

الإعلام المدرسي واثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ

The school media and its impact on building the personal project of the student

د. فوزية بلعجال^{1*}، عباسية معاشو²^{2,1} قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية،^{2,1} جامعة سيدي بلعباس (الجزائر)beladjalbouzenad@yahoo.fr¹

تاريخ الاستلام : 2019-08-01؛ تاريخ المراجعة : 2022-03-16 ؛ تاريخ القبول : 2022-03-31

ملخص :

يهدف الاعلام المدرسي الى تكوين التلميذ واعلامه بكيفية بناء مشروعه الشخصي الذي يعتبر اساس مشروعه الحياتي، من خلال معرفة مختلف التخصصات التعليمية، التكوينية والمهنية، ومساعدته في التخطيط لمشروعه المدرسي والمهني. في هذا الإطار نتساءل عن مدى فعالية الإعلام المدرسي في مؤسسة التعليم الثانوي، وكيف يستجيب التلاميذ لهذا الإعلام، محاولين بذلك إبراز علاقته بتحديد وتوضيح الآفاق المستقبلية الدراسية والمهنية لدى التلاميذ. اختير تلاميذ السنة الاولى ثانوي كعينة للبحث لما لهذه الفترة من الدراسة من اهمية في اختيار التلميذ لتوجهاته التكوينية والمهنية.

الكلمات المفتاح : إعلام مدرسي ؛ تلميذ؛ مشروع شخصي؛ مشروع مدرسي؛ مشروع مهني.

Abstract :

The school media aims at forming the student and informing him about how to build his personal project, which is considered the basis of his life project, through knowledge of different educational, training and vocational disciplines, and helping him in planning his school and vocational project. In this context, we ask how effective the school media is in the secondary education institution, and how the students respond to this media, trying to highlight its relationship with identifying and clarifying the future educational and professional prospects of the students. The students of the first year secondary were selected as a sample of the research for the duration of the study of importance in the selection of the student for his training and professional orientation.

Keywords : School media; student; personal project; school project; professional project.

-I تمهيد :

يشهد العالم اليوم تقدم وتطور في مجالي الدراسة والشغل سواء من حيث الكم أو النوع، لذا كان لازما على المنظومات التربوية مواكبة هذه التطورات حتى تتمكن من تحقيق مساعيها في المستقبل ولبلوغ ذلك عليها أن تستند على إعلام مدرسي، يزود التلميذ بمختلف المعلومات اللازمة والكافية عن مختلف الشعب ومتطلبات كل منها ويشرح المسارات المهنية والتكوينية لكل تخصص دراسي.

فالإعلام المدرسي يعد الوسيلة الأساسية التي تساعد التلميذ على القيام باختيار تخصص دراسي، وذلك من اجل اكتشاف قدراته والتعبير عن إرادته بكل حرية وتحديد مساره المستقبلي وذلك من خلال منحه القدرة على الربط بين العالم

* فوزية بلعجال: beladjalbouzenad@yahoo.fr

المدرسي والعالم المهني بما يتوافق مع قدراته الحقيقية، أي مساعدة التلميذ على اتخاذ القرارات المتعلقة بمستقبله الدراسي أو المهني بكل حرية وموضوعية.

وبما أن التلميذ يسعى دائما وراء تحقيق نجاحه سواء في المسار الدراسي أو المهني، فهو في بحث مستمر عن كل المعلومات التي يراها ضرورية، وبهذا فالتلميذ بحاجة ماسة إلى من يساعده على اتخاذ القرار المناسب لتحديد مشروعه الدراسي والمهني.

وعليه فإن إعداد التلميذ لمشروعه الشخصي يمثل أحد الاهتمامات الأساسية للمنظومة التربوية الحديثة، بحيث أن اختيار التلميذ التوجه المناسب والتخصص الدراسي الملائم يشكل المعيار الأساسي لنجاح المدرسة الحديثة ولهذا اقترن مفهوم التلميذ بمفهوم المشروع الشخصي المستقبلي أي أن التلميذ يساوي مشروعا وهو الصانع الحقيقي لقراره المستقبلي. ومن هذا المنطلق فإننا سنحاول من خلال هذه الدراسة معالجة موضوع بعنوان الإعلام المدرسي وعلاقته ببناء المشروع الشخصي للتلميذ.

1. الدراسات السابقة: أي بحث سوسيولوجي يعتمد على دراسات سابقة باعتبارها نقطة انطلاق أو ارتكاز يقوم عليها البحث، وفي عملنا هذا فان الدراسات السابقة التي نتحدث عن موضوع بحثنا قليلة إلا أن هناك دراسات تتحدث عن الإعلام وأخرى عن المشروع الشخصي، يعني أنها تقارب الموضوع الحالي لدراستنا ومن بين الدراسات التي أمكننا الاطلاع عليها نجد:

1.1. دراسة بشلاغم يحي (2000)¹: تناول الباحث دراسة بعنوان: "دور التوجيه المدرسي والمهني في تأهيل الفرد ومعالجة قضايا الشباب، دراسة حول المشروع المدرسي والمهني". وقد انطلق الباحث في دراسته من التساؤلات التالية: ما هو واقع التوجيه المدرسي والمهني بالجزائر؟ وما هو دور الميول والرغبات في تحسين الأداء التربوي للتلميذ؟ وعلى أي مدى يتخذ من منهجية المشروع المدرسي والمهني استراتيجية عمل في عملية توجيه التلاميذ؟ وقد اشتملت عينة الدراسة على: 748 تلميذ واستعان في ذلك الأستاذ على استمارة الميل.

وقد توصل الباحث إلى:

- وجود علاقة ارتباطية بين الميل والإنجاز الدراسي في المواد الأساسية.
- ويرى الباحث أن النتائج السلبية للتوجيه الإجباري إن لم تظهر لدى التلميذ على المدى القريب، فإنها ستظهر على المدى المتوسط والبعيد والتعليم العالي.
- كذلك إن الفرد الذي يلتحق بالمهنة التي لا يرغب فيها لا يستطيع من خلالها إشباع رغباته وطموحاته وميوله ويؤدي به إلى أن يصبح غير محفز لإتقان تلك المهنة.

- أهمية الإعلام والتوجيه في بناء المشروع الدراسي والمهني للفرد الذي يتطلب الاستثمار الأمثل للطاقة الكامنة لدى التلميذ وتهيئة الاندماج السوي في الحياة الاجتماعية والاقتصادية.

2.1. دراسة "مشري سلاف" (2002)²: عنوانها: علاقة اختبارات التلاميذ الدراسية بميولهم المهنية في ظل التوجيه المدرسي في الجزائر. حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول:

- هل توجد علاقة بين اختيارات التلاميذ الأوائل الدراسية وميولهم المهنية؟
- وهل هناك فروق في ميول التلاميذ الأوائل المهنية باختلاف اختياراتهم الدراسية في ظل متغير الجنس والملح الدراسي؟ وبناء على إشكالية الدراسة افترضت الباحثة ما يلي:
- توجد علاقة بين اختيارات التلاميذ الدراسية وميولهم المهنية.
- تختلف العلاقة بين اختيارات التلاميذ الدراسية وميولهم المهنية باختلاف ملمحهم الدراسي.

- اعتمدت الباحثة على: المنهج الوصفي واستخدمت أدوات جمع البيانات والتي تمثلت في اختبار الميول المهني واستمارة المستوى الاجتماعي.

-وقد اقتصرت دراستها على: التلاميذ الأوائل موزعين في جدع مشترك علوم بنسبة 91.69% وفي جدع مشترك آداب بنسبة 08.30% حيث بلغت العينة 234 تلميذا وتلميذة من تلاميذ السنة الأولى ثانوي على مستوى 19 ثانوية من ثانويات ولاية الوادي خلال الموسم الدراسي 2001-2002.

وقد توصلت الباحثة إلى: أن هناك علاقة ضعيفة بين اختيارات التلاميذ وميولهم المهنية، وفسرت ذلك أن التلاميذ الأوائل تحصلوا على رغباتهم، إلا أنهم لم ينجحوا في تحديد واختيار التخصص الدراسي الملائم والمناسب لقدراتهم وهذا راجع لغياب الأساس العلمي الصحيح للإعلام التربوي في الوسط المدرسي وأن هذا الإعلام يمكن بمقتضاه مساعدة التلاميذ على صياغة اختبارات واقعية.

3.1. دراسة "سهام بن أحمد" (2003)³: بعنوان **علاقة الاختيارات المدرسية والمهنية بمشروع الحياة**، دراسة ميدانية على طلاب الجامعة كطلاب التكوين المهني.

حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول : ما هي أبعاد مشروع الحياة لدى طلاب الجامعة و طلاب التكوين المهني؟ لتتفرع الإشكالية إلى تساؤلات فرعية:

- هل يختلف مشروع الحياة لدى طلاب الجامعة وطلاب التكوين المهني؟
 - هل يختلف مشروع الحياة لدى طلاب وطالبات الجامعة؟
 - هل يختلف مشروع الحياة لدى طلاب وطالبات التكوين المهني؟
- وقد افترضت الباحثة ما يلي:

-هناك أبعاد مادية واجتماعية وشخصية تمثل مشروع الحياة لدى طلاب الجامعة وطلاب التكوين المهني.

يختلف مشروع الحياة لدى طلاب الجامعة عن مشروع الحياة لدى طلاب التكوين المهني.

واعتمدت الباحثة في دراستها على: المنهج الوصفي المقارن واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عينة التي بلغت 220 طالب جامعي من مختلف السنوات وعلى الجنسين ذكور وإناث ولطلاب التكوين المهني بلغت 184 طالب من كل التخصصات المهنية خلال الموسم 2003/2004.

أما نتائج الدراسة توصلت إلى:

- يختلف مشروع الحياة لدى عينة طلاب الجامعة والعينة الكلية لطلاب التكوين المهني في المكتسبات الشخصية.

-هناك تأثير للجنس على بعض أبعاد مشروع الحياة لدى طلاب وطالبات الجامعة.

- هناك تأثير للجنس على بعض أبعاد مشروع الحياة لدى طلاب وطالبات التكوين المهني.

- هناك فروق بين الجنسين في مستوى طموحات طلاب الجامعة لتحقيق مشاريع حياتهم وحسب اختياراتهم المدرسية والمهنية.

4.1. دراسة إسماعيل الأعور (2004)⁴: بعنوان **واقع الإعلام التربوي في مؤسسات التعليم الثانوي بالجزائر من منظور مستشاري التوجيه المدرسي والمهني والتلاميذ**. حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول: ما هو واقع الإعلام التربوي في مؤسسات التعليم الثانوي من منظور مستشاري التوجيه المدرسي والمهني وكذا التلاميذ المتمدرسين بالثانوية؟ لتتفرع من الدراسة أسئلة فرعية وهي:

- هل الإعلام التربوي يساعد التلاميذ على اكتشاف قدراتهم وإمكانياتهم التي ستؤهلهم للالتحاق بالتخصصات الدراسية؟

- هل الإعلام التربوي يساعد التلاميذ على بعث روح الاستعلام الذاتي حول التخصصات الدراسية؟

وكجواب على إشكالية الدراسة افترضت الباحثة ما يلي:

- الإعلام التربوي يبرز ويكتشف قدرات وإمكانيات التلاميذ.

- الإعلام التربوي لا يبعث روح الاستعلام الذاتي في التلاميذ.

