

## دور الاعلام في تشغيل الشباب

إعداد وتقديم :

حنان يوسف

أستاذ الإعلام - جامعة عين شمس

المدير التنفيذي للمنظمة العربية للتعاون الدولي



استهلال :

تشير ملامح التقرير العربي الثالث للتشغيل 2012 الذي أصدرته منظمة العربية إلي أن العالم العربي يشهد اليوم بكل أسف تدهور أوضاع التشغيل في غالبية البلدان العربية فقد تجاوز معدل البطالة العام فيها 16% في ظل تأخر تنفيذ ما أقر من عقد عربي للتشغيل وبرامج تنفيذية له نتيجة لأوضاع التشغيل المتردية فالثورات الشعبية غيرت نظم الحكم في بعض البلدان بتضحيات غالية قدمت وما تزال تقدم ومن بلغ بر الأمان منها ما يزال منهمكا في ترتيب البيت من الداخل ووقف تدهور الوضع الاقتصادي والاستجابة، قدر الإمكان، لمطالب اجتماعية متراكمة ومتزايدة وخشيتنا الكبيرة في هذه الأوضاع هي زيادة تفاقم الأوضاع الاجتماعية وهو أمر كفيل بالعودة إلى المربع الأول عندما كان المنطلق هو المزيد من فرص التشغيل والعدالة الاجتماعية.

وان ما يحدث من أحداث تاريخية جسيمة انعكاسها على أوضاع التشغيل خطير للغاية في الأمد المنظور فالتأثيرات الحادثة تمتد لجميع البلدان العربية دون استثناء. وتأتي أهمية فئات الشباب العربي باعتبارها عصب الأمة العربية ومفتاح التقدم، إلا أنها مع الأسف الفئة الأكثر تضررا بمشكلة البطالة في العالم العربي حيث تشير الإحصائيات إلي تزايد ملحوظ في ارتفاع نسبة البطالة بين الشباب بعد الإحداث السياسية الأخيرة وبصفة خاصة ما سمي ببطالة المتعلمين التي تشير الي ارتفاع نسبة البطالة بين صفوف المتعلمين وذوي المؤهلات العليا .

**ومن جانب آخر فإن لتوجيه المهني دورا رئيسيا في تحقيق أهداف التعلم مدى الحياة والاندماج الاجتماعي وتحسين جدوى ومرودية سوق تشغيل الشباب والعمل والتنمية الاقتصادية حيث :**

- يساعد على دعم التشغيلية وتحسين مردود منظومة التربية والتدريب
- يساعد على تحسين استغلال آليات التشغيل والإدماج المهني
- تحقيق أكبر قدر ممكن من التوازن بين احتياجات الأفراد واحتياجات سوق تشغيل الشباب والعمل.

وليس بخاف علي احد الآن الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الاعلام الآن في صناعة وأحداث التغييرات في العالم العربي وتداخله في تشكيل وجدان ومسارات حياتية للشباب العربي إما سلبا أو إيجابا .. الأمر الذي يطرح نفسه سعيًا للحصول علي إجابة : ما هو الدور الذي يمكن ان يلعبه الاعلام العربي في تشغيل الشباب وكيف يمكن ان يساعد كل من الاعلام العربي ومكاتب التوجيه والتأهيل

المهني كليهما الآخر في تقديم الإعلام الشامل والمحين باستمرار حول ما توفره منظومات التربية والتعليم التقني والتدريب المهني والتعليم العالي من فرص لمواصلة التعلم أو تغيير التوجه طبقا للطموحات الشخصية للأفراد ولميولهم.

وهو ما تسعى هذه الورقة طرحه حتى نخرج برؤية واضحة ومقترحات أكثر واقعية لتحديد معالم السير للتعامل مع القضايا المرتبطة بالتشغيل يضمن حياة كريمة للشباب ولأجيال المستقبل في ضوء المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية المتزايدة التي تشهدها الساحة الدولية الآن وتنعكس علي الخريطة العربية وعلي قضايا تشغيل الشباب والعمل بشكل عام والتشغيل والتنمية البشرية بشكل خاص .

### عناصر العملية الإعلامية لتشغيل الشباب العربي :



إشكالية التشغيل لدى الشباب، أي سياسته عمومية للإدماج الاقتصادي و... للشباب

- ما هي إشكالية التشغيل ؟ من هم المتدخلون ؟
- ما هي أنواع البرامج و الدعم الذي تقدمها الحكومات للشباب في مجال التشغيل ؟
- ما هي البرامج و المبادرات المحلية في مجال فتح فرص الشغل للشباب ؟

والتي نخلص منها إلى ما يلي :

- ان أزمة التشغيل، هي عالمية أكثر من منها محلية
- ضعف التشغيل و الضمانات في القطاع الخاص
- غياب إستراتيجية وطنية في مجال فتح فرص التشغيل لدى الشباب
- غياب البعد التشاركي للشباب في مجال مقاربة تشغيل الشباب
- نقص في مجال التوجيه و التكوين و التكوين المستمر
- غياب الوضوح و صعوبات في ولوج الوظيفة العمومية .
- توفر فرص الشغل، رهين بالقضاء على الفساد و الرشوة و المحسوبية .
- نقص في المعلومات و التواصل مع الشباب محليا ووطنيا في مجال فرص التشغيل المتوفرة.
- يجب التفكير في موقع الكتروني، محلي من اجل خلق تواصل أفضل مع الشباب .
- ضعف التنافسية في القطاع الاقتصادي، يؤثر على قلة فرص الشغل لدى الشباب .
- تشجيع القطاع الخاص وفق أسس قانونية و ثقافية بعيدة عن منطق الزبونية والمحسوبية
- تشجيع المبادرة الذاتية
- وضع مخطط استراتيجي في سياسات العمومية الموجهة للشباب
- تأهيل الموارد البشرية من اجل تطوير كفاءتها .
- تقريب الإدارة من الشباب

- تطبيق مدونة الشغل و خروجها لحيز التطبيق
- من اجل مرد ودية مميزة لابد من تشغيل الفئات ذات الكفاءة و تأهيل اللازمين لولوج سوق الشغل .
- توسيع و مشاركة الشباب في التنمية و مختلف المجالات .
- مساعدة الشباب على الاندماج في الحياة النشيطة و الجموعية و تقديم المساعدة للحد من الصعوبات التي يواجهونها .

### أهمية التوجيه المهني :

تبدو أهمية التوجيه المهني من العناية الفائقة التي توليها له الدول المتقدمة والأجهزة العالمية المتخصصة في مجال الاقتصاد وإعداد الموارد البشرية. ففي السنوات الأخيرة نلاحظ اهتماما متزايدا بهذا الموضوع الذي خصصت له دراسات من قبل هيكل كبرى ومنظمات مثل البنك العالمي ومركز CEDFOP والوكالة الأوروبية للتدريب المهني ETF ومجموعة البلدان المنتمة لمنظمة التنمية والتعاون الدولي التي تعرف بـ E.OCD. ويستخلص من جملة التقارير المنجزة عن طريق هذه المنظمات ما يلي :

- يلعب التوجيه المهني دورا رئيسيًا في تحقيق أهداف التعلّم مدى الحياة والاندماج الاجتماعي وتحسين جدوى ومرودية سوق تشغيل الشباب والعمل والتنمية الاقتصادية
- يساعد على دعم التشغيلية وتحسين مردود منظومة التربية والتدريب
- يساعد على تحسين استغلال آليات التشغيل والإدماج المهني
- تحقيق أكبر قدر ممكن من التوازن بين احتياجات الأفراد واحتياجات سوق تشغيل الشباب والعمل.

### دور الاعلام في إبراز تحديد التوجيه والإرشاد المهني

التوجيه المهني هو مجموعة الأنشطة التي تساهم في :

- تقديم الإعلام الشامل والمحين باستمرار حول ما توفره منظومات التربية والتعليم التقني والتدريب المهني والتعليم العالي من فرص لمواصلة التعلم أو تغيير التوجه طبقا للطموحات الشخصية للأفراد ولميولاتهم .
- مساعدة الأفراد، من جميع الأعمار وفي كل الفترات، على إحكام اختيار مسارهم في مجال التعليم، أو التدريب المهني أو اقتحام سوق تشغيل الشباب والعمل وعلى التصرف في مسارهم المهني.
- تقديم الإعلام الشامل والمحين للأفراد والمشغلين حول فرص تشغيل الشباب والعمل وآليات المساعدة على الاندماج .
- تقديم خدمات للأفراد والمجموعات في أشكال تتلاءم مع احتياجاتهم
- توفير كل المعلومات التي تمت الإشارة إليها وجعلها في المتناول بالطريقة الأقرب لمحتاجيها وفي الأوقات المناسبة .

ومما يزيد الأمر أهمية البطالة التي يواجهها شباب اليوم في عالم تشغيل الشباب والعمل والشغل وفي معظم البلدان العربية بل وبلدان العالم الثالث بأسرها، لذلك تأتي أهمية الإرشاد والتوجيه المهني لمساعدة الشباب لتفادي البطالة واختيار التخصص، والتأهيل في الأعمال والمهن المناسبة التي يمكن أن يتعلمها الشباب وتتناسب مع قدراته ومؤهلاته، وبذلك يساعد الإرشاد والتوجيه المهني على الموازنة بين استعداد الشباب وفرص سوق تشغيل الشباب والعمل المتاحة، وزيادة على ذلك فإن هناك شريحة من الشباب الواعد والمبادر والكفاء المبدع، وهؤلاء يمكن اكتشافهم واكتشاف أنفسهم من خلال عمليات الإرشاد والتوجيه المهني، ولعل هذه الحقيقة والأهمية هي التي دفعت كل سياسات التعليم والتدريب والتكوين أن تهتم بالإرشاد والتوجيه المهني، بل وتجعل منه ركناً أساسياً في برامج التعليم والتربية، وسياسات إعداد الموارد البشرية أو تكوين رأس المال العقلي، والهدف دائماً أن يكتشف الفرد ذاته واكتشاف ما يناسبه من أعمال وفرص عمل على ضوء التطورات والتغيرات السريعة في سوق تشغيل الشباب والعمل في الاقتصاديات التقنية المعاصرة والمتقدمة .

