

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية
قسم: علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال
التخصص: الإتصال الجماهيري والوسائط الجديدة
إعداد الطلبة: - بن كريمة محمد الهاشمي
- شعيب عبد الحكيم

ب عنوان:

دور الحملات الاعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني
- دراسة ميدانية على عينة من متربصي مركز التكوين المهني
والتمهين محجوبي احمد الرويسات -

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2023/06/18
أمام لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
أ . د . حمداوي عمر	بروفيسور	جامعة ورقلة	رئيسا
د. زياني غوتي	أستاذ محاضر (أ)	جامعة ورقلة	مشرفا ومقررا
د . حمالمي محرز	استاذ مساعد (أ)	جامعة ورقلة	مناقشا

الموسم الجامعي: 2022/2023

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال
التخصص: الإتصال الجماهيري والوسائط الجديدة
إعداد الطلبة: - بن كريمة محمد الهاشمي
- شعيب عبد الحكيم

بعضوان:

دور الحملات الاعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني
- دراسة ميدانية على عينة من متربصي مركز التكوين المهني
والتمهين محجوبي احمد الرويسات -

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2023/06/18

أمام لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
أ. د. د. حمداوي عمر	بروفيسور	جامعة ورقلة	رئيسا
د. غوتي زياني	أستاذ محاضر (أ)	جامعة ورقلة	مشرفا ومقررا
د. حمايمي محرز	استاذ مساعد (أ)	جامعة ورقلة	مناقشا

الموسم الجامعي: 2022/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية

أتقدم بإهداء عملي المتواضع إلى

الذرع الواقي والكنز الباقي، إلى من جعل العلم منبع اشتياقي، لك أقدم وسام

الاستحقاق إلى أبي أطال الله عمرك.

رمز العطاء وصدق الإيباء، إلى ذروة العطف والوفاء، لك أجمل حواء، أنت أُمي الغالية

أطال الله عمرك.

وإلى رمز الصداقة وحسن العلاقة زملاء الدراسة دفعة 2023/2022.

إلى من عشت وتربيت معهم إخوتي وأخواتي أصانهم الله بحفظه.

والى كل أبناء العائلة بن كريمة كبيرا وصغيرا

والى كل العائلة شعيب عبد الحكيم

إلى كل الأصدقاء والأحباب.

إلى كل من حمل لنا ذرة ود ومحبة في قلبه.

الهاشمي - عبد الحكيم

شكر وتقدير

بعد أن من الله علينا بإنجاز هذا العمل، فإننا نتوجه إلى الله سبحانه وتعالى أولاً وأخيراً بجميع ألوان الحمد والشكر على فضله وكرمه الذي غمرنا به فوقنا إلى ما نحن فيه راجين منه دوام نعمه وكرمه.

ولا يسعني وأنا أضع اللمسات الأخيرة إلا أن اعترف لكل من له فضل عليا، فإننا نتقدم بالشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذ المشرف "زياني غوتي"، على إشرافه على هذه المذكرة وعلى الجهد الكبير الذي بذله معنا، وعلى نصائحه القيمة التي مهدت لنا الطريق لإتمام هذه الدراسة، فله منا فائق التقدير والاحترام، كما نتوجه في هذا المقام بالشكر الخاص لأساتذتنا الذين رافقونا طيلة المشوار الدراسي ولم يبخلوا في تقديم يد العون لنا وخاصة الأستاذ "الزاوي محمد الطيب".

وندين بالشكر أيضا إلى كل عمال مؤسسة التكوين المهني محجوبي أحمد، الذين ساعدونا من خلال تقديم جميع التسهيلات ومختلف التوضيحات والمعلومات المقدمة من طرفهم لإنجاز هذا البحث.

وفي الختام نشكر كل من ساعدنا وساهم في هذا العمل سواء من قريب أو بعيد حتى ولو بكلمة طيبة أو ابتسامة عطرة

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
I	إهداء
II	شكر وتقدير
III	فهرس المحتويات
V	قائمة الجداول
VII	قائمة الاشكال
IX	قائمة الملاحق
X	ملخص الدراسة
أ-ب	مقدمة
الفصل الاول: الإطار المنهجي للدراسة	
03	1- إشكالية الدراسة
04	2- تساؤلات الدراسة
05	3- أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع
06	4- أهداف الدراسة
07	5- منهج الدراسة وأدواته
12	6- مجتمع الدراسة وعينتها
13	7- مفاهيم ومصطلحات الدراسة

21	8-مجالات الدراسة
25	9-المدخل النظري للدراسة
28	10-الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة
36	تمهيد الفصل
37	عرض وتحليل بيانات الدراسة
66	النتائج العامة للدراسة
72	خاتمة
75	قائمة المراجع
81	الملاحق

قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	الجدول
37	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس.	الجدول رقم (01)
38	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن.	الجدول رقم (02)
39	يوضح توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي.	الجدول رقم (03)
40	يوضح مرات تعرض للحملات التوعوية بأهمية التكوين المهني.	الجدول رقم (04)
41	يوضح مصادر حملات التوعية بأهمية التكوين المهني	جدول رقم (05)
42	يوضح توزيع افراد العينة التحدث بأهمية التكوين المهني.	جدول رقم (06)
43	يوضح الشخص المتحدث بأهمية التكوين المهني	جدول رقم (07)
44	يوضح المعلومات المتوفرة في الحملات الإعلامية عن التكوين المهني.	جدول رقم (08)
45	يوضح زيارة موقع الالكتروني الخاص بتكوين المهني.	جدول رقم (09)
46	الاستفادة من الموقع الالكتروني الخاص بتكوين المهني.	جدول رقم (10)
47	يوضح البرامج والمضامين المتعلقة بموضوع التكوين المهني.	جدول رقم (11)
48	يوضح الأسباب التي تدفعك لالتحاق بتكوين المهني.	جدول رقم (12)
49	يوضح مزايا تكوين المهني على المنافسين في سوق العمل	جدول رقم (13)
50	يوضح مؤهلات التكوين المهني في مجال العمل أكثر من التعليم العام	جدول رقم (14)
51	يوضح التخصصات التي يرغب المتربصين بتكوين فيها.	جدول رقم (15)
52	يوضح التخصص المختار في التكوين المهني.	جدول رقم (16)

53	يوضح التخصص المرغوب به.	جدول رقم (17)
54	يوضح تأثير الإيجابي لتكوين المهني.	جدول رقم (18)
55	يوضح مساعدة التكوين المهني على تحسين مستوى الحياة الشخصية والاجتماعية	جدول رقم (19)
56	يوضح تقديم الجهات المانحة الدعم لتكوين المهني.	جدول رقم (20)
57	يوضح تأثير الحملات الإعلامية في قرارات الشباب بالالتحاق بمراكز التكوين المهني	جدول رقم (21)
58	يوضح الإعلانات التكوين المهني تساعد في تحسين صور المهن المهمشة.	جدول رقم (22)
59	يوضح تشجيع الحملات الإعلامية في تقدير واحترام العمل.	جدول رقم (23)
60	يوضح الحملات الإعلامية تساعد في تحسين سمعة المراكز التكوينية.	جدول رقم (24)
61	يوضح مساعدة الحملات الإعلامية في زيادة الوعي بأهمية التكوين المهني.	جدول رقم (25)
62	يوضح الحملات الإعلامية تحسن من معرفة أنواع عروض مركز التكوين المهني.	جدول رقم (26)
63	يوضح التجربة من خلال زيارة مركز التكوين المهني.	جدول رقم (27)
64	يوضح نصح الأصدقاء وأفراد العائلة في التسجيل في مركز تكوين المهني	جدول رقم (28)

قائمة الأشكال :

الصفحة	العنوان	الشكل
37	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس.	الشكل رقم (01)
38	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن.	شكل رقم (02)
39	يوضح توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي	الشكل رقم (03)
40	يوضح مرات تعرض للحملات التوعوية بأهمية التكوين المهني.	الشكل رقم (04)
41	يوضح مصادر حملات التوعوية بأهمية التكوين المهني	الشكل رقم (05)
42	يوضح توزيع افراد العينة التحدث بأهمية التكوين المهني	الشكل رقم (06)
43	يوضح الشخص المتحدث بأهمية التكوين المهني	الشكل رقم (07)
44	يوضح المعلومات المتوفرة في الحملات الإعلامية عن التكوين المهني	الشكل رقم (08)
45	يوضح زيارة موقع الالكتروني الخاص بتكوين المهني	الشكل رقم (09)
46	الاستفادة من الموقع الالكتروني الخاص بتكوين المهني	الشكل رقم (10)
47	يوضح البرامج والمضامين المتعلقة بموضوع التكوين المهني	الشكل رقم (11)
48	يوضح الأسباب التي تدفعك للالتحاق بتكوين المهني	الشكل رقم (12)
49	يوضح مزايا تكوين المهني على المنافسين في سوق العمل	الشكل رقم (13)
50	يوضح مؤهلات التكوين المهني في مجال العمل أكثر من التعليم العام.	الشكل رقم (14)
51	يوضح التخصصات التي يرغب المتربصين بتكوين فيها	الشكل رقم (15)
52	يوضح التخصص المختار في التكوين المهني	الشكل رقم (16)

53	يوضح التخصص المرغوب به	الشكل رقم (17)
54	يوضح تأثير الإيجابي لتكوين المهني.	الشكل رقم (18)
55	يوضح مساعدة التكوين المهني على تحسين مستوى الحياة الشخصية والاجتماعية	الشكل رقم (19)
56	يوضح تقديم الجهات المانحة الدعم لتكوين المهني.	الشكل رقم (20)
57	يوضح تأثير الحملات الإعلامية في قرارات الشباب بالالتحاق بمراكز التكوين المهني	الشكل رقم (21)
58	يوضح الإعلانات التكوين المهني تساعد في تحسين صور المهن المهمشة.	الشكل رقم (22)
59	يوضح تشجيع الحملات الإعلامية في تقدير واحترام العمل.	الشكل رقم (23)
60	يوضح الحملات الإعلامية تساعد في تحسين سمعة المراكز التكوينية	الشكل رقم (24)
61	يوضح مساعدة الحملات الإعلامية في زيادة الوعي بأهمية التكوين المهني.	الشكل رقم (25)
62	يوضح الحملات الإعلامية تحسن من معرفة أنواع عروض مركز التكوين المهني	الشكل رقم (26)
64	يوضح التجربة من خلال زيارة مركز التكوين المهني.	الشكل رقم (27)
65	يوضح نصح الأصدقاء وافراد العائلة في التسجيل في مركز تكوين المهني	الشكل رقم (28)

جدول الملاحق :

الصفحة	العنوان	الملحق
81	استمارة المحكمين	الملحق رقم (01)
82	استمارة الاستبيان	الملحق رقم (02)
88	صورة توثيق لصفحة مركز التكوين المهني والتمهين - محجوبي أحمد- على الفايسبوك	الملحق رقم (03)
89	صورة توثق واجهة المؤسسة	الملحق رقم (04)
90	وضعية الفروع لشهر فيفري 2023 لمركز التكوين المهني والتمهين محجوبي احمد	الملحق رقم (05)

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة دور الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني، وقد تم تطبيقها على عينة من شباب المتربصين بالتكوين المهني والتمهين محجوبي أحمد الرويسات.

حيث تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية إذ بلغ عددهم 63 مفردة من أصل 635.

قد قمنا بالإجابة على التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة "كيف تساهم الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني؟" وللإجابة عليه اعتمدنا في الدراسة على المنهج المسحي وذلك باستعمال أداة الإستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، حيث قسمت الدراسة إلى جانب منهجي وجانب تطبيقي الذي تم فيه التحقق من صحة الفرضيات.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ توصلت الدراسة إلى أن الحملات على الأنترنت هي أكثر مصدر لتوعية وتعرف الشباب على التكوين المهني، لتوفيره محتوى متنوع ومفيد حول التكوين المهني
- ✓ يتبين أن السبب الرئيسي الذي يدفع الأشخاص للالتحاق بالتكوين المهني هو تحسين فرص العمل.
- ✓ يظهر أن التخصص الأكثر إختياراً في التكوين المهني هي "عامل في الميكرو معلوماتية".
- ✓ تشير النتائج على تأثير ومساهمة الحملات الإعلامية في إنضمام الشباب لمركز التكوين المهني من خلال التوجيه وتشجيع الشباب وتحسين معرفتهم بأنواع التكوين المهني المتاحة، مما يعزز الفهم والوعي بالفرص المتاحة ويزيد إهتمام الأفراد بالتكوين المهني.

الكلمات المفتاحية: الحملات الإعلامية - التوعية - الشباب - التكوين المهني.

Study summary:

The study aims to learn about the role of media campaigns in raising young people's awareness of the importance of vocational training. It has been applied to a sample of young people attending vocational training and apprenticeship Mahjoubi Ahmed alruissat.

The random sample method was based on 63 individuals out of 635.

We have answered the main question of this study, "How do media campaigns contribute to raising young people's awareness of the importance of vocational training?" In response, we adopted the survey curriculum using the questionnaire tool to collect data from researchers. The study was divided into a methodological and applied aspect in which hypotheses were verified.

The study found a series of findings, the most important of which were:

The study found that online campaigns are the most informative and familiarized young people with vocational training, providing diverse and useful content about vocational training.

✓shows that the main reason for people's entry into vocational training is to improve employment opportunities.

The main reason for people's entry into vocational training is to improve employment opportunities.

shows that the most selected specialization in vocational training is a "micro informatics worker".

The results indicate the impact and contribution of information campaigns to young people's entry into the Vocational Training Centre through mentoring, encouraging young people and improving their knowledge of available types of vocational training, thus enhancing understanding and awareness of opportunities and increasing individuals' interest in vocational training.

Key words: Media Campaigns - Awareness - Youth - Vocational Training.

المقدمة

مقدمة:

تلعب وسائل الإعلام دورًا جوهريًا في حياة الناس وفي تشكيل وجهات نظرهم وتصوراتهم للعالم، تتمثل قوة الإعلام في قدرته على إثارة اهتمام الجمهور وتوجيهه نحو مختلف القضايا والمشكلات المطروحة في المجتمع. فعن طريق تصوير الوقائع وتحليلها وتقديمها بشكل جذاب ومؤثر، يمكن للإعلام أن يؤثر على اتجاهات الفكر والمشاعر للأفراد ويعزز الوعي العام.

ومن خلال وسائله المتنوعة مثل التلفزيون والراديو والصحف والمجلات، وأيضًا الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، يمتلك الإعلام القدرة على إطلاق حملات إعلامية تترك أثرًا في المجتمع، سواء كان ذلك عن طريق تسليط الضوء على قضايا اجتماعية ملحة، أو توجيه الرأي العام نحو مواضيع محددة، بفضل هذه القدرة الهائلة، يصبح لوسائل الإعلام تأثير جوهري في تشكيل وتوجيه المجتمع وتحقيق التغيير الإيجابي فيه. ومع زيادة تواجدها وتطورها المستمر، ينبغي على وسائل الإعلام تحمل المسؤولية الكبيرة في تقديم المعلومات الموثوقة والمتوازنة، وتعزيز الحوار والتفاعل البناء بين أفراد المجتمع.

وتعد التوعية بأهمية التكوين المهني للشباب من القضايا الحيوية والملحة التي تستحق الانتباه في المجتمعات الحديثة. فالشباب هم أمل المستقبل، وبالتالي يجب أن نقدم لهم الدعم والتوجيه اللازمين للنجاح في حياتهم المهنية. إن تأهيل الشباب بمهارات مهنية قوية يعزز فرصهم في الحصول على فرص عمل جيدة ويسهم في تطور المجتمعات بشكل عام، حيث يشهد العالم اليوم تحولات كبيرة في سوق العمل نتيجة التقدم التكنولوجي والتحول الاقتصادي والاجتماعي. تزداد المهارات المطلوبة في سوق العمل يوميًا بعد يوم، وهذا يعني أن الشباب بحاجة ماسة لتطوير مهاراتهم ومعرفتهم في مجالات محددة لتلبية تلك المتطلبات المتغيرة. لذلك، فإن الحملات الإعلامية تلعب دورًا حاسمًا في توعية الشباب بأهمية التكوين

المهني بما يمكنهم ويجهزهم لمستقبل مهني ناجح، فبدلاً من الإعتماد على الزيارات الميدانية للمؤسسات التكوينية المهني تعمل الحملات الإعلامية المكثفة، على تعزيز الوعي بأهمية التكوين المهني كأداة تساهم في توفير الخدمات الأساسية خاصة فيما يتعلق بشؤون المتربصين من توفير الجهد والوقت للتعرف على الأنماط التكوينية التي يبتغونها وتسهيل الحصول على المعلومات والشروحات المطلوبة وتقديمها بشكل مباشر.

وفي دراستنا هذه التي تسلط الضوء على ميدان التكوين المهني بعنوان: "دور الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني" وقسمت هذه الدراسة إلى فصلين:

الفصل الأول: بعنوان "الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة" حيث قمنا بداية بتحديد إشكالية الدراسة وطرح تساؤلاتها وأهميتها، ثم تقديم أسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة، ومن ثم عرض الإجراءات المنهجية للدراسة، إضافة إلى تحديد المفاهيم مصطلحات ومجالات الدراسة بما فيه بطاقة تقنية للمركز كما تم تحديد المقاربة النظرية، والمتمثلة في نظرية البنائية الوظيفية وصولاً لعرض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع دراستنا.

الفصل الثاني: بعنوان "الإطار التطبيقي" خصص هذا الفصل لتنظيم وتجميع بيانات الدراسة الميدانية وعرض نتائجها وتحليلها، وفي الأخير نعرض النتائج العامة التي توصلت إليها دراساتنا، لتكون الصفحات الأخير لهذا البحث عبارة عن قائمة المراجع والملاحق.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1 - إشكالية الدراسة

2 - تساؤلات الدراسة

3 - أهمية الدراسة أسباب اختيار الموضوع

4 - أهداف الدراسة

5 - منهج الدراسة وأدواته

6 - مجتمع الدراسة وعينته

7 - تحديد المفاهيم والمصطلحات

8 - مجالات الدراسة

9 - الخلفية النظرية لدراسة

10 - الدراسات السابقة

1- إشكالية الدراسة:

نظرا للتغيرات الكبيرة التي تشهدها المجتمعات في العصر الحديث مع تسارع دول العالم جميعا لتحقيق التطور والتنمية بجميع القطاعات حيث يعتبر الإعلام من أبرز الآليات التي تركز عليها هذه الدول في تحقيق أهدافها، فالإعلام هو القوة الدافعة للنمو والتقدم إذ يمثل اليوم عبر مختلف وسائله ومستوياته قطعة وأداة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها أو تهميش دورها بالنسبة للمجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء.

في أوقات الرخاء والإستقرار وفي أوقات المنازعات والأزمات، فالإعلام له القدرة الفائقة في تشكيل الآراء وتغيير السلوك وتعديله، وهو الوسيلة الأولى للتثقيف وتوعية الجمهور بكل المشاكل التي تؤثر على حياته وذلك بمختلف أشكاله الحوارية، التحقيقات، وبرامج حملات التوعية. وتلك الحملات أبعاد عدة سواء كانت ثقافية، اجتماعية، أو معنوية لدى أفراد المجتمع، وهي تختلف حسب شكل مضمونها وإستراتيجياتها، فمنها حملات توعية البيئية، حملات التوعية الإنتخابية، حملات التوعية الصحية، بالإضافة إلى حملات تكوين الشباب، وتعد التوعية التكوينية المهنية محل إهتمام الكثيرين في الوقت الراهن.

ولعل من ابرز طرقها تتمثل في الحملة التحسيسية التي تجرى عبر قافلة إعلامية تجوب مختلف البلديات والتي تنشد من خلالها الإحتكاك المباشر مع المواطنين وتوعيتهم بخصوص الموضوع للتعريف بمختلف التخصصات والأنماط التكوينية المتاحة، ونشر وتوزيع الدعائم الإعلامية وتقديم شروحات حول آليات التكوين المهني وعروض التكوين حيث يتم إصاق عروض التكوين لهاته الدورة في الأماكن العمومية والمقاهي وكما يتم أيضا توزيع مطويات تحتوي على جميع المعلومات الخاصة بالتخصصات المتوفرة والتواصل المباشر، وإعلام الشباب بإمتميازات التكوين التي تتيح لهم الفرص للدخول لعالم الشغل، فالحملات الإعلامية هي وسيلة قوية لإثارة الوعي والتوعية في الموضوعات المختلفة. وبالإضافة إلى ذلك،

تساعد الحملات الإعلامية الشباب في التوعية بأهمية التكوين المهني للحصول على التأهيل المطلوب للعثور على النجاح في المستقبل. وذلك راجع إلى أن التكوين المهني يمكن الشباب من تحسين قابلية تشغيلهم عن طريق إكتساب مهارات تسمح لهم بولوج عالم الشغل.

