

إدارة مبادرة للاتصال في برنامج تربية الموهوبين

• كيلي هيدريك Kelly A. Hedrick

"حاول أولاً أن تفهم، ثم بعدئذٍ أن تُفهم".

- ستيفن كوفي، مؤلف أمريكي.

مقولة ستيفن كوفي الرائعة، وكتابه "العادات السبع للأشخاص الفاعلين" (The Seven Habits of Highly Effective People) (Covey, 1990) تُذكّرنا بالدور الفاعل الذي تلعبه الاتصالات في عالمنا المحكوم من قبل وسائل الإعلام. سيجادل كثيرون قائلين إن المعلمين، بمن فيهم أولئك العاملون في برامج تربية الموهوبين، مشغولون- بصورة أو بأخرى- بأنواع من التواصل لأكثر من (٧٠٪) من أوقات يقضتهم. فليس مسغرباً إذن، أن الأكثرية الساحقة من الكفاءات المصمّمة لقياس كفاءة المعلم، تحوي معياراً لقياس قدرة المعلم على التواصل مع جمهور واسع التنوع من الناخبين (Danielson, 1996).

يتناول هذا الفصل جانباً مهماً من جوانب تخطيط برامج تربية الموهوبين: الاتصالات ودورها في المشروع التربوي. وفي هذا الزمن المعنيّ بالمساءلة والمشاركة في اتخاذ القرارات، فإن طبيعة الاتصالات ووضوحها تُمثّل أحد العناصر الرئيسية التي تحكم نوعية البرامج والخدمات المقدّمة لطلابنا واستمرارها كذلك. وبوجود إعلام واضح حول غايات البرنامج وإنجازاته، وحاجاته، وكذلك أنشطة الطلاب، يحصل الناخبون على المعلومات التي يحتاجون إليها لكي يدافعوا عن الخدمات التي تقدّمها برامج الموهوبين، والطلاب الذين يستفيدون منها.

يتضمّن هذا الفصل معلومات عن الأنواع المختلفة من المستفيدين في هذا الميدان، كما يستكشف وسائل متنوّعة من التواصل التي يمكن استعمالها لتلبية احتياجاتهم بكفاءة وفاعلية. يتّسق هذا الفصل اتّساقاً وثيقاً مع إيضاح غايات برنامج تربية الموهوبين (الفصل السادس)، وإنشاء ميزات شاملة لبرامج تربية الموهوبين وخدماتهم (الفصل العاشر)، وتطوير خطة لتقويم برنامج تربية الموهوبين (الفصل الخامس عشر).

إنّ هذه الفصول جميعها معنيّة بجوانب من البرنامج والخدمات التي يجب إيصالها إلى المستفيدين بوضوح. وبما أنّ تأييد البرنامج مبني على الإعلام الفاعل، فإنّ هناك أيضاً صلة طبيعية بين هذا الفصل

والفصل الثامن عشر "التخطيط لحملة دفاع"، وكذلك بينه وبين الملحق (أ) "تشكيل لجان استشارية خاصة ببرنامج تربية الموهوبين".

التعريف

الاتصالات هي الوسيلة التي تُنقل بها المعلومات من شخص إلى آخر. والمبادرة الإعلامية في تربية الموهوبين هي خطة للمشاركة في المعلومات فيما يخص جوانب البرامج والخدمات جميعها ومجموعات الناخبين، بمن فيهم الطلاب، والآباء، ومعلمو الصفوف النظامية، والإداريون، والعاملون في المكتب الرئيس، وأعضاء مجلس التربية، والعاملون في دائرة التربية الحكومية. ويتطلب ذلك وسائل عديدة متنوعة للاتصال الفاعل لتلبية الحاجات التي تتفرد بها كل مجموعة من الناخبين.

الأساس المنطقي

الاتصال الفاعل ضروري لنجاح المعلمين العاملين في برامج تربية الموهوبين وخدماتهم. ويؤكد اتّساع قاعدة الأبحاث المتعلقة بمهارات الاتصال وعملياته، ازدياد أهمية الإعلام كعنصر في المنظمات الفاعلة المنتجة. كما أنّ إدخال معايير الأداء في شهادات تدريس المعلمين وتراخيصهم يُثبت أهمية الاتصالات في مهنة التعليم. وفي الحقيقة، لا يستطيع المعلمون أن يكونوا فاعلين إلا إذا كانوا قادرين على التواصل بوضوح مع طلابهم، وزملائهم، وغيرهم من المستفيدين. وليس مستغرباً أنّ ما يُكتب حديثاً عن فاعلية المعلم يُعطي أولوية للاتصال بصفته مهارة مهمة جداً للمعلمين الناجحين (Danielson, 1996; Stronge, 2002).