### دور الاعلام في القاء الضوء علي وظائف التوجيه المهني :

وعلى أية حال يحدد الباحثون والمختصون الأدوار والوظائف الآتية والتي يمكن أن يؤديها الإرشاد والتوجيه المهني للشباب أنفسهم ولحركة الاقتصاد بما في ذلك سوق تشغيل الشباب والعمل، وهي :

- 1- اكتشاف القدرات لاختبار المهنة .
- 2- الإتقان المهني .
- 3- تمكين الشباب من كسب الرزق .
- 4- إشباع حاجات الشباب كماً وكيفاً من خلال توفير قدرات معلوماتية لانتشار المهن وتوزيعها ومدى الحاجة إليها والعرض والطلب في سوق تشغيل الشباب والعمل، مما يحمي الشباب من البطالة بكل أنواعها، وما ينتج عنها من آثار نفسية واجتماعية سلبية .
- 5- المساعدة في أدراك إمكانيات البيئة وما يتوفر فيها من أعمال وفرص عمل ومواصفاتها المهنية ومتطلباتها المختلفة .
- 6- الكشف عن قدرات الشخص ومؤهلاته وفرص تشغيل الشباب والعمل المتوفرة .
- 7- توعية الشباب بالمهارات والمؤهلات المطلوبة لفرص تشغيل الشباب والعمل المتوفرة، ومن ثم توعية ومساعدة الشباب على إتقان هذه المهارات أو تطوير مهاراتهم لتتناسب هذه الفرص من خلال برامج تدريبية وتأهيلهم لها .
- 8- توعية الشباب بتطور الاقتصاد وسوق تشغيل الشباب والعمل والإمكانيات المتوفرة وما يتطلبه هذا التطور من قدرات ومهارات قد لا تتوفر في الشباب، ومن ثم إعداد الشباب وتأهيلهم وإعادة تأهيلهم لهذه المهارات الجديدة المطلوبة .
- 9- تحديد خريطة الواقع المهني لمختلف المهن بالمجتمع، وتمكين الشباب من الاستبدال والإحلال والتغير من مجال الى آخر حسب تطور سوق تشغيل الشباب والعمل ومتطلباته . ومن هنا يمكن وقاية الشباب من البطالة والإحباط والفشل، وبذلك يمكن تنمية قدرتهم على المرونة لتغيير مهنته التي أعد لها أو تدرب عليها حيث يطرأ ما يتطلب هذا الموقف التغيير مع النمو العلمي والتكنولوجي في المستقبل .

10- توفير المعلومات والبيانات اللازمة عن فرص تشغيل الشباب والعمل والاستخدام وخصائص سوق تشغيل الشباب والعمل، وعن المهارات والتخصصات التعليمية .

11- توعية الشباب بتنوع المهن وتطورها واختلاف متطلباتها ومزاياها وأخطارها وغير ذلك من المعلومات ذات العلاقة بهذا المجال والتي يكون من شأنها التأثير على المستهدفين في اختيار مهنة أو عمل أو تغييرها، أو السعي للتطور والنمو في المهنة المعنية .

12- التقليل من البطالة في بعدها الفعلي والمتصنع، وكذلك في تحقيق الاستيعاب الكامل للعناصر المدربة والمؤهلة، ورفع معدلات الأداء، ورفع الكفاءة الإنتاجية.

### دور الاعلام في شرح آليات التوجيه المهني :

تاريخيا مثل علم النفس المادة الأهم التي ارتكز عليها التوجيه المهني ومثلت الحوارات الفردية والاختبارات النفسية الأدوات الرئيسية للتوجيه المهني أما التوجيه المهني الحديث فإنه يعتمد، إلى جانب علم النفس (السيكولوجيات)، على مجموعة من المواد مثل علوم التربية وعلم الاجتماع واقتصاد تشغيل الشباب والعمل...

ولئن لا زالت المحاورات الفردية تمثل الأداة الأهم في التوجيه المهني فإن الممارسات الحديثة تعتمد على جملة من الوسائل مثل مجموعات النقاش، توفير المعلومة عن طريق المطبوعات والوسائل الرقمية، الدروس النظامية في إطار المناهج المعتمدة، التجارب تشغيل الشباب والعملية المنظمة (فترات تدريب أو تمارين في مؤسسات إنتاجية) كما يتم تقديم خدمات التوجيه المهني في أطر مختلفة كالمدراس ومراكز التدريب والمعاهد والكليات وفي المراكز العمومية لخدمات تشغيل الشباب والعمل (عن طريق مكاتب التشغيل) أو عن طريق مؤسسات خاصة تقدم خدمات الوساطة في التشغيل (انتقاء المرشحين لعروض عمل،...)

ولا بد من الإشارة إلى ضرورة التفريق بين التوجيه المهني وعمليات الانتقاء لوظيفة معينة فهناك أوجه تشابه في الوسائل المستعملة بين النشاطين لكنهما يختلفان من حيث الغايات والنتائج. ونبين فيما يلي أهم هذه الفوارق :

الانتقاء	التوجيه المهني	
في حالة امتحان، عليه إثبات قدراته وكفايته بالنظر إلى وظيفة أو مجال عمل معين	شريك في تشغيل الشباب والعملية وهو ليس في حالة امتحان بقدر ما هو في حالة استطلاع للتعرف على مؤهلاته	دور المنتفع بالخدمة
من وجهة نظر الفرد الحصول على الوظيفة المعروضة ومن وجهة نظر الجهة الموظفة الحصول على أفضل مترشح تتوفر فيه شروط تأدية تشغيل الشباب والعمل المطلوب	التعريف بما يتوفر من: - فرص عمل وآليات الإدماج - إمكانيات مواصلة التعليم أو التدريب - الفرص المتاحة لتغيير المسار المهني - تشخيص قدرات الفرد بالنظر إلى متطلبات بعض الوظائف،...	الغاية
النجاح أو الفشل في الحصول على الوظيفة	حصول الوعي والإدراك لدى المنتفع بمؤهلاته وبما يتناسب منها مع طموحاته والبدء في التخطيط لإعداد مشروع مهني	النتيجة

**دور الاعلام بالتعريف بملامح أخصائي التوجيه المهني :**

تبين البحوث الاختلاف الكبير في ملامح أخصائي التوجيه المهني وإن كان أغلبهم من حاملي شهادات تعليم عالي في علم النفس إلا أن المسارات الموصلة إلى هذه الوظيفة تختلف من بلد إلى آخر ومن مؤسسة إلى أخرى في نفس البلد.

الاختلاف الرئيسي يكمن في ملامح ومهام مرشدي التوجيه بالنظر إلى انتمائهم إلى سلك التوجيه المدرسي والجامعي أو سلك المرشدين في مؤسسات التشغيل. فالسلك الأول يضطلع بمهام إرشاد وتوجيه التلاميذ نحو شعب التعليم التي توفرها المنظومة التربوية في التعليم الثانوي والتعليم العالي وفي بعض الأحيان نحو شعب التدريب المهني. ويلاحظ عموماً نقص في إلمام مرشدي التوجيه في التربية بمنظومة التدريب المهني ويرجع سبب ذلك إلى الفجوة الموجودة في عديد البلدان بين التربية والتدريب المهني. ومن خاصيات هذا السلك حصر مجال تدخله في مرحلة ما قبل نهاية التعليم الثانوي.

السلك الثاني يضطلع بمهام أشمل وذات علاقة بسوق تشغيل الشباب والعمل، ويعتبر مجال تدخله في مرحلة ما بعد الدراسة. ووجود تجارب لمراكز للتوجيه المهني بالمركبات الجامعية فهي تهتم بالتوجيه في مراحل متقدمة من سن المنتفع بخدمة التوجيه وفي مرحلة ربما تكون متأخرة نسبياً حيث يكون الطالب قد التحق، إما اختياريًا أو قصرياً، بمسار تعليمي معين قد يُضيق من مجال الاختيار اللاحق.

**دور الاعلام في إبراز الهياكل المتدخلة في التوجيه المهني :**

تعتبر أجهزة الدولة أهم متدخل في التوجيه المهني سواء كان ذلك بالمؤسسات التربوية أو بمؤسسات التشغيل والتوظيف، لكن لمكونات المجتمع مسؤولية عن طريق المنظمات التي تعتنى بالشباب وبالتشغيل وبصفة عامة بتشغيل الشباب والعمل الاجتماعي كما أن القطاع الخاص يمكن أن يكون له دور في ذلك.

ويتمثل أهم دور للدولة في مجال التوجيه المهني في توفير الإطار التشريعي للتوجيه المهني وتطوير مواصفات الجودة وإنتاج المعلومات حول سوق تشغيل الشباب والعمل ومنظومة التربية والتدريب بما يتيح لكافة المتدخلين وللعموم، بالتشاور مع الأطراف الاجتماعيين من نقابات العمال وأرباب تشغيل الشباب والعمل، من الإلمام بكل ما يتعلق بهذا الموضوع وإعداد خطة إستراتيجية تهدف إلى تقديم خدمة متميزة للأفراد وللمجتمع ككل. كما أنها مطالبة، بالنظر إلى مسؤوليتها في مجال التربية والتدريب المهني والتعليم العالي، بتوفير مميزات النجاح من موارد بشرية مؤهلة وأطر استقبال وتوجيه وإرشاد طبقاً لمواصفات هندسية مناسبة من فضاءات استقبال مريحة تمكّن من القيام بتشغيل الشباب والعمليات الفردية والجماعية في ظروف حسنة وتتوفر بها الوسائل الحديثة، وحث المؤسسات المعنية بالتوجيه المهني على استعمال تقنيات الاتصال والإعلام وتشجيع المبادرات في هذا المجال.