وعلى ضوء هذا نطرح تساؤل التالي:

كيف تساهم الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني؟

ومن اجل الإحاطة أوسع بمختلف جوانب الإشكالية تم وضع جملة من تساؤلات التي تحدد مسار البحث وهي كالآتي:

2- تساؤلات الدراسة:

- ماهي مختلف مؤشرات مدى تعرض الشباب للحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية بأهمية التكوين المهني؟

- فيما تتجسد أهمية التكوين المهني؟

- ماهي أهم المساهمات التي تحققها الحملات الإعلامية في توعية الشباب للإلتحاق بمراكز التكوين المهني؟

- الفرضيات:

تعد الفرضية بشكل عام عبارة عن تخمين ذكي وتفسير محتمل بواسطته ربط الأسباب بالمسببات كتفسير مؤقت للمشكلة او الظاهرة المدروسة وبالتالي الفرضية عبارة عن حدس او تكهن يضعه الباحث كحل ممكن ومحتمل لمشكلة الدراسة¹

¹ ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي اسسه وماهجه وأساليبه اجراءاته، بيت الأفكار الدولية، ط1، الأردن، 2001، ص75.

تهدف الى كشف الحقيقة القائمة والموجودة بين موقفين او أكثر، او بين المتغيرات المتداخلة في الإشكالية، بين المتغير المستقل والمتغير التابع والمتغير الدخيل، لان هناك متغيرات لا ترى بشكل مباشر، اذ يتكهن الباحث أثرها في المستقبل.¹

وتتمثل فرضيات الدراسة فيما يلي:

- تحتوي المؤسسات الإعلامية على الصفحات والمواقع، بالإضافة للصحف والقنوات التلفزيونية وغيرها التي تقوم بعرض فواصل إعلانية وإشهارية يتعرض الشباب لحملاتها.
- تتجسد أهمية التكوين المهني في إعتبره انه مصدر للدخل المهني وضمان المستقبل.
- تلعب الحملات الإعلامية دورا هاما بالمساهمة في إقبال الشباب للتسجيل والدراسة بمراكز التكوين المهني.

3- أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع:

أ- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تتناول موضوع هاما وهو التوعية بالتكوين المهني والوقوف عن كذب على هذا الموضوع ومعرفة مدى إقبال المتكويين على الحملات الإعلامية التوعوية وإستفادتهم منها.

¹ رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجزائرية، ط3، الجزائر، 2008، ص145-146.

- كون التكوين المهني اصبح موضوعا حساسا وملفت للإنتباه في الآونة الأخيرة ويستحق الدراسة والإهتمام نظرا لأنه أحد العوامل التي تشكل حلولا للحد من ظاهرة البطالة والإستغلال الأمثل لعنصر الشباب.

ب-أسباب اختيار الموضوع:

1.أسباب الذاتية

- الرغبة في معرفة مدى تأثير الحملات الإعلامية على منظومة التكوين المهني.
- الميول الشخصي لتعرف على دور الحملات الإعلامية في توعية الشباب لمراكز التكوين.
- الرغبة منا في إعطاء الموضوع الطابع الأكاديمي.

2.أسباب الموضوعية

- جدية الموضوع.
- محاولة ابراز الدور الفعال الذي تلعبه الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني.
- قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.

4- أهداف الدراسة:

- تحديد معرفة درجة مساهمة مؤسسات التكوين المهني في رفع المهارات المهنية وتحسين القدرات الفردية.
- محاولة تسليط الضوء على الدور الإيجابي للحملات الإعلامية في الجوانب التكوينية والتعليمية والمهنية.

- معرفة مستوى مساهمة الحملات الإعلامية كهزمة وصل بين الشباب وعالم الشغل.

5- منهج الدراسة وأدواته:

أ- منهج الدراسة:

لضمان أن دراستنا تكون علمية، يتطلب ذلك اعتماد منهج علمي محدد الذي يستند عليه البحث ويتم تطبيقه خلال الدراسة. ويتم اختيار نوع المنهج وفقاً لنوع الدراسة أو المشكلة أو الظاهرة المراد دراستها، حيث يساعد هذا في إجراء التحليلات الإحصائية وتفسير النتائج بشكل دقيق.

ويعرف المنهج انه: "عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث، وبالتالي فالمنهج ضروري للبحث إذ هو الذي ينير الطريق ويساعد الباحث في ضبط أبعاد ومساعي وأسئلة وفروض البحث".¹

ولذا يعتبر المنهج ضروريا في أي بحث علمي، حيث يمثل الطريق الأساسي الذي يتبعه الباحث لتحقيق أهداف دراسته والوصول إلى نتائج علمية دقيقة وموضوعية يمكن تطبيقها وتعميمها مستقبلا.

بحيث ان هذه الدراسة تهدف إلى معرفة دور الحملات الإعلامية في التوعية بأهمية التكوين المهني للشباب، فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية لجمهور وسائل الإعلام لأن هذا النوع

¹ رشيد زرواتي، مرجع سبق ذكره، ص 119.

من البحوث يهدف إلى التعرف على المشكلة المراد دراستها وإعطاء الوصف الكامل لها ولأبعادها.¹

وبما أن دراستنا تندرج ضمن الأبحاث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الحقائق والأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.²

ويمكن تعريف هذا النوع من البحوث بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.³

وبناءً عليه فإن هذا البحث يسعى إلى التعرف على مدى التعرض الشباب للحملات التوعوية الخاصة بالتكوين المهني من خلال الوسائل الإعلامية.

ومنه فالمنهج الملائم لهذا النوع من الدراسات الوصفية هو المنهج المسحي ويتمثل هذا الأسلوب في جمع بيانات ومعلومات عن متغيرات قليلة لعدد كبير من الأفراد، تحديد

¹ عثمان يوسف ردينة، أساليب البحث العلمي في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار المناهج، ط¹، عمان، 2005، ص100.

² سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، عالم الكتب، الطبعة الثانية، القاهرة، 1995، ص13.

³ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد، والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، ط²، عمان، 1999، ص46.

الوسائل والإجراءات التي من شأنها تحسين وتطوير الوضع القائم يطبق أسلوب المسح عادة على نطاق جغرافي كبير أو صغير، قد يكون مسحا شاملا أو بطريقة العينة، وفي أغلب الأحيان تستخدم فيه عينات كبيرة من أجل مساعدة الباحث في الحصول على نتائج دقيقة ويعد أهم المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعا خاصة في البحوث الوصفية والإستكشافية

وينسب خطأ قليلة وبتالي تمكينه من تعميم نتائجه على مجتمع الدراسة.¹

لأنه يهتم بدراسة المشكلات السياسية والاقتصادية والتربوية والإعلامية والإدارية التي تواجهها المجتمعات.²

وقد إعتدنا عليه في دراستنا لأنه من خلال عرضنا لموضوع "دور الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني" نهدف إلى معرفة الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية من خلال وسائل الإعلام في التوعية بأهمية التكوين للشباب.

ب- أدوات جمع البيانات:

تعتبر أداة جمع البيانات الوسيلة التي يقوم من خلالها الباحث لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تساهم بشكل كبير في تحليل الظاهرة، فلا بد للباحث من اختيار

¹ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء، ط¹، عمان، 2000، ص45،44.

² منال هلال مزاهرة، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، دار الكنوز المعرفية العلمية، ط¹، عمان، 2004، ص139.

أكثر الأدوات ملائمة للدراسة لتحقيق الوصول للأهداف التي يرغب الوصول إليها من خلال دراسته.¹

وقد إعتدنا في دراستنا على نوع واحد هو الإستبيان الذي يعد كوسيلة أساسية لجمع المعلومات.

الاستبيان:

يعد أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، والاستبيان لا يمكن أن يمثل الموضوع ولا يمكن أن يمثل المبحوثين، ولكنه يمثل توقعات الباحث، وعليه فإن الاستبيان هو عبارة عن عدد من الأسئلة المحددة يعرض على عينة من الأفراد ويطلب منهم الإجابة عنها كتابة.²

وتعرف أيضا بأنها أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب يتم توزيعها على أشخاص لتعبئتها.³

بناء الاستمارة:

لقد قمنا بعناية في تصميم استمارة الاستبيان، بحيث تكون متوافقة مع أهداف الدراسة وتحقيق أغراضها المحددة. وبناءً على ذلك، قمنا بوضع أسئلة واضحة ومفهومة تعبر عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها المختلفة، وذلك لتغطية جوانب الدراسة بشكل شامل وتمكيننا من جمع البيانات بشكل فعال وقد تضمنت الاستمارة في صورتها الأولية على (25) سؤالاً، تم

¹ سهيل رزق ذياب، مناهج البحث العلمي، مركز التطوير التربوي، جامعة القدس، غزة، فلسطين، 2003، ص 43.

² عبد المجيد إبراهيم مروان، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، 2000، ص 165.

³ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص 82.

عرضها على الأستاذ المشرف، وعلى مجموعة من الأساتذة المحكمين بهدف معرفة مدى وضوح الأسئلة وتناسبها مع موضوع الدراسة، وأيضا قابلية الأسئلة للاستجابة من قبل المبحوثين، حسب التدرج والبناء الذي وضعت عليه وقد تم لأخذ بعين الاعتبار الملاحظات المقدمة من طرف الأساتذة في إطار إعادة صياغة بعض الأسئلة وإضافة وحذف أخرى، وإعادة ترتيبها تسلسليا، وكذا خيارات الأجوبة المقدمة، وقد تم استبدال بعضها وتعويضها بأخرى تفيدنا أكثر في دراستنا.

وبعد إخراج الاستبيان في صورته المصححة الحالية بتوجيه من المشرف والأساتذة المحكمين قمنا بتوزيع الاستمارة على عينة تقدر بحوالي 63 مبحوثا متربصين بالتكوين المهني، وتضمن الاستبيان (22) سؤالاً مقسما على (3) محاور كالاتي:

محور متعلق بالبيانات الشخصية للمبحوثين: وقد شمل متغير الجنس، ومتغير السن، ومتغير المستوى التعليمي.

المحور الأول: فقد تضمن مؤشرات مدى تعرض الشباب للحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية بأهمية التكوين المهني، ويضم (06) أسئلة، للتعرف على مختلف المصادر الإعلامية والمرات التي تعرض الشباب لحملاتها التوعوية الخاصة بأهمية التكوين المهني.

المحور الثاني: تضمن هذا المحور على (08) أسئلة يتعلق بالأهمية المتجسدة في التكوين المهني، وذلك لأجل التعرف على الأهمية المتجسدة في ما يقدمه التكوين المهني للشباب المتربصين.

المحور الثالث: خصص هذا المحور للمساهمات التي تحقها الحملات الإعلامية في توعية الشباب للإلتحاق بمراكز التكوين المهني، وضم (08) أسئلة، وذلك لمعرفة طبيعة

المساهمات المحققة لتوعية المبحوثين من خلال الحملات الإعلامية للالتحاق بمراكز التكوين المهني.

6- مجتمع الدراسة وعينتها:

أ-مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة على انه "هو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذي يكونون موضوع مشكلة البحث".¹

يقوم الباحث بتحديد مجتمع الدراسة تبعاً لطبيعة الموضوع، والذي يمكن قياس الظاهرة محل الدراسة وتطبيقها عليه. وبما أن الدراسة تتمحور حول كيف تساهم الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني، إذن فإن مجتمع البحث يشمل كل المتربصين بمركز التكوين المهني والتمهين بمحجوبي أحمد الرويسات. كإطار جغرافي للدراسة، الذي يضم 635 متكون.²

¹ ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر، ط1، الأردن، 2006، ص94.

² وضعية الفروع لشهر فيفري 2023 الملحق رقم(5).

ب- عينة الدراسة:

العينة هي ذلك الجزء من مجتمع البحث الذي تجمع من خلاله المعطيات والتي يتطلع الباحث من خلالها الوصول إلى تقديرات يمكن تعميمها على كل مجتمع البحث الأصلي وهناك عدة طرق لاختيار جزء من مجتمع البحث الذي يركز حوله البحث.¹

وفي اختيارنا لعينة الدراسة اعتمدنا على العينة العشوائية وباعتبار أن موضوع البحث هو: دور الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني - دراسة ميدانية على عينة من متربصي لمؤسسة التكوين المهني والتمهين بمحجوبي أحمد الرويسات، والذي بلغ عددهم 635 متربص، وقد تم تحديد حجم العينة التي تقدر ب 63 متربص حيث إعتدنا في دراستنا على 10% من مجتمع البحث.

7- مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

يعرف موريس أنجرس المفهوم على أنه: تصور ذهني عام ومجرد لظاهرة أو أكثر وللعلاقات الموجودة بينها²

- ويقولون لكل علم لغته أي مصطلحاته وهو: "اللفظ المختار لدلالة على شيء معلوم لتمييز به معا سواه".³

1.7 الدور:

¹ موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية-تدريبات علمية ، ت: بوزيد صحراوي، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2006، ص103 .

² موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص 152.

³ بكر أبوزيد، المواضع في الإصطلاح على خلاف الشريعة وأفصح اللغة دراسة ونقد، مطابع دار الهلال الاوفست، ط1،ص35.

لغة: دور جمع أدوار مصدر دار عودة الشيء الى مكان عليه، وهو مجموعة المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص | غيره.¹

اصطلاحاً: يعرف على انه عنصر التفاعل الاجتماعي ويشير الى نمط الأفعال المكتسبة التي يؤديها شخص او شيء معين في موقف التفاعل.²

التعريف الإجرائي: في دراستنا، نحن نتحدث عن مفهوم الدور، والذي يعبر عن الوظيفة التي تؤديها الأفراد وتسعى لتحقيقها. وفي سياق الحملات الإعلامية، يسعى الإعلام إلى توعية الشباب بأهمية التكوين والتعليم على مستوى جماهيري معين، لأن ذلك يساعدهم على تحقيق أهدافهم المهنية والشخصية في المستقبل.

2.7 الحملة الإعلامية: يتكون المصطلح من قسمين:

الحملة: جمعها حملات، وهي ما يحمل دفعة واحدة "حملة عيدان" "حملة عسكرية" وهي كل عملية ذات مدة معينة وهدف دعائي.³

الإعلام: مشتق من "أعلم" يقال أعلمه إعلاماً مثل أبلغه إبلاغاً وأخبره إخباراً، فالإعلام والإبلاغ والإيدان ألفاظ تدور حول إيصال أمر مطلوب من جهة المتكلم إلى المخاطب. والإعلام هو "عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة لصالح العام".⁴

¹ خليل معن، معجم علم الاجتماع المعاصر، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2006، ص363.

² عبد الفتاح مراد، موسوعة البحث واعداد الرسائل والأبحاث والمؤلفات أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجي، الهيئة القومية لدار الكتب والوثائق المصرية، الإسكندرية مصر، 1998ص 245.

³ مجموعة مؤلفين، المنجد في اللغة العربية، ط2، دار المشرق للطباعة، دم،ن، 2001، ص 332.

⁴ عبد الفتاح دويدار، سيكولوجية الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 116 .

الحملة الإعلامية: تعرف الحملة الإعلامية أنها: "تلك الجهود المنظمة التي يقوم بها المختصون في العمل الإعلامي بوسائله المختلفة، بهدف تحقيق غاية معينة أو مجموعة من الغايات والأهداف المحددة سلفاً، تخاطب فئة معينة بلغتها التي تعرفها ومن خلال أطر ثقافية تعيش من خلالها وذلك لفترة زمنية محددة، كما تعتمد على تحديد الجمهور المستهدف تحديداً دقيقاً واختيار الوسائل الإعلامية التي تتناسب معه".¹

وتحقيق نتيجة محددة والوصول إلى رد فعل يتلاءم مع هدف المرسل أو القائم بالاتصال، وبوجه عام تهدف الحملة إلى نشر الثقافة والوعي الاجتماعي لإصلاح حال المجتمع وأفراده".²

التعريف الإجرائي للحملة الإعلامية:

هي كافة الأنشطة الاتصالية المنظمة والمخططة والمقصودة والتي يتم تحقيقها بشكل فعال من خلال تطبيق الاستراتيجيات في تصميم وتنفيذ الحملة وفق قواعد وأسس العلمية المقدمة عبر مختلف وسائل الإعلام، تستهدف جمهور شريحة الشباب من أجل تحقيق التوعية بأهمية التكوين لديهم.

3.7 الوعي:

لغة: مصطلح الوعي في اللغة على أنه: "الفهم وسلامة الإدراك".

¹ صابر سليمان عسران، تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية، مجلة الفن الإذاعي، العدد 179، اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، يوليو، 2005، ص31.

² فؤادة عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، عالم الكتاب، القاهرة، 2007، ص61.

اصطلاحاً: يعرف الوعي بأنه "اتجاه عقلي يمكن الفرد من إدراك نفسه والبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد"¹

التوعية: النشاط الذي يطلع به الإنسان من أجل اكتساب المجتمع والأفراد فكراً ووعياً إزاء موضوع أو قضية معينة، ومحاولة تبصيره بالنواحي المختلفة المحيطة بهذه القضية أو الموضوع، تهدف بالدرجة الأولى إلى التوجيه والإرشاد للتزويد بالمعرفة واكتساب الخبرة.

وهي "عملية حضارية شاملة مستمرة تمثل التقدم في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والبيئية، والحركة إلى الأمام بمعنى اكتشاف واستخدام وسائل وطرق أفضل للوصول إلى الغايات والأهداف المثلى للإنسان".²

ويقصد بالتوعية إيجاد الوعي واكتسابه للأفراد والجماعات لحملهم على الإقتناع بفكرة معينة أو رأي محدد، واتخاذ منحنى سلوكي معين بقصد تحقيق نتائج يهدف إليها القائم بالتوعية.³

التعريف الإجرائي للتوعية:

هي جهود إعلامية تثقيفية لجعل الشباب يلتحقون بمراكز التكوين من أجل إكتساب مهارات تسمح لهم بولوج عالم الشغل، من خلال الإعتماد على منهجية وعملية الوسائل الإعلامية في تقديم شروحات حول آليات التكوين المهني بالتعاون مع الجهات المعنية.

¹ موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب بجامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر بغزة سلسلة العلوم الإنسانية منشورة. قسم الاجتماع. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. جامعة الأزهر غزة، 2010، ص08.

² مي العبد الله، عبد الكريم شين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام العربية، ط1، بيروت، 2014، ص124.

³ علي عبد الفتاح علي، علم الاجتماع الإعلامي، دار الأيام، عمان، 2014، ص111.

4.7 الشباب:

أ- لغة: الشباب لغة كالشبيبة، وقد شبّ، يشيب وجمع شباب، فالشبان وشباب الشيء أوله، والشباب بالكسر: النشاط.¹

- الشباب فالمعجم الوسيط هو إدراك سن البلوغ إلى سن الكهولة والشباب هو الحدأة وشباب الشيء أوله.²

ب- اصطلاحاً: يرى علماء الاجتماع أن الشباب: "مرحلة عمرية تبدأ حينما يحاول المجتمع إعداد الشخص وتأهيله لكي يحتل مكانة اجتماعية، ويؤدي دوراً أو أدواراً في بنائه، وتنتهي حينما يتمكن الشخص من أن يتبوأ مكانته ويؤدي دوره في السياق الاجتماعي".³

- «هي شريحة اجتماعية تشغل وضعا متميزا في بنية المجتمع، فحينما ننظر إلى الشباب «كفئة عمرية» سنلاحظ على الفور أنها أكثر الفئات العمرية حيوية وقدرة على العمل والنشاط، كما أنها هي الفئة العمرية التي يكاد بناؤها النفسي والثقافي أن يكون مكتملا على نحو يمكنها من التكيف والتوافق والتفاعل الاندماج والمشاركة، بأقصى الطاقات التي يمكن أن تسهم في تحقيق أهداف المجتمع»⁴

¹ ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، ط⁶، دار صادر، لبنان، 2008، ص 10.