- وقد اعتمدت الباحثة على: المنهج الوصفي واستخدام استمارتين واحدة موجهة للتلاميذ وأخرى موجهة لمستشاري التوجيه المدرسي والمهني. -

حيث تم إجراء هذه الدراسة على: 600 تلميذ وتلميذة من تلاميذ السنة الأولى ثانوي ومن كل الجذوع المشتركة على مستوى كل ثانويات ولاية ورقلة، و26 مستشارا خلال الموسم الدراسي 2004/2005.

- وقد توصل الباحث في دراسة إلى النتائج التالية:

- الإعلام التربوي يشهد نوعا من الفاعلية إذ يعمل على حث التلاميذ على الاستعلام الذاتي ولكن ليس بشكل كبير.

- الإعلام التربوي قادر على اكتشاف وإبراز قدرات ومكانيات التلاميذ وتوضيح الآفاق المستقبلية للتخصصات الدراسية التي ستؤهلهم للالتحاق في سوق العمل.

- وجود فروق دالة إحصائية تعزى لدرجة استعراض لتلك الوسائل.

5.1. دراسة "لطيفة زروالي" (2010)⁵: التي تبحث حول التصورات الاجتماعية للمشروع المستقبلي لدى المراهق المتمدرس. حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول:

كيف يتصور المراهق مشروعه المستقبلي وعلى أي أساس من القيم؟

لتنفرد إشكالية الدراسة إلى أسئلة فرعية: كيف يتصور المراهق المعرفة الممنوحة من طرف المؤسسة المدرسية وكيف

يؤثر ذلك على تصوراته المستقبلية؟

إلى أي حد يؤثر التمدريس في محتويات التصورات الخاصة بالمشروع المستقبلي؟

وكجواب على الإشكالية افترضت الباحثة ما يلي:

- تتحدد التصورات المستقبلية بطبيعة العلاقة الذي تربط المراهق بالمعرفة التي يتلقاها خلال تدرسه.

- تتحدد التصورات المستقبلية لدى المراهق المتمدرس بمعايير النجاح الاجتماعي الخاصة بالمجتمع الجزائري.

ومن أجل جمع معطيات الدراسة اعتمدت الباحثة على أداتين:

-استبيان التصورات المستقبلية للمراهقين ومقابلة نصف مفتوحة.

- وشملت الدراسة 188 تلميذ بالنسبة للاستبيان و30 تلميذ بالنسبة للمقابلة، موزعين على مستوى أربع ثانويات متواجدة في ولاية وهران.

وقد أسفرت نتائج الدراسة على أن:

-أن المهنة تعتبر مؤشرا للاستقلالية المادية، وتحقيق الذات والانفصال عن الحضن العائلي والدخول بكل جدارة إلى عالم الراشدين.

-أن المهن الحالية تتطلب الكثير من الشهادات الجامعية وتحظى بمكانة اجتماعية كبيرة كطبيب، أو مهندس.

المشاريع المستقبلية تتحدد بالمعطيات الاجتماعية والثقافية للمجتمع وبمجملة التفاعلات الاجتماعية وضمن مختلف

المؤسسات الاجتماعية وبالأخص المدرسية لما لها دور في تحضير الأفراد لمختلف الأدوار سواء الحالية أو المستقبلية .

6.1. دراسة زقاوة أحمد (2012)⁶: عنوانها: تصورات الشباب لمشروع الحياة، دراسة ميدانية بالمركز الجامعي غليزان.

- حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول: ما هي تصورات الشباب لمشروع الحياة؟

لتنفرد الإشكالية إلى التساؤلات التالية:

هل توجد فروق دالة في تصورات طلبة الجامعة نحو مشروع الحياة ونحو كل مجال من مجالاته تعزى إلى الجنس (ذكور، إناث)؟

هل توجد فروق دالة في تصورات طلبة الجامعة نحو مشروع الحياة ونحو كل مجال من مجالاته تعزى إلى التخصص الدراسي؟

وكإجابة على الإشكالية افترض الباحث: وجود اهتمام لدى الطلبة لمستقبلهم الدراسي وبمستوى مرتفع، بينها وبمستوى متوسط تصور الطلبة لمشروعهم المهني والعائلي.

وقد اعتمد الباحث على: المنهج الوصفي التحليلي واستخدام أداة الاستبيان التي طبقت على عينة تتكون من 100 طالب وطالبة ينتمون إلى جذع مشترك علوم اجتماعية وإنسانية وجذع مشترك علوم وتكنولوجيا على مستوى المركز الجامعي لولاية غليزان خلال الموسم 2010-2011.

وبعد تحليل النتائج لخصت الدراسة إلى:

- وجود مستوى مرتفع في الدرجة الكلية للأداة، وفي مجال المشروع المدرسي.
- وجود مستوى تصور متوسط في مجال المشروع المهني والعائلي لصالح الذكور.
- وجود فروق دالة إحصائية في الدرجة الكلية لإدارة الدراسة، في مجال المشروع المدرسي والمهني تعزى إلى التخصص الدراسي لصالح علوم وتكنولوجيا.
- عدم وجود فروق ذات دلالة في كل المجالات الثلاثة تعزى إلى متغير المستوى المعيشي للأسرة .
- من خلال عرضنا للدراسات السابقة لاحظنا أن هذه القراءات حاولت الإجابة من قريب أو من بعيد حول موضوع بحثنا .
- ويمكن رصد ما جاءت به الدراسات في بعض الملاحظات :

ان الدراسات التي تناولت موضوع الإعلام وضحت لنا فعالية نشاطات الإعلام التربوي والدور التربوي لوسائل الإعلام كما أشارت هذه الدراسات إلى الواقع الحقيقي للإعلام التربوي وكيف يستجيب التلاميذ لهذا الإعلام، فكانت استفادتنا منها في الجانب النظري، أما الدراسات التي تناولت موضوع المشروع والتي أكدت على تأثير النوع والتخصص الدراسي على تصور عينة من التلاميذ في بناء مشروع الحياة مما سمح لنا بتحديد عينة دراستنا وتحديد المنهج المناسب أي استفادنا منها في الجانب الميداني وكانت نقطة الانطلاق لدراستنا الحالية والتي نسعى من خلالها إلى تبيان دور الإعلام المدرسي في بناء المشروع الشخصي للتلميذ.

2. الإشكالية: تعتبر المدرسة من أهم المؤسسات الاجتماعية فهي تقوم بوظيفة التربية والتعليم وتنشئة وإعداد أجيال اليوم للغد، فلم يعد دورها محصورا بين نقل المعلومات واكتساب المعارف فحسب، بل أصبح لزاما عليها التحكم في التدفق المعلوماتي لمختلف المجالات التربوية، الاقتصادية، العلمية والتكنولوجية، والاجتماعية وذلك لتمكين الأجيال من التكيف والتأقلم مع مستجدات العصر.

فالمدرسة الحديثة الجزائرية تواكب هذا التطور من خلال إدخال العملية الإعلامية ضمن النشاطات التربوية، بهدف تكوين إنسان إيجابي ومندمج في مجتمعه متفتح على العالم وقادرا على حل مشكلاته الحاضرة والمستقبلية سواء في المواقف التعليمية أو الحياتية.

ونظرا للتغيرات الشاملة التي شهدتها العملية التربوية وخاصة في المرحلة الثانوية من خلال إدراج التخصصات الدراسية الموزعة على مختلف الشعب العلمية والأدبية والتقنية، الأمر الذي أدى إلى توزيع التلاميذ على مختلف الشعب بطريقة اعتباطية دون الاهتمام بقدراتهم ورغباتهم، ومن هنا جاءت الحاجة إلى إدخال تقنية أو وسيلة الإعلام المدرسي ضمن عملية التوجيه المدرسي والمهني.

فالإعلام المدرسي لا يمكن فصله عن الفعل التربوي بل هو جزء لا يتجزأ منه تربطه علاقة وظيفية بالتوجيه والإرشاد المدرسي والمهني، إذ يعتبر وسيلة أساسية تساعد التلميذ على اتخاذ القرارات المناسبة فيما يخص مستقبله الدراسي والمهني وحتى الاجتماعي، كما أنه يكشف للتلميذ عن الآفاق المستقبلية لسوق العمل والتخصصات الدراسية التي تؤدي إلى المهنة المناسبة.

فالتلميذ يسعى دائما وراء النجاح سواء في مساره الدراسي أو المهني فهو في بحث مستمر عن كل المعلومات التي يراها ضرورية لاتخاذ قراراته التي تخص اختياراته الدراسية التي تتوافق وفق مشروعه المهني الذي يريد تحقيقه في المستقبل بحيث يدخل المشروع كأحد الأسس التي يقوم عليها اختيارات التلاميذ.

وعلى هذا الأساس صنف مفهوم المشروع كأحد معايير نجاح أو فشل المدرسة الحديثة، لأن مفهوم التلميذ اقترن بمفهوم المشروع الشخصي المستقبلي أي أن التلميذ يساوي مشروعا. ومن ثم تعتبر عملية بناء المشاريع المستقبلية ذات أهمية بالغة في صياغة الاختيارات الدراسية أو المهنية.

إلا أن المدرسة الجزائرية مازالت تواجه صعوبات في هذا المجال من خلال سوء فهم الكثير من التربويين لوظيفة ودور الإعلام المدرسي، وهو ما جعلهم لا يعطون له الاهتمام اللازم في مؤسساتهم ومن دلائل ذلك غياب خلايا التوثيق والإعلام، عدم توزيع الأدلة الإعلامية على التلاميذ وعدم تخصيص ساعات لتقديم الحصص الإعلامية للتلاميذ ونتيجة للمشكلات المتاحة أصبحت الحاجة الماسة إلى توفير وسائل الإعلام المدرسي.

وفي هذا الإطار نتساءل عن مدى فعالية الإعلام المدرسي في مؤسسة التعليم الثانوي، وكيف يستجيب التلاميذ لهذا الإعلام، وإبراز علاقته بتحديد وتوضيح الآفاق المستقبلية الدراسية والمهنية لدى التلاميذ، حيث نحاول الإجابة على هذا التساؤل من خلال هذه الدراسة والتي سنتطرق من إشكالية عامة كالتالي: **كيف يمكن للإعلام المدرسي أن يساعد التلميذ على تصور مشروعه الشخصي المستقبلي؟**

3. فرضيات الدراسة: لا بد أن يبدأ الحديث العلمي بفروض أساسية معينة تؤدي إلى تحديد المعلومات والحقائق التي ينبغي على الباحث أن يجمعها دون سواها، وصولا إلى التثبت من مدى صحة هذه الفروض⁷. وعليه قد صغنا فرضيات نعتبرها حلولا أو تفسيرات مؤقتة لإشكاليتنا المطروحة وذلك حتى الوصول إلى الإجابات الصحيحة. وقد تمثلت فرضيتنا العامة على النحو التالي:

ان الإعلام المدرسي من خلال الاليات التي يوفرها يُمكن تلميذ السنة الأولى ثانوي من بناء تصور لمشروعه الشخصي المستقبلي.

وتنقسم هذه الفرضية إلى:

- ان الوسائل المستعملة في الاعلام المدرسي وتنوعها تساعد التلميذ على تصور مشروعه الدراسي من خلال توفير المعلومات التي يحتاجها عن الحياة المهنية ورغباته وميوله.
- يعمل الإعلام المدرسي على توضيح المشروع المهني المستقبلي لدى تلاميذ السنة الأولى ثانوي.