**الموارد المالية :**

للتوجيه المهني كلفة وكل المجالات التي تتدخل فيها عديد الجهات فإن تقدير هذه الكلفة غير متوقّر لكن يمكن الجزم أن كلفة عدم توفر توجيه مهني أكبر بكثير، وللدلالة على ذلك يمكن الإشارة إلى ما نلاحظه من انعكاسات سلبية لعدم التوجيه أو للتوجيه غير المبكر مثل تعدد الرسوب في سنوات الدراسة، الالتحاق بمسار التدريب المهني في سن متقدمة نسبياً (بعد استيفاء حق الرسوب بالتعليم

الإعدادي والثانوي)، نسب الهدر في التعليم والتدريب المهني والتعليم العالي حيث ينقطع العديد من متابعي التدريب المهني خلال السنة الأولى من التحاقهم بالتدريب ويعزى ذلك في أغلب الأحيان إلى اكتشافهم أن المسلك الذي التحقوا به أو ألحقوا به لا يستجيب إلى طموحاتهم أو غير مطابق لمؤهلاتهم. وعلى البلدان التي ترغب في تحسين مردودية وجدوى منظومة إعداد الموارد البشرية أن تولي التوجيه المهني ما يستحقه من العناية وأن تمكنه من كل مسببات النجاح في إطار إستراتيجية ورؤية شاملة تأخذ بعين الاعتبار كافة الجوانب باعتباره من الآليات التي تساعد على تضيق الفجوة بين احتياجات سوق تشغيل الشباب والعمل ومخرجات التعليم والتدريب.

#### تناول وسائل الإعلام العربية لمفهوم تشغيل الشباب والعمل والتشغيل -الواقع والمأمول:

- ويأتى التساؤل حول دور الإعلام فى المساهمة فى الترويج لثقافة ناجزة لمفهوم تشغيل الشباب والعمل وتحديد الطرق والآليات التي تؤدي للحصول على فرصة عمل لا تعتمد على الوساطة والفهلوة وإنما بالاختبارات الحقيقية التي من شأنها حصول العامل أو المهني العربي على فرصة عمل ملائمة مما يفتح آفاقاً جديدة وفرض مزيد من الاهتمام المشترك بموضوع قيمة تشغيل الشباب والعمل واختبارات المهارات المعيارية للمهن وتحديد وسائل قياسها.
- فالملاحظ انه نادرا ما يلتزم الخطاب الاعلامي للقضايا العمالية فى التعرض لتعميق مفهوم تشغيل الشباب والعمل فى المهن والوظائف كشرط من شروط قياس مستوى الأداء والمعلومات الوظيفية والاتجاهات السليمة المتعلقة بالمهنة وهو ما يجسد امتدادا للتناول الاعلامي لقضايا تشغيل الشباب والعمل وصورة ومفهوم وقيمة تشغيل الشباب والعمل فى الخطاب الاعلامي العربي والذي يعكس لدى فئات الجمهور المختلفة وبصفة خاصة جمهور الشباب.
- فالخطاب الاعلامي وبصفة خاصة المواد الدرامية الأنية تعكس أن فرص تشغيل الشباب والعمل الجيدة تتاح فقط لمن لديه واسطة فى مجالات تشغيل الشباب والعمل وتعكس هذه النتيجة فقد الثقة بأهمية التفوق العلمي واكتساب مهارات شخصية مؤهلة لسوق تشغيل الشباب والعمل مما يؤدي إلى الاتكالية واللامبالاة وفقد الثقة بالذات وبالمجتمع ومن هنا يفقد جدوى الاهتمام بتعميق قيمة تشغيل الشباب والعمل مفهوم الاختبارات فى حد ذاته سواء قبل الترشح أو بعد حصوله على الوظيفة ويلاحظ أن الدراما فى معظم الأحيان تؤكد أن النماذج التي نجحت فى الوصول لهدفها من النماذج السلبية ذات الصفات السلوكية القائمة على الفهلوة – والرشوة والتلاعب بالآخرين.
- كما أن الحافز المادي يشكل العامل الأساسي فى اختيار المهن المختلفة حتى على حساب نوعية التعليم وقد يرجع ذلك بسبب نقص المعلومات عن هذه المهن والنظرة السلبية للمجتمع لبعض هذه المهن واعتبارها فى أسفل السلم المهني.
- ولا ينضح فى الخطاب الاعلامي بقوة مبدأ الثواب والعقاب وغياب المحاسبة للمقصر فى سوق تشغيل الشباب والعمل العربي مما يؤدي إلى انتشار نظرة سلبية انعكست على مستوى الأداء فى مجالات تشغيل الشباب والعمل حيث أصبح يتساوى الجميع فى الحصول على أجورهم مهما اختلف مستوى الجهد المبذول وتصبح الاختبارات أداء نمطيا يستخدم بدون الاهتمام بتقييم نتائجه أو الأخذ بها .
- كما أن التليفزيون ووسائل الإعلام الأخرى تعطي صورة سلبية للمهن اليدوية والحرفية ومما لا شك فيه أن وسائل الإعلام وخاصة التليفزيون تستطيع أن تشكل صور ذهنية وصور نمطية لبعض المهن لدى أفراد المجتمع الذين لم يتعاملوا تعامل مباشر مع هذه المهن فمن خلال التهويل والتجميل لبعض المهن أصبحت غاية للكثير من الشباب العربي ومن خلال تهوين بعض المهن أصبح هناك

عزوف عنها مما يهدد بانقراض بعض المهن خاصة اليدوية منها والتي يختص بها المجتمع العربي.

• وقد خلصت إحدى الدراسات الإعلامية إلى أن السمة الواضحة في تناول رجال المال والأعمال تكون في كثير من الأحيان مدخلا لممارسة أنشطة غير مشروعة تحت مظلة تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات وتكمن خطورة عرض هذه الصور المجملية في الدراما هو حدوث ما يسمى بالتقمص الوجداني Empathy وفيها يحاول النشء والشباب أن يتقمص من الفرد المحبب له بعض الصفات التي يتمنى أن تكون مكمله له ويحاول أن يتخذ من هذه الشخصية مثلاً يحتذى. ويتم ذلك بطريقة لا شعورية مما يؤدي إلى أن يأخذ الشخص عن هذا النموذج صفاته جميعها السيئ منها والحسن وبذلك تحدث عملية التعلم الاجتماعي .

• كما أن هناك مهن برفض الامتهان بها وتساوي في ذلك الذكور والإناث مثل المهن التالية (عمال نظافة - الصرف الصحي - ساعي - عاملة النظافة). فلا يزال المناخ الاجتماعي السائد في المجتمعات العربية يلعب دوراً كبيراً في التأثير على نظرة أفراد المجتمع نحو بعض المهن مما يعكس مؤشراً مؤداه أن في المستقبل القريب سوف تختفي بعض المهن تماماً أو يقوم بها السكان غير الأصليين.

• فعلى الرغم من أن العديد من الدول العربية تتسم بكونها مجتمعات زراعية إلا أن الشباب قد يرفضوا تشغيل الشباب والعمل بمهنة الفلاحة ولعل ذلك يرتبط بالصورة الذهنية التي شكلتها وسائل الإعلام لتلك المهنة حيث خلصت إحدى الدراسات الإعلامية التي حللت صورة الفلاح في الدراما التليفزيونية أن المعالجة الدرامية لصورة الفلاح تنحصر في عدة اتجاهات السخرية من الفلاح واستعلاء أهل المدينة عليه والتركيز على صور الشقاء والبؤس لدى الفلاح بغرض الحث على تغيير واقعه مما يكون صورة ذهنية لدى النشء والشباب عن هذه المهنة أدت إلى عزوف الأغلبية العظمى من الشباب عن الالتحاق بالتعليم الزراعي وكليات الزراعة .

• حيث يلعب المناخ الاجتماعي العام وثقافة المجتمع دوراً كبيراً في تكوين نظرة الفرد وقيمه عن تشغيل الشباب والعمل والمهن المختلفة تلك القيم التي تتكون من خلال كافة أساليب التنشئة الاجتماعية وأساليب التعلم الاجتماعي سواء من حيث المنظور الأسري أو المدرسي أو الإعلامي أو الديني أو الثقافي.

• وحيث أن النظريات الاقتصادية تعتبر تشغيل الشباب والعمل "قيمة في حد ذاته" بل ومن أهم القيم وعليه تتأسس وتنظم وتستمر الحياة الإنسانية وبالتالي يمكن أن ندرك إلى أي حد يمكن أن يؤدي إلغاء أو تجميد "قيمة الأعمال اليدوية أو الحرفية" إلى تفويض أسس وجود واستمرار المجتمعات العربية على المدى البعيد وبالتالي لا بد من إعادة النظر في النظرة الدونية للحرف التي تقدمها الدراما على أنها ساذجة وجاهلة رغم أن هذه الفئات قد تكون على درجة عالية من الوعي وقد رأينا رئيس بولندا الأسبق (فاونسا) عندما ترك الرئاسة عاد إلى عملة القديم ككهربائي.

• و يلعب عامل النوع والمناخ الاجتماعي العام وثقافة المجتمع دوراً كبيراً في تكوين نظرة الفرد وقيمة عن تشغيل الشباب والعمل والمهن المختلفة تلك القيم التي تتكون من خلال كافة أساليب التنشئة الاجتماعية وأساليب التعلم الاجتماعي سواء من حيث المنظور الأسري أو المدرسي أو الإعلامي أو الديني أو الثقافي .