² محمد سيد فهمي، أمل محمد سلامة، إدارة الأزمة مع الشباب، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2012، ص 127.

³ ماجد الزبيد، الشباب والقيم في عالم متغير، ط¹، دار الشروق، عمان، 2005، ص 37.

⁴ أعضاء هيئة التدريس قسم علم الاجتماع، الطفل والشباب في إطار التنمية الاجتماعية والاقتصادية، دار المعرفة الجامعية، 2006، ص 113.

وعرفت على أنها مرحلة عمرية أو طوراً من أطوار نمو الإنسان الذي يكتمل نضجه العضوي وكذلك نضجه العقلي والنفسي والذي يبدأ من سن 15 سنة - 25 سنة وهناك من يحددها من 13 الى 30 سنة.¹

كما تتميز من الناحية الاجتماعية بأنها المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الانسان سواء مستقبه المهني أو مستقبه العائلي»²

التعريف الإجرائي للشباب:

هي الفئة المتربصة في التكوين المهني تتراوح أعمارهم بين 15 الى 30 سنة وأكثر، يخضعون لفترة تكوينية تعتمد على العمل النظري والتطبيقي لتحسين مهاراتهم وخبراتهم المهنية في مجالات متعددة ومختلفة.

5.7 تعريف التكوين المهني: لقد تعددت المفاهيم ووجهات النظر لدى الباحثين حول تعريف التكوين المهني، ومن أجل توضيح هذا الاختلاف يمكن ان نعرض جملة من التعاريف، إلا أنه قبل ذلك لا بد من تعريف أجزاء هذا المفهوم أولاً.

6.7 التكوين: "هو عملية تعلم سلسلة من سلوك المبرمج، أو مجموعة متتابعة من التصرفات المحددة مسبقاً، من أجل التأقلم مع التطورات الخارجية، وكذلك المنافسة الداخلية والخارجية، سيما العولمة وماتحملة من مخاطر وتهديدات وكذا فرص، إذ اما تم التعامل معها، وأخيراً متطلبات العملاء لأنها متغيرة"³

¹ طارق عبد الرؤوف عامر، الشباب واستثمار وقت الفراغ، ط¹، دار الجوهرة، القاهرة، 2015، ص25.

² فرد ميلسون، الشباب في مجتمع متغير، ترجمة وتقديم: مرسي عيد بدر يحيى، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، ط¹، الاسكندرية، 2007، ص5.

³ نور الدين حاروشي، ادارة الموارد البشرية، دار الأمة، الجزائر، 2011، ص71، 70.

-تعريف " Mialaret " التكوين عبارة عن نوع من العمليات التي تقود الفرد إلى ممارسة نشاط مهني، كما أنه عبارة عن نتائج هذه العمليات .أي أن التكوين لا يهدف إلى إكساب الفرد جملة من المهارات والمعارف النظرية فحسب ...إنه يتابع الفرد من خلال النتائج الملموسة أثناء تأديته لنشاطه، إنه إذن عملية مستمرة ومتواصلة.

ويضيف " Silvio montarel to " في نفس السياق أن التكوين عبارة عن مجموعة من النشاطات التي تستهدف تزويد المتكون بالمعارف والكفاءات المهنية المناسبة¹

7.7 المهنة: هي وظيفة مبنية على أساس من العلم والخبرة اختيرت اختيارا مناسباً حسب المجال الخاص بها وتتطلب مهارات معينة وتحكمها قوانين وآداب لتنظيم العمل.² هي الحرفة التي بواسطتها تعرف إمكانية تطبيق المعرفة المثبتة في بعض الحقول المعرفية والعلوم في مجالات أخرى.³

ويرى تايلور أن المهنة هي تلك النشاط الذي يرتبط بسوق العمل، بهدف إشباع الحاجات الأساسية للأفراد، وهذا النشاط المهني يحدد أيضا الوضع الاجتماعي للفرد.⁴

8.7 التكوين المهني:

"هو مجموعة الإجراءات التي تهدف إلى إعداد الأفراد للعمل، سواء كأجراء أو مستقلين، كما يتعلق في ذات الوقت بالإعداد للأعمال المهنية العامة، وباكتساب خبرات خاصة وهو يضم

¹ لحسن بوعبدالله، محمد مقداد، تقويم العملية التكوينية في الجامعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص9.

² محمد حمزة عبد الحسين الجوزري وآخرون، دراسة في الواقع المهني والحرفي لسكان منطقة هور ابن نجم، مجلة الإنسانية، جامعة بابل، المجلد22، العدد2، 2014 ص 3.

³ هند علوي، الحاجة لأخلاقيات المهنة، دورية علمية محكمة خاصة بمجال المكتبات والمعلومات، العدد13، محافظة

المكتبات الجامعية بجامعة أم البواقي، الجزائر، أم البواقي، 2007.

⁴ كمال عبد الحميد الزيات، العمل وعلم الاجتماع المهني، الأسس النظرية والمنهجية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، جامعة القاهرة، 2002، ص144.

من ناحية ثلاثة إجراءات التي توفق القوة العاملة للتغيرات التي تحدث في الاقتصاد والمجتمع ككل، هذا من أجل المقاومة الايجابية للبطالة.¹

عرفت وزارة التكوين المهني سنة 1995 التكوين المهني على انه: "أي يسمح باكتساب تأهيل مهني أو مجموعة من المؤهلات أو المهارات المهنية المحددة، مهما كان نوعها، وذلك لأي إنسان بالغ ومستعد لنيل عمل، بغض النظر عن مستوى ونوعية العمل الذي يناله. كما عرف التكوين المهني على انه: "هو نشاط مخطط يهدف إلى تغيير الفرد والجماعة وإحداث نوع من التجديد في المعلومات والخبرات والمهارات والمؤهلات وطرق العمل، مما يجعل هذا الفرد أو الجماعة يؤدي العمل بطريقة عالية وكفاءة ومهارة.²

التعريف الإجرائي:

يُعرّف التكوين المهني بأنه نشاط مخطط يتبعه الفرد (المتربص) بهدف اكتساب تأهيل مهني أو تلقي تدريب لتطوير المهارات والمؤهلات وطرق العمل. يخضع لهذا النشاط كل شخص بالغ قادر على العمل. يمنح التكوين المهني الفرصة للفرد المتدرب لتطوير قدراته وكفاءته ومهاراته، ويساعده على العمل بكفاءة ومهارة عالية وإنتاجية ممتازة.

¹ محمد الأمين بن عزة، البطالة والتشغيل، مجلة الحكمة للدراسات الاقتصادية، العدد 21، 2013، ص.78.

² حميدة جرو، موائمة إستراتيجية التكوين المهني لمتطلبات الشغل-من وجهة نظر اداريي وأساتذة مؤسسات التكوين المهني بولاية بسكرة، "رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية"،

2014، ص.21.

8- مجالات الدراسة:

أ- **المجال البشري:** يتمثل المجال البشري لهذه الدراسة في الشباب المتربصين بمؤسسة التكوين المهني والتمهين محجوبي أحمد حيث أخذنا منهم عينة عشوائية مقدره ب 63 متربص.

ب- **المجال الزمني:** أجريت الدراسة خلال الموسم الدراسي 2023/2022 بحيث تمت بداية الدراسة في شهر جانفي، وبعد ضبط الاستمارة قمنا بتوزيع الاستمارات في 22 مارس إلى غاية 30 تم جمعها و تم تحليل بيانات الإستبيان لنصل إلى نتائج النهائية والتي تجيب عن تساؤلات الدراسة.

ج- **المجال المكاني:** أجريت الدراسة الميدانية في دراسة العينة بمركز التكوين المهني والتمهين بمحجوبي أحمد الرويسات.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التكوين والتعليم المهنيين



مديرية التكوين والتعليم المهنيين
مركز التكوين المهني والتمهين
الشهيد محجوبي احمد
الرويسات ورقلة

بطاقة تقنية للمركز

التسمية: مركز التكوين المهني والتمهين الشهيد محجوبي احمد الرويسات ورقلة

الرمز: 30/18

الافتتاح الرسمي للمؤسسة: دورة اكتوبر 2013

تاريخ ورقم الإنشاء: بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم: 12/313

المؤرخ في: 2012/08/21

المساحة الإجمالية: 21229 م² المساحة المبنية: 4520 م²

المساحة غير المبنية: 16709 م²

عدد قاعات التدريس: 12

عدد المخابر: 01

عدد الورشات: 07

سعة المطعم: 200 وجبة الإقامة: 60 سرير ملعب ماتيكو

النادي

عدد التخصصات بالمركز تتضمن جميع أنماط وأجهزة التكوين:

اقامي وتمهين: عامل في الميكرو معلوماتية، عون حفظ البيانات، صناعة

الحلويات، الخياطة، الطلاء وتركيب الزجاج، الكهرباء المعمارية، نجارة الالمنيوم

والمواد البلاستيكية pvc، البناء، التركيب الصحي والغاز، عون تقني متخصص

في التوثيق المكتبات والأرشيف، الأمانة، حلقة النساء، المحاسبة

معايير: 01- البستنة والمساحات الخضراء (الاهلية للتقني).

المرأة مأكثة بالبيت: خياطة وتجميع الملابس، قص وتجفيف الشعر، صنع

الحلويات، الصبغ وإزالة الصبغة وتجعيد الشعر.

➔ تأهيلي اولي: تركيب الاسقف بالألواح الالمنيوم ba13، مساعد الكهرباء

المعمارية، النظافة الامن والبيئة.

➔ التصديق على الكفاءات المكتسبة عن طريق الخبرة المهنية:

شعبة البناء والاشغال العمومية، صناعة الحلويات.

➔ تكوين المستفيدين من منحة البطالة: صنع الحلويات - الخياطة وتجميع

الملابس - دهان البنايات - العناية بالحدائق والمنتزهات.

➔ تعداد المناصب بالمركز:

الإطارات: 03 الأساتذة: 15 عمال الادارة: 08 العمال

المتعاقدين: 14

الإدماج في إطار حاملي الشهادات: 00 القدرة النظرية: 300

مقعد بيداغوجي.

لمزيد من المعلومات يمكنكم الاتصال بالمركز على رقم الهاتف:

029727626

او زورونا على وسائل التواصل الاجتماعي:

cfparouissat3018@gmail.com



مركز التكوين المهني والتمهين الشهيد احمد محجوبي الرويسات ورقلة



¹ cfparouissat

9- المدخل النظري للدراسة:

تعريف النظرية:

هي كل شي واهم شيء في العلم لان مداها ابعد من المعارف والمجموعة او المنقولة وهي ضرب من الاقتصاد الذهني يسهل جمع المعارف والاستغناء عنها أحيانا عن بعضها.²

¹ فوزي شعمبي، النائب التقني البيداغوجي، مركز التكوين المهني والتمهين محجوبي أحمد بالرويسات.

² بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط¹، الأردن، 2015، ص142.

يحدد المدخل النظري اتجاه الدراسة، ليسهم بدوره في تحديد إطار البيانات المطلوبة وكذا النتائج أو الحقائق المستهدفة. فأي دراسة علمية يجب أن تستند إلى معالم نظرية تجعلها متزنة في طرحها¹، ونعرض في هذه الدراسة الحالية المدخل النظري الذي تم الاعتماد عليه ألا وهو: نظرية البنائية الوظيفية.

النظرية البنائية الوظيفية:

تمثل النظرية البنائية الوظيفية رؤية سوسولوجية تنتمي إلى الفكر الوضعي كما تقدم سلفا، فالنزعة الوضعية منذ بداية القرن التاسع عشر معارضة للميتافيزيقيا التقليدية، وتؤيد العلم والمنطق التجريبي، وهذا كان يقتضي إلزامية الوصول إلى القوانين التي تخضع لي الوقائع والظواهر الاجتماعية، لذلك لجأ البنائيين الوظيفيين إلى تطعيم أفكارهم من العلم الطبيعي، خاصة علم الأحياء وأهميته في دراسة المجتمع، فعلم الأحياء يدرس تراكيب ووظائف الكائن الحي، وبذلك تجاوزوا القصور والإخفاق الذي لحق بالنظريتين البنائية والوظيفية.

تستند البنائية الوظيفية إلى مفهومي البناء Structure والوظيفة Function في تفكيكها لبنية المجتمع والوظائف التي يقوم بها، وفي تحليلها للظواهر الاجتماعية وترابط الوظائف المتولدة عن ذلك، حيث يشير المفهوم الأول إلى الجزء أو العنصر الذي يتكون منه أي نظام أو وحدة أو بناء اجتماعي. أما الوظيفية فيشير بها إلى الدور والإسهام الذي يقدمه كل جزء ضمن البناء الكلي.²

¹ نبيلة بن أم هاني، واقع استخدام تكنولوجيا التعليم الإلكتروني بالجامعة الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص علم الاجتماع الاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة،-، 2014، ص25.

² محمد غربي، ابراهيم قلاوا، النظرية البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مقال بمجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمدة لخضر-الوادي العدد¹⁸، 2016، ص185.

وتعتبر النظرية البنائية الوظيفية من النظريات الاجتماعية والنفسية المفسرة للاتصال، فالعملية البنائية الوظيفية حسب ميرتون روبرت تقول:

* إن أفضل طريقة للنظر للمجتمع هي اعتباره نظاماً لأجزاء مترابطة، وأنه تنظم لأنشطة المتكررة التي يكمل كل منها الآخر.

* يميل المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي، بحيث لو حصل أي نوع من التناثر داخله، فإن قوى معينة سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.

* بعض الأنشطة المتكررة والنمطية في المجتمع ضرورية لاستمرار وجوده بمعنى أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبى الحاجات الملحة للنظام ودونها لا يمكنه أن يستمر.

* تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره فكل النماذج القائمة تلعب دوراً هاماً في الحفاظ على استقرار هذا النظام وتوازنه.

وإذا طبقنا هذه الافتراضات على وسائل الاتصال، نلاحظ أنها تقوم بأنشطة متماثلة ومتكررة تساهم في تحقيق توازن المجتمع، فمن الواضح أنها عدت جزءاً مركزياً من هيكل المؤسسة الاجتماعية لأنها تمثل صناعة قائمة بذاتها، تغلغت بعمق داخل بقية المؤسسات.¹

اسقاط النظرية وتطبيقها على الدراسة:

تقترب النظرية البنائية الوظيفية من موضوع دراستنا بحيث تعتبر انطباق النظريات التي تساعد على التعريف بدور الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني، تتمحور النظرية البنائية الوظيفية في علاقة الإعلام بالمجتمع وكيفية تأثيره على الأفراد والمجتمع بشكل عام. وتركز النظرية على دور الإعلام في توفير المعلومات وتشكيل وجهات

¹ حسن عماد مكاوي، إيلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997، ص 125.

النظر والتصورات لدى الجمهور، حول الموضوع. وبالتالي، يتوقع أن تؤثر الحملات الإعلامية على قوة إقناع الشباب وفهمهم لأهمية التكوين المهني، وبالتالي تشجيعهم على الانخراط في البرامج التكوينية والتعليمية المهنية.

بشكل عام، يمكن الاعتماد على النظرية البنائية الوظيفية لتحليل دور الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني، وتحديد مدى فاعليتها في التأثير على الجمهور المستهدف.

10- الدراسات السابقة:

يعد الاستناد إلى الدراسات السابقة جزءًا لا يتجزأ من عملية البحث العلمي، وذلك لأنها تشكل الأساس الذي يتم الاعتماد عليه في بناء الفرضيات واختيار المنهج المناسب. حيث تقدم هذه الدراسات خدمة كبيرة في تطوير الميدان العلمي وفهمه. ويتم تحليل الدراسات السابقة والتركيز على الجوانب التي لم تناقش بالكامل، وتعزيزها بما يتناسب مع الهدف المنشود للبحث؛ من هنا قمنا بإختيار بعض الدراسات حول هذا الموضوع الذي تم دراسته وهي كما يلي:

الدراسة الأولى¹:

خولة جعفري، وسيلة بوقريقة، بعنوان دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في توعية الشباب الجامعي من حوادث المرور "دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية

¹ خولة جعفري، وسيلة بوقريقة بعنوان دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في توعية الشباب الجامعي من حوادث المرور "دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية القطب الجامعي تاسوست-جيجل"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017-2018.

والاجتماعية القطب الجامعي تاسوست-جيجل"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، سنة 2017-2018.

قامت الدراسة على تساؤل رئيسي تمثل في ما مدى مساهمة الحملات الإعلامية التلفزيونية في توعية الشباب من حوادث المرور؟

حيث تفرعت عنه أسئلة فرعية حاولت الدراسة الإجابة عنها وهي كالآتي:

- ما مدى تعرض الشباب للحملات الإعلامية التلفزيونية الخاصة بالتوعية المرورية؟

- ماهي أبعاد الحملات الإعلامية التلفزيونية التوعوية المرورية؟

- كيف تؤثر الحملات الإعلامية التلفزيونية على سلوك الشباب؟

جاءت هذه الدراسة بهدف معرفة مدى مساهمة الحملات الإعلامية في التوعية لحوادث

المرور. إذ قامت الباحثتين بتوظيف المنهج الوصفي كونه يتناسب مع موضوع البحث.

واستعانوا باستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- يعد التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية له صدى وتأثير داخل المجتمع وكذلك حسب

ميولاتهم بحيث يزودهم بأهم الأخبار ويتقنهم ويكسبهم معارف جديدة

- يفضلون بالدرجة الأولى ان تقدم هذه الحملات باللهجة العامية كونها الأقرب إلى كل

فئات المجتمع باختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية.

- إن المتسبب الأول في حوادث المرور هو العنصر البشري تؤكد الإحصائيات عن ارتفاع أعلى نسبة وفيات الشباب بسبب حوادث الطرق حيث بلغت أعلى نسبة في الوفيات حوادث السيارات، وهذا ما يجعلهم يشعرون بروح المسؤولية لأنهم الفئة الأكثر طيشا وتسببا.

الدراسة الثانية¹:

دراسة بشرى بوغدة، بعنوان اتجاهات تلاميذ التعليم الثانوي نحو التكوين المهني -دراسة ميدانية

في ثانوية بوهرين الشريف -جيجل، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التربية تخصص إدارة وإشراف بيداغوجي، جامعة جيجل، سنة 2018.

دراسة قامت بها الطالبة حاولت الدراسة الإجابة عن الإشكال التالي ما طبيعة اتجاهات تلاميذ التعليم الثانوي نحو التكوين المهني؟ وهو تساؤل انبثقت عنه مجموعة أسئلة الفرعية:

- هل تختلف اتجاهات تلاميذ التعليم الثانوي نحو التكوين المهني باختلاف جنس التلميذ؟

- هل تختلف اتجاهات تلاميذ التعليم الثانوي نحو التكوين المهني باختلاف الشعبة الدراسية للتلميذ؟

- هل تختلف اتجاهات تلاميذ التعليم الثانوي نحو التكوين المهني باختلاف المستوى الدراسي للتلميذ؟

¹ بشرى بوغدة، اتجاهات تلاميذ التعليم الثانوي نحو التكوين المهني، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التربية تخصص إدارة وإشراف بيداغوجي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2018.

تهدف الدراسة إلى معرفة طبيعة الاتجاهات التي يحملها تلاميذ الثانوية عن التكوين المهني وتحديد الفروق الموجودة بينهم لمتغيرات الدراسة.

واقترضت طبيعة الدراسة استخدام الباحثة المنهج الوصفي، واداة الاستبيان التي استخدمتها الباحثة في دراستها لجمع بيانات من المبحوثين.

وكانت نتائج الدراسة كالآتي:

- وجود اتجاهات إيجابية لدى تلاميذ التعليم الثانوي نحو التكوين المهني.

- عدم وجود اختلاف في اتجاهات تلاميذ التعليم الثانوي نحو التكوين المهني يعزى لمتغيرات (الجنس، الشعبة، المستوى الدراسي).

