



نقش رسانه ها در رشد هویت ملی کودکان پیش دبستانی شهر فسا

سمانه فلاح

مربی پیش دبستانی پروانه ها

samaneh_8200@yahoo.com

چکیده

پژوهش حاضر، به بررسی نقش رسانه ها (تلویزیون، رایانه، کتاب ها و مجلات غیردرسی) در رشد هویت ملی کودکان پرداخته است. به این منظور، ۴۴۰ نفر از کودکان پیش دبستانی شهر فسا، به روش نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شده اند. برای سنجش هویت ملی، شناخت علایم و نمادهای ملی، میزان استفاده از رسانه ها و ویژگیهای فردی و خانوادگی، پرسشنامه ای محقق ساخته به کار گرفته شد و داده های پژوهش با استفاده از روشهای آماری آزمون t، همبستگی اسپیرمن، تحلیل عاملی اکتشافی و رگرسیون چندمتغیره مورد پردازش قرار گرفت. نتایج نشان داد میزان استفاده از رادیو - تلویزیون و رایانه، رشد هویت ملی و شناخت علایم و نمادهای ملی را پیش بینی میکند. استفاده از کتابها و مجلات غیردرسی و پایگاه اجتماعی اقتصادی، نیز پیش بینی کننده میزان شناخت علایم و نمادهای ملی هستند.

واژگان کلیدی: رسانه ها، رشد، هویت ملی، کودکان

مقدمه

انسان ها طی فرایند جامعه پذیری^۱، بسیاری از دانش ها، ارزش ها، مهارت ها، انگیزه ها و نقش ها را، متناسب با جایگاه و موقعیت خود در گروه یا اجتماع می آموزند و به این ترتیب، از بعضی جهات شبیه سایر اعضای جامعه و از نظر برخی ویژگی های دیگر، متفاوت با آنان می شوند، جامعه پذیری از نخستین سال های کودکی آغاز می شود و در سراسر عمر ادامه می یابد تا به این ترتیب، فرد برای ایفای نقش های مؤثر در زندگی شخصی و گروه های اجتماعی در سطوح گوناگون (خانواده، دوستان، قومیت و ملیت) آمادگی کسب کند (آخوندی، ۱۳۷۷).