4. أهداف وأهميتها الدراسية:

✓ **الاهداف:** لكل دراسة هدف أو غرض يجعلها ذات قيمة علمية، والبحث العلمي هو الذي يسعى إلى تحقيق أهداف عامة غير شخصية ذا قيمة ودلالة علمية⁸. لذا تسعى دراستنا الحالية إلى تحقيق جملة من الأهداف:

- 1- التعرف على طريقة تفكير تلاميذ التعليم الثانوي في مستقبلهم الدراسي والمهني.
- 2- إبراز دور وسائل الإعلام المدرسي ومساهمتها في بناء المشروع المستقبلي للتلاميذ.
- 3- تحديد دور الحصص الإعلامية في مساعدة التلاميذ على اتخاذ القرارات السليمة المتعلقة باختيار التخصصات الدراسية -التي سيجقون من خلالها مشاريعهم المهنية.
- 4- مساعدة الفاعلين التربويين من: مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني...إلخ على اختيار أفضل الطرق والتقنيات المعتمدة في الإعلام المدرسي لمساعدة التلاميذ على بناء مشروعاتهم الشخصية وتحقيقه في أرض الواقع.
- 5- لفت انتباه الباحثين إلى أهمية دراسة موضوع الإعلام المدرسي وعلاقته بتحديد المشاريع الدراسية والمهنية لدى التلاميذ.

✓ **الأهمية:** لكل دراسة أكاديمية أهمية تدفع الباحث للتوصل إلى نتائج تجيب عن تساؤلاته، وما يمكن أن تحققه من فوائد ولسهامات. وترتكز أهمية هذه الدراسة على الجوانب التالية:

- 1- استكشاف آراء التلاميذ حول دور الإعلام المدرسي وديناميكيته في بلورة وتصور المشروع الدراسي والمهني المستقبلي لهم.
- 2- تمكنا هذه الدراسة من معرف الطرق والوسائل المستخدمة في الإعلام المدرسي داخل مؤسسات التعليم الثانوي.
- 3- وتستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية المرحلة التعليمية، وهي مرحلة الثانوية والتي تعتبر بوابة الجامعة، كونها البداية الحقيقية من خلال اختيار التلميذ الشعبة المناسبة ومن ثم التطلع لمهنة مستقبلية.
- 4- إلقاء الضوء على مدى اعتماد المؤسسات التعليمية في بناء المشاريع الدراسية أو المهنية من أجل تهيئة تلميذ الثانوية وتحضيره ليكون رجل المستقبل.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

5. منهج الدراسة: إن تحديد منهج دون آخر في الدراسات العلمية، إنما يعتقد على طبيعة موضوع الدراسة، ولهذا تختلف أنواع المناهج العلمية، بما يتناسب مع طبيعة وخصوصيات الدراسة⁹.

ونظرا لطبيعة الموضوع الذي نسعى من خلاله للكشف عن العلاقة بين الإعلام المدرسي ودوره في تحديد المشروع الشخصي للتلميذ، فإن أنسب منهج لهذه الدراسة هو "المنهج الوصفي التحليلي" الذي يعتبر أكثر المناهج استخداما في العلوم الاجتماعية من جهة وملامم لموضوع الدراسة من جهة أخرى.

وعليه يعتمد المنهج الوصفي التحليلي على "دراسة الظاهرة كما هي موجودة في الواقع ووصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها تعبيراً كلفياً أو كيمياً، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، والتعبير الكمي يعطينا وصفا رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة وحجمها ودرجة ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى¹⁰.

II.1- الإعلام المدرسي: يعتبر الإعلام المدرسي وسيلة أساسية تساعد التلميذ على اتخاذ قراراته المتعلقة بمستقبله الدراسي والمهني، فهو يسمح بتحقيق اختياراته الدراسية أو المهنية وذلك من خلال مساعدة التلميذ على اختيار شعبة ثلاثم قدراته واستعداداته، كما أنه يكشف عن الآفاق المستقبلية لسوق العمل. إذا فهو يساعد التلميذ على اكتشاف قدراته والتعبير عن إرادته بكل حرية وذلك بمنحه القدرة على الربط بين العالم المدرسي والعالم المهني، بما يتوافق مع قدراته الحقيقية. ويعرف الإعلام بأنه تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة أو الأخبار الصحيحة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعتبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير، واتجاهاتهم، وميولهم، ويعرف بأنه عملية اتصال موضوعية تهدف إلى تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة وتنظيم التفاعل¹¹.

كما يعرف بأنه: عملية دينامية تهدف إلى توعية وتنقيف وتعليم وإقناع مختلف الجماهير التي تستقبل موادها المختلفة وتتابع فقراته وبرامجه، ويجب أن يكون هناك فكرة محددة تدور حول معنى معين يهدف إلى توصيلها إلى تلك الجماهير¹². وعليه فالإعلام ببساطة شديدة يهدف إلى النمو واليقظة والارتقاء بمستوى الرأي العام بتثويره وتنقيفه، وهكذا نجد أن الإعلام عملية يترتب عليها تأثير فعلي في سلوك الفرد والجماعة¹³.

2.2. علاقة الإعلام بالتعليم: لقد أصبح التعامل مع المعلومات من القضايا المهمة التي تشغل الكثير من الباحثين في حقول الإعلام والتربية وبحكم خصائصها الجديدة من حيث ضخامة حجمها وسرعة انتقالها ومن هنا تبرز أهمية دراسة العلاقة بين الإعلام و التعليم¹⁴.

وقد تبين من خلال الأبحاث التربوية، أن وسائل الإعلام يمكنها أن تقوم بدور نشط في مجال التربية والتعليم، عن طريق الوسائل التي تمتلكها على المستوى السمعي أو المرئي أو الاثنين معا¹⁵.

فهمة المؤسسة التربوية واسعة ومتنوعة، مما يزيد في الحاجة إلى الإعلام التربوي عموماً، والإعلام المدرسي خاصة، حيث أنها تخاطب جمهور متنوع ينحدر من بيئات متنوعة من حيث المستوى الاقتصادي والتعليمي والاجتماعي، وتهدف إلى نشر الوعي ببرامجها وتوجيهاتها وتعريف جمهورها من تلاميذ ومعلمين وأولياء التلاميذ بما يتوجب نشره ومعرفة من معلومات تربوية¹⁶.

و لذلك يمكن الحديث عن وجود أرضية مشتركة بين الإعلام والتعليم تجيز لنا القول بأن العملية الإعلامية في بعض جوانبها عملية تربوية و إن العملية التربوية في بعض جوانبها هي عملية إعلامية، فلا تعارض إذ تبدو علاقة الإعلام بالتعليم علاقة وثيقة بحيث أي نظام تربوي حالياً لا يستطيع الاستغناء عن الخدمات التي يقدمها الإعلام لميدان التربية لتسهيل بعض الأنشطة أو سرعة إيصال المعلومات وذلك بصورة دقيقة ومبسطة¹⁷.

ومن الملاحظ أن التعليم يسهم في إعداد الأفراد الناشئة وتغيير السلوك والاتجاهات، أما الإعلام له دور بارز في عملية التنشئة الاجتماعية لما يمتلك من خصائص تبرز دوره، فقد استطاع الإعلام أن يحدث تغييراً كبيراً في القيم، وإذا لم يواجه ذلك بعملية تربوية منظمة تواكب هذا التطور المذهل فسيؤدي إلى التخبط والضياع في العملية التربوية¹⁸.

ومن هذا المنطلق فإن التعليم والإعلام يجمع بينهما صفة وهي أن كليهما عملية اتصال تشمل على العناصر الأساسية وهي: المرسل، المستقبل، الرسالة، الأداة، اللغة¹⁹.

ومن خلال هذا يتضح أن الإعلام والتعليم دعامتان يجب أن نجد لهما كل الوسائل، من أجل توجيه الأجيال الناشئة والمتعاقبة التوجيه العلمي السليم للسلوك الاجتماعي الذي نرتضيه لأبنائنا ومجتمعنا، مستفيدين في ذلك من الروابط التي تجمع الإعلام بالتعليم²⁰.

3.2. مفهوم الإعلام المدرسي: للإعلام المدرسي تعريفات عديدة نذكر منها: تعريف عارف الضبع: الذي عرفه الإعلام المدرسي على أنه: عملية نقل المعلومات التقنية التي تفيد التلاميذ من خلال صحف الحائط أو المجالات المدرسية، المناظرات والزيارات الميدانية والرحلات والملصقات لتحقيق الأهداف التربوية²¹.

وتعرف "حنان يوسف" على أنه: "كافة أنواع الاتصال وأساليبه التي تتم داخل المدرسة، أو المؤسسة التعليمية سواء قام به التلاميذ أنفسهم تحت إشراف أساتذتهم، أو ساهمت به الإدارة المدرسية، وذلك بهدف تيسير العملية التعليمية من جانب، أو إتاحة الفرصة أمام الطلاب لإظهار مواهبهم، والتعبير عن آرائهم، واتجاهاتهم، وآمالهم، وطموحاتهم من جانب آخر"²².

كما يوضح الأستاذ "خالد عبد السلام": أن الكثير من المربين وأولياء الأمور يعتقدون أن الإعلام المدرسي عبارة عن نوع من الدعاية والإشهار لشعب وتخصصات ومهن على حساب أخرى، لذلك وجب نصح الطالب بما يجب أن يختاره من نمط دراسي أو مهني معين دون آخر، باعتبار التلميذ مازال قاصراً ليست له القدرة على التمييز بين ما ينفعه وما يضره²³.

هذا ويمكن القول بأن الإعلام المدرسي هو: نشاط تربوي يقدم فيه للتلميذ وجميع المتعاملين مع المدرسة معلومات عن المسار الدراسي، والمحيط الاجتماعي الاقتصادي والمهني مع شروطها ومتطلباتها كما هي موجودة في الواقع فعلاً دون ممارسة أي وصاية أو دعاية ودون إصدار أحكام مسبقة على نمط دراسي أو مهني معين، بغرض إنضاج شخصيته ومواقفه لتمكينه من حسن الاختيار واتخاذ القرارات التي يراها أنسب لبناء مشاريعه المستقبلية²⁴.

أي أن الإعلام المدرسي يتعلق بكل المعلومات الخاصة بالواقع التربوي والمدرسي والمهني وهو يهدف إلى تنظيم وتفعيل المسار الدراسي للتلميذ بتحقيق الموافقة بين طموحاته ونتائجه المدرسية وتكوينية في مجال البحث الفردي والجماعي²⁵.

وهكذا نجد على رغم من الاستعمال المختلف للمفردات والمضامين أن الاتفاق على أن الإعلام المدرسي نشاط يتم في البيئة المدرسية ويمتد إلى خارجها لتحقيق تنمية علمية وتربوية داخل المجتمع المدرسي²⁶.

وأنة يعتبر مختلف أنواع مرافق المعلومات التي تكون أساسان في خدمة التلاميذ و المعلمين و الأساتذة أي أن الاعلام المدرسي هو تزويد التلاميذ بالحقائق و المعلومات التي يحتاجونها في مرحلة تكوينهم و تنشئتهم و تعاونهم على التكيف مع المجتمع الذين يعيشون فيه و فهمه و مواجهة المشكلات التي قد يعانون منها ²⁷.

من خلال التعاريف السابقة يمكننا أن نستنتج أن الإعلام المدرسي هو عملية تربوية متواصلة، بواسطته يكتسب التلميذ معلومات دراسية ومهنية التي تنمي قدراته ومهاراته وتساعد على اتخاذ القرارات السليمة في بناء مشروعه المدرسي والمهني.