الدراسة الثالثة¹:

دراسة سامعي توفيق، بعنوان مدى تحقيق مؤسسات التكوين المهني في مدينة سطيف للكفايات المهنية لدى خريجي القطاع المكون "مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الإجتماع، سنة 2010-2011.

تناولت هذه الدراسة تساؤلان رئيسيان، تطرق التساؤل الرئيسي الأول: ما مدى تحقيق مؤسسات التكوين المهني في مدينة سطيف للكفايات المهنية لدى خريجها، حسب آراء الأساتذة ورؤساء المصالح، في خمسة عشر تخصص، وفي ضوء متطلبات سوق العمل؟ تطرق التساؤل الرئيسي الثاني: ما أهم العوامل المؤثرة على عدم تحقيق الكفايات المهنية العامة في أبعادها الثلاثة: المعرفية والعلمية والوجدانية، بمستوى حسن وجيد جدا، لدى

¹ توفيق سامعي، مدى تحقيق مؤسسات التكوين المهني في مدينة سطيف للكفايات المهنية لدى خريجي القطاع المكون، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، تخصص علوم التربية، جامعة سطيف، الجزائر، 2010-2011.

خريجي مؤسسات التكوين المهني لمدينة سطيف، في خمسة عشر تخصص، حسب آراء الأساتذة؟

الذي انبثقت عنهما تساؤلات فرعية وهي كالآتي:

- ما مدى تحقيق مؤسسات التكوين المهني في مدينة سطيف للكفايات المهنية العامة، في بعدها النظري - المعرفي، لدى خريجها، حسب آراء الأساتذة، وفي ضوء متطلبات سوق العمل، في التخصصات الخمسة عشر؟

- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء الأساتذة، وآراء رؤساء المصالح بخصوص مستوى تحقيق مجموع الكفايات المهنية العامة، لدى خريجي مؤسسات التكوين المهني لمدينة سطيف، في الخمسة عشر (15) إختصاص مجال الدراسة؟

- هل يؤثر عامل مسابرة المناهج أو عدم مسابرتها للمستويات التكنولوجية السائدة في سوق العمل الجزائرية، على عدم تحقيق الكفايات المهنية العامة بمستوى حسن أو جيد جدا، لدى خريجي مؤسسات التكوين المهني لمدينة سطيف، حسب آراء الأساتذة؟

- هل يؤثر عدم رسكلة أساتذة ومؤطري مؤسسات التكوين المهني لمدينة سطيف في تحقيق الكفايات المهنية العامة بمستوى حسن أو جيد جدا، لدى خريجي هذه المؤسسات، حسب آراء الأساتذة؟

- ما أثر ضعف التربصات التطبيقية المقامة على مستوى سوق العمل، على تحقيق الكفايات المهنية العامة، بمستوى حسن أو جيد جدا، لدى خريجي مؤسسات التكوين المهني لمدينة سطيف، حسب آراء الأساتذة؟

تهدف الدراسة إلى التعرف على ما توفره مؤسسات التكوين المهني من أساتذة ورؤساء مصالح من الكفايات المهنية العلمية والمعرفية والوجدانية لدى خريجها وهذا في ضوء متطلبات سوق الشغل.

وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي من اجل رصد آراء الأساتذة ورؤساء المصالح لمعرفة مدى تحقيق مؤسسات التكوين المهني في سطياف للكفايات المهنية العامة لدى خريجها.

توصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها نذكر ما يلي:

- عدم مسايرة المناهج المعتمدة للمستويات التكنولوجية الملاحظة في سوق العمل.

- قلة الوسائل المتوفرة داخل مؤسسات التكوين المهني في الاختصاصات المختلفة وفق المستجدات التكنولوجية الحاصلة.

- نقائص في كفاءة أساتذة مؤسسات التكوين المهني.

التعليق على الدراسات السابقة:

"بعد اطلاعنا على الدراسات السابقة، وجدنا أنها تشترك مع دراستنا في بعض النقاط وتختلف معها في أخرى من مختلف النواحي، سواء من حيث المنهجية المتبعة أو التطبيقية."

- نجد أن الدراسات السابقة اشتركت مع دراستنا في تناولها لمتغير التكوين المهني وشملت دراستين وهي دراسة بشرى بوغدة ودراسة سامعي توفيق، على عكس دراسة خولة جعفري ووسيلة بوقريفة، التي تناولت تغير الحملات الإعلامية والتي تشابهت مع دراستنا الحالية في تعيين مجتمع البحث المتمثل في فئة الشباب.

- توافقت دراستنا مع دراسة سامعي توفيق في اختيار ميدان الدراسة وهو مؤسسة التكوين.

- اختلاف الدراسات السابقة مع دراستنا في تعيين مجتمع البحث إذ نجد دراسة خولة جعفري ووسيلة بوقريفة، بشرى بوغدة اختاروا مجتمع بحثهم طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية القطب الجامعي، وتلاميذ التعليم الثانوي، بينما دراسة سامعي توفيق مجتمع البحث تمثل في خريجي قطاع التكوين المهني.

- توافقت الأداة البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة ودراستنا والتي تمثلت في أداة الإستبيان.

الفصل الثاني: الاطار التطبيقي

تمهيد الفصل:

في الفصل السابق تناولنا مختلف الجوانب المنهجية، وسوف نتعرض في هذا الفصل إلى التحليل السوسولوجي لنتائج الدراسة، والذي سوف يتم فيه عرض البيانات الميدانية التي جمعت بواسطة الإستمارة ومن ثم تفسيرها ومناقشتها على ضوء تساؤلات الدراسة ومن ثم الخروج بالنتائج النهائية المتحصل عليها في الدراسة.

عرض وتحليل بيانات الدراسة

البيانات الشخصية:

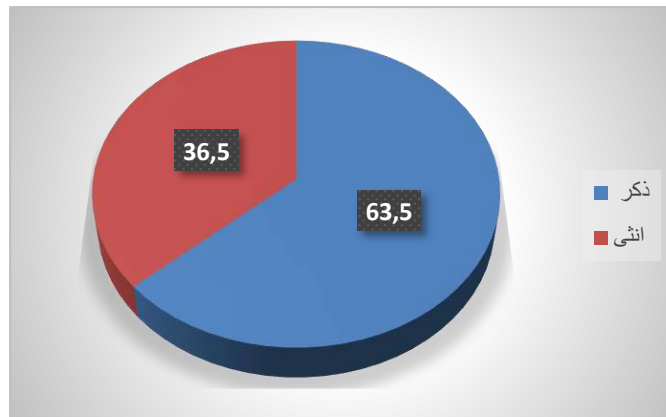
الجدول رقم (01) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	40	63,5
انثى	23	36,5
المجموع	63	%100

يوضح الجدول أعلاه أن عينة البحث احتوت على مجموعة أفراد تمثلها فئة الذكور بنسبة كبيرة حيث بلغت النسبة 63.50% أما فئة الإناث فبلغت نسبتها 36.50%.

يتضح لنا أن توزيع العينة حسب الجنس غير متساوية بين الجنسين حيث تم توزيعها وفق اسلوب عشوائي، بالإضافة إلى أن النسبة الكبرى في التكوين هي فئة الذكور تفوق فئة الإناث نظرا للتخصصات الموكبة لسوق الشغل أغلبها مناسبة للذكور أكثر من الإناث مثل تقني في الكهرباء ونجارة الألمنيوم والمواد البلاستيكية (pvs)

الشكل رقم (01) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس.

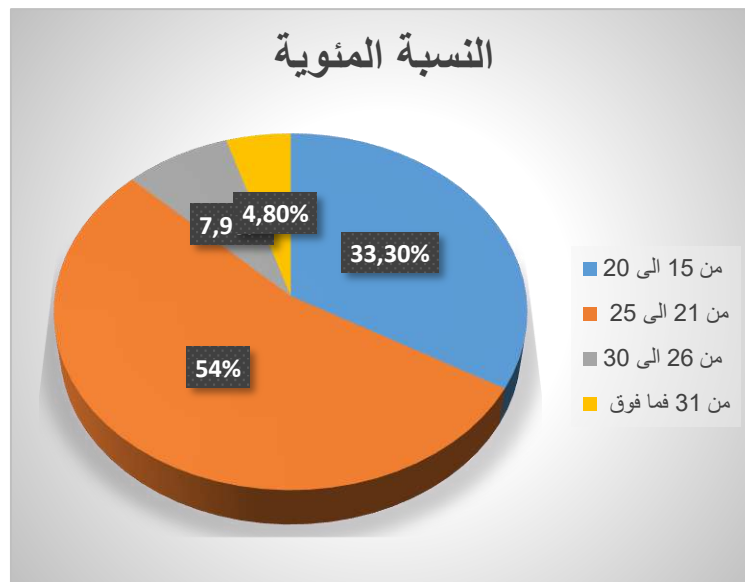


الجدول رقم (02) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
من 15 الى 20	21	33,3
من 21 الى 25	34	54,0
من 26 الى 30	5	7,9
من 31 فما فوق	3	4,8
المجموع	63	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن سن العينة البحثية لأفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم من [21-25] يمثلون أكبر نسبة إذ بلغت نسبتهم 54% بتكرار 34 لأفراد العينة، وتليها الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين (15 إلى 20 سنة) بلغت نسبتهم 33.30%، ثم تليها الفئة العمرية من (26 إلى 30 سنة) تقدر نسبتهم 7.90%، وكانت الفئة التي تحصلت على أقل نسبة مئوية هي الفئة من (31 سنة فما فوق) حيث بلغت نسبتهم 4.80%.

شكل رقم (02) يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن.



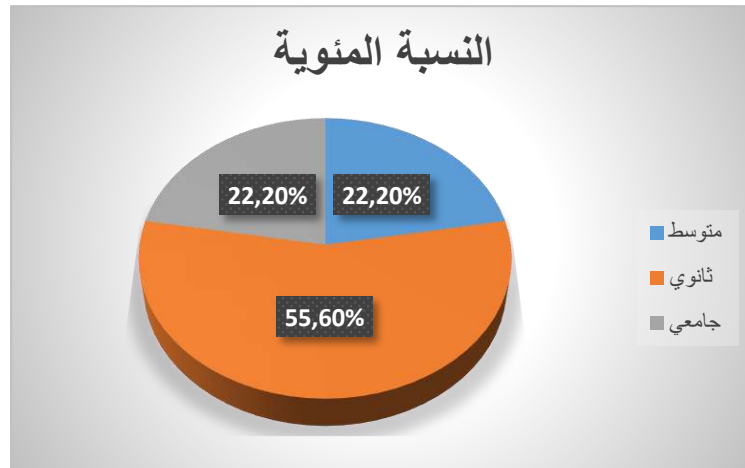
الجدول رقم (03) يوضح توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
متوسط	14	22.2%
ثانوي	35	55.6%
جامعي	14	22.2%
المجموع	63	100%

من خلال الجدول المذكور أعلاه، يتضح أن العينة المدروسة تتميز بتنوع في مستويات التعليم. تظهر النسب المئوية أن 55.60% من أفراد العينة لديهم مستوى تعليم ثانوي والتي تمثل أعلى نسبة، في حين يتوزع الباقي على نسب متساوية يبلغ 22.20% لديهم مستوى تعليم جامعي والمتوسط.

ويفسر هذه البيانات أن الغالبية العظمى من المترشحين في هذه العينة هم خريجو المدارس الثانوية الذين لم يتمكنوا من اجتياز امتحان البكالوريا وقد لجأوا إلى مركز التكوين المهني للحصول على شهادة مهنية تؤهلهم للعمل في مجالات مختلفة المتاحة في المؤسسة، بما في ذلك التقني والتقني سامي.

الشكل رقم (03) يوضح توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي.



المحور الأول: مؤشرات مدى تعرض الشباب للحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية بأهمية التكوين المهني.

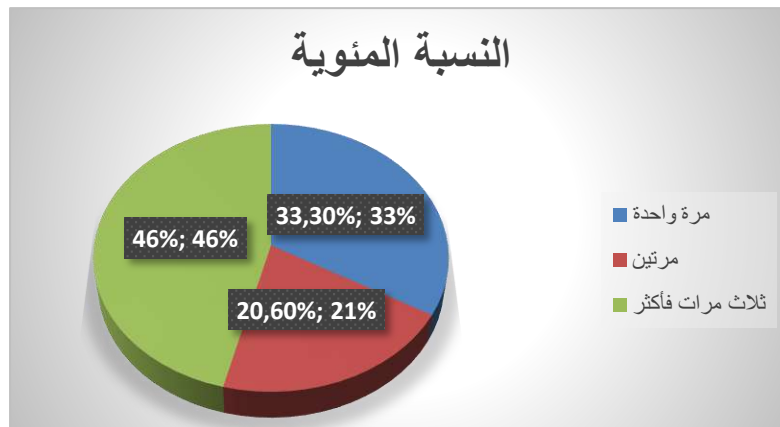
الجدول رقم (04) يوضح مرات تعرض للحملات التوعوية بأهمية التكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
مرة واحدة	21	33.3%
مرتين	13	20.6%
ثلاث مرات فأكثر	29	46%
المجموع	63	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة 46.0% تعرضت لحملات التوعية بأهمية التكوين المهني ثلاث مرات فأكثر، ويتبعها نسبة 33.30% تعرضت مرة واحدة ونسبة أقل 20.60% تعرضت بمرتين.

نستنتج أن النسبة الأكبر من المترشحين تعرضوا بكثرة للحملات الإعلامية المتمثلة في توجيه الرسائل والتوعية الأفراد الخاصة بأهمية التكوين، وهذا يشير إلى مدى أهمية التكوين والتحسين المهني بالنسبة إليهم.

الشكل رقم (04) يوضح مرات تعرض للحملات التوعوية بأهمية التكوين المهني.

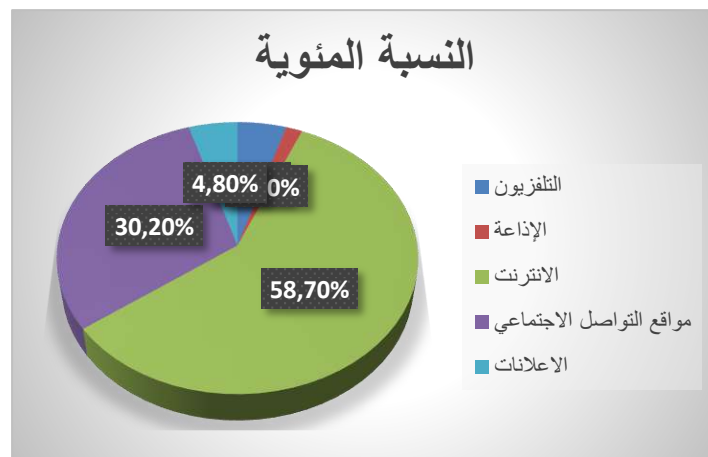


جدول رقم (05) يوضح مصادر حملات التوعية بأهمية التكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
التلفزيون	3	4.8%
الإذاعة	1	1.6%
الانترنت	37	58.7%
مواقع التواصل الاجتماعي	19	30.2%
الإعلانات	3	4.8%
المجموع	63	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة قد تعرفوا على حملات التوعية بالتكوين المهني من خلال مصدر الانترنت بنسبة 58.70% ويأتي بعده مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 30.20% ويليه التلفزيون والإعلانات بالتساوي بنسبة 4.80% وأخيرا الإذاعة بنسبة 1.60%، ومنه نستنتج أن مصدر الانترنت احتل الصدارة نظرا لأن هذا الأخير يتيح محتوى واسع ومتنوع حول التكوين المهني، حيث يمكن الوصول إلى مقالات، فيديوهات، دورات تعليمية، وموارد تفاعلية مختلفة. هذا يسمح للأفراد بالحصول على المعلومات التي يحتاجونها وفقاً لاهتماماتهم واحتياجاتهم الشخصية.

الشكل رقم (05) يوضح مصادر حملات التوعية بأهمية التكوين المهني.



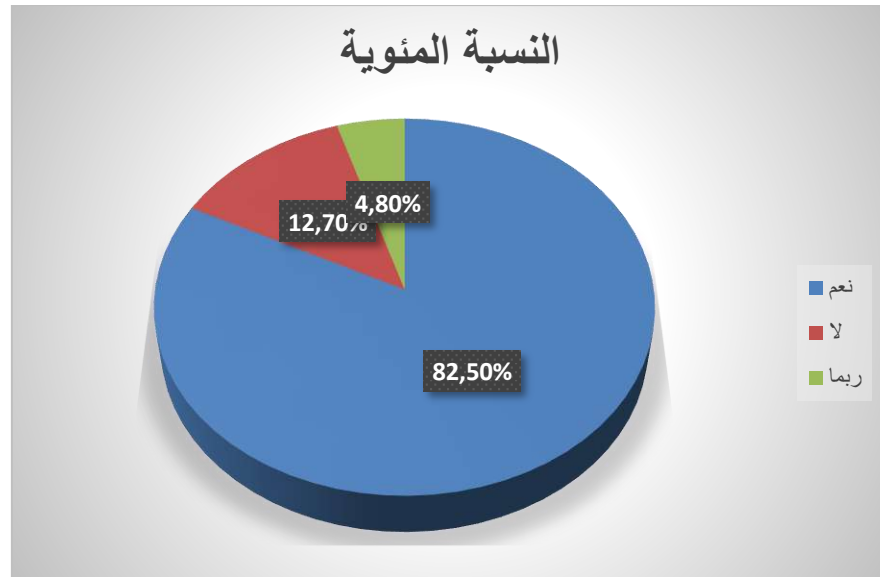
جدول رقم (06) يوضح توزيع افراد العينة التحدث بأهمية التكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	52	%82.5
لا	8	%12.7
ربما	3	%4.8
المجموع	63	%100

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أعلاه أن النسبة الأكبر نعم بان هناك شخص قام بالتحدث إليهم عن أهمية التكوين المهني وتحصل جواب نعم على نسبة %82.50 وتليها الإجابة ب لا بنسبة %12.70 فيما تحصل جواب ربما في مرتبة الأخيرة بنسبة %4.80.

ويفسر هذا ان النسبة ان اغلب أفراد الدراسة قد قدم لهم معلومات ونصائح مقنعة سابقة بشأن هذا الموضوع، وقد أدى ذلك إلى زيادة الاستجابة الإيجابية من قبل الأفراد.

الشكل رقم (06) يوضح توزيع افراد العينة التحدث بأهمية التكوين المهني.

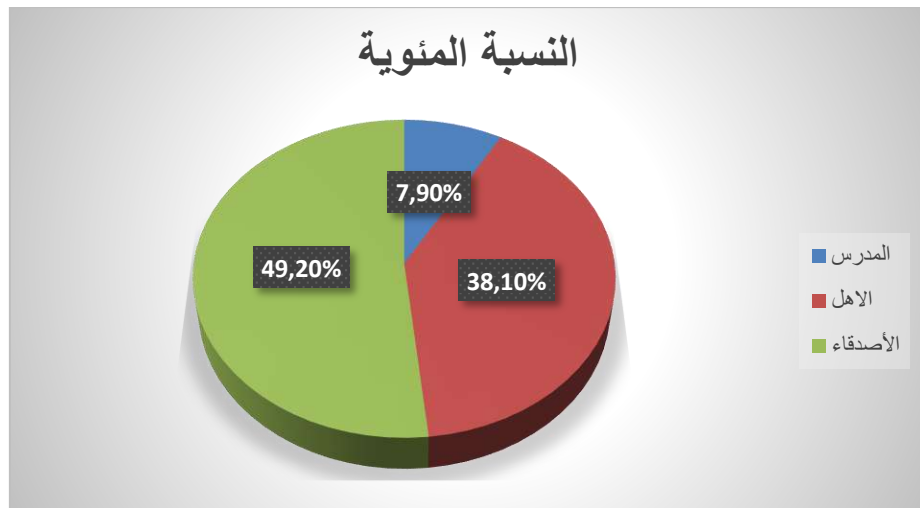


جدول رقم (07) يوضح الشخص المتحدث بأهمية التكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
المدرس	5	7.9%
الاهل	24	38.1%
الأصدقاء	31	49.2%
المجموع	63	100%

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه نجد نسبة 49.20% كان جوابهم الأصدقاء بأنه الشخص الذي تحدث إليهم عن أهمية التكوين المهني، بينما كانت نسبة 38.10% جوابهم الأهل، وكان جواب اقل نسبة 7.90% بالنسبة للمدرس، وتفسر النسبة الأكبر للأصدقاء في التحدث للمتريصين عن أهمية التكوين المهني نظرا لأن لدى الأصدقاء دور مهم في حياة الأفراد وعادةً ما يتمتعون بثقة وقرب منهم. يمكن أن يكون الأشخاص الذين يتحدثون عن التكوين المهني أكثر راحة في طرح الأفكار والاستفسارات والتحدث عن التكوين المهني مع أصدقائهم، كما قد يكون للأصدقاء اهتمامات ومصالح مشتركة في مجالات المهن والتطوير المهني. يمكن أن يتبدلوا المعلومات والتجارب ويقدموا النصائح لبعضهم البعض، وهذا قد يجعلهم المرجعية الأولى عندما يتعلق الأمر بالحديث عن التكوين المهني.

