

عنوان مقاله:

آسیب شناسی نقش تبلیغات تلویزیونی موسسات کنکوری و تبعات نابرابری آموزشی بر موفقیت یا عدم موفقیت دانش آموزان در کنکور سراسری

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی مشاوره (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سمیرا ایزدی منش - کارشناسی ارشد روانشناسی تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

حمیدرضا علیزاده نوشنق - کارشناسی ارشد روانشناسی تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

خلاصه مقاله:

در یک نگاه سطحی این طور به نظر می رسد که تنها راه موفقیت در آزمون سراسری، مطالعه زیاد کتب درسی و کمک آموزشی باشد؛ نبود اطلاعات به روز و در دسترس برای همه داوطلبان، ضرورت تبیین نقش تبلیغات تلویزیونی موسسات کنکوری و تبعات نابرابری آموزشی بر موفقیت یا عدم موفقیت دانش آموزان در کنکور سراسری را دوچندان نموده است. هدف این مقاله تحلیل بنیان نظری در ارتباط با چالش های به وجود آمده به واسطه غول رسانه ای و تبلیغات گسترده موسسات مختلف کنکوری و پیامدهای مرتبط با آن است. این مقاله با توجه به ماهیت آن توصیفی-تحلیلی به صورت استنادی و بر پایه مطالعات کتابخانه ای است. نتیجه این که خانوادهها نباید تمام استعداد، لیاقت، توانایی و... فرزندشان را در رتبه کنکور ببینند بنابراین در وهله اول مدرک گرایی باید در جامعه از بین برود تا آرام آرام خانوادهها هم این را بپذیرند و فشار بر دانش آموزان کمتر شود.

کلمات کلیدی:

کنکور، موفقیت، تبلیغات تلویزیونی، موسسات کنکور، نابرابری آموزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1325771>