III - المشروع الشخصي :

1. تعريف المشروع: هناك عدة تعريف لمفهوم المشروع تنطلق من مقاربات متباينة، وتعتمد على منطلقات متميزة، وتتأسس على منظورات فلسفية ومعرفية مختلفة. إن هذا المفهوم خضع لعملية التحويل حيث تمت إعارته من حقل الهندسة المعمارية والمقاولات الصناعية والتجارية إلى المجال التعليمي التربوي ²⁸. ومفهوم المشروع مستمد من كلمة (projet) المحدثه في الثقافة الفرنسية، والتي لم تتبلور دلالتها الاصطلاحية إلا في منتصف القرن العشرين فالاشتقاق اللغوي لهذه الكلمة في اللغة اللاتينية يؤدي معنى إلقاء أو رمي شيء ما إلى الأمام ²⁹.

2. مفهوم المشروع الشخصي: يكون المشروع الشخصي سيكولوجيا وتربويا، أي يتبناه الفرد ويتقبله نفسيا ووجدانيا ويربطه بمنظور مستقبلي أوسع (مشروع الحياة) ويعمل الجميع على مساعدته على تحقيقه بواسطة الممارسات التربوية الملائمة، وبالنسبة لبارمرتان - Permartin - يبدو غير مناسب استخدام مصطلح المشروع الشخصي، إذا كان الفرد لا يشارك فعليا في بلورته ³⁰.

نتحدث عن المشروع الشخصي أو مشروع الحياة إذا كان يشمل عناصر أكثر عمومية تمس الشخصية والحياة المستقبلية للفرد، أما إذا كان هدفه أساسا مهنيا فيمكن أن نتحدث عن المشروع المهني، وإذا كان هدفه دراسيا فإننا نتحدث عن المشروع الدراسي لذلك يكون المشروع المدرسي على المدى القصير ³¹. أما المشروع المهني فيكون على المدى المتوسط، بينما يكون مشروع الحياة غالبا على المدى البعيد ³².

يعتبر المشروع الشخصي للتلميذ كيان فكري وشكل من التمثلات التي تدمج ما يعرفه التلميذ عن نفسه في معرفة الذات وما يعرفه عن العالم الخارجي، وهو تمثل تنبئي لنتيجة مستقبلية يستهدف منها التلميذ تحقيق مقاصده ومطامحه ورغباته وحاجاته ³³. تكمن أهمية المشروع الشخصي في كونه وسيلة تدفع التلميذ إلى التساؤل عن حاجياته والعمل على تحقيق مشاريع تتوافق مع هذه الحاجيات. ولبتم تحقيق ذلك ينبغي على المشروع أن يتضمن أهدافا ومناهج عمل ووسائل خاصة لتحقيق هذه الأهداف ³⁴. أما محمد آيت موحى فيعرف المشروع الشخصي للتلميذ بأنه: « دفع التلميذ لأن يتحمل المسؤولية ويعطي أهمية للتفكير في مستقبله باعتباره مشروعا شخصيا، وذلك بتحريضه على إضفاء دلالة شخصية على المدرسة والتعليم المدرسي. وهكذا يتحول مشروع التلميذ إلى استثمار تدريجي مستقبلي يخول له إمكانية اختيار نوع الدراسات التي سيتابعها وكذا مستقبله المهني ³⁵. وبالنسبة لمحمد فتحي وجيل الغرباوي، فيعتبران أن المشروع الشخصي للتلميذ هو: حلقة تفاعل مجموعة من الأبعاد النفسية والتربوية والاجتماعية وتفاعل جهود عدة متدخلين ويندرج في إطار نزوع طبيعي نحو المستقبل في تفاعل مع الماضي والحاضر، يوجه التلميذ نحو بناء تاريخه الشخصي والبحث عن الإشارات والعلامات والعلاقات التي تؤهله للتحكم في الممكن، ويسمح له بتوقع وتخيل الممكن والمحمتم وتدبير الوقت والتكيف مع الاحتمالات والتغيرات غير المنتظرة، والاستعداد للتفاعل مع المحيط والقدرة على التعبير عن الذات وإثباتها وتمثل هويته الذاتية والجماعية ³⁶.

وهكذا يمكن أن نقول بأن المشروع الشخصي للتلميذ هو انخراط في المستقبل وانفتاح على آفاقه وسقاط للذات في مساره من خلال معرفة الذات والمحيط وتحديد الهدف المبتغى وإعداد خطة يعتمدها التلميذ لتحقيق أهداف محددة من حيث نوعها وطبيعتها وبعدها الزمني عن طريق توقعها وتوفير الوسائل اللازمة والمؤهلات والقدرات المطلوبة لبلوغ تلك الأهداف.

3. تعريف المشروع الدراسي والمهني

3.1. المشروع الدراسي: يشير « Sillany » بأن المشروع هو النشاط الواعي الذي نفكر في تحقيقه، وذلك بالأخذ بعين الاعتبار الماضي، الحاضر، المستقبل، والوسائل الممكنة لضمان تحقيقه بنجاح. يرى « charpentier »: انه التصور الذي يرسمه التلميذ ويحدده عن نوع الدراسة التي يريد مزاولتها ونوع التكوين الذي يريد أن يستفيد منه وطبيعة المهنة التي يريد ممارستها مستقبلا، على أن يتم تجسيد ذلك التصور مرحليا خلال مساره الدراسي والتكويني.

3.2. المشروع المهني: التعريف اللغوي للمهنة: ويقصد بها الحذف في العمل، أو العمل نفسه ويقال خرج في ثيابه مهنته أي في ثياب خدمته التي يلبسها في أشغاله، جمعها مهن.

اصطلاحا: باعتبار مفهوم المشروع المهني جديد في العلوم الاجتماعية، فإنه لا يوجد مفهوم موحد فهناك من يعرفه على أنه:

-الفعل الذي نريد تحقيقه في المستقبل وهو نوع من الانتقاء والاختيار لوقائع ماضية وآنية لخدمة مستقبلية.

ويعرف ايضا على انه التطلع لممارسة مهنة، وظيفة، عمل أو اهتمام محدد يلائم القدرات والرغبات ويوفر سبل العيش،

يكون غالبا بعد الدراسة ويمكن أن يكون متأخرا أي يمكن للتلميذ النجاح في الدراسة دون وجود هذا المشروع³⁷

3.3. تعريف المشروع المدرسي ومشروع التوجيه: المشروع الدراسي ينجز داخل المدرسة ويمكن أن يعرف بطبيعة التعلمات والمسالك الدراسية المتبعة ومستويات التأهيل المحددة ، وهو مرتبط مع مشروع التوجيه الذي يعتبر الأكثر شيوعا داخل النظام التربوي والذي يتحقق من خلال اختيارات مسالك التكوين ويكون على المدى القريب أو المتوسط ومرتبطة بإجراءات التوجيه التربوي ومجالس التوجيه، بطاقات الرغبات كما يشكل الخيط النابض بين المشروع المهني ومشروع التكوين (المشروع المدرسي)، ويتسم بحتمية النتائج الدراسية وضغوطات المحيط الأسري³⁸ .

4.3. العلاقة بين المشروع المدرسي والمهني والشخصي: إن المشاريع كلها مترابطة فيما بينها، فمشروع الحياة يضم ويحدد المشروع المهني الذي بدوره يضم ويحدد المشروع المدرسي، هذا الأخير يعطي معنى للتعلمات ويساهم في التحكم في المسارات الدراسية وتحديد اختيارات التوجيه لذلك وضع بعض المختصين المشروع المهني في سياق أوسع من المشروع الشخصي الذي يشمل بقية المشاريع الجزئية للتلميذ ويرتبط بشكل مترابط حسب اهتماماته الذاتية³⁹ .

ويكون المشروع المهني غالبا في مركز اهتمام التلميذ، فأغلبهم يبحث مبكرا عن بلورة مشروع مهني محدد وعلى المدى القصير خصوصا الذين يعانون من صعوبات مدرسية.

إن اختيار الفرد لمهنة معينة إنما هو تعبير عن تصوره لذاته، فالتلميذ الذي يختار أن يكون طبيبا، مهندسا أو كاتباً إنما يختار صورة لنفسه من بين الصور التي يمثلها الطبيب أو المهندس أو الكاتب فهو بذلك يحدد الشخص الذي يرغب أن يكون عليه في المستقبل.

وفي هذا السياق يرى سوبر -super- أن تحقيق الذات لا يتم بممارسة مهنة واحدة فحسب بل مزاوله أدوار متعددة (تلميذ ، عامل ، مواطن ،أب) ويحتل كل دور مكانته البارزة في كل مرحلة من مراحل الحياة⁴⁰ .

فالتلميذ مطالب بأن يرى نفسه بشكل دينامي، مع الاقتناع بأن نجاحه يوجد بين يديه ، فالأمر يتعلق في الذات، ولكن أيضا بثقته في طاقاته وفي حظوظه وقدرته على أن يتدبر أمره، ويتكيف مع متغيرات حياته الفردية والجماعية.

بعد التعرض للاطار النظري للموضوع المدروس والمتمثل في الإعلام المدرسي والمشروع الشخصي، فيما يلي سنتعرض الجانب الميداني، إذ يعد من أهم عناصر البحث العلمي لأنه خطوة أساسية لتدعيم الجانب النظري وتأكيد صدق المعلومات والحقائق التي نحن بصدد دراستها و ذلك من خلال إعطاء التمثيل الكمي للدراسة عن طريق تفرغ البيانات الموجودة في الاستمارات، وتحليل النتائج المتحصل عليها والتأكد من صحة الفرضيات.

II - الطريقة والأدوات :

1. **الدراسة الاستطلاعية:** تعتبر الدراسة الاستطلاعية أساسا جوهريا في بناء البحث كله لما يتحقق من خلالها من معرفة لصاحبة أدوات البحث وتعميق المعرفة بالموضوع المراد دراسته وفروضة، وبناءا على ذلك وقبل البدء في الإجراءات الدراسية الأساسية حاولنا القيام بدراسة استطلاعية ترشدنا إلى الصعوبات الخفية للبحث .

1.1. أهمية الدراسة الاستطلاعية: اكتشاف الصعوبات والنقائص التي يمكن أن نصادفها خلال إجراء الدراسة الأساسية وذلك لمواجهتها أو تفاديها. التدريب على كيفية تطبيق الأداة في الدراسة الأساسية. كما تساعد على بناء استمارة الإعلام المدرسي والمشروع المدرسي والمهني و تسهيل التعامل مع أفراد العينة ومعرفة مدى تجاوبهم واستيعابهم لمفردات وأسئلة الاستمارة. إضافة الى تدريب أولي من أجل استطلاع الميدان وبالتالي تحديد ميدان الدراسة.

2.1. عينة الدراسة الاستطلاعية: تم إجراء الدراسة الاستطلاعية بثانوية سي الحواس، و ثانوية بن مایسة البشير بولاية سيدي بلعباس، حيث تم تطبيقها في شهر أبريل 2018 على تلاميذ السنة الأولى ثانوي اختيروا بالطريقة العشوائية الطبقية موزعين على مختلف الجذوع المشتركة العلمية والأدبية.

3.1. أداة الدراسة: لا تقتصر البحوث الوصفية على أداة واحدة في جمع البيانات، لذا اعتمدنا على تقنية الاستمارة التي تعتبر أداة من أدوات جمع البيانات، تمثل وثيقة تحتوي على أسئلة تتعلق بآراء واتجاهات المبحوثين، ومواقف أفراد شملتهم عينة البحث، حيث يقوم الفرد المبحوث بالإجابة على تلك الأسئلة بمعرفته الخاصة. وتعتبر إجابات المبحوثين مؤشرات تخدم أهداف البحث وفرضياته ومتغيراته وتفسر تصرفات أو انطباعات الفرد المبحوث اتجاه موضوع البحث⁴¹. اعتمدنا في دراستنا على استمارة تحتوي على أسئلة نصف مفتوحة موجهة لتلاميذ السنة الأولى ثانوي للحصول على بيانات كمية توضح الدور الذي يقوم به الإعلام المدرسي في تحديد مشاريعهم المستقبلية، تكونت من 29 سؤال متوزع على ثلاثة أبعاد رئيسية والمتمثلة في: الإعلام المدرسي، المشروع المدرسي، المشروع المهني.