الشكل رقم (07) يوضح الشخص المتحدث بأهمية التكوين المهني.



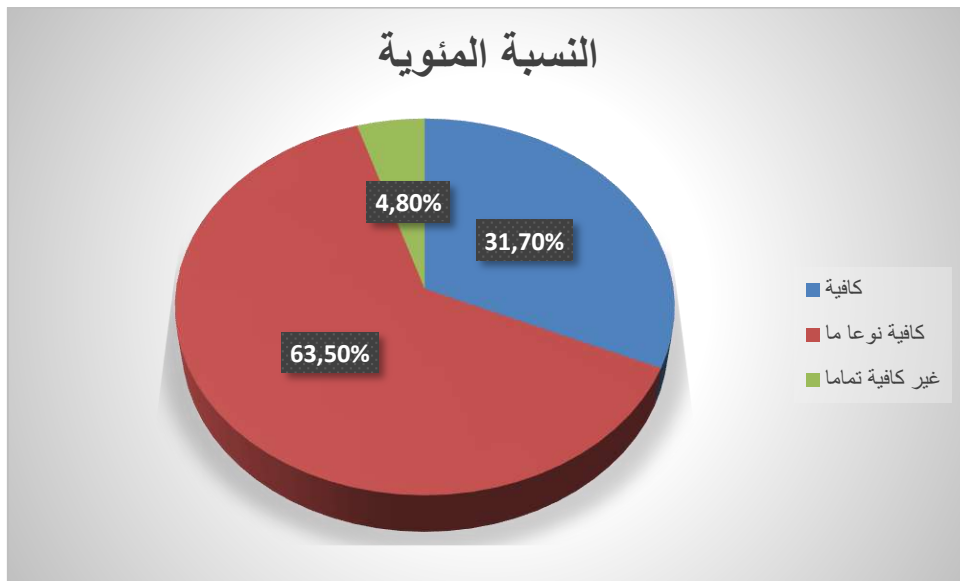
جدول رقم (08) يوضح المعلومات المتوفرة في الحملات الإعلامية عن التكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
كافية	20	31.7%
كافية نوعا ما	40	63.5%
غير كافية تماما	3	4.8%
المجموع	63	100%

يبين الجدول أعلاه أن 63.50% من المبحثن أجابوا بأن المعلومات التي توفرها الحملات الإعلامية عن التكوين المهني حول التخصصات التي تهتمهم كافية نوعا ما، في حين 31.70% لاحظوا أنها كافية، و4.80% لاحظوا أنها غير كافية تماما.

نستنتج من كل ما سبق انه توجد بعض المعلومات المتوفرة في الحملات الإعلامية حول التكوين المهني في التخصصات المهمة للمبحثن، ويمكن اعتبارها مقبولة إلى حد ما بالنسبة للباحثن. فعلى الفعل، تلعب تلك المعلومات دورًا هامًا في توعية وتطوير الخبرات المهنية والمهارات الحرفية للمتربص.

الشكل رقم (08) يوضح المعلومات المتوفرة في الحملات الإعلامية عن التكوين المهني.



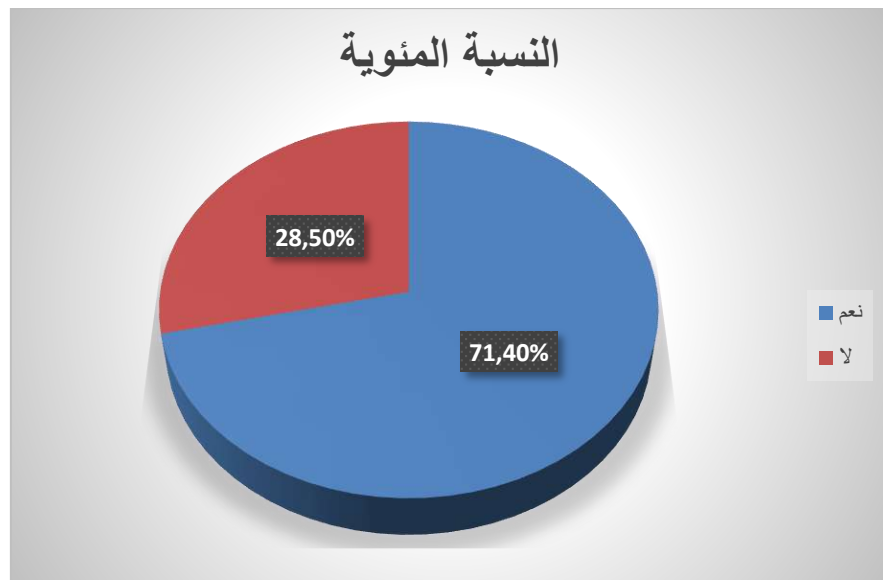
جدول رقم (09) يوضح زيارة موقع الالكتروني الخاص بتكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	45	71.4%
لا	18	28.5%
المجموع	63	100%

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أعلاه ان أغلب أفراد الدراسة أجابوا بنعم لقيامهم بزيارة موقع الالكتروني خاص بالتكوين المهني بنسبة 77.70%، وبنسبة قليلة 22.2% ينفون ذلك.

ومنه نستنتج أن هناك عدة أسباب قد تؤدي إلى حصول نسبة الأكبر من المبحوثين الذين أجابوا بـ "نعم" في الاستبيان حول زيارة موقع الالكتروني للتكوين المهني، نظرا لاهتمام المتربصين بالتكوين المهني فقد يكون افراد عينة الدراسة مهتمين بالحصول على تعليم مهني وتحسين مهاراتهم العملية، وبالتالي فإنهم قد يكونون متحمسين لزيارة موقع الالكتروني يقدم المعلومات والدورات المتعلقة بالتكوين المهني.

الشكل رقم (09) يوضح زيارة موقع الالكتروني الخاص بتكوين المهني.

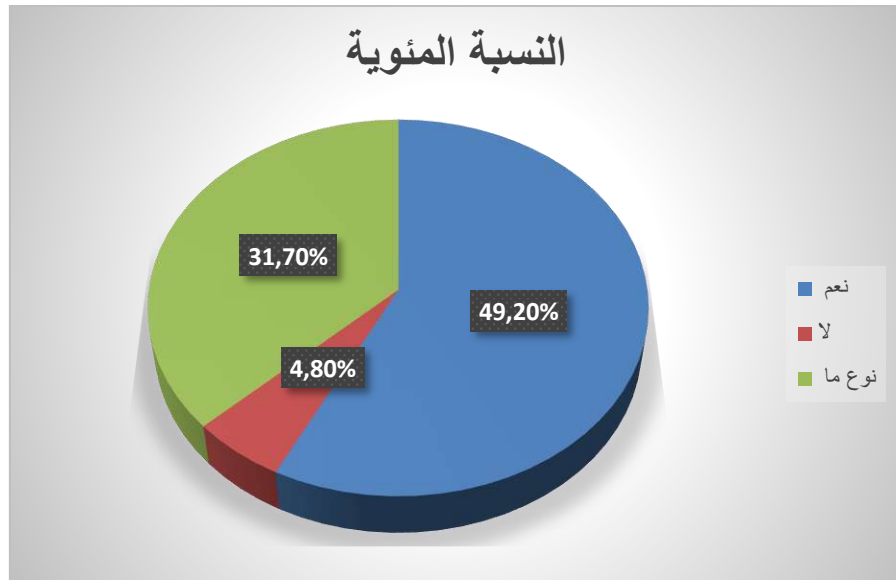


جدول رقم (10) الاستفادة من الموقع الالكتروني الخاص بتكوين المنهي.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	31	49.2%
لا	3	4.8%
نوع ما	20	31.7%
المجموع	63	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أغلبية أفراد العينة أنهم أجابوا بنعم على أنهم استفادوا من الموقع الذي قاموا بزيارته وقدرت نسبتهم 49.20%، ويليهما اجابة نوعا ما بنسبة 31.70%، بينما نفت نسبة منهم ذلك وقدرت نسبتهم 4.80%. ومنه نستنتج أن نسبة الأكبر اجابت بنعم من الإجابات في العينة وهذا يدل على رضا المستخدمين مما يشير إلى أنهم استفادوا بشكل إيجابي من الموقع ووجدوا المحتوى أو الخدمات المقدمة مفيدة وملائمة لاحتياجاتهم.

الشكل رقم (10) الاستفادة من الموقع الالكتروني الخاص بتكوين المنهي.



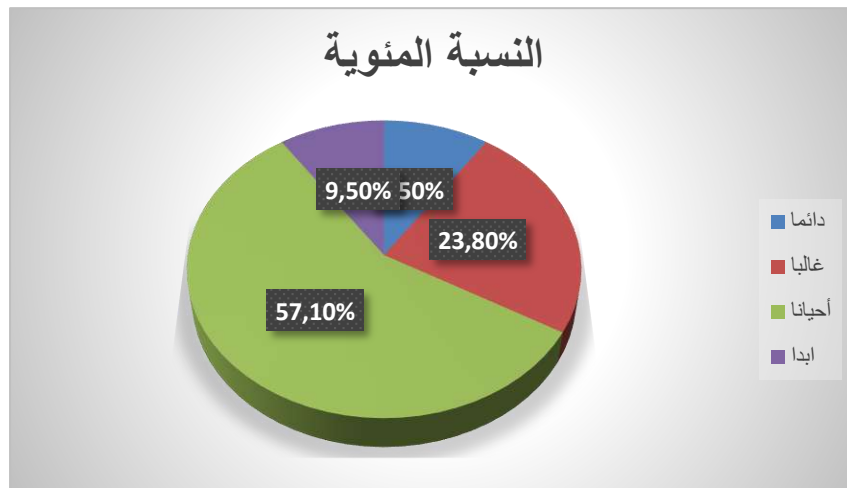
جدول رقم (11) يوضح البرامج والمضامين المتعلقة بموضوع التكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	6	9.5%
غالبا	15	23.8%
أحيانا	36	57.1%
ابدا	6	9.5%
المجموع	63	100%

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه: نجد ان أغلبية أفراد العينة أجابوا ب أحيانا يقومون بمتابعة البرامج والمضامين المتعلقة بموضوع التكوين والتمهين بنسبة 57.10%، بينما من أجابوا غالبا بلغت نسبتهم 23.80%، بينما قدرت نسبة إجابة دائما وأبدا متساوية ب 9.50%.

يرجع ذلك لكون ان لدى الأفراد اهتمامات متنوعة ويقومون بمتابعة برامج ومضامين مختلفة بناءً على احتياجاتهم واهتماماتهم الشخصية، وقد يتعلق الأمر أيضًا بالوقت المتاح للأفراد. ربما يكون لديهم ارتباطات ومسؤوليات أخرى تمنعهم من متابعة البرامج والمضامين بشكل مستمر، لذلك قد يقررون متابعتها في أوقات معينة أو في حالة توافر فترات فراغ.

الشكل رقم (11) يوضح البرامج والمضامين المتعلقة بموضوع التكوين المهني.



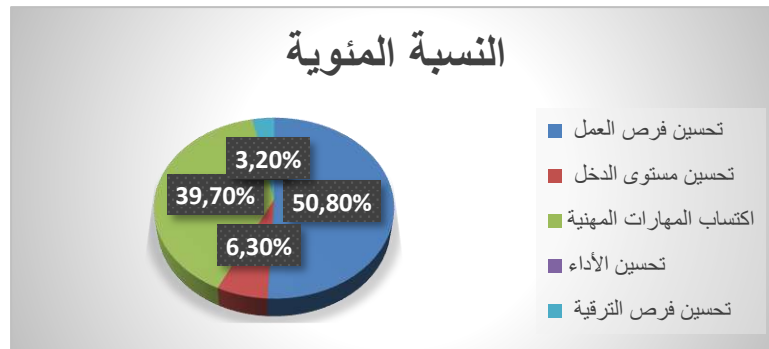
المحور الثاني: الأهمية المتجسدة في التكوين المهني.

جدول رقم (12) يوضح الأسباب التي تدفعك للالتحاق بتكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
تحسين فرص العمل	32	50.8%
تحسين مستوى الدخل	4	6.3%
اكتساب المهارات المهنية	25	39.7%
تحسين الأداء	00	00%
تحسين فرص الترقية	2	3.2%
المجموع	63	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النتائج جاءت متفاوتة إلى حد ما بحيث بلغت نسبة 50.80% الذين يؤكدون بأن السبب من وراء الالتحاق بالتكوين المهني تحسين فرص العمل وكذلك بنسبة 39.70% أنه لسبب إكتساب المهارات المهنية، بينما تحصل السببين الأقل نسبة 6.30% لتحسين مستوى الدخل ونسبة 3.20% تتمثل في تحسين فرص الترقية، ونستنتج من خلال هذا أن أكبر سبب يدفع المبحثن للالتحاق بالتكوين المهني قد يعزى للإهتمام بتحسين فرص العمل نظرا لارتفاع معدل البطالة أو صعوبة العثور على فرص عمل مناسبة. في مثل هذه الحالات، يتطلع الأشخاص إلى تطوير مهاراتهم وتعلم المهارات المهنية التي يمكن أن تزيد فرصهم في الحصول على وظيفة، وفي ظل التطور التكنولوجي المستمر، قد تتغير احتياجات سوق العمل وتتطلب مهارات جديدة. يعتبر التكوين المهني وسيلة لتحديث المعرفة واكتساب المهارات المتوافقة مع التكنولوجيا الحديثة، وبالتالي زيادة فرص العمل.

الشكل رقم (12) يوضح الأسباب التي تدفعك للالتحاق بتكوين المهني.



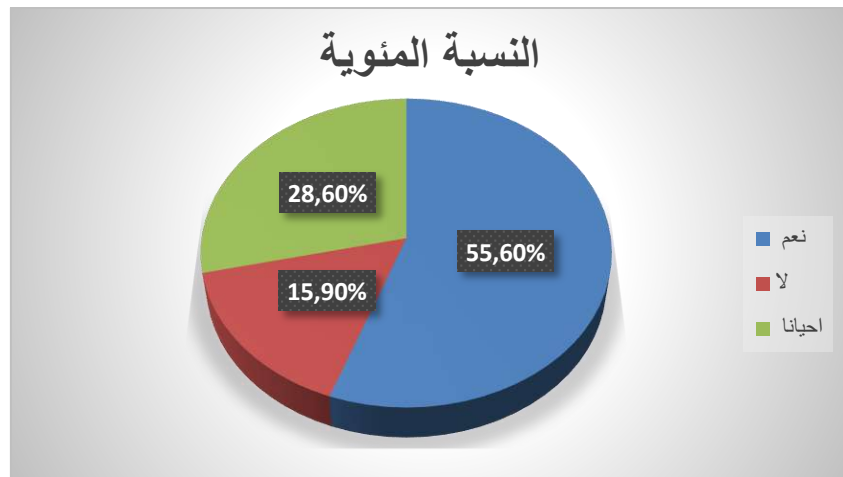
جدول رقم (13) يوضح مزايا تكوين المهني على المنافسين في سوق العمل.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	55.6%
لا	10	15.9%
احيانا	18	28.6%
المجموع	63	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة 55.60% يوافقون على أن التكوين المهني يمنحهم مزايا على المنافسين في سوق العمل، يليها نسبة 28.60% أحياناً، ونسبة قليلة 15.90% لا يوافقون على هذا.

ونستنتج من خلال هذه المعطيات أنه يمكن للمهارات والخبرات التي يكتسبونها من خلال التكوين المهني أن تجعلهم مؤهلين بشكل أفضل للتنافس على فرص العمل المتاحة، حيث في سوق العمل الحالي يكون التنافس شديداً بين الأشخاص الباحثين عن الوظائف. قد يرون أن التكوين المهني يمنحهم ميزة تنافسية على منافسيهم الذين لا يمتلكون نفس المستوى من المهارات المهنية.

الشكل رقم (13) يوضح مزايا تكوين المهني على المنافسين في سوق العمل.



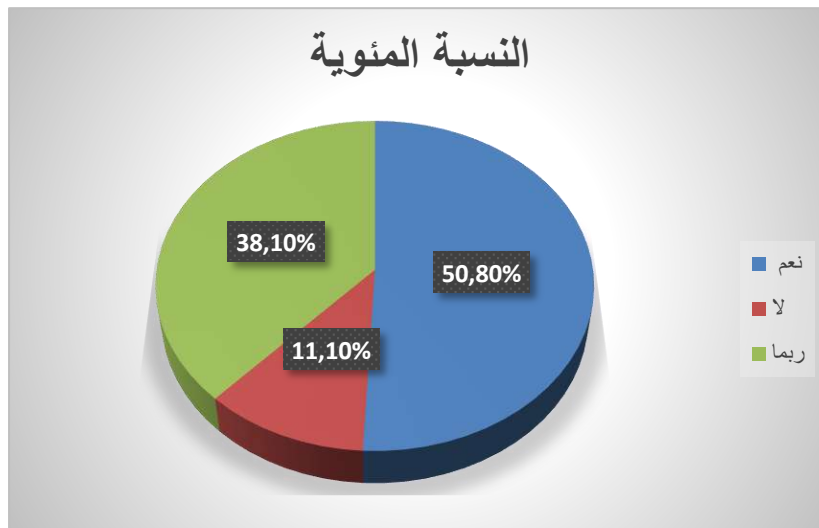
جدول رقم (14) يوضح مؤهلات التكوين المهني في مجال العمل أكثر من التعليم العام.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	32	50.8%
لا	7	11.1%
ربما	24	38.1%
المجموع	63	100%

الملاحظ من خلال الجدول أعلاه: ان أغلبية المبحوثين 50.80% يرون أن التكوين المهني يؤهلك للعمل في مجالات محدد أكثر من التعليم العام، بينما قدرت نسبة ربما ب 38.10%، فيما بنسبة قليلة 11.10% يرون العكس.

نستنتج مما سبق أن اغلب المتربصين يؤكدون على ان ما يتلقونه من تكوين داخل المؤسسة يتعدى ذلك إلى تكوين تقني متنوع نظري وتطبيقي وهو ما لا نراه في التعليم العالي الذي يقوم على النظري فحسب، فقد يكون هناك طلب متزايد على مهارات محددة في سوق العمل. قد يتوجه الأشخاص إلى التكوين المهني لاكتساب هذه المهارات المطلوبة وزيادة فرصهم للحصول على وظائف أفضل وأكثر تحملاً.

الشكل رقم (14) يوضح مؤهلات التكوين المهني في مجال العمل أكثر من التعليم العام.

