

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

**Влияние СМИ на формирование
комплекса неполноценности.**



2009г.

Автор: Литвишко Анастасия,
11 класс МОУ СОШ №7.

Научный руководитель:

Воронцова Н.В.

педагог-психолог

МОУ СОШ №7



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



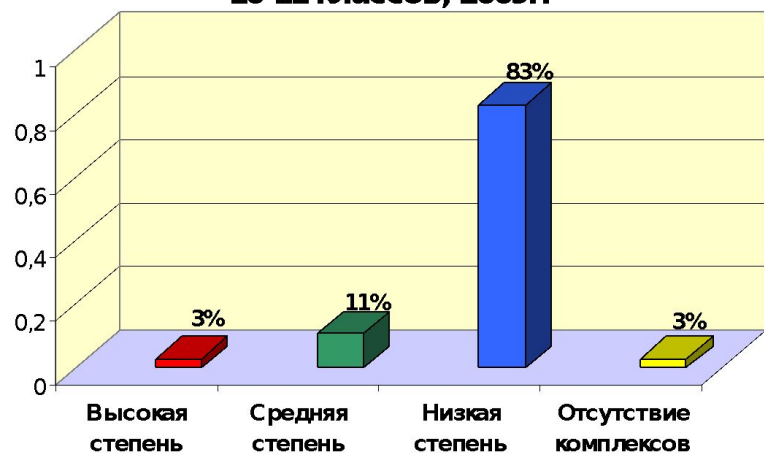
Признаки комплекса

неполноценности:

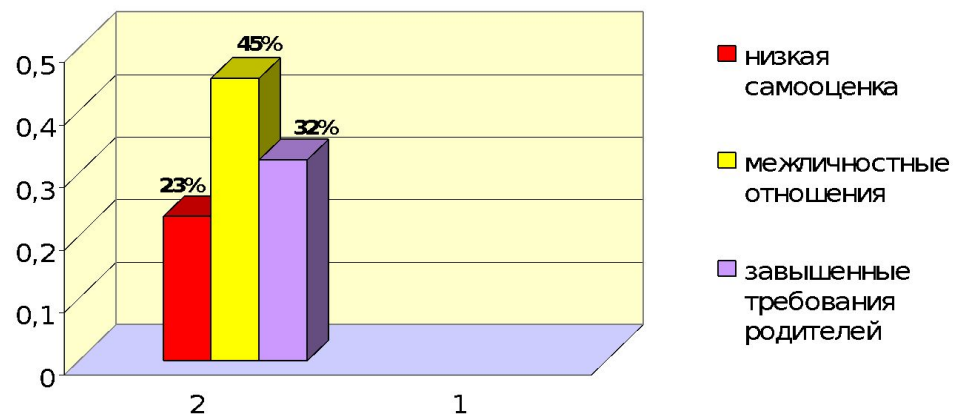
- частые и сильные переживания из-за собственного поведения и собственных неадекватных реакций на действия других людей;
- неадекватность реакций на различные жизненные ситуации и на поведение других людей;
- чувство скованности при решении задач, которые оцениваются другими людьми;
- чувство страха или беспокойства при ожидании предстоящих встреч и разговоров со значимыми людьми.

Результаты диагностики:

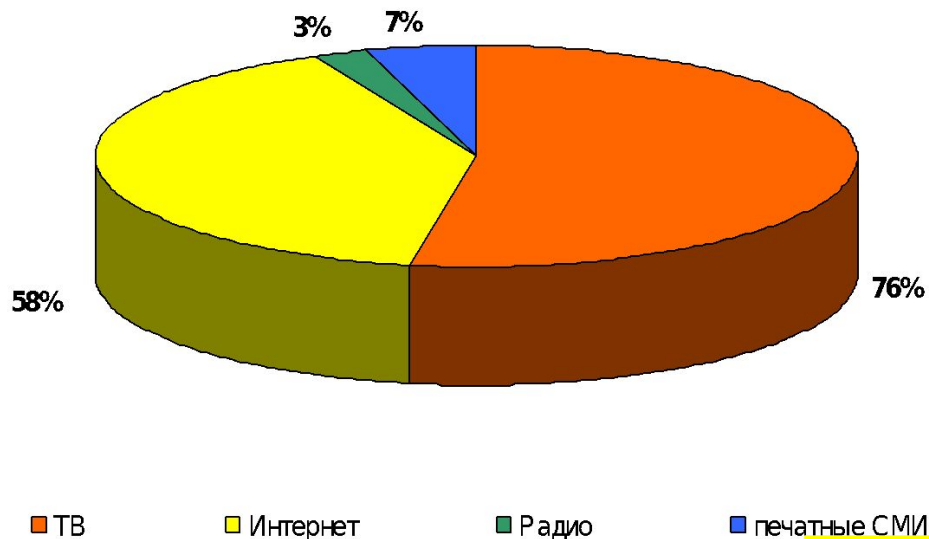
Степень закомплексованности учащихся
10-11 классов, 2009г.