إنّ مبادرة الاتصالات الفاعلة بشأن الخدمات المقدّمة في برنامج تربية الموهوبين، يجب أن:

- تُقرّر الحاجة إلى الخدمات وفائدتها للطلاب ذوي القدرات الفائقة.
- تُخطّط للمستقبل.
- تتسق مع أهداف البرنامج وخططه طويلة الأجل.
- تضمن وضوح جميع جوانب برامج تربية الموهوبين.
- تجذب الانتباه في عالم مُتّقل بالمعلومات.
- تحول دون تكوين مفاهيم مغلوطة.
- تبني الثقة والانفتاح.
- تدعو إلى التعاون وتدعمه.
- تضع الآليات لإعطاء المعلومات واستقبالها من المستفيدين كافة.
- تُعزّز ملكية البرنامج.
- تُوفّر قاعدة لفهم إضافات أو تغييرات في البرنامج وقبولها.
- تُؤكّد العدالة والإنصاف.
- تُعزّز التأييد والمساندة.

المبادئ الإرشادية

هناك مجموعات كثيرة من الأفراد تتصف بتفهم حاجات تربية الموهوبين، كما تؤثر معرفتهم وفهمهم المبادرات المتعلقة بالبرنامج تأثيراً واضحاً في تأييد البرنامج مثل: الطلاب، والمعلمين، ومديري المبنى، والعاملين في المكتب الرئيس، وأعضاء مجلس التربية، وآباء الطلاب الموهوبين، والمواطنين، والعاملين في دائرة التربية الحكومية.

يجب استخدام وسائل اتصال متنوعة في تربية الموهوبين لجعل الاتصال فاعلاً مع المجموعات المختلفة من الناخبين. ومما يُعزّز من فاعلية العملية إجراء مراجعة مستمرة لمجموعات التصاميم أو أشكال الاتصال في الاستجابة للمتغيرات؛ كالتقنيات.

- تتأثر أنواع الاتصالات كلها بالجوّ السياسي. لذا، فمن المهم جداً تفهم القيادة السياسية والثقافة الموجودة في المدرسة ومجتمعها؛ للتواصل مع مجموعات الناخبين بفاعلية.
- إنّ أساق تربية الموهوبين مع وسائل الاتصال الأخرى في المنطقة يُسهّل الاتصال الفاعل بالناخبين، حين يكون ذلك مناسباً.
- الاتصال الفاعل سريع الاستجابة، ويقوم على قاعدة من التحليل الدقيق لحاجات مجموعة الناخبين.
- الاتصال الفاعل يجعل الوسائل والمحتوى متنسقة بدقة مع الحاجات المحددة لمجموعة الناخبين.
- الاتصال الفاعل يُشجّع الحوار مع مجموعات الناخبين.
- الاتصال الفاعل يتوقع حدوث أخطاء مفاهيمية. ولذلك، يجب أن يُقدّم معلومات ضرورية وكافية لتجنّب حدوث تشويش أو سوء فهم.
- الاتصال الفعال حسّاس ومفيد ومناسب، ويتّسم بالاحترام.
- الاتصال الفاعل واضح، ودقيق، وفي الغرض.
- الاتصال الفاعل يعكس الاستعمال اللغوي الصحيح والمصطلحات القواعدية.

وسائل الاتصال الشائعة في تربية الموهوبين

مع الطلاب

- مقدّمة البرنامج، التي تعمل كجسر بين بيئة التربية النظامية وتوقعاتها، وتلك الموجودة في برنامج الموهوبين.
- روايات المعلمين في وصف أعمال الطلاب وإنجازاتهم.
- حقائب علمية طوّرت بمشاركة الطلاب.
- جلسات التأييد لأفراد و / أو جماعات صغيرة قبل اليوم المدرسي، وبعده، وفي أثناء فترة الغداء.

بطاقة تقرير إخبارية

- تخطيط برنامج الطلاب الدراسي وتحديثه بانتظام؛ لتوفير فرصة لوضع الأهداف، واستكشاف

فرص جديدة.