وكذا استخدمنا تقنية الملاحظة بالمشاركة، بمعنى ملاحظة التلاميذ ومشاركتهم خلال الحصص الإعلامية المتقدمة من طرق مستشار التوجيه المدرسي لمعرفة مدى اهتمامهم واستجابتهم للخدمات الإعلامية.

4.1. عينة الدراسة: تعرف عينة الدراسة على أنها مجموعة من الأفراد يقع عليهم الاختيار وتمثل خصائص المجتمع⁴². والغرض من اختيار العينة هو الحصول على معلومات تتعلق بمجتمع البحث والدافع الأساسي وراء اختيار العينة هو توفير الوقت والتكاليف لذلك فإن العينة السليمة التي يختارها الباحث بطريقة دقيقة وتعطي نتائج دقيقة⁴³.

لقد تم في دراستنا اختيار عينة من التلاميذ المتمدرسين بالسنة الأولى من التعليم الثانوي والتي بلغ عددهم 100 تلميذ، اختيروا بالطريقة العشوائية الطبقية موزعين على مختلف الجذوع المشتركة العلمية والأدبية وذلك على مستوى مؤسستين للتعليم الثانوي بمدينة سيدي بلعباس.

II - النتائج ومناقشتها :

الجدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الشعبة:

النسبة %	الشعبة
62 %	جدع مشترك علوم التكنولوجيا
38 %	جدع مشترك آداب
100 %	المجموع

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

توزعت عينتنا ما بين التلاميذ الذين يزاولون دراستهم ضمن الجذع المشترك علوم وتكنولوجيا بنسبة 62%، ثم تليها فئة التلاميذ يدرسون جذع مشترك آداب بنسبة 38%. وهذا يبرز لنا أن معظم التلاميذ يرون أن الجذع المشترك علوم و تكنولوجيا هو الأفضل وذلك لما يتفرع عنه من شعب وتخصصات جامعية. فالتلميذ في هذا الجذع تبقى اختياراته غير محدود مقارنة بالشعب الأدبية التي تمنح غالباً للتلاميذ ذوي المستوى الضعيف وفرص على الاختيار قليلة في الشعب الأدبية وهذا منهجه، ومن جهة أخرى فإن الجانب المهني في الشعب العلمية يعتبر الأكثر طلباً وأهمية اجتماعية مثل: تخصصات الطب، الصيدلية، جراحة الأسنان. وإذا ما سألنا التلاميذ عن توجيههم حسب رغباتهم فإننا نلاحظ أن غالبيتهم أي 78 % التحقوا بالسنة الأولى ثانوي وفق رغبتهم، بينما 22% من التلاميذ وقع توجيههم حسب النتائج المحصل عليها. يتضح لنا أن غالبية التلاميذ تم توجيههم حسب رغبتهم هم وجهوا توجيهها اختياريًا وحسب رغبتهم المعبر عنها في بطاقة الرغبات أي تم احترام رغبتهم الأولى.

الجدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب التوجيه إلى جذع المشترك:

التوجيه	الرغبة	النتائج	المجموع
النسبة %	78 %	22%	100 %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره على المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

في حين نجد فئة التلاميذ الذين تم توجيههم حسب النتائج وجهوا توجيه اجباري أي أقتصرت توجيههم على العلامات الدراسية كوسيلة وحيدة لتحديد ملامح توجيههم من خلال قرار مجالس القبول و توجيه في نهاية السنة الدراسية. هذا يدل على أن العملية التوجيه غالباً ما تقتصر على المعدل السنوي للتلاميذ والخريطة المدرسية وكذا المقاعد البيداغوجية المتوفرة فكل هذه المحددات هي التي تملّي وتحكم في توجيه التلميذ وليس رغبته و ميوله.

جدول رقم 03: يوضح تلقي التلاميذ الحصص الإعلامية من طرف مستشار التوجيه.

النسبة %	نوع الحصص الإعلامية			تلقي حصص الإعلامية
	غير مصرح	جماعية	فردية	البدايل
81 %	0	77	04	نعم
19 %	14	05	00	لا
100 %	14	82	04	المجموع

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره على المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

أما فيما يخص تلقي التلاميذ للحصص الإعلامية من طرف مستشار التوجيه، فمعظم أفراد عينة الدراسة أجاب بنعم، فكانت النسبة مقدرة ب 81 % وهذا يدل على أن تلاميذ يتابعون الحصص الإعلامية بشغف وبكل حرية لترح انشغالاتهم وخاصة من خلال الحصص الجماعية والتي أخذت النسبة الأكبر وتقدر ب 77 % وغالباً تنظم هذه الحصص بشكل جماعي موجهة لفوج من تلاميذ أي ما تعرف بالطريقة دينامية الأفواج فللمقابل يوجد نوع آخر من الحصص الإعلامية والتي نظمت على شكل حصص فردية حيث استفاد منها 4% من عينة التلاميذ فمن خلالها يقوم مستشار التوجيه بمقابلات فردية شخصية كدراسة حالة للتلميذ والعمل على حل انشغاله فيما تبقى 19% من أفراد العين اجابوا بلا أي أنهم لم يتلقوا أي نوع من الحصص الإعلامية وهذا راجع لغيابهم وعدم حضورهم أثناء تقديم هذه الحصص ولأنهم يعتبرونها غير مهم وغير رسمية وتبرمج إلا في ساعات الفراغ.

جدول رقم 04 : يمثل توزيع الوثائق الإعلامية على تلاميذ

الوثائق الإعلامية	نعم	لا	المجموع
النسبة %	93 %	07%	100 %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره على المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

لقد أجاب أغلب أفراد عينة الدراسة الجدول رقم 04 على انه يتم توزيع وثائق اعلامية داخل الثانوية فكانت النسبة مقدرة ب 93 %، والباقي أجاب بلا ونسبة منخفضة تقدر ب 7% ومنه يتضح لنا أن توفر الوثائق الإعلامية الشيء الذي يجعلها في متناول التلاميذ وبالتالي استعمالها من طرف أفراد العينة بشكل كبير هذا من جهة ومن جهة آخر أن هذه الوثائق أو ما تعرف بالسندات الإعلامية تحتوي على معلومات خاصة بالواقع التربوي والمدرسي والمهني تمكن التلاميذ على اكتساب مجموعة من المعارف المتعلقة بالتخصص الدراسية وامتداداتها الجامعية والمهنية وبالتالي هذا الوثائق تسهل على التلميذ عملية الاختيار دراسيا أو مهنيا.

جدول رقم 05: يوضح أنواع الوثائق الإعلامية التي وزعت على التلاميذ.

أنواع الوثائق الإعلامية	استبيان الميول	بطاقة الرغبات	مطويات	وسائل أخرى	بدون إجابة	المجموع
النسبة %	04 %	80 %	08 %	02 %	06 %	100 %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

يتضح من خلال الجدول 05 توزيع المبحوثين حسب استعمالهم للوثائق الإعلامية حيث أعلى نسبة قدرة ب 80 % وتشير إلى أن التلاميذ يستعملون بطاقة الرغبات. تليها نسبة 8 % من أفراد التلاميذ صرحوا بتوفير المطويات داخل الثانوية، ثم تأتي نسبة 04 % من عينة التلاميذ أقرروا بتوزيع استبيان الميول والاهتمامات عليهم. في حين أن هناك نسبة ضئيلة جدا من تلاميذ لا يستعملون الوثائق الإعلامية المقروءة الورقية بل يستعملون وسائل إعلامية أخرى وقدرة ب 02 %، أما بنسبة 06 % من أفراد العينة يفضلون الامتناع عن الإجابة.

ومن خلال هذه المعطيات تدلنا على أن نسبة كبيرة من تلاميذ تستفيد من بطاقة الرغبات لأنها وثيقة توزع طيلة السنة الدراسية يعني خلال الفصول الثلاثة للموسم الدراسي وكذلك من خلال هذه الوثيقة يعبر التلميذ عن اختياراته الدراسية المتاحة أما استخدام المطويات فتقدم عادة في المناسبات التي يتطرق إليها التلميذ كفتح تخصصات جديدة للتعليم المهني أما استبيان الميول يتم الاستفادة منه إلا في مرحلة قياس الميول فقط.

جدول رقم 06: يمثل أهمية خلية الإعلام و التوثيق في الثانوية

النسبة %	تساعدت خلية الإعلام و التوثيق في التعرف على التعليم					خلية الإعلام والتوثيق
	غير مصرح	عن بعد	مهني	جامعي	ثانوي	البدائل
77%	0	01	02	13	61	نعم
23%	23	00	00	00	00	لا
100%	23	01	02	13	61	المجموع

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

تشير نتائج الجدول 06 والذي يمثل دور خلية الإعلام والتوثيق في الثانوية لأن المبحوثين أجابوا بنسبة عالية بلغت 77 % حيث صرحوا بنعم أي أن خلية الإعلام و التوثيق متواجد على مستوى الثانوي وتتوفر على مختلف الوثائق الإعلامية اللازمة والضرورية كالمصقات والإعلانات والتي تساهم بدورها في تزويد التلاميذ والإطلاع على المنافع الدراسية والمهنية وهذا ما أقر به أغلبية التلاميذ وبنسبة 61 % أنهم من خلال خلية الإعلام تعرفوا على فروع التعليم الثانوي ومتطلبات كل تخصص دراسي وتليها نسبة 13% من أفراد العينة أقرروا بأنهم لم تتوفر لهم معلومات كافية حول التعليم الجامعي ومنافذه وآفاقه المستقبلية وبالتالي تحديد الاختيار التخصص الملائم لقدراتهم في حين صرح 02 % من المبحوثين أنهم تعرفوا على فروع التعليم المهني ومدته التكوين ومؤسسات التكوين التي توفر التخصصات الجديد في التعليم المهني.

ولقد سجلنا نسبة 23 % من أفراد العينة أجابوا بلا و هذا راجع إلى عدم توفر خلية الإعلام والتوثيق في الثانوية أو أنها لم توفر الوثائق الإعلامية اللازمة للتلاميذ .
جدول رقم 07: يمثل تلقي التلاميذ إعلاما كافيا في الثانوية.