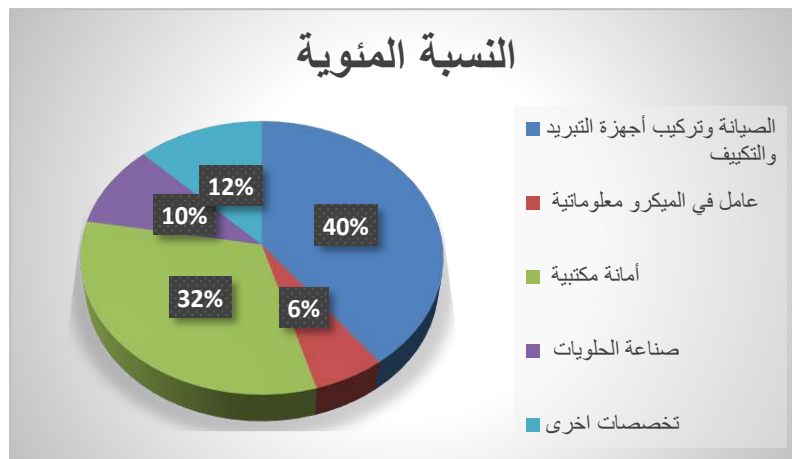


جدول رقم (15) يوضح التخصصات التي يرغب المتربصين بتكوين فيها.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الصيانة وتركيب أجهزة التبريد والتكييف	16	25.4%
عامل في الميكرو معلوماتية	25	3.7%
أمانة مكتبية	13	20.6%
صناعة الحلويات	4	6.3%
تخصصات اخرى	5	7.9%
المجموع	63	100%

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه: نجد أن العينة تنقسم إلى خمس فئات رئيسية وفقاً لاهتمامات المتربصين بالتكوين المهني. يظهر أن الفئة الأكبر هي "عامل في الميكرو معلوماتية"، حيث يمثلون 39.70% من العينة. تليهم فئة "صيانة وتركيب أجهزة التبريد والتكييف" بنسبة 25.40%، ثم "أمانة مكتبية" بنسبة 20.60%. وتشير البيانات أيضاً إلى وجود اهتمام بتخصصات أخرى بنسبة 7.90%، في حين يشكل "صناعة الحلويات" نسبة 6.30% من العينة، ونستنتج ان تخصص الذي يرغب أغلبية المتربصين بالتكوين المهني في دراسته والتكوين فيه هو تخصص عامل في الميكرو معلوماتية، نظرا لأن العديد من الدول والشركات يتجهون نحو التحول الرقمي واعتماد التكنولوجيا في عملياتهم. يزداد الطلب على المهارات التكنولوجية في سوق العمل، وتشجع فرص العمل المتميزة والرواتب الجيدة في مجال تكنولوجيا المعلومات الأفراد على تطوير مهاراتهم، هذه العوامل تعزز اهتمام الأفراد بتكوينهم وتطوير مهاراتهم.

الشكل رقم (15) يوضح التخصصات التي يرغب المتربصين بتكوين فيها.



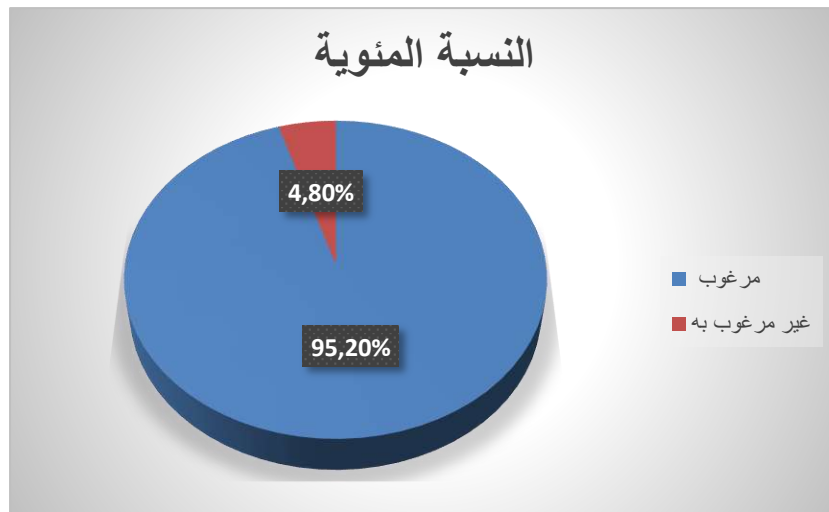
جدول رقم (16) يوضح التخصص المختار في التكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
مرغوب	60	95.2%
غير مرغوب به	3	4.8%
المجموع	63	100%

استنادًا إلى تحليلنا للجدول أعلاه، يمكننا ملاحظة أن توزيع أفراد العينة حسب التخصص الذي قمت باختياره في التكوين المهني كان قد ساد فيها مرغوب به النسبة الأكبر حيث بلغت هذه النسبة 95.20%، بينما قدرت نسبة غير مرغوب به 4.80%.

نستنتج من خلال ما سبق أن معظم أفراد العينة إختاروا تخصصاتهم برغبة منهم فقد يكون التخصص الذي تم اختياره لديه شعبية واحتياجات سوق العمل حيث يتمتع التخصص بشهرة واسعة بين الأفراد ويحظى بسمعة جيدة بسبب الفرص المهنية المتاحة والعوائد المجزية المحتملة. بالإضافة إلى ذلك، يتوافق مجال التخصص مع احتياجات سوق العمل الحالية، مما يؤدي إلى طلب كبير على المهارات والخبرات التي يوفرها التخصص، وبالتالي زيادة الاهتمام ونسبة المرغوب به.

الشكل رقم (16) يوضح التخصص المختار في التكوين المهني.

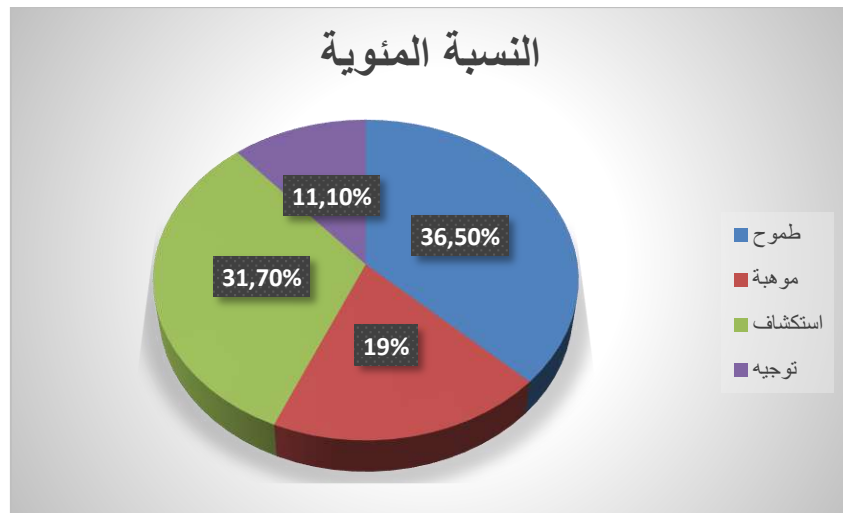


الجدول رقم (17) يوضح التخصص المرغوب به.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
طموح	23	36.5%
موهبة	12	19%
استكشاف	20	31.7%
توجيه	7	11.1%
المجموع	63	100%

تبين لنا من خلال قراءة الجدول أعلاه أن هناك تفاوتاً في دوافع اختيار التخصص بين أفراد العينة. فقد اختار نسبة 36.50% منهم التخصص بناءً على الطموح الشخصي، يلي ذلك نسبة 31.70% الذين اختاروه لاستكشاف المجال واكتشاف ما يناسبهم. بينما قد اختار نسبة 19% التخصص نتيجة لوجود موهبة يرغبون في تطويرها. وفي النهاية، يمثل النسبة الأقل هو 11.10% الذين تلقوا توجيهًا في اختيار التخصص، ونفسر مما سبق أن أفراد العينة أكثرهم اختاروا تخصصاتهم على أساس طموحهم، حيث يعتبر الاختيار بناءً على الطموح الشخصي واحدًا من الأسباب الرئيسية لمسار مهني ناجح. يرغب الكثيرون في تحقيق أهدافهم الشخصية وتحقيق تطلعاتهم المهنية، وبالتالي يقومون بتحديد تخصص يتوافق مع طموحاتهم.

الشكل رقم (17) يوضح التخصص المرغوب به.



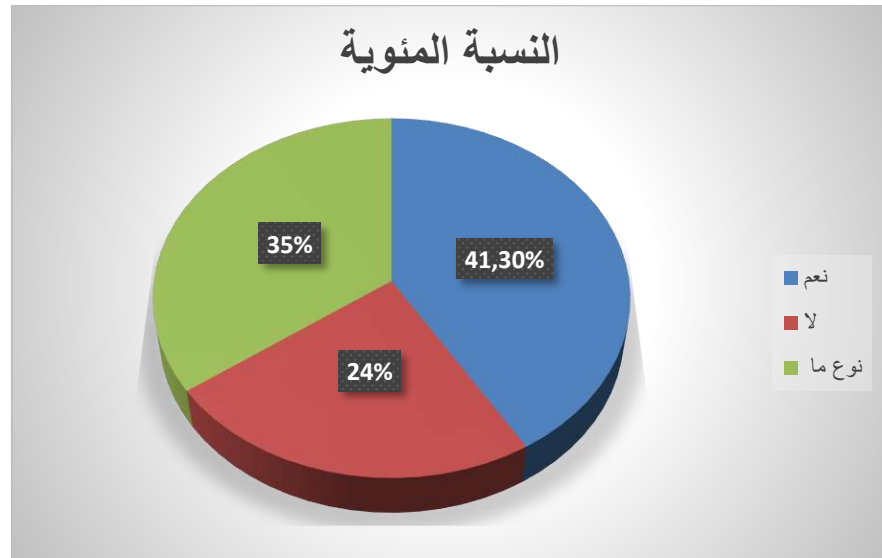
جدول رقم (18) يوضح تأثير الإيجابي لتكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	41.3%
لا	15	23.8%
نوع ما	22	34.9%
المجموع	63	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه: أن نسبة غالبية أفراد العينة يؤكدون أن التكوين المهني يؤثر إيجابيا على مستوى الثقة بالنفس بنسبة 41.30%، تليها نسبة 34.90% يرون انه يؤثر نوعا ما، بينما أفراد العينة الذين ينكرون بذلك فنسبتهم تقدر ب 23.80%.

ويعود تفسير هذا لأن اغلب أفراد العينة يؤكدون على ان التكوين المهني يؤثر إيجابيا على بناء الثقة بالنفس إذ أن التكوين المهني يعزز الثقة بالنفس والاحترافية. عندما تكون لديك شهادات ومؤهلات مهنية، فإنه يمنحك الثقة اللازمة للتعامل مع التحديات والمشكلات في مكان العمل.

الشكل رقم (18) يوضح تأثير الإيجابي لتكوين المهني.



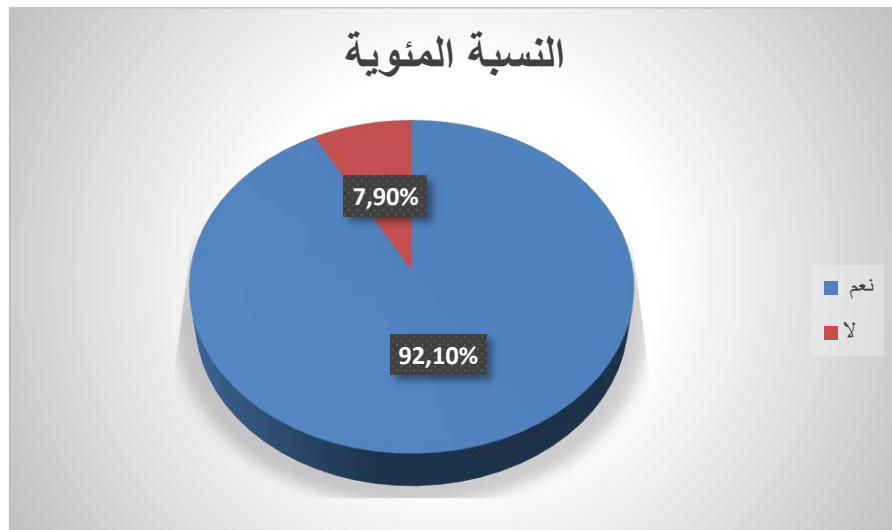
جدول رقم (19) يوضح مساعدة التكوين المهني على تحسين مستوى الحياة الشخصية والاجتماعية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	58	92.1%
لا	5	7.9%
المجموع	63	100%

من خلال الجدول أعلاه: نلاحظ أن نسبة غالبية الكبرى من المبحوثين أجابوا بنعم يعتقدون أن التكوين المهني يساعد على تحسين مستوى الحياة الشخصية والاجتماعية بنسبة 92.10%، بينما نفت نسبة قليلة منهم ذلك وقدرت نسبتهم 7.90%.

ومنه نستنتج أنه من خلال التكوين المهني، يتاح للأشخاص فرصة لبناء شبكة علاقات مهنية. هذه العلاقات يمكن أن تكون قيمة في العثور على فرص عمل وتوسيع دائرة المعارف والتعلم من تجارب الآخرين.

الشكل رقم (19) يوضح مساعدة التكوين المهني على تحسين مستوى الحياة الشخصية والاجتماعية .

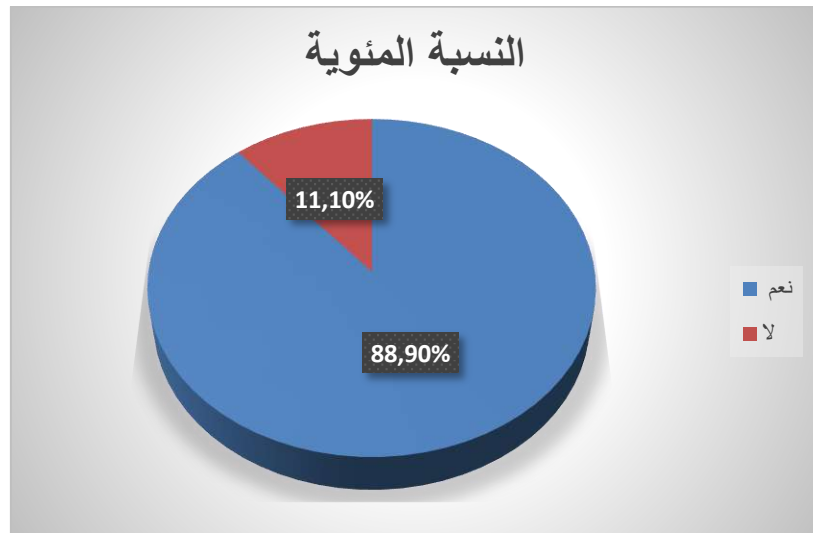


جدول رقم (20) يوضح تقديم الجهات المانحة الدعم لتكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	56	88.9%
لا	7	11.1%
المجموع	63	100%

وفقًا للجدول أعلاه، يتضح أن أغلبية أفراد العينة يشعرون بأن الحكومة ينبغي أن تدعم التكوين المهني بمزيد من التمويل بنسبة 88.90%، وذلك نظير ما يقدمه من فوائد وفرص محسنة للفرد والمجتمع في شتى القطاعات والمجالات، وهذا ما ينكره نسبة 11.10% من العينة

الشكل رقم (20) يوضح تقديم الجهات المانحة الدعم لتكوين المهني.



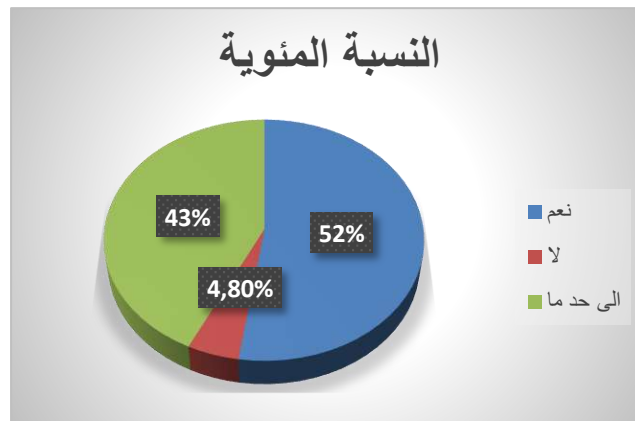
المحور الثالث: المساهمات التي تحققتها الحملات الإعلامية في توعية الشباب للالتحاق بمراكز التكوين المهني.

جدول رقم (21) يوضح تأثير الحملات الإعلامية في قرارات الشباب بالالتحاق بمراكز التكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	52.4%
لا	3	4.8%
الى حد ما	27	42.9%
المجموع	63	100%

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة من أفراد العينة 52.40% يؤكدون على تأثير الحملات الإعلامية في قرارات الشباب بالانضمام إلى مراكز التكوين المهني، بينما تليها نسبة إلى حد ما بتقدير 42.90%، فيما كانت أقل نسبة 4.80% ينكرون ذلك. هذا يشير إلى أن الحملات الإعلامية تلعب دورًا مهمًا في توجيه وتشجيع الشباب على اتخاذ هذا القرار. نستنتج من كل ما سبق أن الاستثمار في حملات الإعلام والتوعية قد يكون له تأثير إيجابي على قرارات الشباب فيما يتعلق بالتكوين المهني. بالنظر إلى النسبة العالية للأفراد الذين يؤكدون التأثير، إذ ينصح بتخصيص المزيد من الجهود والموارد لتنفيذ حملات إعلامية فعالة وموجهة للشباب بهدف زيادة الوعي وتعزيز التحفيز للانضمام إلى مراكز التكوين المهني.

الشكل رقم (21) يوضح تأثير الحملات الإعلامية في قرارات الشباب بالالتحاق بمراكز التكوين المهني.

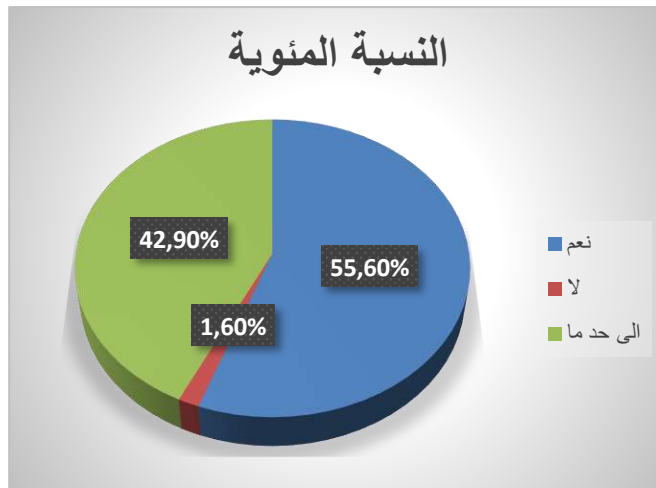


جدول رقم (22) يوضح الإعلانات التكوينية المهني تساعد في تحسين صور المهن المهمشة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	55.6%
لا	1	1.6%
الى حد ما	27	42.9%
المجموع	63	100%

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه: نجد أن نسبة كبيرة من أفراد العينة أجابوا بنعم يرون ان الإعلانات عن التكوين المهني تساعد في تحسين صور المهن المهمشة بنسبة 55.60%، بينما من أجابوا ب أحيانا بلغت نسبتهم 42.90%، بينما قدرت نسبة لا 1.60%. ويمكن الاستنتاج ان الإعلانات الفعالة والمؤثرة، تلعب دورًا مهمًا في تحسين صور المهن المهمشة وتعزيز فهم المجتمع لأهمية التكوين المهني. من خلال تسليط الضوء على الجوانب الإيجابية والفوائد المتعلقة بتلك المهن وبإستعراض قصص نجاح الأشخاص الذين اختاروا هذه المهن، يمكننا تغيير الصورة النمطية السلبية والتحديات التي تُرافق تلك المهن. تحسين صورة المهن المهمشة يساهم في تعزيز التوازن في سوق العمل وتحقيق التنمية المستدامة، من خلال توفير فرص عادلة للعمل وتطوير مسارات مهنية مهمة وقيمة.

الشكل رقم (22) يوضح الإعلانات التكوينية المهني تساعد في تحسين صور المهن المهمشة.



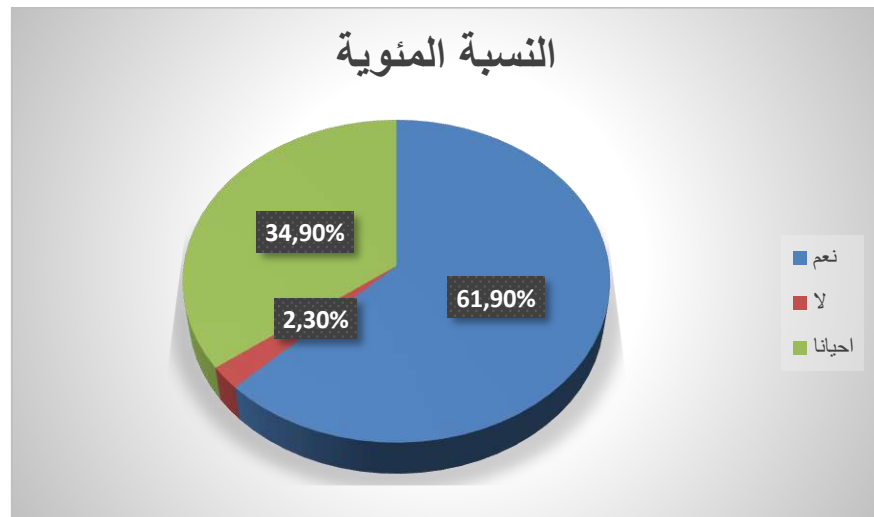
جدول رقم (23) يوضح تشجيع الحملات الإعلامية في تقدير واحترام العمل.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	61.9%
لا	2	2.3%
أحيانا	22	34.9%
المجموع	63	100%

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه: نجد أن نسبة الغالبية من الأفراد يشعرون بأن الحملات الإعلامية تساعد في تشجيع المجتمع بشكل عام على تقدير واحترام العمل المهني بنسبة 61.90، بينما أجاب نسبة 34.90% ب أحيانا، وقد قدرت نسبة الذين ينفون ذلك 3.20%.