- تحديث الإضاءات المختصرة لتعلم الطلاب وقوائم اهتماماتهم بانتظام وبمشاركة الطلاب.
- نشرة البرنامج التي تُبرز الفرص الممنوحة للطلاب والشخص المسؤول عن المعلومات الخاصة بذلك (أو مصدر المعلومات).
- تقييمات الطلاب لفاعلية البرنامج، ووحداته، وفرص الدراسة المعيّنة عبر إجراء مسوحات، ومقابلات، أو عن طريق مجموعات التركيز، ومقابلات التخرج.
- نتائج القياس المصممة لإعطاء تغذية راجعة لنمو الطلاب.
- مواقع على شبكة الإنترنت على مستوى المقاطعة والمدرسة.
- رسائل ونشرات إخبارية على مستوى المقاطعة والمدرسة.

مع الآباء

- نشرات إعلامية مطلع كل سنة دراسية، تُرسل إلى المنازل كلها في دائرة المدارس، يوصف فيها برنامج الموهوبين، والإجراءات المتبعة في تعرف هوية الطلاب، وتوفير مصادر المعلومات.
- رسائل بريدية مباشرة مُرسلة إلى المنازل، تُعلن عن مبادرات البرنامج، واجتماعات الآباء، واجتماعات للتأييد.
- رف كتب للآباء يحوي مصادر في تربية الموهوبين في كل موقع مدرسة.
- رزمة إرشادية للآباء مُصممة لمساعدة الآباء على فهم ما يُقدمه قسم خدمات الموهوبين، فضلاً عن مساعدتهم أبناءهم.
- نشرات عن البرنامج للآباء، تعطي ملخصاً لمبادرات البرنامج وخدماته، وكذلك نشرات عن مجالات محددة، مثل: إجراءات لتعرف الهوية، وفرص للإثراء، ومنهاج الموهوبين.
- إجراءات التعرف، وتشمل: تعرف الهوية، أو التعرف إلى الموهوبين، وعمليات تعرف المرجع، والاختيار، وتعيين الصف الدراسي، والتشويق بأشكال متنوعة.
- تقييم البرنامج عن طريق مقابلات، ومسوحات، ومقابلات عند التخرج، و / أو جماعات التركيز.
- مؤتمرات يقودها الطلاب، وحقائب للدراسات والمراجعات.
- نشرات إخبارية على مستوى القسم والمدرسة.
- اجتماعات للآباء في مجالات معينة تهمهم، مثل: القضايا الاجتماعية والعاطفية، والتخطيط لدخول الجامعة، والانتقال من المدرسة الابتدائية إلى المتوسطة، ومن المتوسطة إلى الثانوية، والمخيمات الصيفية.
- عروض فيديو لموضوعات متنوعة تهم الآباء، مثل: القضايا الاجتماعية والعاطفية، والتحصيل المتدني، والطالبات الموهوبات، والمتعلمون ثنائيو التميز، والتمايز.
- مواقع على شبكة الإنترنت على مستوى المقاطعة والمدرسة.
- نشرات تُعلن عن مؤتمرات في تربية الموهوبين مع فرص للآباء، ومصادر لهم، مثل: الكتب، والمقالات، وورشات العمل.
- اتصالات عبر البريد الإلكتروني (E-mail).

مع معلمي الصفوف

- نظرة عامة على البرنامج بوساطة كتيبات، وورشات عمل، ونشرات، وأقراص فيديو، ونشرات إخبارية.
- نشرات تصف مجالات البرنامج، مثل: إجراءات الفرز، وتعرّف الهوية، وغايات البرنامج، ومبادرات البرنامج، وطرائق إشراك المدرّسين في ذلك.
- عروض مختصرة (من ١٢ - ١٥ دقيقة) في اجتماعات الهيئة التدريسية لمجال واحد في البرنامج أو المبادرة.
- دليل يصف الإجراءات المتعلقة بتعرّف الهوية، ويشمل معلومات محدّدة عن إحالات المعلّم، وتوصياته.
- لمحات مختصرة لتعلّم الطلاب بأشكال متنوّعة.
- وحدات منهجية ودروس تشمل اقتراحات محدّدة لتمايز الموهوبين (الوحدات مُصمّمة كأدوات تعليمية تُوضّح كيفية وضع الغايات والأهداف موضع التنفيذ).
- نشرات إخبارية للمعلّم تُفصّل مجالات البرنامج العاملة، وتُبرز دور معلّم الصفوف في النشرة.
- نشرات إعلامية عن محتوى المواد الدراسية في تربية الموهوبين، ومؤتمرات تشمل التركيز على تربية الموهوبين.
- صور للطلاب، والآباء، والمعلّمين وهم منهمكون في مجالات البرنامج التي تتم المشاركة فيها بوساطة فيديو، وعروض شفافيات (شرائح)، وورشات عمل للمعلّمين، ونشرات إخبارية وإعلامية.
- جلسات مشتركة، وورشات عمل تدريبية مع مختصين بتربية الموهوبين.
- إجراء مسوحات لجمع معلومات عمّا قام به المعلّمون في مجالات البرنامج المختلفة.
- الحصول على تغذية راجعة حول أثر ما قام به المعلّمون، وبيان أثر التدريب.
- اتصالات عبر البريد الإلكتروني (E-mail).