• ويمكن هنا الاستشهاد بنوعية خاصة من اختبارات المهن التي تتقدم لها المرأة مثل مهنة مذيعة التليفزيون والعاملات في المهن الفنية والإعلانات على سبيل المثال فحتى لو اجتازت اختبار المعلومات العامة والثقافة فان شرط أن تكون حسنة المظهر شرط أول وفي هذه الحالة فان المشكلة تكمن في تقليل قدر قيمة الاختبار من جهة ودفع المرأة للاعتماد على مظهرها الخارجي الانثوي

كوسيلة للعمل فعلى سبيل المثال فى الإعلان عن مهنة السكرتيرة يحدد فى استقصاء اختبار شرط حسنة المظهر .

إبراز الاعلام العربي لصفات وقيم تشغيل الشباب والعمل التي تؤدي إلى الترقى الوظيفي في المجتمع العربي :

• الصفات	• نوعها
• 1- الفهولة والانتهازية	• سلبية
• 2- المحسوبة والوساطة	• سلبية
• 3- النفاق.	• سلبية
• 4- اللامبالاة والسلبية	• سلبية
• 5- المنافسة	• ايجابية
• 6 الالتزام بتشغيل الشباب والعمل وبشرف المهنة	• ايجابية
• 7- الإبداع - الإتقان - الحرص	• ايجابية

• يلاحظ المراقب ان هناك ترتيب متصاعد الآن في وسائل الاعلام وبصفة خاصة الدراما السينمائية والتلفزيونية وقالب الاعلانات إلى تكريس الصفات السلبية لقيمة تشغيل الشباب والعمل في عدد من وسائل الاعلام حيث يبدو ظهورا لفئات مثل الفهولة والانتهازية بالإضافة إلى المحسوبة والوساطة والنفاق وللامبالاة والسلبية .

• ونسب ظهور اقل للصفات الايجابية لقيمة تشغيل الشباب والعمل مثل المنافسة والالتزام بتشغيل الشباب والعمل وبشرف المهنة بالإضافة إلى صفات الإبداع والإتقان والحرص.

#### تغطيات الاعلام العربي لصورة المهن وعلاقتها بتعطيل تشغيل الشباب :

تفاوتت تغطية وسائل الاعلام العربية سلبا وإيجابا مع عدد من المهن المختلفة مثل منه : رجل الأعمال- الممرض(ة) - العامل- الطبيب- الحرفي واليدوي- المحامي- عامل نظافة- مهندس- أعمال صحية - مدرس- موظف حكومي - سكرتير(ة)- الصحفي أو الاعلامي- السائق- لاعب الكرة- صيدلي-ترزي...إلى أخره

وينضح من التحليل الأولي لبعض رسائل وسائل الاعلام علي اختلاف أنواعها وجود مشكلة في صور نمطية سلبية عن بعض قيم تشغيل الشباب والعمل والمهن

نحو استراتيجية لتعزيز دور الاعلام فى تعميق قيمة تشغيل الشباب والعمل فى الدول العربية :

#### المنطلقات البنيوية :

ضرورة إبراز الاعلام العربي لأهداف مشاركة تشغيل الشباب والعمل :

ويضمن الهدف الاشمال للمشاركة ضرورة تحقيق ثلاثة أهداف عامة هي:

أولاً: الهدف الإنساني والاجتماعي الذي يتضمن تحقيق المساواة وتكافؤ الفرص بين الجنسين، والارتقاء بمستوى الأسرة، مع العلم أن تكافؤ الفرص لا يعني بالضرورة تشابهها.

ثانياً: الهدف الاقتصادي الذي يتضمن الاستثمار لأمثل للموارد البشرية لتحقيق النمو الاقتصادي المرغوب والإنتاجية العالية والعائد المناسب على الفرد والمؤسسة والمجتمع.

ثالثاً: الهدف الثقافي الذي يتضمن ترسيخ ثقافة ايجابية لمكانة تشغيل الشباب والعمل ودورها في المجتمع وتعظيم قيمة تشغيل الشباب والعمل بأنواعه ومستوياته المختلفة للمرأة والرجل على السواء.

### خلق بيئة اعلامية مساندة لمكاتب التاهيل والتوجيه المهني :

ضرورة إعادة النظر في بعض المقررات الدراسية خاصة في مراحل التعليم الأساسي التي تبث القيم بشكل ضمني في نفوس النشء والأطفال مما يضمن وضع قيمة تشغيل الشباب والعمل في أجنده اهتمامات النشء وتصحيح بعض المفاهيم الخاطئة ولن يتسنى ذلك دون تنسيق وتكامل بين منظمات المجتمع المدني المعنية بتشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات ووزارات التعليم في المنطقة العربية.

● إعادة النظر في برامج التأهيل والتعليم العالي بما يتناسب مع سوق تشغيل الشباب والعمل من خلال الاهتمام بالتعليم التطبيقي وليس النظري فقط ومشاركة أطراف الإنتاج المستفيدة في تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات التعليمية من خلال تمويل أنواع معنية من التعليم العالي وفقاً لاحتياجاتها الوظيفية وبما يوفر خريج مؤهل ومدرب وجاهز للعمل الفوري وفقاً للمواصفات التي تحددها جهات الإنتاج المختلفة كل حسب تخصصه.

● تطوير التشريعات والقوانين المنظمة للعمل من حيث أساليب التوظيف وأساليب الترقى وقواعد منظمة للثواب والعقاب المهني .

● إنهاء أسلوب "التوظيف الأمان" وإرساء مبدأ التعيين والترقى والاستمرار في تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات على أساس الجدارة والإنتاجية وفقاً لنظم تقييم موضوعية معلنة مما يسمح بالتوظيف الأمثل للقوى البشرية والخريجين مع وضع العامل المناسب في المكان المناسب.

● لابد من وجود تراخيص لمزاولة المهن الخاصة والحرفية تقوم على أساس التأهيل والتدريب قبل ممارسة المهنة مع وضع مواصفات جودة للحرف المختلفة يمنح على أساسها المتميزون شهادات الجودة المهنية وتدعو عدد من الاتحادات النوعية مثل اتحاد المحامين العرب الممثل لنقابات المحامين في الدول العربية إلى ضرورة اجتياز المهني إلى اختبار لتسجيله في النقابات أو الاتحاديات خشية الآثار السلبية التي تعود على المهنة من حصول غير المؤهل على ترخيص مزاوله المهنة .

● تشجيع المشروعات الصغيرة والمهن اليدوية والحرفية وإبرازها دائماً على أنها البديل للبطالة وذلك من خلال وسائل الإعلام وعقد الندوات والمؤتمرات والجمعيات الأهلية .

● التوسع في مجال التدريب المهني للعاملين والعاملات وتدريب مفتشي الصحة والسلامة المهنية ومجال الثقافة العمالية للعمل على دعم وتعزيز ثقافة وقيمة تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات .

- إعطاء الأولوية في هذه السياسة إلى إيجاد التشغيل المنتج القادر على المنافسة. كما تتدخل الدولة لإيجاد مناخ عام شفاف وموات للاستثمار سواء كان استثماراً محلياً أو أجنبياً.
- تعزيز إنتاجية القوي العاملة من العناصر الرئيسية لاستراتيجية التشغيل.
- ويأتي هنا أهمية التوسع في إعداد برامج التدريب التحويلي، وإعادة تأهيل تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات العربي لمواجهة التحديات الدولية والإقليمية المتمثلة في ظهور متغيرات جديدة على الساحة الاقتصادية، مثل العولمة حيث أن التوسع في صياغة برامج تدريبية متطورة تتماشى مع التطورات الهائلة التي طرأت على مفاهيم وأساليب التشغيل، هو أحد أسلحة العرب لمواجهة المخاطر التي تهدد مستقبل العمالة العربية والتي يتوقف عليها تطوير المنتجات العربية بالشكل الذي يضمن لها قدرة كبيرة على المنافسة الجادة داخل السوق العالمي. فإن تدريب العمالة العربية على التعامل مع أجهزة الحاسوب والتطورات المتلاحقة التي تطرأ عليها أصبح أمراً ملحاً للغاية، ولاسيما أن الحواسيب الآلية أصبحت الآن الأعمدة الأساسية التي يتم الاعتماد عليها في كافة نواحي الحياة، سواء على المستويات الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية والتعليمية. مع أهمية تطوير برامج التدريب التحويلي التي يتم إجراؤها للعمالة الزائدة في الشركات الحكومية التي يتم تخصيصها، بهدف تحويل هذه العمالة من المهن التي لا يوجد عليها طلب داخل سوق تشغيل الشباب والعمل إلى المهن التي يشهد الطلب عليها ويوجد عجز كبير بين العاملين بها والممارسين لها ومما يشجع مزاحمة العمالة الآسيوية للعمالة العربية داخل سوق تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات العربية وتفوقها عليها إلى إجادتها لأكثر من لغة أجنبية، ومقدرة نسبة كبيرة منها على التعامل مع أجهزة الحاسوب، بالإضافة إلى رخص الأجور التي تتقاضاها مقارنة بالأجور التي تحصل عليها العمالة العربية سواء الوطنية أو الوافدة من دولة عربية أخرى، ومقدرة العمالة الآسيوية على القيام بأكثر من عمل داخل المؤسسة نفسها، وهو الأمر الذي ترفضه الغالبية العظمى من العمالة العربية.

