Конкурс учебно-исследовательских проектов школьников «Эврика»
Малая академия наук учащихся Кубани

Влияние СМИ на формирование комплекса неполноценности.

Автор: Литвишко Анастасия,
11 класс МОУ СОШ №7.
Научный руководитель:
Воронцова Н.В.
педагог-психолог
МОУ СОШ №7

2009г.

Рейтинг изданий

Гипотеза:

негативная сторона влияния современных СМИ заключается в следующем: поскольку подростки и молодежь достаточно обособлены в культурном плане, масс-медиа, успешно продвигая западные стандарты жизни и восприятия мира, способствуют формированию у них «комплекса неполноценности».

Цель: изучение аспектов влияния современных средств массовой информации на сознание молодежи.

Задачи:

1. Изучить теоретические аспекты по данному вопросу.
2. Провести диагностику личностных особенностей учащихся 10-11 классов: определить степень проявления комплекса неполноценности.
3. По результатам диагностики провести практические занятия с элементами тренинга, сделать выводы о подтверждении гипотезы.

Психологический комплекс –

это ошибочное представление человека о своих физических или психологических недостатках, их преувеличение, сопровождающееся глубокими и, как правило, скрываемыми от посторонних людей переживаниями.

Альфред Адлер

Зигмунд Фрейд

Карл Роджерс

Карен Хорни

Признаки комплекса неполноценности:

- частые и сильные переживания из-за собственного поведения и собственных неадекватных реакций на действия других людей;

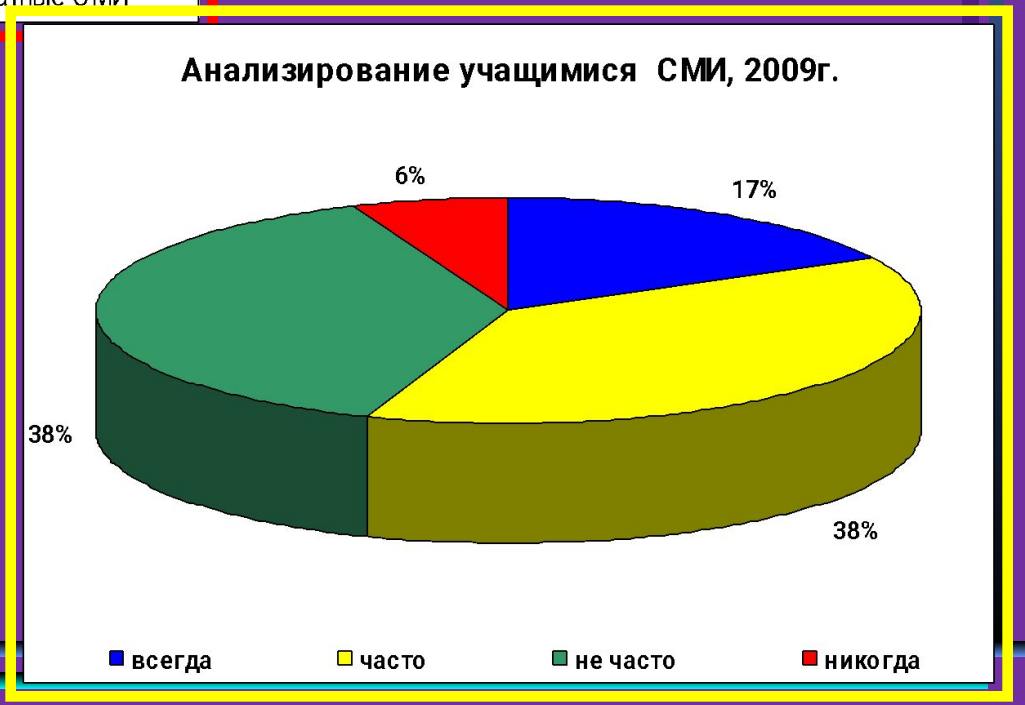
- неадекватность реакций на различные жизненные ситуации и на поведение других людей;

- чувство скованности при решении задач, которые оцениваются другими людьми;

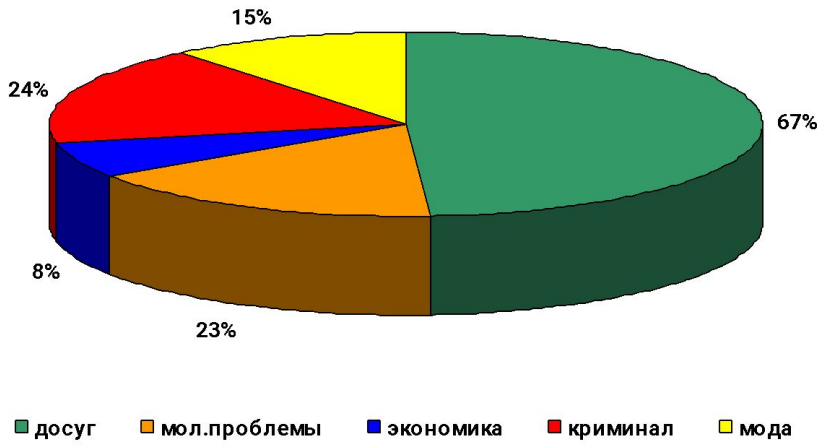
- чувство страха или беспокойства при ожидании предстоящих встреч и разговоров со значимыми людьми.