مع الإداريين

- كتيب إعلامي يعطي نظرة عامة عن البرنامج، وغايات المنهاج وأهدافه، وإجراءات تعرّف هوية الطلاب الموهوبين. كما يتضمن مواعيد مناسبة للتأهّل لدخول البرنامج، ووصف دور الإداري في تنفيذ البرنامج، والمرجع الإعلامي للمعلومات من العاملين في المكتب الرئيس.
- تقييم البرنامج من خلال المقابلات، والمسوحات، و / أو مجموعات التركيز.
- اتصالات عبر البريد الإلكتروني (E-mail).
- وثائق ميزانية البرنامج.
- تقارير مجلس التربية، بما فيها وثائق الميزانية.
- تقديم عروض في اجتماعات الإداريين، تشمل تحديث غايات البرنامج، والوضع الحالي لمبادرات البرنامج القائمة والمرتبطة، ونواحي القوة في البرنامج، وتلك التي بحاجة إلى تحسين.
- عروض بوسائل متعدّدة ووسائط مرئية (فيديو) حول مجالات البرنامج المتاحة لاستعمال الإداريين في مدارسهم.

مع أعضاء مجلس التربية

- تحديث البرنامج من خلال المذكرات والبريد الإلكتروني.
- نظرة عامة على البرنامج بصورة نشرة.
- تقارير عن تقييم البرنامج.
- تقارير سنوية عن موازنة البرنامج.
- تقارير مجلس التربية.
- دليل يصف المجالات المهمة، مثل: نموذج البرنامج، وإجراءات تعرّف الهوية، وخطط قصيرة وطويلة الأجل للبرنامج، ونموذج أو نماذج لمناهج استُعملت، وغايات المنهاج وأهدافه، وقائمة بمصادر البرنامج، ومتطلبات تأهيل معلمي الموهوبين، وقائمة بأسماء أعضاء الهيئة التدريسية للموهوبين، ومعلومات المراسلة، ومواعيد اجتماعات الفريق الخاص بتربية الموهوبين على مستوى المقاطعة (إذا كان ذلك ملائماً).
- موقع على شبكة الإنترنت.

مع وسائل الإعلام

- نظرة عامة على البرنامج على نحو موجز مكتوب.
- مخطّط مختصر ومكتوب لأحداث مهمة، تشمل المرجع الإعلامي لكلّ حدث.
- نشرة إخبارية للبرنامج، مع فقرة تلخيصية لمجالات البرنامج كلها والمبادرات الحالية.
- مقابلات.
- إعداد خطاب مختصر لمجالات البرنامج كلها.
- أرقام وجداول تحوي معلومات ذات صلة بالموضوع.
- اتصال منتظم بمراسلي التربية في الوسائل المطبوعة، ومُعدي البرامج ومُقدّميها في المذياع والمحطات التلفزيونية؛ لبناء ألفة وتواصل مفتوح.
- مواد صحفية معدّة للنشر.
- مقالات إخبارية تتضمن تحديثات لمجالات البرنامج التي طرأ عليها تغيير.

سمات مبادرات الاتصال عالية الجودة في برنامج تربية الموهوبين

يجب على القادة التربويين دراسة ستة عوامل لتضمنان وجود تواصل فاعل بين برنامج تربية الموهوبين والأشخاص المهمين المستفيدين من هذا المشروع. وفيما يأتي أسئلة إرشادية لكل مجال مهم.