### القواعد الإجرائية المنظمة لاستراتيجية إعلامية عربية لتشغيل الشباب :

1. حيث تعد وسائل الإعلام الجماهيري عنصراً فعالاً في أي مجتمع ... وتؤثر وسائل الإعلام وتتأثر بكل الظروف المحيطة في المجتمع الذي تعمل فيه سواء كانت تلك الظروف اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية وتؤثر وسائل الإعلام في المجتمع بقدر ما تأخذ من هذا المجتمع وبالتالي لا نستطيع أن نتوقع من وسائل الإعلام في مجتمع تقليدي أن تقوم بتطوير هذا المجتمع إلا بالقدر الذي تسمح به درجة تطورها ذاتها. وذلك يختلف من مجتمع إلى آخر وفقاً لتطور هذا المجتمع فلاشك أن الوظائف التي تؤديها وسائل الاتصال كلها واحدة في أي مجتمع ولكن يختلف كيفية الأداء والمضمون ومستوى الأداء وفقاً لإمكانيات تلك الوسائل ووفقاً لمستوى وطبيعة جمهورها والأفكار والعادات الجديدة والمتطورة التي تناسب واقع العصر وتخدم متطلباته.
2. تستطيع وسائل الإعلام أن تساهم بدور معاون اجرائى فى مساعدة أفراد المجتمع على قبول الاختبارات والاستعداد لها و إعادة بنائهم وتكوينهم وصولاً بهم إلى مستوى عصر ثورة المعلومات، ليكونوا دائماً على ارتباط وثيق بخطوات تقدم عصرهم السريع وليكونوا على قدر من الصلاحية الكاملة للانتماء لهذا العصر والتصدي لمتطلباته حيث بعد الاختبار التقني بمدى الإلمام بالتقانة الآلية واحدة من أكثر الاختبارات الفنية التي بتكرار استخدامها بين فئات وتوصيفات المهن العمالية المختلفة .

3. كما تساعد وسائل الإعلام في مراحل اختبارات تشغيل الشباب والعمل المختلفة من خلال تغطية كل مجالات الإنتاج بمختلف صورها لتنمية وعي العاملين في كل مجال بما يعنيه مجال إنتاجهم وكيفية الاستعداد المناسب لها والقدرة على اجتيازها حيث تستطيع وسائل الإعلام العربية أن تقوم بمعاونة و تزويد العاملين في كافة مجالات الإنتاج وتشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات بالمهارات المهنية والأدائية لعملهم وإنتاجهم وفي هذا الصدد لابد من الاستفادة بكل ما توصل إليه العالم المتقدم من تطورات في مجال الإنتاج.
4. وخاصة في الوظائف التي تتطلب استعدادا خاصا مثل بعض المهن الفنية والكتابية أو المهن التنظيمية والتقنية وتحتاج إلى اختبارات نفسية وتقنية معينة .
5. كما يستطيع الإعلام أن يساعد المجتمع في مجال تشغيل الشباب والعمل من خلال نشر الوعي والمعرفة من خلال العولمة مما يؤدي إلى تبادل الخبرات سواء في محيط المجتمع أو من مجتمع إلى آخر أو على المستوى الدولي لنقل التجارب المفيدة في مجالات تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات المختلفة والتي تقوم بها مجتمعات أخرى وتصل من خلالها إلى نتائج نافعة والاستفادة من هذه التجارب ومردودها في ضوء ظروف المجتمع العربي.
6. تستطيع وسائل الإعلام العربية أن تعمق الإقناع بضرورة التعبير وقبول حدوثه وأن تساعد أفراد المجتمع خاصة من الشباب على اتخاذ القرارات السليمة والمناسبة التي تتطلبها عمليات إدخال عناصر أو وسائل أو أساليب جديدة في تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات .. أو تتطلب تضحيات معينة ينبغي أن يتحملوها وهي تعمل ذلك مما توفره من قنوات اتصال بين الأفراد والجماعات ويبين متخذي القرار.
7. مراعاة الارتباط بين السياسات الإعلامية وسياسات تشغيل الشباب والعمل في المجتمع العربي وذلك بهدف تحقيق التكامل بينها جميعاً فضلاً عن توافق البرامج الإعلامية وتكاملها في معالجة مشكلات تشغيل الشباب والعمل وتدني قيمته في المجتمع العربي.
8. إجراء الدراسات والبحوث الإعلامية الاجتماعية التي تستهدف الكشف عن طبيعة وجوهر المشكلات الاجتماعية المرتبطة بقيم تشغيل الشباب والعمل والتي يجب أن تتصدى لها أجهزة الإعلام وترتيب تلك المشكلات من حيث أهميتها ووجوب القضاء عليها
9. الأخذ بكل التطورات التكنولوجية في صناعة الإعلام وفي بث الرسائل الإعلامية من خلال وسائل الإعلام التقليدية الحديثة كالإنترنت والتلفزيون الكابلي والأقمار الصناعية للوصول إلى الجمهور المستهدف في أي مكان سواء داخل البلد الواحد أو لتجاوز الحدود الجغرافية إلى البلاد الأخرى وهذه المتطلبات تعتبر حجر الزاوية في تنفيذ البرامج الإعلامية الموجهة لإعلاء قيم تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات ونشرها بين فئات الجماهير المختلفة.
10. ضرورة الاهتمام باستخدام أسلوب حملات التوعية أو الحملات الإقناعية الإعلامية دون الارتكاز على برامج إعلامية مفككة غير مترابطة ذلك لأن الحملة الإعلامية تتضمن مزيج متكامل للسياسات الإعلامية التي يجب إتباعها في مواجهة مشكلة عادة ما تكون على المستوى الوطني. ولاشك أن طبيعة مشكلات الاستجابة للعمل من المشكلات المزمنة التي يعاني منها المجتمع العربي يقتضي إتباع أسلوب الحملات نظراً لأنها ذات طبيعة خاصة وقد أثبتت تجارب العديد من الدول المتقدمة نجاح استخدام أسلوب الحملات في مواجهة المشكلات المجتمعية .

11. وذلك من خلال رسم استراتيجيات إعلامية طويلة الأجل لدي مكاتب التاهيل والتوجيه المهني تهدف إلى ترسيخ قيمة تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاستجابة للاختبارات لدى فئات التوصيف والترشح المهني في تنوعاته المختلفة، ويلاحظ غياب استراتيجيات إعلامية في هذا الإطار تقوم على التكامل والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية العربية ومؤسسات المجتمع المدني المعنية بتشغيل الشباب والعمل لوضع الخطط الإعلامية الهادفة إلى تأصيل القيم الإيجابية للعمل وتعديل الاتجاهات الخاطئة نحوه.

12. الاستفادة من القالب الاعلامي الدرامي في غرس مفاهيم وقيم تشغيل الشباب والعمل وأسلوب تناول للمهن اليدوية والحرفية مع تعزيز الأداء التعليمي في كيفية اجتياز بعض الاختبارات في أنماط من المهن والتصنيفات التي تتطلب نوعية خاصة من المهارات مثل اختبارات السلامة للسائقين واختبارات نوعية وفنية وتقنية متخصصة ويبرز هنا دور وسائل الإعلام التربوية والقنوات التعليمية نحو تعزيز هذا التوجه في تفاعل الإعلام مع قبول منطوق الاختبارات والاستعداد له .

13. بث فكرة قيم تشغيل الشباب والعمل بين فئات وشرائح المجتمع العربي المختلفة .

14. الاستفادة من جميع الأشكال والقوالب الصحفية والإذاعية بشقيها المسموع والمرئي والوسائل الالكترونية في معالجة قضايا تشغيل الشباب والعمل وإرساء قيم تشغيل الشباب والعمل الإيجابية وتعويد المواطن العربي على قبول المفهوم والتعامل معه والاستعداد له وعدم الاكتفاء بقالب مهني أو اعلامي محدد .

15. استخدام القوائم بالاتصال لأشخاص ذوي المكانة الاجتماعية من رجال الدين والخبراء والمتخصصين والمشاهير في وسائل الإعلام المختلفة لتدعيم قيمة تشغيل الشباب والعمل وإقناع العامل العربي لمنطق الاختبارات والاستعداد له كوسيلة هامة في ارتقاء بالأداء العمالي .

16. دعوة الدول العربية لاستخدام وسائل الإعلام المرئية والمكتوبة وإقامة الندوات لنشر الوعي المجتمعي والقانوني بين أفراد المجتمع للتعريف بالحقوق والواجبات الخاصة بالعمال مع إيضاح العقوبات الرادعة لأي انتهاكات أو تستر أو تمييز أو إهمال وتوضيح الفوائد التي تعود على العامل العربي من التمسك بمفهوم قيمة تشغيل الشباب والعمل .

17. **تركيز الخطاب الاعلامي في تناوله على نشر ثقافة تشغيل الشباب والعمل اللائق ومبادئ التعلم مدى الحياة : من خلال السعي لتقديم يرامح ومضامين إعلامية تعزز وتنشر قيمة تشغيل الشباب والعمل اللائق ففي ظل تفشي العطالة يتوارى هدف «تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات اللائق» وتبقى الأولوية من الناحية تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات بالنسبة للفرد هي أن يجد عملاً يقات منه لكي يتمكن من الحياة والعيش، لذا تظهر بعض الظواهر في المجتمعات نتيجة سعي «العطالة» لإيجاد إي عمل يسد جزءاً من حاجتهم وعوزهم، من تلك الظواهر امتهان المهن الهامشية، تشغيل الشباب والعمل في أعمال بعيدة غير المؤهل، مثال « الخريج والتاكسي» وتشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات غير النظامي أو غير الرسمي مع البعد عن تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات في مجال الإنتاج لعدم الاقتناع بمرود وقد قادت تلك الحقائق لطرح سؤال في المحافل الدولية يقول هل نقدم تشغيل الشباب والعمل اللائق على تشغيل الشباب والعمل ؟**

18. وفي ذات السياق يرتبط أمر تشغيل الشباب والعمل اللائق بشعار ظل يكرر بصورة مستمرة وهو شعار «الشخص المناسب في المكان المناسب» ويقودنا ذلك إلى أمر التأهيل والتنافس الشريف وإلغاء عملية الولاء السياسي التي تعمل على حساب المؤهل بصورة سلبية، مما يؤدي إلى وضع الأمر في نصابه مع الاعتراف الرسمي بمشكلة البطالة وتحديد حجمها ووضع الحلول اللازمة لها.