النسبة %	الاطراف المعنية بالإعلام						تلقي إعلاما كافيا
	غير مصرح	وسائل الاعلام	الاصدقاء	الاولياء	الاساتذة	مستشار التوجيه	البدائل
70%	1	2	5	14	22	26	نعم
30%	28	2	0	0	0	0	لا
100%	29	4	5	14	22	26	المجموع

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

يتضح من خلال الجدول 07 والذي يمثل تلقي التلاميذ للإعلام في الثانوية فتبين لنا أن النسبة الأعلى والتي قدرت 70% من مجموع المبحوثين صرحوا بنعم أي أنهم تلقوا إعلاما كافيا في الثانوية، والذين أجابوا بلا فكانت النسبة 30% أي أنهم لم يتلقوا إعلاما. وتدلنا نتائج هذا الجدول من خلال معطياته أن نسبة كبيرة من التلاميذ أن مستشار التوجيه يعد الطرف الاساسي في العملية الاعلامية و قدرت اجابتهم بـ 26% وتليها 22% من التلاميذ أقرروا بأن الاساتذة لهم دور في اوصول معلومات حول المحيط المدرسي، في حين أخذت نسبة 14% يمن أفراد العينة صرحوا بمساعدة أوليائهم بتزويدهم بمعلومات لها علاقة بدراستهم، أما باقي التلاميذ والذين قدرت نسبتهم بـ 5% أقرروا بأن مساعدة الاصدقاء في تبادل المعلومات الضرورية حول اختيار شعبة دراسية، اضافة الى 2% أجابوا بأن وسائل الاعلام تلعب دور في العملية الاعلامية ولكن بنسبة قليلة جدا .
 نستطيع أن نقول بأن مستشار التوجيه المدرسي يقوم بدوره وبشكل رسمي في تقديم المعلومات للتلاميذ ولكن الاعلام يتعداه في ذلك الى وسائط أخرى لها تأثير مباشر على اختيارات التلميذ الدراسية والمهنية وذلك ليتمكن من نسج شبكة الاتصال يمكن للتلميذ الرجوع اليها متى احتاج الى ذلك، حيث تتمثل هذه الوسائط في الاساتذة باعتبار وظيفتهم وعلاقاتهم التي تدوم فترات زمنية طويلة مع التلميذ، والاولياء والذين يمكنهم المساهمة في توجيههم إذا توفرت لديهم كل المعلومات المتعلقة بالمحيط المدرسي وما بعد المدرسي (عالم الشغل)، وجماعة الاصدقاء تعتبر مصدرا هاما يمنح التلميذ المعلومات الضرورية التي تساعده في تحديد مستقبله الدراسي والمهني أي التفاعل الذي يحدث بين التلميذ وأفراد محيطه المدرسي له أثر كبير على تكوين تصوره للمستقبل⁴⁴.

جدول رقم 08: يمثل تلقي التلاميذ إعلاما مستمر طيلة السنة الدراسية

اعلام مستمر	التكرار	النسبة %
نعم	55	55%
لا	45	45%
المجموع	100	100%

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

من خلال نتائج الجدول 08 الذي يمثل تلقي التلاميذ للإعلام فتبين أن نسبة 55% من مجموع أفراد العينة أجابوا أنهم تلقوا إعلاما مستمرا طيلة السنة الدراسية وهذا يدل على أن الإعلام الموجه للتلاميذ في مرحلة التعليم الثانوي يتم وفق تنظيم رزنامة من الحصص الاعلامية مبرمجة طيلة السنة الدراسية، حيث يتم تنظيم لقاء يجمع التلاميذ خلال الفصل الأول، ويتم توفير معلومات متعددة حول المجال الدراسي فيما يتعلق بالشعب الدراسية وموادها ومواقيتها ومعاملتها أما في الفصل الثاني والثالث فتبرمج حصص حول التكوينات المهنية أي المسار المهني ومتطلبات الالتحاق بالتحصينات الجامعية. أما نسبة 45% من مجموع أفراد العينة صرحوا بأنهم لم يتلقوا إعلاما طيلة السنة الدراسية وهذا راجع لعدم تنظيم لقاءات مع التلاميذ من

طرف مستشار التوجيه وعدم اهتمامه بانشغالاتهم وعدم تنظيم حملات اعلامية حول الدراسة والحرف والمنافذ المهنية المتوفرة في عالم الشغل.

جدول رقم 09: يمثل تنظيم زيارات ميدانية للتلاميذ.

النسبة	بدون إجابة	مؤسسات أخرى	مركز التكوين المهني	مركز التوجيه المدرسي	جامعات	تنظيم زيارات ميدانية
%18	00	08	01	03	06	نعم
%82	82	00	00	00	00	لا
%100	82	08	01	03	06	المجموع

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

فيما يخص تنظيم الزيارات الميدانية في الثانوية نلاحظ أن أكبر نسبة من مجتمع البحث والتي قدرت بـ 82% يمثلها الافراد الذين لم يقوموا بزيارات ميدانية، أما التلاميذ الذين قاموا بزيارة لمختلف المؤسسات فكانت النسبة ضئيلة جدا وقدرت بـ 18%، توزعت بين مستفيدين من الخرجات الميدانية إلى الجامعات بـ 6% ثم تليها نسبة التلاميذ المستفيدين من الخرجات الميدانية إلى المؤسسات الأخرى غير المؤسسات التربوية والتعليمية والتي بلغت 8% أما التلاميذ الذين سمحت لهم الفرصة بزيارة مركز التوجيه المدرسي والمهني بنسبة 3% وفي الأخير قدرت نسبة 1% للتلاميذ الذين زاروا مركز التكوين المهني. مما يبرز عدم اهتمام المؤسسات التربوية بتنظيم خرجات ميدانية للتلاميذ إلى مؤسسات التربية والتعليمية كالجامعات والمنافذ ومراكز ومعاهد التكوين المهني وكذلك المؤسسات الاقتصادية والصناعية. علما أن الزيارات الميدانية تمكن التلميذ من اكتشاف ولمس الواقع لاستكمال معارفه النظرية وتنمية التصورات المهنية لدى التلاميذ.

الجدول رقم 10: يمثل رأي التلاميذ حول عروض الاسبوع الوطني للإعلام

عروض أيام الاسبوع الوطني للإعلام	نعم	لا	المجموع
النسبة %	%42	%58	%100

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

توضح نتائج الجدول 10 أن نصف العينة يقرون عن عدم استفادتهم من عروض أيام الاسبوع الوطني للإعلام وذلك بنسبة 58% بالمقابل التلاميذ الذين استفادوا من تظاهر الاسبوع الوطني للإعلام وتقدر بنسبة 42% ونستخلص من معطيات الجدول أن عدم استفادتهم من هذه العروض راجع إلى نقص في تنظيم نشاطاته الاعلامية وعدم توفر الوسائل الضرورية والوثائق الاعلامية من معطيات وكتيبات ومعلقات التي تعرف بالمسالك الدراسية والمهنية وكذلك عدم استفادتهم من هذه التظاهرة راجع الى عدم حضور التلاميذ لأيام الاسبوع لان الثانوية لم تعلن عن تاريخ ومكان اقامة التظاهرة يبين عدم تحسيس وتحضير التلاميذ لأهمية هذا الاسبوع .

أما نسبة 42% من التلاميذ الذين أقرروا باستفادتهم من عروض الاسبوع الوطني راجع إلى تعرفهم على جميع المسألة الدراسية والمنافذ المهنية المختلفة والتعرف على المنافذ الجامعية وفاقها المستقبلية.

3. تحليل الجداول الخاصة بمحور المشروع الدراسي.

جدول رقم 11: يمثل رضى التلميذ عن الجذع المشترك الذي يدرس فيه

رضى التلميذ عن الجذع المشترك	نعم	لا	المجموع
النسبة %	%84	%16	%100

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

يمثل الجدول 11 رضا التلميذ عن الجذع المشترك الذي يدرس فيه حيث توضح لنا أن نسبة 84% من مجموع التلاميذ أجابوا بنعم أي بدو رضاهم عن وجودهم في التخصص وهذا راجع إلى تحقيق رغبتهم، في حين أن نسبة 16% من التلاميذ وجدوا أنفسهم يدرسون تخصص وهم راضين عن توجيههم نحو الشعبة الدراسية وبالتالي لم تلبى رغبتهم. وهذا يفسر لنا أن التلاميذ الذين تحصلوا على نتائج مقبولة في شهادة التعليم المتوسط ينتقلون ألياً بناء على معدلاتهم إلى السنة الأولى ثانوي وبالتالي نتائجهم تؤهلهم للانتحاق إلى التخصص المرغوب وهذا ما أقر به أغلب التلاميذ عن رضاهم للتخصص، أما التلاميذ الذين ينتقلون عن طريق الانفاذ وهم الذين تدرج معدلاتهم ضمن المقبولين بالضرورة في التعليم الثانوي فيتم توجيههم إلى شعبة دون مراعاة اختياراتهم وهذا ما أقره به التلاميذ الذين غير راضين عن دراستهم في شعبة معينة هذا من جهة ومن جهة أخرى في بعض الاحيان يتدخل الأولياء بالضغط على أبنائهم للتوجه إلى تخصص ما نظرا لأهميته السوسولوجية والبيداغوجية في نظرهم، فتجد التلاميذ غير قادرا على متابعة دراسته في شعبة ما وهذا يشعره بالملل والفشل وعدم تحقيق النجاح المدرسي.

جدول رقم 12: يمثل دور الحصص الإعلامية في مساعدة التلاميذ لعلى التعرف على شعب السنة الثانية ثانوي.

البدائل	نعم	لا	المجموع
النسبة %	82 %	18 %	100 %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

من خلال قراءتنا للجدول 12 الذي يمثل دور الحصص الإعلامية في تعريف التلاميذ بمختلف الشعب الدراسية للسنة الثانية ثانوي حيث توضح إجابات التلاميذ أن نسبة 82% أجابوا بنعم أي أن الحصص الإعلامية ساهمت في جعل التلاميذ يتعرفون على الفروع الدراسية للسنة الثانية ثانوي، حيث أن نسبة 18 % فقط من عينة التلاميذ أجابوا بلا . رغم هذا فإن نسبة كبيرة تدل على أن الحصص الإعلامية التي تقدم خلال الفصول السنة الدراسية تساعد التلاميذ على التعرف على مختلف الشعب الدراسية المتوفرة في السنة الثانية ثانوي، ومنه نستنتج أن هذه الحصص تجيب عن تساؤلات التلميذ التي يوجهه مستشار التوجيه عن فروع كل جذع مشترك وماهي تخصصات التي يدرسها و مدى سهولتها وصعوبتها لكي يحدد اختياره لتخصص دراسي معين يسمح له بتحقيق مشروعه المستقبلي.

جدول رقم 13: يمثل الحصص الإعلامية في توضيح المواد الدراسية لكل شعبة.

البدائل	نعم	لا	المجموع
النسبة %	85 %	15 %	100 %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

نلاحظ من خلال الجدول 13 الذي يمثل دور الحصص الإعلامية في تعريف التلاميذ بالمواد الدراسية المتعلقة بكل شعبة حيث اتضح لنا أغلب أفراد العينة أجابوا بنعم و متمثل نسبهم 85 % من مجموع أفراد العينة، ويرجع ذلك إلى دور الذي يلعبه مستشار التوجيه و الإرشاد المدرسي في تقديم الحصص الإعلامية للتلاميذ، حيث يتم من خلال التعرف على مختلف المواد التي تدرج كل تخصص دراسي، لأن التلاميذ يتساءلون عن محتويات المواد المندرجة تحت كل تخصص الدراسي و بالتالي هذه الحصص تجيب عن تساؤلاتهم و تعرفهم بمختلف المواد الدراسية العلمية والأدبية من حيث صعوبتها وسهولتها وعدد ساعات الدراسة فيها أما بنسبة 15% من مجموع أفراد العينة أقرروا بلا التلاميذ الذين لم يحضرون أثناء قيام مستشار التوجيه بحصة إعلامية و هذا ما جعلهم لم يتعرفوا على مواد الدراسية لكل شعبة.