تحليل المستفيدين

- هل حُدّدت هوية مجموعات الناخبين كلها (مثل: الطلاب، والآباء، والمعلّمين، ومديري المباني، والعاملين في المكتب الرئيس، وأعضاء مجلس التربية، وموظفي وزارة التربية في الولاية الأمريكية)؟
- هل جرى تحليل الحاجات الإعلامية لكل مجموعة وتعرّفها؟

- هل جرى الكشف عن المفاهيم الخطأ التي تحملها كل مجموعة وتعرّفها؟

وسائط الاتصال

- هل حدّدت وسائط الاتصال الفاعلة الكفؤة لكل مجموعة (مثل: عرض بوساطة برامج حاسوبية (Power Point)، وكتيب البرنامج، وورشة العمل، والدليل المنشور، والصحيفة الإخبارية، وموقع على الإنترنت، وبرامج الطلاب الدراسية، والبريد الإلكتروني (E-mail)؟
- هل تتّسق الوسائط مع غرض الاتصال ومحتواه؟
- هل تحوي الوسائط آلية لتقديم المعلومات والتغذية الراجعة للناخبين؟

محتوى الاتصال

- هل نُظِّم المحتوى على نحو فاعل لكل مجموعة؟
- هل نُظِّم المحتوى (مثل: مشروع البرنامج أو المبادرة، وتقييم البرنامج، وميزانية البرنامج، وخطة المنهاج، وغايات المنهاج وأهدافه، وإرشادات تعرّف الموهوبين) من أجل تحقيق الكفاءة؟

مفيد وذو مغزى

- إلى أيّ مدى تناسب المعلومات المعطاة جمهور المستمعين أو المشاهدين؟
- هل كمية المعلومات المعطاة للناخبين في أيّ وقت معقولة؛ أيّ، غير ناقصة، ولا غامرة؟

التوقيت المناسب

- هل تكرر الاتصال معقول لمجموعة الناخبين؟
- إلى أيّ مدى يكون توقيت الاتصال مناسباً لكل مجموعة من الناخبين على ضوء حاجات كل منها ومسئولياتها؟

الوضوح

- هل الاتصال المكتوب دقيق، وواضح، وصحيح؟
- هل يعكس الاتصال المكتوب الاستعمال اللغوي الصحيح وقواعد اللغة السليمة؟
- هل الاتصال المسموع واضح وصحيح؟
- هل جميع الاتصالات حيادية؛ أيّ، غير منحازة لرأي ما؟

مثال يحتاج إلى تعديل

سالي موران (Sally Moran)، معلّمة في برنامج تربية الموهوبين والمميّزين، وهي تُشرف على الخدمات المقدّمة للطلاب الموهوبين في الصفوف (٦-٨)، في المدرسة المتوسطة بهاريسون (Harrison Middle

(School). تتواصل سالي مع طالباتها بانتظام عبر البريد الإلكتروني، وإعلانات في النشرات اليومية. كما تُرسل نشرة إخبارية إلى المعلمين والآباء مرتين في السنة. وحين يُقوّم برنامجها وخدماتها مرّة كل سنتين، تُرسل نسخًا من التقييم إلى الإداريين في المدرسة، وأعضاء مجلس التربية.

قياس المثال

هذا المثال ضعيف في مجالات عدّة؛ إذ لا يُستخدم فيه وسائل اتصالات متنوّعة. كما أنّ الإعلانات اليومية قد لا تكون الوسيلة لتوليد الاهتمام بأنشطة الطلاب والإقبال عليها. أضف إلى ذلك، فإنّ النشرات الإخبارية للآباء قد لا تكون متكرّرة على نحو يُوفّر لهم معلومات - في الوقت المناسب - عن الخدمات التربوية المقدّمة لأبنائهم. وأخيرًا، يفترق هذا المثال إلى قلة التقييمات التي عمّلت لتعرّف الحاجات الإعلامية لثلاث مجموعات من الناخبين: المعلمين النظاميين في التربية، والإداريين، وأعضاء مجلس التربية (تحليل المستفيدين). إنّ هذه المجموعات بحاجة إلى معلومات أكثر وأنواع مختلفة من المعلومات ممّا هو متوافر في النشرات الإخبارية، وفي تقييم البرنامج الذي يُعدّ كل سنتين مرّة واحدة.

المثال المعدّل

أدركت سالي موران أنّها بحاجة إلى الاتصال بانتظام مع مجموعات الناخبين كافة. وفي الوقت نفسه، أدركت أنّ عملها مع الطالبات قد استغرق جُلّ وقتها. وللإبقاء على وقت كافٍ للعمل مع طالباتها، كان عليها أن تعيد تنظيم جهودها في الاتصال.