19. ومن هنا تأتي أهمية تطوير السياسات والبرامج والتشريعات الوطنية للنهوض بتشغيل الشباب والعمل في الدول العربية وتنمية التشغيل لصالح طالبي الشغل نساء أو رجالا وبصفة خاصة الشباب. كما تهدف أيضا إلى مزيد تكريس الحقوق الأساسية في تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات مع تعزيز دور إدارات تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات والشركاء الاجتماعيين والمجتمع المدني في النهوض بتشغيل الشباب والعمل اللائق ومفهوم الاختبارات وتنمية الحوار الاجتماعي لهذا العرض وذلك في انتظار الخروج بتوجهات وتوصيات عملية تساهم في تحقيق الأهداف المرجوة ومزيد النهوض بتشغيل الشباب والعمل اللائق في الدول العربية.

20. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى توضيح أن معظم الدول العربية في ظل المتغيرات الدولية وبرامج الإصلاح الهيكلية والخصخصة أن تقيم التوازن بين توفير فرص تشغيل الشباب والعمل اللائق والحفاظ على الحقوق والمكتسبات المحققة للعمال وأن عملية الموازنة بين تحقيق تشغيل الشباب والعمل اللائق المنتج والحفاظ على الحقوق والمكتسبات تعتبر من الأمور الصعبة وتتطلب كثيرا من الجهود سواء كان ذلك في ما يخص الحكومات أو مختلف الأطراف المتدخلة لتحقيق هذه المعادلة الصعبة.

21. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى لتوضيح ما تشهده قضية التشغيل من صعوبة نتيجة عوامل عديدة ، فتنفيذ برامج إعادة الهيكلة والإصلاح الاقتصادي في العديد من البلدان النامية أدى بشكل مباشر إلى تقليص التوظيف بالقطاع العام والحكومي، إضافة إلى تراجع فرص تشغيل الشباب والعمل في البلدان النفطية والهجرة العائدة وزيادة حجم الداخلين الجدد لسوق تشغيل الشباب والعمل نتيجة ارتفاع معدلات النمو السكاني . الأمر الذي يتطلب اتخاذ الإجراءات المناسبة ووضع البرامج والسياسات التي من شأنها أن تساعد في رفع الكفاءة وحسن استخدام الموارد البشرية التي تنطلق منها استراتيجيات التنمية والتقدم وبصفة خاصة في البلدان النامية التي تتمتع بثروة بشرية هائلة ومعظمها من الشباب . ويمكن استغلال هذه الطاقة الإنتاجية بحيث تتحول من عبء ضاغط على الموارد إلى طاقة قادرة على تقديم الإضافة للمسيرة التنموية ، يرفع مستوى الإنتاجية وإتقان تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات وتحسين الجودة في آن واحد . وفي ضوء المتغيرات الدولية والتطورات التكنولوجية والتدفق الهائل للمعلومات وما يتبعها من المتغيرات في نمط ووسائل وفنون الإنتاج مع تغير سريع في المهن وظهور مهن جديدة تتطلب نوعية معينة من القوى العاملة ومهارات ومعارف متعددة، فقد يستشعر الجميع زيادة الطلب على التدريب وإعادة التدريب وضرورة تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات على معالجة سلبيات سياسات التعليم والتدريب والتشغيل ومواجهة أكبر التحديات التي تواجه منظومة التعليم والتدريب وإعادة التدريب واحتياجات سوق تشغيل الشباب والعمل من حيث حجم ونوعية العمالة المطلوبة للعمل المنتج.

22. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى للقضاء الكامل على البطالة ومن ثم تحقيق " العمالة الكاملة المنتجة" من أكبر التحديات ليس بالنسبة للبلدان العربية فحسب، بل لسائر دول العالم . ولعل القبول بمعدل معقول من البطالة هو أمر منطقي ، غير أن ذلك لا ينفى أن توفير فرص تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات المناسب والدخل الدائم هو حق لكل مواطن وواجب على المجتمع بكافة عناصر إنتاجه . وإن البطالة ظاهرة سلبية تهدد السلم والاستقرار الاجتماعي، باعتبار أن دخل الفرد من عمله يمثل عنصر الأمان والاستقرار للفرد والمجتمع في حين أن البطالة والحرمان من الدخل يولدان الاستبعاد والتهميش الاجتماعي، علاوة على سائر العلال الاجتماعية الأخرى .

23. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى الارتقاء بنوعية التعليم لمواكبة التطور النوعي في أسواق تشغيل الشباب والعمل واستجابة مخرجات التعليم لها ، وذلك من خلال ضرورة الاهتمام برفع مستويات المهارة والمعرفة والدراية النقابية اللازمة لزيادة الإنتاجية والقدرة التنافسية .

24. لاشك في أن تنمية قدرات ومهارات القوى العاملة سيكون له كبير الأثر في تعظيم الدخل والثروة. وبالتالي ينبغي أن تستهدف خطط وبرامج التنمية العربية تعبئة الموارد البشرية وتطوير كفاءتها واستغلالها بأفضل ما يمكن، إذ على خلاف الأفكار الشائعة عن ثراء الوطن العربي فهو غنى من وجهة نظرنا في الأجل الطويل بالبشر إذا ما نالوا الاهتمام المناسب لتنمية قدراتهم بصفة مستمرة ولا يتم ذلك إلا في إطار نظرة شاملة لعملية التنمية . وإن تنمية القوى العاملة العربية التي اتسع مفهومها عن مجرد إعداد القوى العاملة باعتبار أن هذه الموضوعات المتعلقة بتنمية الموارد البشرية بجميع أشكالها، من تعليم وتوجيه وتدريب مهني وتعليم فني وتقني تمثل رافداً لقضايا التشغيل، ومساعداً مهماً لها في سبيل تضيق الهوة بين الأختلالات الناشئة نتيجة وجود فوارق بين مخرجات التعليم والتكوين المهني من ناحية واحتياجات سوق تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات من ناحية أخرى .

25. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى الاهتمام بما تتضمنه الإستراتيجية العربية لتنمية القوى العاملة والتشغيل من عناصر أساسية وهي المنطلقات والأهداف والآليات مع التأكيد أولاً على قيمة تشغيل الشباب والعمل والالتزام بهدف التشغيل الكامل في تحقيق العدالة الاجتماعية، ومكافحة الفقر والبطالة، إضافة إلى واقع التشريعات العربية في مجالات تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات والضمان الاجتماعي والمرأة العاملة العربية ومعايير تشغيل الشباب والعمل، ولعل من أهم هذه الأهداف تتلخص في البرامج المتعلقة بمجالات رفع قيمة تشغيل الشباب والعمل، والكفاءة والقدرة على الإبداع والتجديد، وزيادة الإنتاجية وتنمية القدرات التنافسية لمختلف القطاعات الاقتصادية، والتدريب المهني وتنمية القوى العاملة، وتحقيق التشغيل الكامل، وتنظيم استقدام العمالة الوافدة من غير العرب . وبرامج تتعلق بخفض معدلات البطالة في البلدان التي تعاني ارتفاعها وبخاصة معالجة مشكلات بطالة الشباب وحملة المؤهلات العلمية ودعم فرص تشغيل المرأة، وتوجيه التعليم والتدريب المهني لخدمة التشغيل والتلاءم مع احتياجات سوق تشغيل الشباب والعمل .

26. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى على المستوى العربي في تقارب البلدان العربية وتدعيم التعاون فيما بينها وتحقيق التكامل العربي في مجالات التنمية والتدريب والتشغيل وتقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى التركيز ضرورة

وأهمية تحقيق التوازن بين مخرجات التعليم الفني والتدريب المهني ومتطلبات واحتياجات سوق تشغيل الشباب والعمل وللتأكيد على وجوب الإعداد المدروس للقوى العاملة تعليمياً وتدريبياً وفقاً للمتغيرات الدولية واحتياجات سوق تشغيل الشباب والعمل .

27. حيث أن التعليم التقني والتدريب المهني لا يخلق الوظائف ، ولكنه ذو مردود عال ، إذا كان وثيق الارتباط بالطلب الفعلي على الوظائف وإيجاد فرص عمل ترتبط بالسياسات الاقتصادية العامة للبلد ، حيث يؤدي التعليم التقني والمهني دوره بفاعلية بتوفير اليد العاملة المدربة التي تحتاجها المنظومة الاقتصادية للبلاد، وتزداد أهميته وفاعليته عندما يتطابق هذا الإعداد مع فرص تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات المتاحة .

28. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى تشبيك الجهود المعرفية والتثقيفية والتوجيهية من حيث :

a. زيادة معارف المتدربين ومعلوماتهم.

b. إكساب المتدربين بعض المهارات اللازمة لتطوير كفاياتهم الإدارية.

c. تنمية اتجاهات المتدربين الايجابية نحو مفهوم الاختبارات .

d. زيادة الاستقرار في تشغيل الشباب والعمل بما يؤدي إلى رفع الروح المعنوية للمتدربين.

e. رفع مستوى أداء الفرد لمواكبة المتغيرات.

29. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى البدء بتحسين إمكانيات التدريب القائمة قبل الشروع في التوسع بها ، وذلك عن طريق ربط أفضل بين السياسات الاقتصادية وبين سياسات التدريب من خلال ضرورة المرونة في مؤسسات التعليم التقني والتدريب المهني لتستجيب برامجها بالسرعة التي يقتضيها تطور الاقتصاد مع ضرورة قيام شراكة وتعاون وثيق بين أصحاب تشغيل الشباب والعمل ومؤسسات التعليم التقني والتدريب المهني في مجال تنفيذ التدريب ووضع المناهج والبرامج المناسبة .

30. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى استثمار التسهيلات والتجهيزات المتوفرة في مؤسسات تشغيل الشباب والعمل والإنتاج في تدريب تلاميذ ومتدربي التعليم التقني والتدريب المهني ، مع مراعاة عدم التأثير السلبي على كفاءتها وإنتاجيتها .

31. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى القائمين أو المعنيين بوضع أو برسم السياسات التدريبية تشغيل الشباب والعمل على تحقيق التوازن بين المواصفات المهنية والمواصفات مهارية والمتطلبات النفسية والصحية بهدف تفعيل الأداء ، على أن تتميز هذه السياسات بالمرونة لمواجهة المتغيرات الطارئة التي تفرضها البيئة العامة المحيطة بتشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات .

32. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى أن ترتبط الأهداف التدريبية بتوجهات الأسواق العالمية مع مراعاة التقدم التكنولوجي السريع والأخذ بعين الاعتبار التقديرات الفعلية المستقبلية والتحالفات الاستراتيجية بين مختلف الهيئات والجهات المؤثرة على الأوضاع الاقتصادية.

33. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى التأكيد على أن تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات قيمة إنسانية وحضارية ذات أبعاد دينية واقتصادية واجتماعية وغرس روح احترام تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات بكل الوسائل .
34. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى إلقاء الضوء للمسئولين لضرورة وضع حوافز مادية ومعنوية للإجادة فى تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات ولزيادة الإنتاجية مع وضع ضوابط للدخول الطفيلية التي تنتج عن عمل هامشي غير منتج بهدف تقليها ومراعاة مبدأ المساواة فى الحقوق والواجبات عند تساوى شروط وظروف تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات والمؤهلات والخبرات .
35. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى تغليب عنصر الكفاءة على أي اعتبار آخر عند تقلد المواقع الهامة الإدارية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية .
36. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى الموازنة بين الرغبة فى التطور التكنولوجي ورفع مستوى الإنتاجية وبين ظروف التشغيل بما يكفل استخدام تكنولوجيا مكثفة لعنصر تشغيل الشباب والعمل بالنسبة لبعض مراحل الإنتاج وأخرى مكثفة لرأس المال فى مراحل ومجالات أخرى ذات مردود مرتفع كالصناعات التصديرية .
37. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى إتاحة الفرص أمام الاستثمار العربي والأجنبي وإزالة ما يعترضه من عقبات قانونية وإدارية وتهيئة المناخ المناسب لذلك، وتشجيع زيادة التجارة البينية العربية، مع منح مزايا أفضل للاستثمارات التي تولد فرص عمل أوفر .
38. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى تحديث وتطوير نظم وقوانين تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات بحيث تحقق مرونة فى (سوق تشغيل الشباب والعمل) و (حركية) أكبر للقوى العاملة ومعالجة متوازنة للأجور مع اعتماد مبدأ التشغيل الذاتى لزيادة فرص تشغيل الشباب والعمل، وتشجيع الصناعات الصغرى والحرفية بكل الوسائل .
39. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى إنعاش التشغيل لصالح المجتمعات المحلية فى المناطق الريفية والقروية للمساهمة فى تنمية فرص تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات .
40. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى خفض معدلات البطالة فى البلدان العربية التي تعاني من ارتفاعها .
41. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى تصميم برامج تدريب واختبارات خاصة للمرأة تسمح لها بمزيد من المشاركة فى النشاط الاقتصادي فى ضوء ظروف التشغيل المناسبة مع تشجيع التكافل الأسرى والتشغيل فى نطاق الأسرة بما يسمح بمساهمة المرأة فى النشاط الاقتصادي فى ضوء ظروف مناسبة وإيجاد مرونة فى عمل المرأة حتى يتاح لها اختيار تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات لبعض الوقت مع تحقيق مرونة فى توقيت تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات .
42. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى تطوير مناهج التدريب وتوسيعها لمزيد من التخصصات والمهارات التي يحتاجها سوق تشغيل الشباب والعمل وفى الوقت نفسه ،

وضع مناهج تعتمد على نظام الوحدات لتوفير المرونة والاقتصاد فى التكلفة والاستجابة لحاجات محددة .

43. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى مراعاة البعد الاجتماعي فى مرحلة التحول الاقتصادي وأثناء تطبيق برامج الإصلاح والتكيف لتخفيف الآثار السلبية التي تصيب محدودى الدخل .

44. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى الاهتمام بالقطاع الزراعي من خلال برامج تنمية تؤدي إلى مزيد من خلق فرص عمل داخله وفى الأنشطة الاقتصادية الأخرى المرتبطة به .

45. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى وضع برامج متكاملة لتنمية المهارات البشرية وزيادة إنتاجيتها بما يدعم القدرة التنافسية للمنتجات العربية فى السوق العالمية .

46. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى منح الأولوية للاستثمار داخل الوطن العربي والاستفادة من السوق العربية فى مجال التصدير وتعزيز فرص التشغيل للمتقنين العرب بين البلدان العربية .

47. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى توفير الحماية للوافدين العرب فى إطار القوانين والنظم وبشكل خاص أثناء اضطراب العلاقات السياسية .

48. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى حث أصحاب الأعمال فى بلدان الاستقبال على التقليل التدريجي من استخدام العمالة الأجنبية.

49. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى اعتماد نظم للاختبارات المهنية وللتوجيه المهني مع التعاون مع الجهات المختصة لتحديد نظم قياس مستويات المهارة .

50. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى التنسيق مع أجهزة التعليم والتدريب على المستوى القطري لتلافى جوانب العجز والفائض فى القوى العاملة كماً ونوعاً مع التعاون مع أجهزة الإعلام المختلفة لتبصير راغبي تشغيل الشباب والعمل بفرص تشغيل الشباب والعمل وإمكانيات التدريب المتاحة .

51. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى تقديم الخدمات فى مجال الاستشارات المهنية والتوجيه المهني مع قياس مستويات المهارة بالتعاون مع المؤسسات المعنية والسعي للتوصل إلى لغة متناغمة لمعلومات القوى العاملة والتشغيل .

52. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى إيجاد روابط عضوية للتنسيق بين التعليم والتدريب والتشغيل والاستثمار على مختلف المستويات مع تكثيف تبادل التجارب والخبراء فى مجال التدريب والتشغيل .

53. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى المعاونة في بناء نظام لتطبيق الجودة والجدارة (الكفايات) وبناء الثقة في مخرجات المؤهلات المهنية الوطنية والعربية، وفي إطار مفهوم التدريب المستمر .

54. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى إعداد أجيال من المدربين المتخصصين للزمين للتدريب بمراكز التدريب المهني القطرية والمساهمة في توفير احتياجات الدول العربية من العمال المهرة في المهن المختلفة مع المساهمة في إعداد الأطر المسؤولة عن الأنشطة المتعلقة بالتدريب المهني بالدول العربية.
55. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى دراسة مواصفات المهن المختلفة، وتوحيد المصطلحات الخاصة بها بين الدول العربية مع دراسة طرق التدريب المهني المختلفة، وتشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات على اختيار أحدث هذه الطرق وأنسبها للبلاد العربية .
56. تقديم الخطاب الاعلامي العربي لمضامين وبرامج تسعى إلى دراسة مناهج تشغيل الشباب والعمل ومفهوم الاختبارات اللازمة لتكوين عمال مهرة وعمال متوسطي المهارة، ورفع مستوى مهارة العاملين في الصناعة وفي المجالات الأخرى من خلال استخدام ونشر الثقافة الإعلامية في دراسة وإعداد وإنتاج مساعدات التدريب السمعية والبصرية وغيرها لازمة لقبول مفهوم الاختبارات في تشغيل الشباب والعمل .
57. أهمية تقديم وسائل الإعلام لمضامين تعليمية وتنقيفية ومعرفية حول برامج التدريب التحويلي .
58. إنتاج البرامج والمواد الإعلامية المختلفة التي تدعو إلى التأكيد على ضرورة إعادة إحياء مفهوم تشغيل الشباب والعمل الحر وإطلاق المبادرات الفردية وروح الإبداع والابتكار والتجديد بوجه خاص داخل فئات الطلاب والشباب وحديثي التخرج في مجتمعنا العربي .
59. إتاحة الفرصة لأعضاء المجتمع العمالي المحلي لإبداء آرائهم ومقترحاتهم فيما يرونه من حلول للمشكلات مع إلقاء الضوء على الشخصيات القيادية والناجحة في المجتمع العمالي المحلي، مما يؤدي إلى دعم الترابط والتضامن بين أفراد المجتمع في مواجهة ما يمكن أن يتعرض له أفراد المجتمع من كوارث ومشكلات وأحداث، مع تحفيز المواطنين على تنظيم أنفسهم لمواجهة القضايا وإيضاح سبل هذا التنظيم ومن هنا يأتي ضبط مستوى ومفهوم تشغيل الشباب والعمل داخل المجتمع نفسه ويضمن المشاركة الجماعية.
60. تقديم وسائل الإعلام لعدد من النماذج والخبرات الدولية التي تبرز تعزيز القدرة التنافسية للصناعات الوطنية خاصة الصغيرة منها والمتوسطة في الأسواق الإقليمية والدولية وكيفية تشجيع هذه المؤسسات للدخول في مجالات التصدير المختلفة،
61. تكثيف تناول الاعلامي وبصفة خاصة الأداء الدرامي التلفزيوني والسينمائي في إدخال مواد درامية تسعى إلى تعظيم دور المهن التي يتزايد عليها الطلب حالياً داخل أسواق تشغيل الشباب والعمل العربية مثل المهن المرتبطة بالمجال السياحي والأنشطة الفندقية ومبرمجي الكمبيوتر وبعض التخصصات في مجال الهندسة مثل العمارة والميكانيكا والكهرباء وبعض التخصصات الطبية، مثل النساء والتوليد والأطفال والعظام وأمراض الدم واستشاريي الباطنة والعيون والجراحات الدقيقة وفنيي المعامل الطبية وخبراء الأشعة بجانب المختصين في مجالات الصرافة والتأمين والأعمال المالية.
62. السعي من خلال الخطاب الاعلامي إلى الإجابة على تساؤل كيف يمكن للمنطقة العربية القيام بتطوير مهارات وقدرات مواطنيها لتلبية احتياجات سوق تشغيل الشباب والعمل ؟ من خلال توضيح الأدوار المختلفة للمجتمع الرسمي والمدني وأهمية مشاركة مؤسسات تشغيل الشباب