استنتاجاً، يتضح من النتائج المقدمة في الجدول أن هناك نسبة عالية من الأفراد تشعر بأن الحملات الإعلامية تساعد في تعزيز تقدير واحترام العمل المهني في المجتمع بشكل عام، تعكس هذه النتائج تأثير إيجابي للحملات الإعلامية في تشجيع المجتمع على تقدير واحترام العمل المهني والاعتراف بدوره الأساسي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

الشكل رقم (23) يوضح تشجيع الحملات الإعلامية في تقدير واحترام العمل.



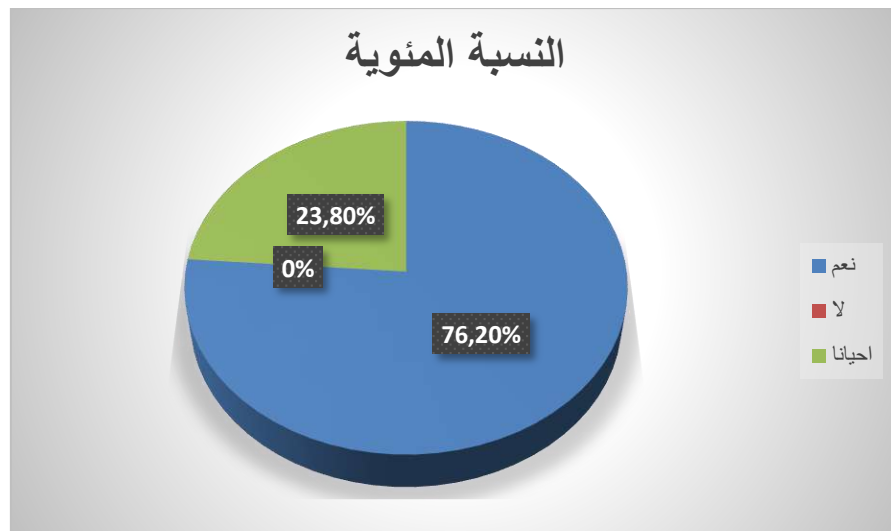
جدول رقم (24) يوضح الحملات الإعلامية تساعد في تحسين سمعة المراكز التكوينية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	48	76.2%
لا	00	00%
احيانا	15	23.8%
المجموع	63	100%

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أعلاه: أن اغلبية أفراد العينة يجدون الحملات الإعلامية تساعد في تحسين سمعة المراكز التكوينية وتزيد الثقة فيها بنسبة 76.20%، فيما قدرت نسبة 23.80% ب أحيانا.

نستنتج أنه من خلال الحملات الإعلامية، يمكن للمراكز التكوينية تعزيز ملمحها وسمعتها بين الجمهور المستهدف. يمكن للأفراد الذين يتلقون المعلومات الموثوقة والإيجابية حول المركز أن يطمئنوا إلى جودة الخدمات التعليمية المقدمة ويبدؤوا في بناء ثقة في المركز.

الشكل رقم (24) يوضح الحملات الإعلامية تساعد في تحسين سمعة المراكز التكوينية.

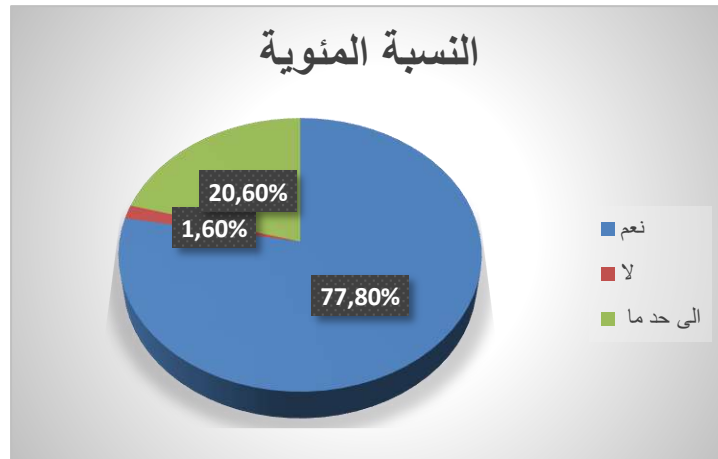


جدول رقم (25) يوضح مساعدة الحملات الإعلامية في زيادة الوعي بأهمية التكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	49	77.8%
لا	1	1.6%
الى حد ما	13	20.6%
المجموع	63	100%

من خلال قراءتنا للجدول اعلاه: نجد أن اغلبية أفراد العينة بنسبة 77.80% أجابوا بنعم على أن الحملات الإعلامية ساعدت في زيادة الوعي بأهمية التكوين المهني، فيما تليها نسبة 20.60% إلى حد ما، بينما نفت نسبة 1.60% منهم ذلك. بناءً على معطيات الجدول اعلاه، يمكن استنتاج أن الأغلبية العظمى من العينة أكدوا على أن الحملات الإعلامية ساعدت في زيادة الوعي بأهمية التكوين المهني، هذا يشير إلى أن هناك تأثير إيجابي للحملات الإعلامية على تحسين الفهم والتوعية بأهمية اكتساب المهارات المهنية. يكون ذلك نتيجة لتأثير الإعلام وتوصيل الرسائل بشكل فعال، إضافةً لكون الطلبات المتزايدة للعمالة المهرة والفرص المتاحة في مجال التكوين المهني دافعاً للأفراد للإستجابة بإيجابية للحملات الإعلامية.

الشكل رقم (25) يوضح مساعدة الحملات الإعلامية في زيادة الوعي بأهمية التكوين المهني.

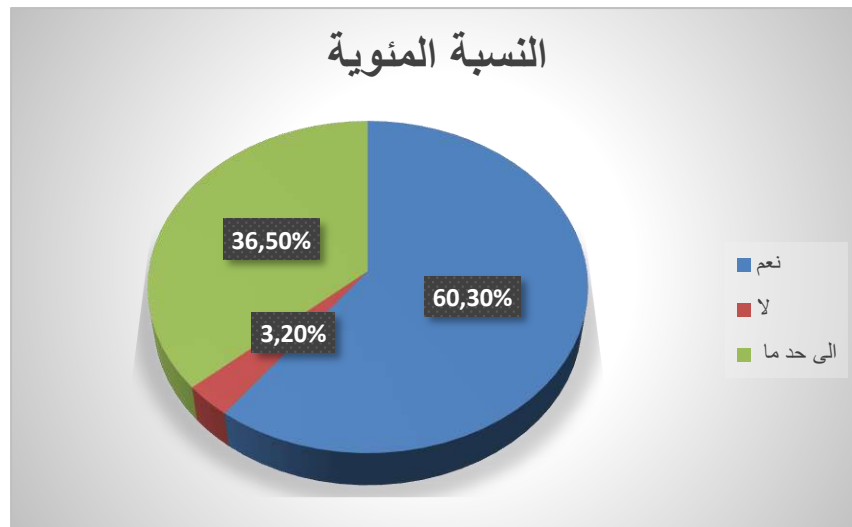


جدول رقم (26) يوضح الحملات الإعلامية تحسن من معرفة أنواع عروض مركز التكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	60.3%
لا	2	3.2%
الى حد ما	23	36.5%
المجموع	63	100%

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أعلاه: أن هناك توافقًا كبيرًا بين أفراد العينة فيما يتعلق بتأثير الحملات الإعلامية على معرفتهم بأنواع التكوين المهني المتاحة. فقد أشارت نسبة تصل إلى 60.30% إلى أن الحملات الإعلامية قد ساهمت بشكل كبير في تحسين مستوى المعرفة لديهم. وعلاوة على ذلك، أبدى نسبة 15.90% اعتقادًا بأن هذه الحملات قد ساهمت إلى حد ما في تعزيز معرفتهم. ومن الجانب الآخر، أبدى نسبة 11.10% الأقل تفاؤلاً ونكرانًا لتأثير الحملات الإعلامية على معرفتهم.

الشكل رقم (26) يوضح الحملات الإعلامية تحسن من معرفة أنواع عروض مركز التكوين المهني.



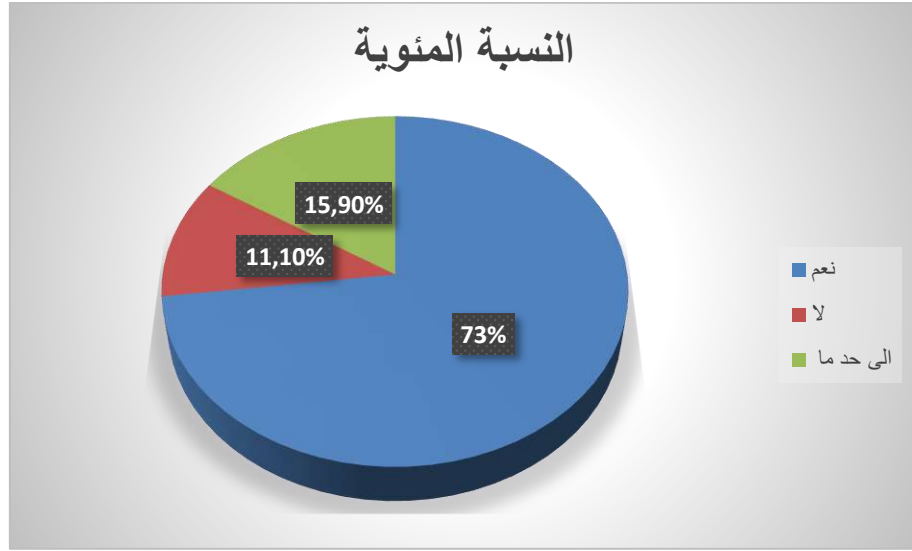
جدول رقم (27) يوضح التجربة من خلال زيارة مركز التكوين المهني.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	46	73%
لا	7	11.1%
الى حد ما	10	15.9%
المجموع	63	100%

باستنادنا إلى معطيات الجدول أعلاه: يظهر أن غالبية أعضاء العينة، بنسبة 73%، أعربوا عن فائدة تجربتهم في المركز المهني الذي زاروه. بالإضافة إلى ذلك، بلغت نسبة 15.90% من العينة يرون تجربتهم مفيدة إلى حد ما. ومن ناحية أخرى، أبدى 11.10% من الأشخاص وجهة نظر مختلفة، حيث لم يروا تجربتهم في المركز المهني الذي تمت زيارته مفيدة. بشكل عام، يمكن استنتاج أن غالبية الأشخاص الذين شملتهم العينة وجدوا تجربتهم في زيارتهم للمركز المهني مفيدة، نظراً لعدة عوامل أهمها كون المركز يقدم برنامجاً ملائماً يلبي احتياجات الأفراد، ويقدم خدمات عالية الجودة ومهنية. قد يقدم أيضاً إرشاداً ودعمًا شاملاً، ويتجاوز توقعات الأفراد. بالإضافة إلى ذلك، قد يكون للأفراد تجارب سابقة إيجابية مع المركز المهني، مما يعزز احتمالية تعبيرهم عن الفائدة والرضا بتجربتهم.

بشكل عام، يمكن استنتاج أن غالبية الأشخاص الذين شملتهم العينة وجدوا تجربتهم في زيارتهم للمركز المهني مفيدة، نظراً لعدة عوامل أهمها كون المركز يقدم برنامجاً ملائماً يلبي احتياجات الأفراد، ويقدم خدمات عالية الجودة ومهنية. قد يقدم أيضاً إرشاداً ودعمًا شاملاً، ويتجاوز توقعات الأفراد. بالإضافة إلى ذلك، قد يكون للأفراد تجارب سابقة إيجابية مع المركز المهني، مما يعزز احتمالية تعبيرهم عن الفائدة والرضا بتجربتهم.

الشكل رقم (27) يوضح التجربة من خلال زيارة مركز التكوين المهني.



جدول رقم (28) يوضح نصح الأصدقاء و افراد العائلة في التسجيل في مركز تكوين المهني.

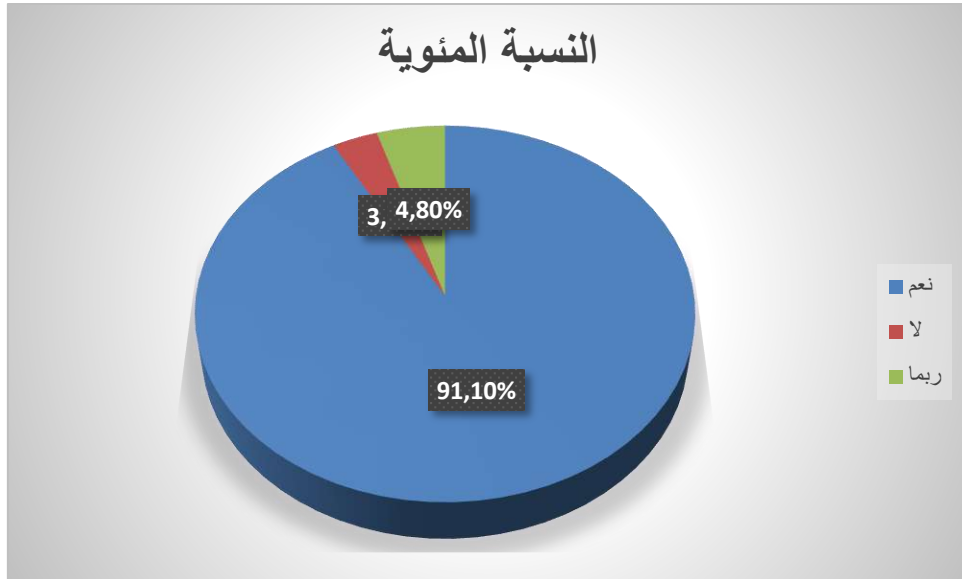
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	58	%91.1
لا	2	%3.2
ربما	3	%4.8
المجموع	63	%100

يتضح من خلال الجدول اعلاه أن أغلب أفراد عينة الدراسة بنسبة 92.10% يؤيدون فكرة نصح الأصدقاء أو أحد افراد العائلة بالتسجيل في مراكز التكوين المهني، فيما نسبة 4.80% يعبرون عن التردد في ذلك، بينما النسبة الأقل 3.20% يعارضون هاته الفكرة.

يظهر أن نسبة الأغلبية قد وافقوا على فكرة نصح الأصدقاء أو أفراد العائلة بالتسجيل في مراكز التكوين المهني، ومنه نستنتج أن الأسباب وراء هذا الدعم الكبير للآخرين تشمل فرص العمل المتاحة، تطوير

المهارات العملية، الاحترام المجتمعي، تكاليف التعليم، واحتياجات سوق العمل المتزايدة. هذا يشير إلى تفهم وتقدير الأفراد للقيمة والفوائد التي يمكن أن يوفرها التعليم المهني في حياتهم المهنية والشخصية.

الشكل رقم (28) يوضح نصح الأصدقاء وإفراد العائلة في التسجيل في مركز تكوين المهني.



النتائج العامة للدراسة:

من خلال ما تم عرضه في هذه الدراسة التي تهدف الى معرفة دور الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني وما تطرقنا له في الجانب الميداني، لهذه الدراسة في فهم وتقييم الوعي والاهتمام بالتكوين المهني بين الشباب. تم جمع البيانات وتم تحليلها للوصول إلى النتائج التالية:

- تبين أن نسبة الذكور في العينة تفوق نسبة الإناث حيث بلغت نسبة الذكور 63.50% مقابل نسبة 36.50% للإناث.
- توصلت الدراسة الى أن أغلبية أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية من [21-25] بنسبة 54%، تليها الفئة العمرية من (15 إلى 20 سنة) بنسبة 33.30%.
- توصلت الدراسة إلى ان أغلب أفراد العينة مستواهم التعليمي الثانوي حيث بلغت نسبتهم 55.60%.
- أكثر من 46% من الشباب تعرضوا لحملات التوعية بأهمية التكوين المهني ثلاث مرات فأكثر، مما يشير إلى وجود اهتمام ووعي بأهمية التكوين المهني لديهم.
- الإنترنت هو المصدر الرئيسي الذي تعرف عليه الشباب بحملات التوعية بالتكوين المهني، حيث بلغت نسبة 58.7%، مما يعكس دور الإنترنت في توفير محتوى متنوع ومفيد حول التكوين المهني.
- الأصدقاء لعبوا دورًا مهمًا في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني، حيث أكد 49.2% من المشاركين أن الأصدقاء هم الذين تحدثوا إليهم عن هذه القضية، مما يدل على أن الأصدقاء يمتلكون تأثيرًا كبيرًا على وجهات نظرهم واهتماماتهم المهنية.

- أكثر من 63% من الشباب يرون أن المعلومات المتاحة في حملات التوعية بالتكوين المهني تكون كافية بنوع ما، مما يشير إلى وجود رضا معتدل بين الشباب تجاه جودة المحتوى المقدم في هذه الحملات.
- معظم الشباب قاموا بزيارة موقع إلكتروني متخصص في التكوين المهني، حيث بلغت نسبة 77.7%، وهذا يعكس اهتمامهم الفعلي بالتعلم وتحسين مهاراتهم المهنية.
- الشباب استفادوا بشكل إيجابي من الموقع الذي قاموا بزيارته، حيث أكد 49.2% منهم أنهم استفادوا من المحتوى المقدم واكتسبوا معلومات جديدة حول التكوين المهني. وتشمل الاستفادة من الموقع الحصول على نصائح عملية حول اختيار المهنة المناسبة، وتعلم مهارات جديدة، واكتشاف فرص التدريب والتعليم المهني، والتعرف على متطلبات سوق العمل وفرص التوظيف.
- أغلبية أفراد العينة يقومون بمتابعة البرامج والمضامين المتعلقة بموضوع التكوين المهني بنسبة 57.10%، تلك النسبة تعكس أن هناك جزءًا كبيرًا من العينة يرون أهمية التكوين المهني ويعملون على تعزيز مهاراتهم وتطويرها من خلال متابعة البرامج والمضامين.
- يتبين أن السبب الأساسي الذي يدفع الأشخاص للالتحاق بالتكوين المهني هو تحسين فرص العمل، حيث يوافق عليه غالبية المشاركين في الدراسة بنسبة 50.80%. كما يعتبر اكتساب المهارات المهنية سببًا مهمًا آخر ويوافق عليه 39.70% من المشاركين.
- يوافق 55.60% من أفراد العينة على أن التكوين المهني يمنحهم مزايا على المنافسين في سوق العمل، مما يشير إلى أنهم يرون أن اكتساب المهارات والخبرات من خلال التكوين المهني يمنحهم تنافسية أكبر.