ولزيادة فاعلية مبادراتها الإعلامية وكفاءتها، التقت بمجموعات صغيرة من الطالبات، والآباء، والمعلمين، والإداريين لكي تكتشف طبيعة المعلومات التي يريدون، وأكثر وسائل الاتصال فاعلية، والتكرار الإعلامي الذي يطلبون. وبينما كانت تتحدّث مع المجموعات المختلفة، حاولت استنتاج المعرفة الخلفية لكل مجموعة بشأن المهوبة عامّة، والتنوّع في برامج تربية الموهوبين، والخدمات الممنوحة لطلاب مدرسة "هاريسون" خاصّة.

ولمّا جمعت ملاحظاتها من الاجتماعات، قرّرت استعمال جدول (١٢:١) لمساعدتها على تصوّر احتياجات المستفيدين للإعلام وتنظيمها. فوضعت علامة (X) تحت أكثر وسائل الاتصال تأثيرًا لكل مجموعة من الناخبين. عندئذ، تحرّكت عبر أعلى جدول نحو الأعمدة الموجودة جهة اليمين التي تضم أسماء الأشهر. ولكل مجموعة من الناخبين، وضعت علامة (X) في الأشهر التي يحتاجون فيها إلى بعض أشكال الاتصال.

ولمّا رأت معلوماتها منشورة على جدول، قرّرت استغلال موقع المقاطعة على شبكة الإنترنت لتعزيز سهولة الوصول إلى هذه المعلومات. وبمساعدة مُنسّق الموقع الإلكتروني للمقاطعة، أنشأت صفحة على شبكة الإنترنت. كما أنشأت رابطًا مع كل مجموعة من الناخبين، وضعت فيه النشرات الإخبارية الملائمة، ومقتطفات من الفيديو، وملخصًا للبرنامج، والنشرات والتقارير وما شابه، فضلًا عن إضافة رابط لحساب بريدها الإلكتروني لكي يتمكّن الناخبون من الاتصال بها عبر هذا البريد.

أعلمت سالي طالباتها بصفتها على شبكة الإنترنت، وأرسلت منشورًا إعلاميًا بواسطة البريد المعتاد

إلى بيتها، وأعلنت ذلك على لوحة الإعلانات على مدخل المدرسة، وعبر الإعلانات الصباحية. وقد سُجِّع أولياء الأمور والطلاب على التوقيع فيما يخص الانضمام إلى مجموعة المراسلة ليتسنى لهم تلقي إشعارات بالتحديثات الشهرية التي تطرأ على الصفحة.

وباستغلال التقنيات الموجودة، تمكنت سالي من توفير اتصالات أكثر فاعلية ومناسبة لمجموعة واسعة ومنظمة من الناخبين. وبالإضافة إلى ذلك، فإن كفاءة الأساليب التي اتبعتها في الإعلام وفّرت لها وقتاً لعقد اجتماعات مباشرة لبحث أمور أكثر تعقيداً أو حساسية مع الطالبات، والآباء، والمعلمين، والإداريين، وأعضاء مجلس التربية.

خطة استراتيجية لتطوير مبادرات الاتصال في برنامج تربية الموهوبين أو تعزيزها

- الهدف:** إنشاء أو تعزيز مبادرة إعلامية لدعم برامج تربية الموهوبين.
- الدليل:** حقيبة تحوي وسائط اتصال متنوّعة، أنشئت لتشمل جميع الجهات المعنية بتربية الموهوبين.
- المهام:** إنشاء أو تعديل مبادرة إعلامية:
- حدّد المجموعات الانتخابية المخدومة حالياً، وتلك التي بحاجة إلى أن تُضاف إلى عملية الاتصال.
 - حلّل الحاجات الإعلامية الحالية لكل مجموعة، مُحدّداً تلك التي قُدِّمت، والتي لم تُقدّم بعد.
 - اجمع المعلومات اللازمة لتلبية حاجات كل جماعة من المنتفعين.
 - استهدف أكثر وسائط الاتصال ملاءمة وفاعلية لكل مجموعة انتخابية، مُحدّداً الوسائط الواجب إضافتها أو شطبها.
 - طوّر برنامجاً قصير الأجل وآخر طويل الأجل لإيصال معلومات شاملة إلى كل مجموعة من الناخبين.
 - ضع خطة لتقويم فاعلية المبادرة الإعلامية، ثمّ طبّقها.