والعمل ومفهوم الاختبارات في رفع كفاءة وأداء الكوادر التعليمية والتدريبية العاملة في مؤسسات التدريب، مع مراعاة الأطر الإجرائية المختلفة التي تضمن نجاح هذه الرسالة الإعلامية والتي تتمثل في الجوانب التقنية والبصرية المشوقة التي تضمن نسب مشاهدة مرتفعة بدلا من الصورة النمطية والمتكررة لوضعية العامل العربي وطريقة تقديم برامجها كما هو يقدم الآن في الإعلام العربي الرسمي وحتى الخاص .

## حوصلة :

وإذا ما أردنا وضع عدة حوصلة مرجعية لتفعيل دور الإعلام و المعلومات وعلاقته بتشغيل الشباب في سعينا للإجابة علي تساؤلات سبق الاجابة عنها بين طيات هذه الورقة البحثية وهي :

- 1- ما علاقة الإعلام بالشباب و القضية المركزية (التشغيل) ؟
- 2- كيف يمكن لنا أن نوظف هذا الإعلام ليكون رافعة و دعامة لمطالب الشباب ومصدر المرافعة لدى جهات المسئولة لتشغيل الشباب (محليا و دوليا)؟
- 3- كيف يمكن أن نوظف إعلام القرب في مسلسل التواصل الاجتماعي في الوسائل الإعلامية المختلفة مثل التلفزة، والصحافة الراديو و الانترنت الصحافة الإلكترونية المواقع الاجتماعية، الملصقات و الإعلانات .

فإننا نجد أنفسنا امام ضرورة ان يعمل الاعلام نحو تشغيل الشباب في ضوء المعطيات الآتية :

- تقريب الشباب من سوق الشغل عبر تكتيف المواد الإعلامية الهادفة إلى التطرق لقضية الشغل
- توجيه الشباب لتصفح الجرائد عوض تضييع الوقت في المواقع لإفادة منها.
- إبراز الاعلام لدور الدولة في ربط العلاقة بين التعليم و سوق الشغل.
- دور الإعلام في برمجة جميع ما قد يساعد الشباب للولوج في سوق الشغل .
- الإعلام يجب أن يستهدف جميع الفئات (اقترح برنامج منظم ...)
- يجب أن تخصص الوزارات برامج للإعلان عن الامتحانات والوظائف الخالية بها في شفافية ووضوح وخطاب إعلامي مشوق وواضح حيث ان في مباريات سوق الشغل معظم الشباب يضعون الفرص بسبب انعدام الشفافية.
- انفتاح المؤسسات حيث ان انغلاق الجمعيات عن بعضها مما يجعل الإعلام لايتطرق لمواضيع و تدخلات الجمعيات .
- دعوة الاعلام للشباب علي الاستفادة من الاعلام الجديد حيث ان أغلبية الشباب يستغل وسائل الإعلام ضده (لا يستغل وقته في اكتساب المعلومة) في حين ان المبادرة قد لا تكون من طرف

الدولة بل من الممكن أن تكون من طرف الشباب. مثلا Web TV يساعد على التعريف بالمنتوج و الضغط على المسؤولين.

- يجب توظيف الإعلام كسلطة رابعة (إحراج المسؤولين).
- فضاءات دور الشباب لا توظف الإعلام بسبب قلتها أو انعدامها في بعض المناطق.
- إنشاء مراكز للإعلام داخل المقاطعات أيضا و بعض الإدارات العمومية .
- الخطأ الأساسي: انعدام التوجيه وعدم التعاون و مشاركة.
- اعتماد الصحافة الالكترونية في توجيه الشباب و مساعدتهم في حل المشاكل الخاصة بهم .
- الإعلان عن مباريات بواسطة رسائل هاتفية، و مواقع اجتماعية و بريد الالكتروني. حيث أن الإعلام البديل قد يكون هو الحل للمساهمة في البحث عن فرص الشغل.
- استعمال المواقع الاجتماعية في الجانب الايجابي (تحميل CV، ما يساعد على إيجاد شغل).
- حسن استعمال هذا المواقع الاجتماعية يتم تدبيره من طرف الأسرة و المؤسسات التربوية .
- مساعدة الأحياء الهامشية بإنشاء فضاءات للانترنت يساعد على تقريب المعلومة و التعرف بينهم و تبادلها
- ربط الدراسة المعلوماتية بالدراسات الجامعية (مثال : تجربة الفيس بوك)
- تطوير آليات التكوين عبر إدماج ثقافة الإعلام و المعلوماتيات .
- مداومة هذه المنتديات الخاصة بالتشغيل .
- الإعلام داخل الجماعات و المقاطعات للتشغيل عن قرب مع متابعة كل 6 أشهر مع التوجيه وهو ما يسمى بقياس رجع الصدي او المتابعة لتبيان مدي نجاح هذه الخطبات الاعلامية المتوازية في تحقيق اهدافها نحو دعم دور الاعلام في تشغيل الشباب وتفعيل مكاتب التأهيل والتوجيه المهني في الدول العربية .

## مراجع الدراسة:

- التقرير العربي الثالث للتشغيل – منظمة العمل العربية – سبتمبر 2012 .
- دور التوجيه والإرشاد المهني في تضييق الفجوة بين مخرجات التعليم والتدريب واحتياجات سوق العمل- اصدرات منظمة العمل العربية – [www.ilo.org](http://www.ilo.org)
- حنان يوسف، المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في الاعلام الدولي، وثائق رسالة دكتوراة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2001
- كيفية استثمار صانعي السياسات لدراسات المرأة والإعلام، ندوة إطلاق تقرير التنمية العربية الثالث : المرأة العربية والأعلام :جامعة الدول العربية – القاهرة 18-19 يونيو 2006- القاهرة .
- ،، الاعلام ومحو الأمية القانونية للمرأة العربية، منظمة العمل العربية، 2008.
- ، دور الاعلام في محاربة الفقر وتحقيق الأمان الاقتصادي، منظمة العمل العربية، 2008.
- دور الاعلام في تعزيز مكانة المرأة في المجتمع، منظمة العمل العربية، 2007
- ، دور الإعلام في تعميق مفهوم وقيمة العمل وفق المتغيرات الدولية، اجتماع خبراء خاص ب" المعايير المهنية العربية ... الواقع والمأمول"(القاهرة، 27 – 29/6/2006)، منظمة العمل العربية .
- حنان يوسف، توطین العمالة العربية، المنظمة العربية للتعاون الدولي بالتعاون مع منظمة العمل العربية، حلقة نقاشية، القاهرة، نوفمبر 2005
- -----، صورة العمالة العربية المهاجرة، المنظمة العربية للتعاون الدولي بالتعاون مع منظمة العمل العربية، حلقة نقاشية، القاهرة، يناير 2005.
- ، الأعلام والسياسية، مقارنة ارتباطية، المنظمة العربية للتعاون الدولي - القاهرة، 2003
- الميثاق العربي للعمل ودستور منظمة العمل العربية
- مكتب العمل العربي ودور منظمة العمل العربية في النهوض بالتشغيل في البلدان العربية – 2003 .
- محمد الأمين فارس – تأثيرات المتغيرات الدولية على التشغيل - منظمة العمل العربية.
- أحمد العتيبي: "أراء عينة من الشباب السعودي في مدى انتشار بعض المشكلات في صفوف الشباب" في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية [الإمارات العربية المتحدة، مجلد 12 عدد 2 أكتوبر 1996]
- أشرف عبد الهادي ميلاد: "المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المرتبطة باحجام الشباب عن الأعمال اليدوية والحرفية دراسة ميدانية لعينة من شباب شعبية البطانا بشرق ليبيا" رسالة ماجستير [جامعة عين شمس:معهد الدراسات والبحوث العربية، 2004].

- المواءمة بين سياسات التعليم والتدريب المهني والتقني ومتطلبات أسواق العمل، 14 – 16 يونيو / حزيران 2005 – منظمة العمل العربية - القاهرة .
- مكتب العمل ومفهوم الاختبارات العربي ودور منظمة العمل العربية فى النهوض بالتشغيل فى البلدان العربية – 2003 .
- agenda setting and ،carter.R.F. stamm& heineniz –knowles 1992،n0.4، vol.64، journalism quarterly،consequentiality
- John C. (2003). Reality TV and Public Trust. Ziff Davis Media Inc. ،Dvorak <http://www.pcmag.com/article2/00.asp،895148،4149>،(webpage)
- Routledge Publishing ، an Introduction to Visual Culture،Nicholas Mirzoeff 1999.، London &N.Y.،Company
- armed ،Reconstructing the paradox: the Arab nationalist movement ، no.4، volume 45، middle east journal، 1951-1966.،struggle and Palestine 1991
- ،New York، Theories Of Mass Communication ،D. Fleur &S.B.Rokeach 1976.،Mack Press