جدول رقم 14: يمثل تلقي التلاميذ معلومات حول معاملات المواد المميزة لكل شعب دراسية

المجموع	لا	نعم	البدائل
%100	%21	%79	النسبة %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

يتضح لنا من خلال الجدول 14 أن 79 % من عينة التلاميذ لديهم معلومات كافية حول المعاملات الأساسية لكل شعبة دراسية، في حين أن نسبة 21% من أفراد العينة أقرروا عن عدم تلقيهم المعلومات الخاصة بمعاملات المواد، ولكن رغم هذا تبقى نسبة الذين يستفيدون من خدمات الحصص الإعلامية من مجتمع البحث مرتفعة، وهذا يدل على أن التلاميذ توفرت لديهم المعلومات المتعلقة بمعاملات المواد التي تندرج تحت كل تخصص دراسي من حيث تم توضيح وتقديم معلومات صحيحة حول معاملات المواد العلمية ومعاملات المواد الأدبية حتى يستطيع التلميذ من اختيار نوع الشعبة التي تتوافق مع قدراته العقلية واستعداداته الدراسية.

جدول رقم 15: يوضح مساعدة الإعلام المدرسي التلاميذ على اختيار نوع الشعبة.

المجموع	لا	نعم	البدائل
% 100	% 26	% 74	النسبة %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

نلاحظ من خلال الجدول 15 الذي يمثل مساعدة الإعلام المدرسي التلاميذ على اختيار نوع الشعبة ثنائية ثانوي حيث نلاحظ أن نسبة 74 % من خلال مجموع المبحوثين صرحوا بنعم و هذه النسبة تدل على الإعلام المدرسي دور فعال و حقيقي في عملية الاختيار الدراسي للتلاميذ.

ومنه نستنتج أن الإعلام يساعد التلاميذ اختيار الشعبة الدراسية معينة و ذلك من خلال قدرات التلاميذ على استيعاب المواد العلمية و معدل المحصل عليه في هذه المواد و كذلك قدرة استيعابه لمواد الأدبية ، فمن خلال يتعرف التلاميذ على إمكانياته التي تؤهلهم للالتحاق بمختلف التخصصات الدراسية أما نسبة 26 % من عينة التلاميذ أجابوا بلا أي أن الإعلام لم يساعدهم على استغلال طاقاتهم في اختيار التخصصات الدراسية التي تناسبهم

جدول رقم 16 : يوضح مساعدة الحصص الاعلامية للتلاميذ للتعرف عن التخصصات الجامعية

المجموع	لا	نعم	التخصصات الجامعية
%100	%40	%60	النسبة %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

يوضح الجدول 16 لنا مساعدة الحصص الاعلامية للتلاميذ للتعرف عن التخصصات الجامعية حيث نلاحظ أغلب أفراد عينة لدراسة أجابوا بنعم فكانت النسبة مقدرة بـ 60% وأما لذين أجابوا بلا فكانت النسبة مقدرة بـ 40% فهذا يدل على أن النسبة الأعلى من التلاميذ صرحوا بأن الحصص الاعلامية تعمل على مساعدتهم في التعرف على مختلف التخصصات الجامعية التي تندرج تحت كل الشعبة دراسية، فهذا يدل على أن التلميذ في حاجة إلى تعرف عن كل شعبة دراسية وما تتطلبه من تخصص جامعي ، وبالتالي يعد اختيار إحدى ما يتعلق بها وبالتالي تساعد الحصص في التعرف على مختلف قدراتهم الذاتية وإمكانياتهم التي تؤهلهم للالتحاق بالتخصص الجامعي المناسب.

الجدول رقم 17: يوضح قدرة التلميذ على اتخاذ القرار لتحديد المشروع الدراسي

المجموع	لا	نعم	تحديد المشروع الدراسي
%100	%25	%75	النسبة %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتعلم، ماي 2018

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول 17 الدراسي، حيث لنا أغلب التلاميذ أجابوا بنعم أي لديهم المعلومات الكافية لاتخاذ القرار المناسب لتحديد مشروعهم الدراسي فكانت النسبة مقدرة بـ 75 % في حين نسبة الأفراد الذين أجابوا بلا أي عدم قدرتهم على تحديد المشروع الدراسي فالنسبة مقدرة بـ 25% ومنه نستنتج أن عملية اتخاذ القرار تتطلب توفير المعلومات الكافية حول أن توفر المعلومات الخاصة بالوسط المدرسي ساعدتهم على اتخاذ القرار المتعلق بمستقبلهم الدراسي وهذا يدل على وجود اهتمام وتطلع كبير والطموح للنجاح الدراسي. وبالتالي يصبح التلميذ الصانع الحقيقي لمستقبله الدراسي بواسطة مشروع يصوغه بنفسه.

4. تحليل الجداول الخاصة بالمشروع المهني.

جدول رقم 18: يمثل دور الحصص الإعلامية في تقديم معلومات حول المهن.

المجموع	لا	نعم	معلومات حول المهن
%100	%37	%63	النسبة %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتعلم، ماي 2018

يوضح لنا الجدول 18 أن الحصص الإعلامية لها دور في تقديم معلومات حول المهن المختلفة وذلك بنسبة 63% من مجموع التلاميذ أجابوا بنعم.

أما الذي لم تقدم لهم معلومات حول مهن فقدت النسبة بـ 37% ومن الواضح أن النسبة الأكبر أخذها البديل مما يدل على أن طبيعة المعلومات التي تقدمها الحصص الإعلامية توضح مختلف المنافذ المهنية للتلاميذ. وهذا ما أكده عبد الفتاح محمد دوريدا: "بأن المعلومات المهنية تعتبر الوسيلة الأساسية التي تساعد الفرد على لكشف عن الأعمال والمهن والصناعات التي تلائمهم وتساعد له لكي يتعرف على الفرص المفتوحة أمامه في هذه الاعمال والمهن والصناعات بما يعينه على اختيار العمل الذي يلائمه"⁴⁵ فحاجة التلميذ الثانوي للتعرف على مجالات المهن وشروط الالتحاق بها وما تتطلبه من تخصص دراسي والتعرف أيضا على أهمية المهنة وضرورتها للمجتمع،/ فمن خلال هذه المعلومات الصحيحة والكافية يتمكن التلميذ من الاختيار السليم والمناسب لبناء مشروعه المهني المستقبلي الذي يصبو إليه التلميذ.

جدول رقم 19: يمثل دور الحصص الإعلامية في توضيح المهن المناسبة لكل شعبة دراسية.

المجموع	لا	نعم	البيانات
%100	%46	%54	النسبة %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتعلم، ماي 2018

نلاحظ من خلال الجدول 19 الذي يمثل توضيح الحصص الإعلامية للتلاميذ المهن المناسبة لكل شعبة دراسية حيث نلاحظ 54 % من مجموع أفراد العينة أجابوا بنعم و هذا دليل على أن الحصص الإعلامية تعمل حقيقة على تعرف التلاميذ بفرض العمل التي توفرها تخصصات الدراسة و الدور الذي يلعبه كل تخصص دراسي للوصول إلى المهنة المناسبة في المستقبل.

ومنه نستنتج أن الإعلام المدرسي يوضح للتلاميذ المهني كل تخصص دراسي وذلك من خلال الحصص الإعلامية التي يقدمها مستشار التوجيه، حيث يبين للتلاميذ المهن الخاص بكل شعبة دراسية. في حين نلاحظ أن نسبة الأفراد الذين أجابوا بلا فكانت النسبة مقدرة 46 % أي أن الحصص الإعلامية لم توفر لهم معلومات كافية حول توضيح مهنة كل تخصص دراسي، فمن المفروض أن يكون التلميذ دراية عن حقائق عالم الشغل.

جدول رقم 20: يمثل توضيح خلية الإعلام والتوثيق مختلف المهن وما تتطلبه تخصصات جامعية

المجموع	لا	نعم	البدائل
%100	%43	%57	النسبة %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

يتضح من خلال الجدول 20 الذي يمثل توضيح الخلية الاعلام والتوثيق مختلف المهن وما تتطلبه من تخصصات جامعية. حيث نلاحظ أن نسبة 57% من مجموع المبحوثين صرحوا بنعم وهذا يدل على أن خلية الاعلام والتوثيق متواجدة على مستوى الثانوية وفي مناوول التلاميذ.

حيث أن هذه الخلية تعرض على التلاميذ مختلف الوثائق الاعلامية التي تحتوي على معلومات حول المنافذ المهنية وما تقتضيه من تخصصات جامعية، ومنه نستطيع أن نقول خلية الاعلام والتوثيق تمكن التلميذ على الربط بين المهنة المفضلة لديه والتخصصات الجامعية المؤدية إلى تحقيقها وهذا ما أقر به أغلب التلاميذ، في حين نجد 43% من أفراد العينة أجابوا بلا فهذا يدل على أن خلية الاعلام والتوثيق غير متوفرة على مستوى المؤسسة.

جدول رقم 21: يوضح اعتقاد التلميذ أن الشعبة التي يدرسها تحقق المهنة المستقبلية

المجموع	لا	نعم	البدائل
%100	%14	%86	النسبة %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

يتضح من خلال الجدول 21 الذي يمثل اعتقاد التلميذ للشعبة التي يدرسها تحقق له المهنة المستقبلية، حيث نلاحظ أن أغلب افراد عينة الدراسة أجابوا بنعم فكانت النسبة مقدرة بـ 86% وتليها نسبة الافراد الذين أجابوا بلا فكانت النسبة ضعيفة مقدرة بـ 14%.

ومن الواضح أن النسبة الأكبر أخذها البديل نعم مما يدل على رضاهم عن الشعبة التي يدرسونها والتي من خلالها تحقق لهم طموحاتهم المهنية المستقبلية وهذا يدل على أن عامل لتخصص الدراسي يساعد التلميذ على الالتحاق بمهنة في المستقبل. أما نسبة 14% من أفراد العينة الذين أجابوا بلا فمن الواضح ليس لهم اهتمام وتطلع كبير لمستقبلهم المتعلق بالدراسة.

جدول رقم 22: يمثل إعلان الملصقات الاعلامية عن التخصصات المهنية.

المجموع	لا	نعم	التخصصات المهنية وفرص التكوين المهني
%100	%28	%72	النسبة %

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

الجدول 22 يمثل أجوبة المبحوثين حول ما إذا كانت الملصقات الاعلامية تعلن عن التخصصات المهنية وفرص التكوين المهني، أغلب أفراد العينة أجابوا بنعم فكانت النسبة المقدرة بـ 72% وتليها نسبة الأفراد الذين أجابوا بلا فكانت النسبة 28%. من هذه النتائج نجد أن الملصقات الاعلامية تعلن عن فرص التكوين المهني والتخصصات المهنية. هذه الاعلانات

تعمل على تزويد التلاميذ بالمعلومات الخاصة عن مجالات التكوين والتشغيل وتعلن عن المؤسسات التكوينية المتواجدة على المستوى المحلي وتسمح بمعرفة التخصصات المهنية العديدة التي تسمح باكتساب تأهيل مهني للتلميذ وبالتالي تعطي الملصقات صورة واضحة عن عالم المهن والتمهين وهذا ما أقر به أغلب التلاميذ.

أما نسبة التلاميذ الذين لم يتعرفوا عن التخصصات المهنية راجع إلى عدم توفر الملصقات الإعلامية على مستوى الثانوية أو عدم إطلاع التلاميذ على المنشورات الخاصة بالمنافذ المهنية .

جدول رقم 23: يمثل توفر المعلومات الكافية لاختيار المهنة مستقبلا .

