معنا



جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الاجتماعية



في إطار إنجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر تخصص إرشاد وتوجيه بعنوان:
"فعالية مطوية إعلامية موجهة لتلاميذ السنة أولى ثانوي لتنمية الوعي المهني".

عزيزي التلميذ عزيزتي التلميذة نقدم إليك مجموعة من العبارات المتعلقة ببعض الجوانب المهنية.

والمطلوب منك قرأتها قراءة جيدة متأنية لكل عبارة والإجابة عنها بوضع علامة (X) في
الخانة المناسبة لكل عبارة التي يكون الاختيار "مدى مطابقة العبارة عليك".

مثال توضيحي:

الرقم	العبارة	مدى مطابقة العبارة عليك				
		تماما	غالبا	أحيانا	نادرا	مطلقا
01	أعرف نفسي وماذا أريد لمستقبلي المهني بشكل جيد	X				

مع العلم أنه لا توجد عبارة صحيحة وعبارة خاطئة بل الإجابة الصحيحة تعبر عن رأيك
الحقيقي وتأكد أن هذه المعلومات لن تستغل إلا للغرض العلمي فقط.

ونشكركم على حسن تعاونكم معنا

الرقم	الفقرات	مدى تطابق العبارات عليك				
		تماما	غالبا	أحيانا	نادرا	مطلقا
1	أجهل تماما المهن التي تتناسب مع قدراتي ومهاراتي					
2	معرفتي ضعيفة بالمهن التي تتطلب خصائص اجتماعية محددة كمواجهة الجمهور					
3	سأعمل بالمهنة التي أحبها بصرف النظر عن تحديد المجتمع لما يناسب الذكور والإناث					
4	أعرف نفسي وماذا أريد لمستقبلي المهني بشكل جيد					
5	لدي معرف كافية بالمنافذ المهنية المتفرعة عن تخصصي الدراسي الحالي					
6	تتقضي المعرفة بالمتطلبات التعليمية والدراسية للمهن المختلفة					
7	أعي تماما مهام الوظيفة التي أرغب فيها					
8	أعرف تماما القيم والسلوكيات التي على الموظف مراعاتها لتحقيق النجاح المهني					

					9	أعرف علاقة المهنة التي ارغب الالتحاق بها بغيرها من المهن وإمكانية التحول عنها
					10	أجهل مميزات المهن المختلفة كالضمان الاجتماعي والإسكان والمكافآت
					11	فكرت في مستقبلي المهني، وسأختار ما يحقق لي القبول الاجتماعي
					12	لم أفكر ما إذا كنت سأكون سعيدا بمهنة المستقبل لأنني لم أحدها بعد
					13	لم أفكر أبدا في اهتماماتي وطموحاتي المهنية.
					14	لدي معرفة مقبولة بالمهن التي تحتاج إلى مهارات ومواهب محددة
					15	معرفتي بالمهن المناسبة لذكور أو الإناث جيدة، وسوف أختار ما يناسب جنسي.
					16	يخبرني الناس أشياء مختلفة عن مزايا أو عيوب المهن، ولذلك لا أعرف المهنة المناسبة لي
					17	تتقصني المعلومات عن مجالات

					العمل التي تهمني	
					حتى لو أعطيت لي فرصة تغيير تخصصي الدراسي، فإنني لا أعرف أي تخصص سأختار	18
					لدي فكرة جيدة عن المهن التي تتطلب مرونة أكبر في وقت الدوام أو مكانه أو طبيعته	19
					أعي تماماً الشروط المهنية المرتبطة بالعمل	20
					عند اختيار مجال عمل معين فإنه يجب أن يأخذ الشخص المهن المختلفة التي تقع في ضمن هذا المجال بعين الاعتبار	21
					لدي فكرة جيدة عن المردود المادي للمهنة التي أفكر فيها	22
					لدي فكرة جيدة عن المكانة الاجتماعية التي تحققها المهن المختلفة للعاملين بها	23
					فكرت في مستقبلي المهني وأعتقد أن المهنة التي اخترتها ستحقق طموحاتي	24

بطاقة فنية خاصة بالمؤسسة المعنية بتطبيق الدراسة

اسم المؤسسة	ثانوية علي عون
سنة الافتتاح	2007/2006
العنوان	حي الناظور - الوادي -
الهاتف	032.12.01.59
الهيكل	قاعات: (20) مخابر: (04) مدرجات: (01) ملعب: (01) قاعة رياضة: (01) مطعم: (01)
التأطير	إدارة: (13) أساتذة: (31) عمال: (15)
التلاميذ	أفواج: (14) تعداد: (350)

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	b1kab	26,5641	39	4,33951	,69488
	b1bad	27,8205	39	3,61919	,57953
Pair 2	b2kab	36,1026	39	5,80288	,92920
	b2bad	36,9744	39	6,09783	,97643
Pair 3	b3kab	23,1538	39	7,19846	1,15268
	b3bad	23,5641	39	4,05745	,64971
Pair 4	darkab	85,8205	39	12,06969	1,93270
	darbad	88,3590	39	11,57240	1,85307