الجدول الزمني:

سبتمبر

- اعقد اجتماعاً لفريق عمل المقاطعة (District Task Force) حول برنامج تربية الموهوبين (انظر الملحق (أ) بخصوص تأسيس لجنة استشارية)، وتأكد من حضور ممثلين عن كل مجموعة من الناخبين إذا أمكن (مثل: معلّمة في تربية الموهوبين، معلّمة صف، مديري المبنى، العاملين في المكتب الرئيس، عضو من مجلس التربية، والد/ة، طالب، مواطن). وفي دائرة مدرسية عريضة، يجب عقد أكثر من اجتماع لفرق العمل في برنامج تربية الموهوبين في مواقع مختلفة عديدة من أنحاء المنطقة كلها؛ لكي تفسح المجال للآباء، والطلاب، والمعلمين، والإداريين، والمواطنين لتقديم آرائهم.
- مُستعملاً المعلومات التي أدخلها عضو فريق العمل: (أ) ضع قائمة بحاجات كل مجموعة

من المجموعات التأسيسية للمعلومات. (ب) استهدف أكثر وسائط الاتصال فاعلية لكل مجموعة. (ج) حدّد مكان وجود المعلومات التي يحتاجون إليها، أو التي أدخلت. (د) قدّر عدد المرّات التي قد يجري فيها الاتصال. وفيما يخصّ مقاطعة مدرسية واسعة، يجب مراجعة توصيات فريق العمل من قبل قيادة المقاطعة؛ لكي تضمن المساندة من الدوائر الإدارية المختلفة، بما فيها الإدارة المحلية.

- كلّف أعضاء فريق العمل كافة إشراك زملائهم في الحصول على التغذية الراجعة والاقتراحات المقدّمة. أمّا إذا كانت المقاطعة كبيرة، فقد يكون ضروريًا إرسال المعلومات عبر موقع إلكتروني بحيث يشمل المقاطعة كلها، والطلب إلى الأخصائيين في تربية الموهوبين، عقد اجتماعات في مدارسهم، وتطوير مسح للمشاركة في المعلومات، وجمع ما حصلت عليه من معلومات.

أكتوبر

- راجع المعلومات والاقتراحات التي جمعت من التغذية الراجعة، ومن مجموعات المستفيدين كلها.
- عدّل بناءً على ذلك.
- طوّر خطة قصيرة الأمد وأخرى طويلة الأمد لإدخالهما - على مراحل - في المبادرة الإعلامية لكل مجموعة من المستفيدين.
- ضع خطة عمل على مراحل متتالية.

نوفمبر

- أشرك المستفيدين كافة في الخطة المعدّلة.
- ابدأ بالتنفيذ.
- صمّم مسجلاً من ثلاث إلى أربع إجابات قصيرة لقياس فاعلية اتصال كل مجموعة من المستفيدين.

ديسمبر - إبريل

- راقب مجرى المعلومات من المجموعات التأسيسية وإبها لكي تُقيّم باستمرار مَنْ وصلت إليهم وسائل الاتصال الموجودة، ومَنْ فاتهم ذلك.
- اجتمع بأعضاء فريق العمل لإشراكهم في التغذية الراجعة بواسطة المجموعات التأسيسية.

مايو

- وزّع المسوحات على المجموعات التأسيسية.
- أعدّ عقد اجتماع لفريق العمل لدراسة المعلومات التي جمعت، ثمّ قيّم فاعلية المبادرة.
- استخدم التغذية الراجعة في إدخال تعديلات.

لقد صمّم هذا المخطط المؤلّف من صفحة واحدة (جدول ١٢:١) لمساعدة المعلمين والمُنسّقين في برامج تربية الموهوبين على تصميم مبادراتهم الإعلامية، أو تعديلها، أو تقويمها. وفي أسفل العمود الذي على اليمين، دُوّنت أسماء المنتفعين على اختلافهم. وفي أعلى المخطط، هناك ثلاث فئات من المعلومات:

المحتوى، والوسائط، وأشهر السنة. يضم عمود المحتوى قائمة ببعض الأنواع المعلوماتية الشائعة جداً التي يحتاج إليها المنتفعون كافة. أما عمود الوسائط، فيحوي بعض أكثر وسائل الاتصال استعمالاً، في حين يحوي العمود الذي على يسار المخطط أعمدة عليها حروف تدلّ على أشهر السنة. وبسبب ضيق حجم الورقة المفردة في تنظيم جدول، لم تُدرج أنواع المحتوى كلها، ولا وسائل الاتصال جميعها. من جهة أخرى، يجب أن يُعدّل جدول ليلائهم الحاجات الفريدة للمدرسة، أو المقاطعة، أو المنتفعين.