- يوافق 50.80% من افراد العينة على أن التكوين المهني يؤهل للعمل في مجالات محددة أكثر من التعليم العام. هذا يشير إلى أن الأشخاص يرون التكوين المهني بوصفه وسيلة لاكتساب مهارات محددة وزيادة فرص العمل في تلك المجالات.
- يظهر أن التخصص الأكثر اختيارًا في التكوين المهني هي "عامل في الميكرو معلوماتية" بنسبة 39.70%. وهذا يشير إلى أن هذا التخصص يحظى بشعبية واسعة بين الأشخاص الذين يسعون للالتحاق بالتكوين المهني.
- توضح النتائج أن 95.20% من أفراد العينة اختاروا تخصصاتهم برغبتهم، مما يشير إلى شعبية واحتياجات سوق العمل لهذه التخصصات.
- توصلت النتائج إلى أن غالبية الأفراد في العينة (36.50%) اختاروا تخصصاتهم بناءً على طموحهم الشخصي. وفي حين ذلك، اختار نسبة (31.70%) من الأفراد استكشاف المجال واكتشاف ما يناسبهم، مما يبرز الأهمية البالغة للطموح الشخصي في صنع قرارات المسار المهني.
- يظهر أن 41.30% من أفراد العينة يرون أن التكوين المهني يؤثر إيجابيًا على مستوى الثقة بالنفس، مما يشير إلى دور التكوين المهني في تعزيز الثقة والاحترافية.
- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 92.10%، من المبحوثين يؤكدون أن التكوين المهني يلعب دورًا هامًا في تحسين مستوى الحياة الشخصية والاجتماعية. ما يدل على أهمية التكوين المهني في توسيع فرص العمل وبناء علاقات مهنية قيمة.
- تشير النتائج إلى أن 88.90% من أفراد العينة يرون أن الحكومة يجب أن تدعم التكوين المهني بمزيد من التمويل، مما يعكس تفهمهم للفوائد والفرص التي يقدمها التكوين المهني للفرد والمجتمع.

- أكدت أكبر نسبة من العينة (52.40%) بتأثير الحملات الإعلامية على قرارات الشباب بالانضمام إلى مراكز التكوين المهني. هذا يشير إلى دور هام للحملات الإعلامية في توجيه وتشجيع الشباب على اتخاذ هذا القرار.
- الإعلانات عن التكوين المهني تساعد في تحسين صور المهن المهمشة بنسبة 55.60%، وتلعب دوراً مهماً في تحسين صور المهن المهمشة وتعزيز فهم المجتمع لأهمية التكوين المهني.
- الحملات الإعلامية تساعد في تشجيع المجتمع على تقدير واحترام العمل المهني بنسبة 61.90%، مما يعكس تأثير إيجابي للحملات الإعلامية في تشجيع المجتمع على تقدير واحترام العمل المهني.
- الحملات الإعلامية تساعد في تحسين سمعة المراكز التكوينية وتزيد الثقة فيها بنسبة 76.20%، مما يعني أن المعلومات الموثوقة والإيجابية التي تقدمها تلك الحملات تساهم في تعزيز ملمح المراكز وسمعتها بين الجمهور.
- الحملات الإعلامية تساعد في زيادة الوعي بأهمية التكوين المهني بنسبة 77.80%، وهذا يشير إلى أن الإعلام يلعب دوراً حاسماً في تحسين الفهم والتوعية بأهمية اكتساب المهارات المهنية.
- الحملات الإعلامية تساهم في تحسين معرفة الأفراد بأنواع التكوين المهني المتاحة بنسبة 60.30%، مما يعزز الفهم والوعي بالفرص المتاحة ويزيد اهتمام الأفراد بالتكوين المهني.
- زيارة المراكز التكوينية تعتبر تجربة مفيدة لأغلب الأفراد بنسبة 73%، مما يعني أن المراكز تقدم برامجاً ملائمة وخدمات عالية الجودة التي تلبي احتياجات الفرد وتحسن تجربته في التكوين المهني.

- أظهرت الدراسة أن 92.10% من عينة الدراسة يؤيدون فكرة نصح الأصدقاء أو أفراد العائلة بالتسجيل في مراكز التكوين المهني. هذا يشير إلى تفهم الأفراد لقيمة التعليم المهني وفوائده في توفير فرص العمل، تطوير المهارات العملية، الاحترام المجتمعي، توفير التكاليف التعليمية، وتلبية احتياجات سوق العمل.

الخاتمة

خاتمة:

في عصرنا الحالي، تلعب الحملات الإعلامية دورًا حاسمًا في تشكيل الرأي العام ونشر المعلومات، حيث تستخدم وسائل الإعلام المختلفة لتوجيه الانتباه وتحقيق التأثير على الجمهور. تهدف هذه الحملات إلى نشر رسائل محددة بهدف تأثير الناس وتوجيه سلوكياتهم. في الوقت نفسه، يعتبر التكوين المهني أمرًا حيويًا في ظل التطور التكنولوجي السريع وتغيرات سوق العمل، حيث يساعد الشباب على اكتساب المهارات اللازمة وتطوير قدراتهم للتعامل مع التحديات المهنية الحديثة والتميز في مجالاتهم المختارة، تعكس هذه الدراسة الجهود المبذولة لتوعية الشباب بأهمية التكوين المهني من خلال الحملات الإعلامية.

استنادًا إلى الإشكالية المطروحة والدراسة التي قمنا بها، حاولنا استطلاع وفهم كيف تساهم الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني. تم اختيار فئة محددة من الشباب، وهم المتربصين في مركز التكوين المهني والتمهين محجوبي أحمد الرويسات، لمعرفة دور الحملات الإعلامية في توعيتهم.

تم اتباع الخطوات المنهجية العلمية المعتمدة في الأوساط البحثية لجمع المعلومات الميدانية. ومن خلال استطلاع الشباب المتدربين، تم الحصول على مجموعة من النتائج التي أسهمت في الإجابة عن تساؤلات الدراسة.

وفي ضوء هذه النتائج، يمكن التأكيد على أهمية الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني. فقد أظهرت الدراسة أن الشباب المتكويين يعتبرون التكوين المهني أمرًا حيويًا لنجاحهم في حياتهم المهنية، وأن الحملات الإعلامية تلعب دورًا فعالًا في توعيتهم بهذه الأهمية.

بالإضافة إلى ذلك، توصلت الدراسة إلى أن الإنترنت يعتبر المصدر الأول في أوساط الشباب من بين مصادر الحملات الإعلامية الأخرى بالمساهمة في زيادة الوعي لدى الشباب بتوفير المعلومات وإعلامهم بالتخصصات المهنية المتاحة وفرص العمل المتاحة في سوق العمل. كما تساعد هذه الحملات في تحسين صورة التكوين المهني وتعزيز رغبة الشباب في التحصيل المهني وتطوير مهاراتهم.

بناءً على ذلك، يمكن الاستنتاج أن الحملات الإعلامية تلعب دورًا حيويًا في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني. ولذلك، يوصى بزيادة الجهود المبذولة في إطلاق حملات إعلامية فعالة تستهدف الشباب وتعزز وعيهم بالتكوين المهني، وذلك لضمان نجاحهم في حياتهم المهنية ومساهمتهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية لمجتمعنا الحالي والمستقبلي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

“المعاجم اللغوية”

- 1- ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، ط⁶، دار صادر، لبنان، 2008.
- 2- معن خليل، معجم علم الاجتماع المعاصر ، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط¹، 2006.
- 3- العبد الله مي، شين عبد الكريم، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، ط¹، بيروت، 2014.

“الكتب”

- 1- أنجريس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية-تدريبات علمية-، ت:بوزيد صحراوي، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
- 2- أعضاء هيئة التدريس قسم علم الاجتماع، الطفل والشباب في إطار التنمية الاجتماعية والاقتصادية، دار المعرفة الجامعية، 2006.
- 3- دويدار عبد الفتاح ، سيكولوجية الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- 4- هلال مزاهرة منال، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، دار الكنوز المعرفة العلمية، ط¹، عمان، 2004.
- 5- الزيود ماجد، الشباب والقيم في عالم متغير، ط¹، دار الشروق، عمان، 2005.
- 6- زرواتي رشيد، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجزائرية، ط³، الجزائر، 2008.

- 7- محمد حسين سمير، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، عالم الكتب، الطبعة الثانية، القاهرة، 1995.
- 8- ميلسون فرد، الشباب في مجتمع متغير، ترجمة وتقديم: مرسي عيد بدر يحيى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط¹، الاسكندرية، 2007.
- 9- مكاوي حسن عماد، السيد ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997.
- 10- مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط¹، مؤسسة الوراق، 2000.
- 11- المشاقبة بسام عبد الرحمان، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط¹، الأردن، 2015.
- 12- عبد المنعم البكري فؤادة، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية، عالم الكتاب، القاهرة، 2007.
- 13- عبد الرؤوف عامر طارق، الشباب واستثمار وقت الفراغ، ط¹، دار الجوهرة، القاهرة، 2015.
- 14- عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد، و المراحل و التطبيقات، دار وائل للطباعة و النشر، ط²، عمان، 1999.
- 15- عبيدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر، ط¹، الأردن، 2006.
- 16- علي عبد الفتاح علي، علم الاجتماع الإعلامي، دار الأيام، عمان، 2014.

- 17- عليان ربحي مصطفى، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء، ط¹، عمان، 2000.
- 18- عليان ربحي مصطفى، البحث العلمي اسسه ومناهجه وأساليبه اجراءاته، بيت الأفكار الدولية، ط¹، الأردن، 2001.
- 19- عسران صابر سليمان، تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية، مجلة الفن الإذاعي، العدد 179، اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، يوليو، 2005.
- 20- فهمي محمد سيد، أمل محمد سلامة، إدارة الأزمة مع الشباب، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2012.
- 21- ردينة عثمان يوسف، أساليب البحث العلمي في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار المناهج، ط¹، عمان، 2005.
- 22- ذياب سهيل رزق، مناهج البحث العلمي، مركز التطوير التربوي، جامعة القدس، غزة، فلسطين، 2003.

” الرسائل والمذكرات “

- 1- بوغدة بشرى اتجاهات تلاميذ التعليم الثانوي نحو التكوين المهني، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التربية تخصص إدارة وإشراف بيداغوجي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل، 2018.

2-بن ام هاني نبيلة، واقع استخدام تكنولوجيا التعليم الالكتروني بالجامعة الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص علم الاجتماع الاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-، 2014-2015.

3-جعفري خولة، بوقريقة وسيلة بعنوان دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في توعية الشباب الجامعي من حوادث المرور "دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية القطب الجامعي تاسوست-جيجل"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2017-2018.

4-جرو حميدة، موائمة إستراتيجية التكوين المهني لمتطلبات الشغل-من وجهة نظر أداري وأساتذة مؤسسات التكوين المهني بولاية بسكرة، "رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية"، 2014.

5-سامعي توفيق، مدى تحقيق مؤسسات التكوين المهني في مدينة سطيف للكفايات المهنية لدى خرجي القطاع المكون مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، تخصص علوم التربية، جامعة سطيف، الجزائر، 2010-2011.

المجلات والموسوعات:

1- بن عزة محمد الأمين، البطالة والتشغيل، مجلة الحكمة للدراسات الاقتصادية، العدد 21، 2013.

2- حلس موسى عبد الرحيم، مهدي ناصر علي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى شباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب بجامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر بغزة سلسلة العلوم الإنسانية منشورة. قسم الاجتماع. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. جامعة الأزهر غزة، 2010.

3- حمزة محمد الجوذري عبد الحسين وآخرون، دراسة في الواقع المهني والحرفي لسكان منطقة هور ابن نجم، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بابل، المجلد 22، ال عدد2، 2014.

4- مراد عبد الفتاح، موسوعة البحث واعداد الرسائل والأبحاث والمؤلفات أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجي، الهيئة القومية لدار الكتب والوثائق المصرية، الإسكندرية مصر، 1998.

5- غربي محمد، قلوا ابراهيم، النظرية البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مقال بمجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي العدد¹⁸، 2016.

الملاحق

الملحق رقم (01) استمارة المحكمين.

الرقم	لقب واسم الأستاذ	مؤسسة الانتماء
01	ا.د تومي فضيلة	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
02	د. بودريالة عبد القادر	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
03	د. كاوجة محمد الصغير	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
04	د. عساسي امال	جامعة قاصدي مرباح ورقلة

الملحق رقم (02) استمارة الاستبيان



جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

استمارة استبيان

دور الحملات الإعلامية في توعية الشباب بأهمية التكوين المهني

دراسة ميدانية على عينة من متربصي مركز التكوين المهني والتمهين الشهيد احمد
محجوبي الرويسات.

في إطار انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر الأكاديمي

نرجو منكم الإجابة على أسئلة الاستبانة بوضع علامة (x)، والتي ستستعمل لغرض
البحث العلمي.

إشراف الاستاذ:

اعداد الطلبة:

د. غوتي زياني

محمد الهاشمي بن كريمة

عبد الحكيم شعيب

السنة الجامعية: 2023/2022

محور البيانات الشخصية:

1. الجنس:

نكر أنثى

2. السن:

من 15 الى 20 من 21 الى 25 من 26 الى 30 31 فما فوق

3. المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

المحور الأول: مؤشرات مدى تعرض الشباب للحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية بأهمية التكوين المهني.

1. كم مرة تعرضت لحملات التوعية بأهمية التكوين المهني؟

مرة واحدة مرتين ثلاث مرات فأكثر

2. ما هي المصادر التي تعرفت من خلالها على حملات التوعية بالتكوين المهني؟

التلفزيون

الإذاعة

الإنترنت

مواقع التواصل الاجتماعي

الصحف والمجلات

الإعلانات في الأماكن العامة (الملصقات والمنشورات)

أخرى اذكرها:

.....

3. هل قام أي شخص بالتحدث إليك عن أهمية التكوين المهني خلال الفترة الأخيرة؟

نعم لا ربما

إذا كان الجواب "بنعم" فمن هو الشخص الذي تحدث إليك عن أهمية التكوين المهني؟

المدرس

الأهل

الأصدقاء

..... آخر اذكره:

4. هل المعلومات التي توفرها الحملات الإعلامية عن التكوين المهني حول التخصصات

المهنية/الحرفية التي تهتمك؟

كافية

كافية نوعا ما

غير كافية تماما

5. هل قمت بزيارة موقع الكتروني خاص بالتكوين المهني في الفترة الأخيرة؟

نعم لا

• إذا كان الجواب "بنعم" هل استفدت من الموقع الذي قمت بزيارته؟

نعم لا نوعا

6. هل تتابع البرامج والمضامين المتعلقة بموضوع التكوين والتمهين؟

دائما غالبا أحيانا أبدا

المحور الثاني: الأهمية المتجسدة في التكوين المهني.

1. ماهي الأسباب التي تدفعك للالتحاق بالتكوين المهني؟

تحسين فرص العمل

تحسين مستوى الدخل

اكتساب المهارات المهنية

تحسين الاداء

تحسين فرص الترقية

أخرى اذكرها:

2. هل تعتقد أن التكوين المهني يمنحك مزايا على المنافسين في سوق العمل؟

أحيانا

لا

نعم

3. هل تعتقد أن التكوين المهني يؤهلك للعمل في مجالات محددة أكثر من التعليم العام؟

ربما

لا

نعم

4. ماهي التخصصات التي يرغب أغلب المتربين بالتكوين المهني بدراستها والتكوين فيها؟

صيانة وتركيب أجهزة التبريد والتكييف

عامل في الميكرو معلوماتية

أمانة مكتبية

صناعة الحلويات

تخصصات أخرى اذكرها:

5. هل التخصص الذي قمت باختياره في التكوين المهني كان؟

غير مرغوب به

مرغوب به

إذا كانت الإجابة "مرغوب به" فاخترارك لهذا التخصص كان نتيجة:

طموح موهبة استكشاف توجيه

6. هل تعتقد أن التكوين المهني يؤثر إيجابيا على مستوى الثقة بالنفس؟

نعم لا نوعا ما

7. هل تعتقد أن التكوين المهني يساعد على تحسين مستوى الحياة الشخصية والاجتماعية؟

نعم لا

8. هل تشعر بأن الحكومة ينبغي ان تدعم التكوين المهني بمزيد من التمويل؟

نعم لا

المحور الثالث: المساهمات التي تحققتها الحملات الإعلامية في توعية الشباب للالتحاق بمراكز التكوين المهني.

1. هل اثرت الحملات الإعلامية في قرارات الشباب بالالتحاق بمراكز التكوين المهني؟

نعم لا الى حد ما

2. هل ترى أن الإعلانات عن التكوين المهني تساعد في تحسين صور المهن المهمشة والتي قد لا

تحظى بالاهتمام؟

نعم لا أحيانا

3. هل تشعر بأن الحملات الإعلامية تساعد في تشجيع المجتمع بشكل عام على تقدير واحترام

العمل المهني؟

نعم لا أحيانا

4. هل تعتقد أن الحملات الإعلامية تساعد في تحسين سمعة المراكز التكوينية وزيادة الثقة فيها؟

نعم لا أحيانا

5. هل ساعدت الحملات الإعلامية في زيادة وعيك بأهمية التكوين المهني؟

نعم لا الى حد

6. هل ادت الحملات الإعلامية الى تحسين معرفتك بأنواع عروض التكوين المهني المتاحة؟

نعم لا الى حد ما

7. هل كانت تجربتك في المركز المهني الذي قمت بزيارته مفيدة لك؟

نعم لا الى حد

8. هل تتصح اصدقائك أو أحد افراد عائلتك بالتسجيل في مراكز التكوين المهني؟

نعم لا ربما

الملحق رقم (03) صورة توثيق لصفحة مركز التكوين المهني و التمهين - محجوبي أحمد-على

الفايسبوك



بحث في فيسبوك

مراسلة

أعجبك

بحث

مركز التكوين المهني والتمهين الشهيد احمد محجوبي الرويسات ورقلة

٥,٩ ألف تسجيلات إعجاب • ١,٧ ألف من المتابعين

5

Active Windows

Accédez aux paramètres pour activer Windows.

المشورات

جول

مرات الذكر

الأرة

ريلز

الصور

المزيد

88

الملحق رقم (04) صورة توثق واجهة المؤسسة



ملحق رقم (05) وضعية الفروع لشهر فيفري 2023 لمركز التكوين المهني والتمهين مجوبي احمد

التكوين عن بعد (CNFEPD)		التكوين عن طريق التمهين				التكوين الإقامي الأولي				شروط الإلتحاق	مستوى التأهيل	التخصص	رمز التخصص	رمز الشعبة	نوع المؤسسة	إسم المؤسسة	رمز المؤسسة				
التكوين التأهيلي (Q)		التكوين المتوج بشهادة دولة (D)				المستمررون		الجدد										المستمررون		الجدد	
عدد الإناث	عدد الذكور	عدد الإناث	عدد الذكور	عدد الإناث	عدد الذكور	عدد الإناث	عدد الذكور	عدد الإناث	عدد الذكور									عدد الإناث	عدد الذكور	عدد الإناث	عدد الذكور
						1	12							الطوبوغرافيا	4	BTP0715	BTP	م ت م ت	الرويسات	3018	
						1	5							الرابعة متوسط	3	INT1202	INT	م ت م ت	الرويسات	3018	
						15	15							الأمانة	3	TAG0705	TAG	م ت م ت	الرويسات	3018	
						1	9							الرابعة متوسط	3	BTP0711	BTP	م ت م ت	الرويسات	3018	
						3	10							صناعة الحلويات	2	HRT0701	HRT	م ت م ت	الرويسات	3018	
						1	6							تسيير المخزونات	4	TAG1206	TAG	م ت م ت	الرويسات	3018	
								0	60					نجارة الألمنيوم والمواد البلاستيكية (PVC)	2	CML0704	CML	م ت م ت	الرويسات	3018	
										0	20			مساح طوبوغرافي	5	BTP0719P	BTP	م ت م ت	الرويسات	3018	
										37	48			اعلام الي/خيار:قاعدة المعطيات	5	INT0703P	INT	م ت م ت	الرويسات	3018	
										9	19			اعلام الي/خيار:قاعدة المعطيات	5	INT0703	INT	م ت م ت	الرويسات	3018	
										0	12			الكهرباء المعمارية	2	ELE0703	ELE	م ت م ت	الرويسات	3018	
77	77													مستوى محدود	تاهيلي	THC04Q	THC	م ت م ت	الرويسات	3018	
58	58													مستوى محدود	تاهيلي	HRT06Q	HRT	م ت م ت	الرويسات	3018	
0	8													مستوى محدود	تاهيلي	BTP04Q	BTP	م ت م ت	الرويسات	3018	
6	12													4متوسط	تاهيلي	INTQ	INT	م ت م ت	الرويسات	3018	
8	8													4متوسط	تاهيلي	TAG06Q	TAG	م ت م ت	الرويسات	3018	
0	34													3ثانوي	تاهيلي	CIP01Q	CIP	م ت م ت	الرويسات	3018	
0	5													مستوى محدود	تاهيلي	AGR04Q	AGR	م ت م ت	الرويسات	3018	
149	202	0	0	0	0	22	57	0	60	46	99	0	0								