Результаты диагностики:

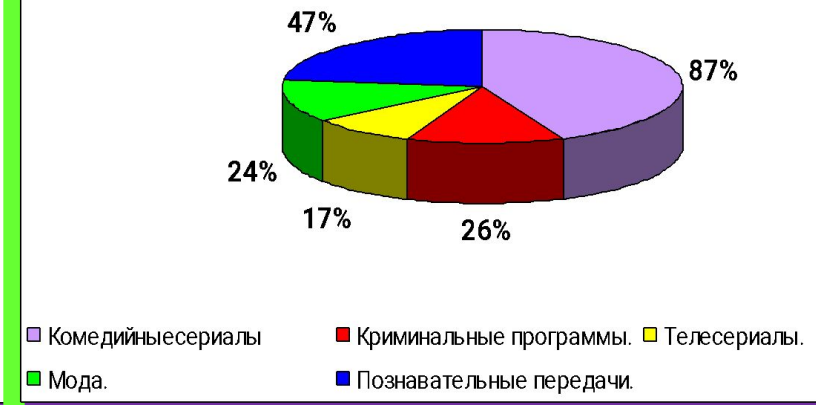
Предпочитаемые источники информации учащимися 10-11 классов.
3%
7%
58%
76%
ТВ
Интернет
Радио
печатные СМИ


Анализирование учащимися СМИ, 2009г.
6%
17%
38%
38%
всегда
часто
не часто
никогда

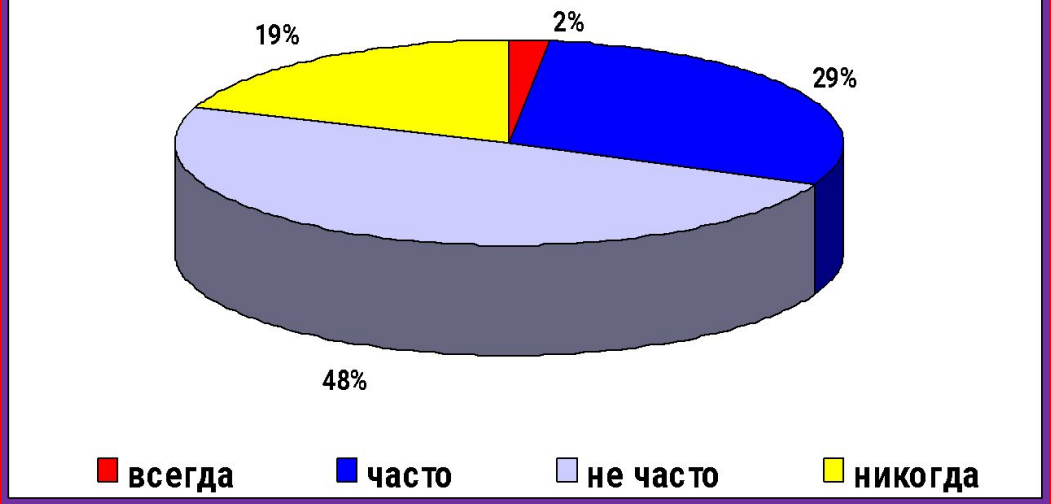
Наиболее предпочитаемая информация с точки зрения учащихся, 2009г.



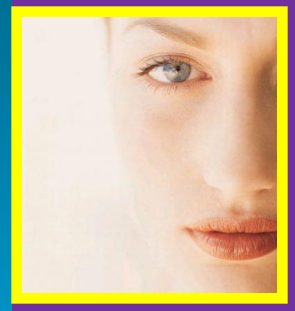
Предпочитаемые телепередачи учащимися 10-11 классов, 2009г.



Использование учащимися рекламной информации.



Выводы:

- Проведён анализ теоретического материала по данной теме.
- Проведена диагностика личностных особенностей учащихся 10-11 классов: тест «Комплекс неполноценности», анкетирование « Отношение к СМИ».
- Обработаны и проанализированы результаты диагностики.
- Для формирования у учащихся компетентности по информационной безопасности и личностного роста был проведен тематический классный час с элементами тренинга общения.

Влияние СМИ на формирование комплекса неполноценности.