توفر المعلومات لاختيار المهنة	نعم	لا	المجموع
النسبة %	%87	%13	%100

المصدر: دراسة ميدانية حول الإعلام المدرسي وأثره في بناء المشروع الشخصي للتلميذ، ماي 2018

من خلال نتائج الجدول 23 الذي يمثل أجوبة المبحوثين حول ما إذا كانت المعلومات متوفرة لدى التلاميذ لاختيار مهنة المستقبل، نلاحظ الأغلبية أجابوا بنعم وتمثلت النسبة بـ87%، وهذا دليل على أن إذا توفرت المعلومات الكافية حول الوظائف والأعمال والمهن المختلفة وأيضا حول متطلبات مسارات التكوين المهني فمن خلال هذه المعلومات يستطيع التلميذ التعرف على إمكانياته واستعداداته وعلى ميوله وبالتالي تساعد التلميذ في عملية الاختيار فغالبا تقدم هذه المعلومات عن طريق الإعلانات أو النشرات، أو لقاءات خاصة مع أخصائين أو أهل التجربة في مجال التكوين والعمل، ليقدّموا أفكارا عن المهن وعن تجاربهم الشخصية أو عن طريق معلومات يقدمها مستشار التوجيه حول توضيح مهنة كل تخصص دراسي لكي يكون التلميذ على دراية بحقائق عالم الشغل ويستطيع على الاختيار المهني السليم. أما نسبة 13% من مجموع أفراد العينة أجابوا بلا وهذا يدل على أنهم لم تتوفر لديهم المعلومات الكافية حول اختيار المهنة مستقبلا.

نتائج الدراسة: يتبين لنا من خلال عرض وتفسير نتائج الدراسة الميدانية التي خصت تلاميذ السنة الأولى ثانوي للتعرف على العلاقة الموجودة بين الإعلام المدرسي والمشروع الشخصي المستقبلي للتلميذ.

توصلنا إلى النتائج التالية:

الإعلام المدرسي يقوم بعملية تزويد التلاميذ بالمعلومات حول التخصصات الدراسية وأنه يعمل على توضيح الآفاق المستقبلية للتخصصات الدراسية المناسبة لقدراتهم وإمكانياتهم.

للإعلام المدرسي دور فعال في مساعدة التلاميذ على اتخاذ القرارات المناسبة لتحديد مشاريعهم الدراسية.

وهذه النتائج تؤكد على تحقيق الفرضية الأولى والتي تنص على أن الإعلام المدرسي يساعد التلميذ على تحديد مشروعه الدراسي.

كما أن الإعلام المدرسي في التعليم الثانوي يلعب دورا واضحا في منح التلاميذ مختلف المعلومات الكافية عن المنافذ المهنية و التكوينية. وأنه يساعدهم في التعرف على المهن والوظائف الموجودة في سوق العمل.

كل هذه الأبعاد تفيد على اتخاذ القرار في اختيار تخصص معين وبالتالي تحقيق المشروع المهني المستقبلي.

هذه النتائج تؤكد على تحقيق الفرضية الثانية والتي تنص على أن الإعلام المدرسي يعمل على توضيح المشروع المهني المستقبلي لدى تلاميذ الأولى ثانوي.

وفي الأخير يمكننا أن نستخلص أن الإعلام المدرسي يعتبر من أهم الخدمات التي يقدمها التوجيه المدرسي لأنه يساعد التلميذ على بناء مشروعه الدراسي والمهني. وهذا ما يسفر على قبول الفرضية العامة أي أنه توجد علاقة بين الإعلام المدرسي والمشروع الشخصي للتلميذ.

IV - الخلاصة :

إن المنظومة التربوية الحديثة تسعى إلى تنمية العملية الإعلامية من أجل مواجهة الانفجار المعلوماتي والتطور الحاصل في الوسط المدرسي، إذ حاولت إدراج الإعلام المدرسي ضمن العملية التربوية وخاصة في المرحلة الثانوية، لما له من دور هام في حياة التلميذ ومستقبله الدراسي. فالإعلام المدرسي أصبح ضروريا لتلبية احتياجات الميدان التربوي، علما أن فعالية نشاطات الإعلام المدرسي تكون في تفعيل وسائله والقائمين عليه. ونظرا لأهميته فإنه يهدف إلى الاطلاع على المنطلقات والمنافذ المدرسية والمهنية. ومستلزمات كل شعبة في التعليم الثانوي وما يتبعها من منافذ جامعية، وبالتالي بواسطة يتم الارتقاء بالتلميذ إلى مستوى الاختيار واتخاذ القرارات المناسبة فيما يخص مستقبله الدراسي والمهني وحتى الاجتماعي. وفي الأخير يمكننا أن نقول بأن الإعلام المدرسي يعتبر عنصرا هاما في العملية التوجيهية حيث يساعد التلميذ على بناء مشروعه الدراسي والمهني وحتى مشروع حياته.

ولهذا لا بد أن تكون العملية الإعلامية عملية منظمة ومستمرة وشاملة، تعمل على تزويد التلاميذ بالمعلومات الكافية حول التخصصات الدراسية والمهنية ويتعرفون عن ذواتهم أكثر ويجعلهم يتحكمون في آليات تحديد مشاريعهم الدراسية الملائمة لقدراتهم وتحديد مشاريعهم المهنية المستقبلية بأنفسهم وعن دراية واقتناع محققين في ذلك النجاح. ومن هنا نقول أن للإعلام المدرسي دورا هاما في حياة التلميذ في تكوين مشروعه الشخصي الناجح وهذا ما سوف يحقق الرضا للتلميذ عن أنفسهم وينعكس بالإيجاب على مستقبلهم ومستقبل الأمة.

- الإحالات والمراجع :

- ¹ بشلاغم يحي (2000)، دور التوجيه المدرسي والمهني في تأهيل الفرد ومعالجة قضايا الشباب، دراسة حول المشروع المدرسي والمهني، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة وهران.
- ² مشري سلاف (2002)، علاقة اختبارات التلاميذ الدراسية بميولهم المهنية في ظل التوجيه المدرسي في الجزائر.
- ³ سهام بن أميدة (2003-2004)، علاقة الاختيارات المدرسية والمهنية بمشروع الحياة، دراسة ميدانية على طلاب الجامعة وطلاب التكوين المهني، رسالة ماجستير في علم النفس والعمل والتنظيم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر.
- ⁴ إسماعيل الأعرور (2004/2005)، واقع الإعلام التربوي في مؤسسات التعليم الثانوي بالجزائر من منظور مستشاري التوجيه المدرسي والمهني والتلاميذ، رسالة ماجستير في علم النفس المدرسي، جامعة ورقلة.
- ⁵ لطيفة زروالي (2010)، تصور الذات المستقبلية لدى المراهق المتمدرس، رسالة دكتوراه في علم النفس العيادي، جامعة وهران، كلية العلوم الاجتماعية.
- ⁶ زقاوة أحمد (2012)، تصورات الشباب لمشروع الحياة، دراسة ميدانية بالمركز الجامعي غليزان، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثامن.
- ⁷ براهيم بن عبد العزيز الدعليج (2010)، مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، ص57.
- ⁸ محمد شفيق، البحث العلمي (1998)، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، د ط، ص55.
- ⁹ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات (1999)، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ص143.
- ¹⁰ فهد خليل زايد (2008)، أساسيات منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، ص69.
- ¹¹ باسم علي حوامة، سليمان محمد قزاقزة (2006)، وسائل الإعلام والطفولة، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص13.
- ¹² سام عبد الرحمن المشاقبة (2011)، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، ص15.
- ¹³ غريب عبد السميع غريب (2006)، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، ص75.

- ¹⁴ أحمد خليل القرعان (2009)، التوجيه والإرشاد المهني، دار بنان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، ص 156 .
- ¹⁵ عبد الفتاح أبو معال (2006)، أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص27.
- ¹⁶ محمد أحمد مرسى (2002)، التربية وقضايا المجتمع المعاصر، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ص 196.
- ¹⁷ حسن عماد المكاوي (2009)، الإعلام ومعالجة المشكلات التربوية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، ص22.
- ¹⁸ عطا الله أحمد شاكر (2011) إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، ص20.
- ¹⁹ حسن شحاتة (1995)، النشاط المدرسي مفهومه وظائفه مجالاته وتطبيقاته، دار المصرية اللبنانية، ط1، ص65.
- ²⁰ أبو سمرة، محمد عبد (2009)، استراتيجيات الإعلام التربوي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، ص22.
- ²¹ محمد نصر مهنا (2009)، فن تنظيم الإعلام، مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة، الإسكندرية، مصر، ص261.
- ²² يوسف حنان (2006)، الإعلام المدرسي في المؤسسات التعليمية والتربوية، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، القاهرة، ص119.
- ²³ رفعت عارف الضبع (2007)، الإعلام التربوي تأصيله وتحصيله، دار الفكر، عمان، الأردن، ص14.
- ²⁴ مصطفى نصر دعمس (2009)، الإعلام المدرسي، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص17.
- ²⁵ مرسى محمد منير(1955)، الإدارة المدرسية الحديثة، عالم الكتب، مصر، القاهرة، ص195.
- ²⁶ تبييهة صالح السامرائي، (2007)، علم النفس التربوي، مفاهيم نظريات تطبيقات، دار المناهج للنشر، ط1، ص48.
- ²⁷ رفعت عارف الضبع، مرجع سبق ذكره، ص 17.
- ²⁸ الطاهر نور الدين (1997)، مشروع المؤسسة، د ط، الدار البيضاء، المغرب، دار الاعتصام، ص 34.
- ²⁹ أوزي أحمد (2006)، المعجم الموسوعي لعلوم التربية، ط1، منشورات علوم التربية، الدار البيضاء، المغرب: مطبعة النجاح الجديدة، ص235 .

³⁰ Parmatin D. (1995), Les Démarches de projets personnels : les psychopédagogies en question(s) ?.EAP. Issy-Les-Moulineaux, p155.

³¹ Etienne R., Baldy A., Baldy R., & Benedetto P. (1992), Le projet personnel de l'élève, 5e éd, Hachette, Paris, p55.

³² Rodriguez T.H., Bariaud F. 1987), les perspective temporelles à l'adolescence, P.U.F, Paris, :p 55

³³ Etienne et les autres, op.cit. p 54

³⁴ Charpentier et les autres (1993) De l'orientation au projet de l'élève, CNDP, Hachette Education, Paris, p 32

³⁵ آيت موجي محمد (1996)، المشروع والتربية، سلسلة علوم التربية، العدد11، الدار البيضاء، المغرب، مطبعة النجاح ، ص 11.

³⁶ منتدى الاستشارة والتوجيه بالثانوي والإعدادي والتأهيلي وما بعد البكالوريا (2011) المشروع المدرسي والمهني.

³⁷ Charpentier et les autres, op.cit, p:35.

³⁸ Charpentier et les autres, op.cit, p:36.

³⁹ Etienne et les autres, op.cit, p:55.

⁴⁰ Etienne et les autres, op.cit, p:54.

⁴¹ مروان عبد المجيد إبراهيم (2000)، أسس البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر، عمان، الأردن، ط1، ، ص70.

⁴² منسي محمود عبد الحليم وسهير كامل، (2000) أسس البحث العلمي في المجالات النفسية و الاجتماعية والتربوية، مركز الإسكندرية لكتاب، القاهرة، د ط، ، ص 68.

⁴³ أبو علام محمود رجاء (2006)، مناهج البحث في العلوم النفسية و التربوية، دار النشر للجامعات، مصر، ط 4، ص 153

⁴⁴ المديرية الفرعية للتوجيه والاتصال، مكتب الاتصال مع القطاعات الخارجية، الدليل المنهجي في الإعلام المدرسي، جانفي 2000، ص 13.

⁴⁵ محمد عبد الفتاح (1995)، أصول علم النفس المهني وتطبيقاته، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت ، ص 131.

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

فوزية بلعجال، عباسية معاشو ، (2022)، الاعلام المدرسي واثره في المشروع الشخصي للتلميذ، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 14(01)/2022، الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة (ص.ص 363- 384).