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	b1kab & b1bad	39	,417	,008
Pair 2	b2kab & b2bad	39	,454	,004
Pair 3	b3kab & b3bad	39	,362	,024
Pair 4	darkab & darbad	39	,592	,000

Paired Samples Test

	Paired Differences					T	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval				
				of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 b1kab - b1bad	-1,25641	4,33904	,69480	-2,66296	,15014	-1,808	38	,078
Pair 2 b2kab - b2bad	-,87179	6,22042	,99606	-2,88822	1,14463	-,875	38	,387
Pair 3 b3kab - b3bad	-,41026	6,86608	1,09945	-2,63598	1,81547	-,373	38	,711
Pair 4 darkab – darbad	-2,53846	10,68163	1,71043	-6,00104	,92412	-1,484	38	,146

تمهيد

عزيزي التلميذ(ة):

نضع بين أيديكم هذه المطوية لتعريفكم ببعض المهن وتزويديكم بالمعلومات التي تتطلبها كل مهنة والتي قد تكون إحداها مهنة محبذاً إليك مستقبلاً:

- مهنة المحاماة - مهنة الطب - مهنة التعليم - مهنة الصحافة
- مهنة الأمن الوطني - مهنة الهندسة المعمارية

مهنة المحاماة



هي مهنة حرة ومستقلة، وهي تقديم النصيح والإستشارات القانونية والمساعدة وتمثيل الخصوم وضمان الدفاع عنهم، يرتبط المحامي مع موكله بعقد يمت بصفة مع عقد استئجار للعمل وعقد توكيل.

خصائص مهنة المحاماة:

- المحامي هو احد أعضاء سلك العدالة وليس موظف.
- تقدم مقابل مبلغ مالي أو تطوعاً.
- مهنة شاقة تحتاج إلى مجهود.
- الإقناع، القدرة على التحليل، القدرة على التركيز العالي، التمكن من اللغة والقدرة على تطويرها، الصبر والقدرة على تحمل الضغوط، البصيرة، حضور الذهن وسرعة البديهة، القدرة على التعامل مع الآخرين، الخطابة والإلقاء.

شروط مهنة المحاماة:

- أن يكون متحصل على شهادة في الحقوق، أو شهادة معادلة لها معترف بها قانونياً.
- أن يكون جزائري، إلا ما نصت عليه الإتفاقيات العدلية بين البلاد الأجنبية.
- وجوب اللغة العربية.
- أن يكون لديه الكفاءة المهنية لمباشرة مهنة المحاماة.
- ألا يكون فيه ما يبرر إقصاءه أو يمانع مباشرته للمهنة.



مهنة الطب



تعتبر مهنة الطب من المهن المصرية ويعرف الطب على أنه العلم الذي يبحث في الأمراض التي تصيب الأجسام، وينطبق ما توصلت إليه التطورات التكنولوجية والتقنية من أجل الوصول إلى علاج، وهناك عدة أنواع للطب منها: طب الأطفال، طب النساء، طب الأسنان، طب القلب، طب العظام...إلخ.

خصائص مهنة الطب:

- أن يتحلى الطبيب بالشفقة وفهم الآخرين وإدراك مدى أوجاعهم.
- أن يتفطن الطبيب إلى العوارض الخفية للمريض ليتتمكن من معالجتها.
- الإلتزام بإعطاء الأولوية لمصلحة المريض دون أي تمييز عنصري.
- الإلتزام بالسرية بكل ما يتعلق بالمريض.
- تقدم مهنة الطب مقابل مبلغ من المال أو تطوعاً.

شروط مهنة الطب:

- أن يكون الطبيب متحصل على شهادة في الطب.
- أن يكون لديه معلومات كافية حول تخصصه وأن يتابع كل ما هو جديد من تطورات في العلاج.
- المعاملة الحسنة للمريض.
- الأمانة العلاج وتقديم المساعدة القصوى للمريض.
- ضبط الأعصاب من قبل الطبيب عند العلاج لما لها من أثر إيجابي على نفسية المريض.
- الإستماع الجيد للمريض والالتزام برأيه في العلاج أو رفض العلاج.
- أن يتمتع بروح الفكاهة والتخفيف من الألم وحزن المريض.
- تتطلب مهارة التركيز ودقة الإنتباه.



مهنة التعليم



التعليم هو علم يهتم بدراسة طرق التعلم وتقنياته وبأشكال تنظيم الموقف التعليمي التي يتفاعل معها الطلبة من أجل تحقيق الأهداف المنتظرة، فهو بذلك تصميم مقصود أو هندسة للموقف التعليمي بطريقة ما.