ولتصوّر الممارسات الإعلامية الحالية، مثلاً، ضع علامة (X) في المربعات الملائمة لوصف المحتوى، والوسائط، والتكرار الذي تتلقى كل مجموعة تأسيسية معلوماتها منه. وقد ملئ السطر الخاص بمجلس التربية كمثال على ذلك. واستناداً إلى المعلومات الواردة في ذلك السطر، يستطيع المرء أن يلاحظ بسرعة فائقة أنّ أعضاء مجلس التربية بحاجة إلى أنواع أخرى من المعلومات عن ميزانية البرنامج، يُفضّل إيصالها بوسائط متنوعة أكثر من تلك الموجودة حالياً على برنامج عرض الشرائح الإلكتروني (Power Point).

نموذج لقياس نقاط القوة في مبادرة إعلامية لمقاطعة ما

يمكن استعمال القائمة التالية لتقويم جودة مبادرتك الإعلامية. اقرأ ثمّ صف كل بند، مُقدِّراً مدى نجاح هذا الجانب من خطتك الإعلامية، علماً بأنّ العلامة (١) تعني أنّ السِّمة غير متوافرة، و(٢) تعني أنّها تنال بعض الاهتمام، و(٣) تعني أنّ السِّمة موجودة، وتلقى الاهتمام الكافي في مقاطعتك.

كلّما ارتفع مجموع العلامات، زاد احتمال توافر مبادرة إعلامية عالية الجودة لمقاطعتك. أمّا مجموع العلامات المتدني لأيّ بند، فيبرز جوانب من الخطة قد تكون بحاجة إلى مراجعة.

٣ تنال الاهتمام الكافي	٢ تنال بعض الاهتمام	١ غير موجودة	السمات
			توافر مبادرة إعلامية لبرامج تربية الموهوبين وخدماتهم.
			تعرف المجموعات التأسيسية كلها.
			استعمال أشكال متنوعة من وسائط الإعلام المؤثر مع كل مجموعة من المستفيدين.
			الإعلام لكل مجموعة ذو فائدة.
			الإعلام لكل مجموعة يأتي في الوقت المناسب.
			الإعلام لكل مجموعة واضح ودقيق.
			تمكين وسائل الإعلام المستفيدين من تقديم المعلومات الموجهة إلى معلمي الموهوبين، واستلام معلومات منهم في الوقت نفسه.

نصيحة للممارس المنفرد

تعدّ التكنولوجيا أهمّ أداة بالنسبة إلى المعلّم المنفرد؛ لأنّ قدرتها على تعزيز الاتصال غير محدودة. بداية، يجب على المعلّم المنفرد استكشاف الخيارات التقنية المتاحة أو المتوفرة على مستوى المقاطعة والمدرسة. وبما أنّ معظم المقاطعات- خاصّة النائية - لديها بريد إلكتروني (E-mail)، فإنّ الخطوة التالية هي وضع قوائم تُوزع على أولياء الأمور، والمعلّمين، والإداريين، والطلاب. وستكون قوائم التوزيع الوسيط لرسائل إعلامية مهمّة جدًّا ومتنوّعة، بين المختص في تربية الموهوبين، والمجموعات الرئيسة المهمة من المستفيدين. وقد أتاح وجود موقع على شبكة الإنترنت (على مستوى المدرسة، أو المقاطعة) المجال لوصول أيّ مستفيد إلى معلومات جوهرية خاصّة بتربية الموهوبين.

MUST-READ RESOURCES

Friend, M., & Cook, L. (1992). *Interactions: Collaboration skills for school professionals*. New York: Longman.

REFERENCES

Covey, S. R. (1990). *The seven habits of highly effective people*. New York: Simon & Schuster.

Danielson, C. (1996). *Enhancing professional practice: A framework for teaching*. Alexandria, VA: ASCD.

Stronge, J. H. (2002). *Qualities of effective teachers*. Alexandria, VA: ASCD.