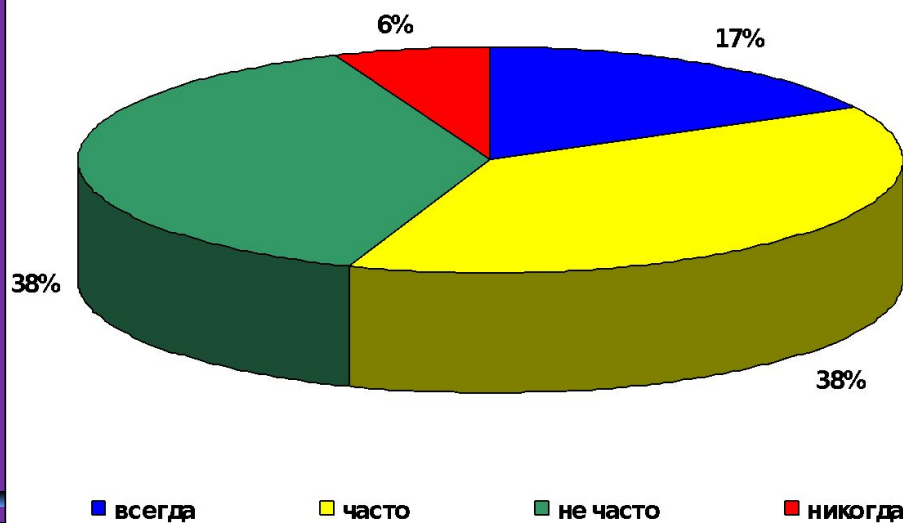
Проявления комплекса неполноценности у
учащихся 10-11 классов, 2009г.



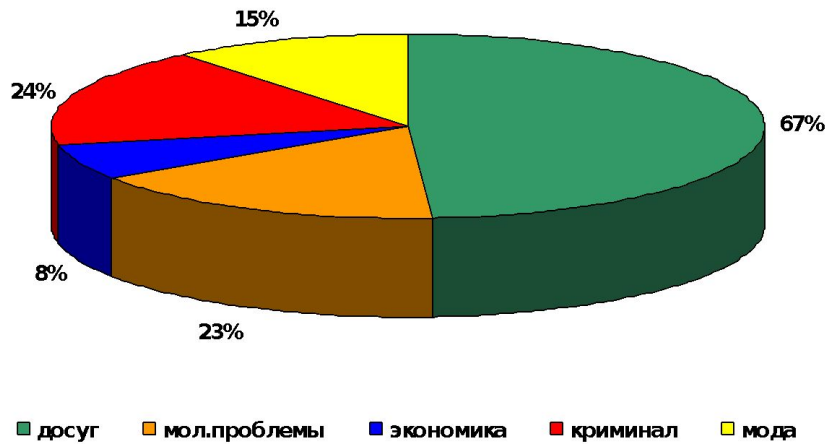
Предпочитаемые источники информации учащимися 10-11 классов.



Анализирование учащимися СМИ, 2009г.



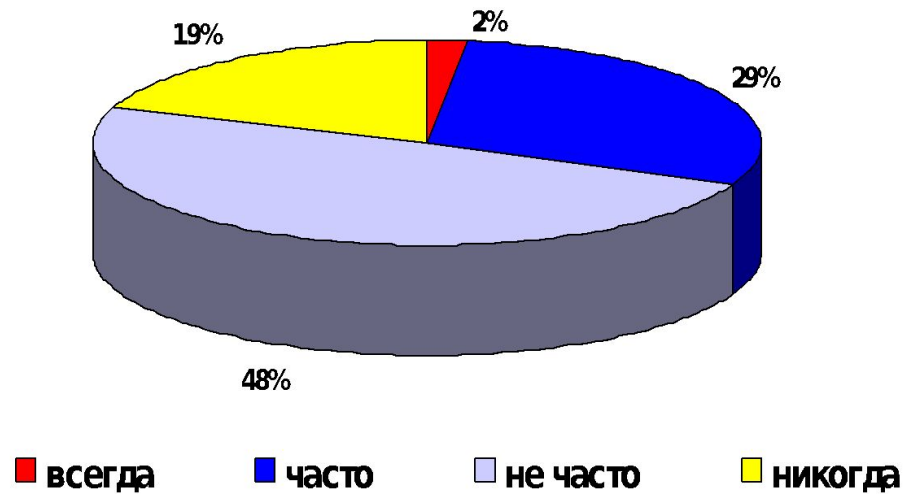
Наиболее предпочитаемая информация с точки зрения учащихся, 2009г.



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.