خصائص مهنة التعليم:

- **خصائص جسمية:** أن يتمتع المعلم بلياقة بدنية جيدة بحيث ألا يعاني من قصور حاد في البصر أو السمع أو في مخارج الحروف أو الحركة.
- **خصائص عقلية:** أن يكون المعلم ذكي التصرف في المواقف التعليمية الصعبة ويحاول تفاديها.
- على المعلم الفصل بين الحياة الشخصية والحياة المهنية (التعليمية) حتى لا يؤثر بالسلب على التلميذ.
- أن يكون لديه ثقافة عامة للبيئة المحيطة به.
- أن يفهم الذات ويرضى عنها.

خصائص وجدانية ونفسية:

- الإلتزام أثناء التدريس.
- الإلتزام الانفعالي داخل الفصل.
- خلق علاقة ود وحب بين المعلم والتلميذ.

شروط مهنة التعليم:

- تطابق تخصص الشهادة مع متطلبات الرتبة بمعنى معلم في الطور الابتدائي يكون لديه ليسانس في اللغة العربية، ليسانس تاريخ ... غيرها.
- مسار الدراسة أو التكوين بمعنى كشف النقاط السنة ثالثة جامعي.
- شهادة مكتملة لنفس التخصص مثل الماجستير والماستر.
- الأشغال والدراسات المنجزة في التخصص.
- الخبرة المهنية.
- تاريخ الحصول على الشهادة.
- مقابلة مع لجنة الإنتقاء.
- الدخل يختلف من تعليم إلى آخر.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التربية والتعليم
مديرية التربية لولاية الوادي

ثانوية علي عون
حي الناظور - الوادي

المسارات المهنية



مهنتي مستقبلتي

إعداد الطالبات:
• الأشهب حياة
• شتوكح سميرة

شروط مهنة الأمن الوطني:

- أن لا يقل العمر على 21 ولا يزيد عن 35 سنة.
- حاصلين على شهادة ليسانس في التعليم العالي أو شهادة معترف بها.
- أن يكون جزائري.
- أن يتمتع بحقوقه المدنية، وذو سيرة وأخلاق حسنة.
- أن ينجح في جميع الإختبارات.
- إيجابيات وضعية المترشح اتجاه الخدمة الوطنية سواء بدختر الخدمة الوطنية أو شهادة إعطاء وألا يكون الإعفاء بسبب طلي، أما بالنسبة لدخول المصادي يكون حسب الأقدمية والرتبة والأولاد والمكافئات.



مهنة الهندسة المعمارية

الهندسة هي تصميم المباني من كل الأنواع، يديرها مهندس معترف به، طموح مخلص لعمله يراعي متطلبات واحتياجات الإنسان.

خصائص مهنة الهندسة المعمارية

- قائد المشرع.
- المثابرة في تحقيق نجاحه.
- مواجهة المشاكل وإيجاد حلول لها.
- التعرف على كل ما هو جديد في مجال الهندسة.

شروط مهنة الهندسة:

- أن يكون حاصل على شهادة في الهندسة المعمارية أو شهادة معادلة لها.
- أن يتحلى بالصبر والحكمة في العمل.
- أن يكون له خيال وإبداع واسع.
- التحلي بروح العمل الجماعي.
- المرونة في العمل.



مهنة الصحافة

هي المهنة التي تقوم على جمع الأخبار وتحليلها والتحقق من مصداقيتها وتقديمها للجمهور، وغالبا ما تكون الأخبار متعلقة بالمستجدات الأحداث السياسية أو المحلية أو الثقافية ... وغيرها

خصائص مهنة الصحافة:

- أن يحرص على نجاح الرسالة الإعلامية.
- أن يتمتع بسعة الصدر والاستيعاب الكامل للرسالة.
- أن يحرص على توفير الآليات اللازمة لتوصيل الرسالة.
- أن يتقن أسلوب الحوار.
- اللباقة والقدرة على التعبير الجيد.
- أن يكون موضوعي وحيادي.
- رد الجمهور بأسلوب راق خال من الإساءة.

شروط مهنة الصحافة:

- إحترام الحقيقة مهما كانت.
- الدفاع عن حرية الإعلام والرأي والتعليق والنقد.
- الفصل بين الخبر والتعليق.
- نشر المعلومات المتحقق منها فقط، والإمتناع عن نشر الإشاعة.
- تصحيح كل معلومة يتبين بعد نشرها أنها خاطئة.
- الحفاظ على السر المهني وعدم الإفشاء بالمصادر.
- عدم استعمال الأساليب الغير شرعية للحصول على المعلومات.



مهنة الأمن الوطني

يكلف الشرطي بوظائف التحريات والإستعلامات والتأطير والتكوين والتسيير، يمكن استدعائهم لشغل مناصب عليا بالأمن الوطني ويوظفون عن طريق مسابقات

خصائص مهنة الأمن الوطني:

- يتمتع بالصحة الجيدة قادر على العمل ليلا ونهارا.
- أن لا يكون حاملا لشامة على جسمه.
- أن تكون قدرة البصيرة مجموعها يساوي 15 على 10
- لكتلتا العينين.
- التمتع باللباقة البدنية.