

چرا به برنامه‌ریزی در آموزش جغرافیا نیاز مندیم؟

دکتر سیاوش شایان

شده از آن‌ها سخن به میان می‌آید ضعیف است و تا چه حد در نقشه جغرافیایی ذهنی خود از جهان پیرامون، مکان‌ها و پدیده‌های ناشناخته و دور از دسترس وجود دارد که نیازمند مطالعه بیشتر و تدقیق بیشتر در دانش جغرافیاست و در صورتی که علاقه‌مند باشند برای پر کردن این نقایص، مطالعه می‌کنند، نقشه‌های جهان و ایران را زیر و رو می‌کنند، جست‌وجوهای اینترنتی (تارنمایی) انجام می‌دهند تا درباره مکان جغرافیایی مورد نظر خود، دیدی دقیق‌تر و روشن‌تر به‌دست آورند.

برای یک متخصص آموزش جغرافیا، یک دبیر جغرافیا و یک علاقه‌مند به دانش جغرافیا برنامه‌های مذکور فرصت‌های ارزشمندی فراهم می‌آورد تا اولاً نیازهای مخاطبان را تشخیص دهند و ثانیاً برای پاسخ به این نیازها چاره‌جویی کنند و برنامه بریزند و از برانگیخته شدن کنجکاوای جغرافیایی عموم مردم و دانش‌آموزان بهره ببرند تا ارزش و اهمیت آموزش جغرافیا را به جامعه بهتر معرفی کنند. متخصصان برنامه‌ریزی درسی جغرافیا با دیدن همین برنامه‌ها شادمان می‌شوند که قدری از بار آموزش جغرافیا در سطح عموم را (که در کتب درسی مجال ارائه آن‌ها نیست) رسانه‌ها بر دوش می‌کشند و دبیران جغرافیا با دانش‌آموزانی روبه‌رو می‌شوند که با دیدن این برنامه‌ها سوالات بسیاری از آن‌ها مطرح می‌کنند. دبیران هم با توجه به انگیزه‌ای که از این طریق دانش‌آموزان برای یادگیری بهتر و مؤثرتر جغرافیا کسب کرده‌اند، پاسخ‌هایی قانع‌کننده و مبسوط ارائه می‌کنند که این پاسخ‌ها به شکل یافته‌هایی دیرپا در ذهن دانش‌آموزان بر جای می‌مانند. دانش جغرافیایی دانش‌آموزان در مقیاس‌های مختلف به راحتی و از طریق رسانه‌های گروهی و شبکه‌های اجتماعی صورت نمی‌گیرد و نیازمند آموزش، از سطوح آموزش عمومی (حداقل دوره دوم متوسطه) تا آموزش جغرافیا به شکل مؤثر در دانشگاه‌هاست. اینجاست که وظیفه برنامه‌ریزان درسی جغرافیا، متخصصان آموزش جغرافیا و جغرافی دانان (کسانی که درس جغرافیا خوانده‌اند و وظیفه انتقال آن را به‌عنوان استاد یا دبیر به نسل بعدی و عموم جامعه انجام می‌دهند) مشخص می‌شود و برنامه‌ریزی دقیق آموزش جغرافیا با توجه به نیازهای زمان ضرورت می‌یابد. از این رو به نظر می‌رسد باید در این زمینه گام‌های بلندتر و دقیق‌تری برداشته شود.

همه روزه، حجم وسیعی از اطلاعات جغرافیایی در برنامه‌هایی چون اخبار، گزارش روز، مستند طبیعت، سفر و گردشگری و همانند آن‌ها از صدا و سیما یا حتی در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شود. در این برنامه‌ها از مکان‌های جغرافیایی، پدیده‌های طبیعی، ملل و فرهنگ‌ها، اقوام و قبایل، زبان‌ها و اقتصاد منطقه‌ای و مکانی سخن به میان می‌آید. مخاطبان این برنامه‌ها قشرهای متنوعی از فرهیختگان دانشگاهی تا افرادی در سطوح تحصیلی مختلف را شامل می‌شوند. به نظر می‌رسد رسانه‌های گروهی ناشر این برنامه‌ها دو نقش متفاوت را ایفا می‌کنند:

● افزایش دانش جغرافیای عمومی و تخصصی مخاطبان و روشن کردن نقشه جغرافیایی ذهنی آن‌ها.

● نمایش کاستی‌ها در دانش جغرافیایی مخاطبان.

در مورد نقش اول می‌توان گفت که برنامه‌های پخش شده از رسانه‌ها سبب افزایش دانش جغرافیایی مخاطبان و حتی مهارت‌های جغرافیایی و ارزش‌های جغرافیایی همچون احترام به طبیعت و ملل می‌شود. مردم با دیدن این برنامه‌ها درمی‌یابند در جهانی وسیع زندگی می‌کنند و به جز ساکنان این سرزمین، در سرزمین‌های دور و نزدیک، انسان‌هایی با فرهنگ‌ها، آداب و رسوم، ادیان، زبان‌ها و محیط‌های متفاوت جغرافیایی زندگی می‌کنند. این امر باعث می‌شود که به تدریج مخاطبان برنامه از خود به درآیند و در مقیاسی وسیع‌تر قرار گیرند و خود را از جمله ساکنان یک محیط جغرافیایی وسیع‌تری به نام «زمین» برشمارند. برنامه‌هایی که محیط‌های جغرافیایی متفاوت و پدیده‌های طبیعت را به من و شما نشان می‌دهند، خواه‌ناخواه به شکلی آرام دانش جغرافیایی ما را اعتلا می‌بخشند و بر آگاهی ما می‌افزایند و قوانین حاکم بر طبیعت در محیط‌های گوناگون جغرافیایی را به ما می‌آموزند. این برنامه‌ها روی هم رفته مفیدند و کمکی به برنامه‌های درسی جغرافیا در سطح آموزش عمومی و دانشگاهی به حساب می‌آیند.

● نقش دوم این برنامه‌ها، نمایش کاستی‌ها و ضعف‌های جغرافیایی مخاطبان و نیاز به مطالعه بیشتر جغرافیا برای درک پدیده‌های جغرافیایی است. مخاطبان با دیدن این برنامه‌ها درمی‌یابند که چه قدر اطلاعات جغرافیایی آن‌ها درباره مکان‌هایی که در برنامه‌های ارائه