

Секция «31.14 Социологические проекты начинающих исследователей (Секция для школьников 10-11 классов)»

### **Синдром упущенной выгоды (FOMO) у подростков.**

**Научный руководитель – Дудко Таисия Николаевна**

*Тимохина Н.Д.<sup>1</sup>, Астафьева В.А.<sup>2</sup>*

1 - , E-mail: natadt1711@gmail.com; 2 - , E-mail: v.astafieva2009@gmail.com

#### **Аннотация**

Синдром упущенной выгоды (FOMO) - тревожное состояние, когда человек боится пропустить важное или интересное для него событие. Проект направлен на ознакомление и распространение данной проблемы среди подростков с помощью комикс-брошюры.

Ключевые слова: синдром упущенной выгоды (FOMO), комикс-брошюра.

#### **Краткое описание содержания работы**

Цель проекта - распространить среди подростков проблему синдрома упущенной выгоды и её решение.

#### **Задачи:**

- 1) Изучить причины и актуальность темы.
- 2) Провести опрос с помощью Google Forms среди подростков.
- 3) Выявить взаимосвязь между социальными сетями и FOMO.
- 4) Создать комикс-брошюру, которая будет направлена на ознакомление и распространение данной проблемы.

Актуальность этой темы растёт за счёт массовизации, распространения данного синдрома и не должной заинтересованности в нём.

#### **Этапы проекта:**

- 1) Изучение причин FOMO и актуальности данной темы.
- 2) Проведение опроса на тему FOMO среди подростков.
- 3) Выявление взаимосвязи между социальными сетями и FOMO.
- 4) Разработка структуры, дизайна и содержания комикс-брошюры.
- 5) Создание брошюры.

Метод сбора данных - проведение опроса подростков с помощью Google Forms.

Использованное оборудование - компьютерное оборудование.

Результатом данного проекта стала комикс-брошюра, направленная на ознакомление подростков с проблемой синдрома упущенной выгоды и её решением. Мы планируем распространить брошюры среди подростков.

#### **Источники и литература**

- 1) Эмпирические исследования Еремина Р. А. «Осознанность как стратегия совладания с «синдромом упущенной выгоды» в социальных сетях».
- 2) Исследования выпускницы ВШЭ Ибрагимовны Антонины Валерьевны «FOMO (Синдром Упущенной Выгоды) как инструмент продвижения бренда».

#### **Иллюстрации**



Рис. : Комикс-брошюра, направленная на ознакомление с синдромом упущенной выгоды (FOMO).