

**Муниципальное бюджетное общеобразовательное
учреждение города Кургана
«Средняя общеобразовательная школа № 22»**

**Реферативно-исследовательская работа
«Влияние стереотипов на
взаимопонимание в процессе общения»**

**Автор: Китушина Алина Андреевна,
обучающаяся 10 А класса социально-гуманитарного
профиля МБОУ «СОШ №22»**

**Научный руководитель: Гончар Эльвира Витальевна,
учитель обществознания МБОУ «СОШ №22»**

Цель: определить влияние стереотипов восприятия в процессе общения.



Задачи:

- Изучив литературу по данному вопросу, выявить, имеют ли место быть стереотипы, полезны ли они или влекут за собой лишь отрицательные последствия.
- Показать, что движет людьми, когда они поддаются определенным убеждениям
- Выявить связь общения и понимания, таким образом показать общение как понимание
- Проведя исследование, доказать, что влияние стереотипов очень велико, показать насколько сильно это способствует возникновению и закреплению предубеждений, неприязни к нововведениям, к самостоятельному мышлению.

Гипотеза: Если люди не стремятся реагировать на окружающие явления каждый раз по-новому, а подводят их под уже имеющиеся категории, то говорит ли это о несокрушимой, уже устоявшейся вере в стереотипы.



Объектная область исследования: обществознание

Объект исследования: общение

Предмет исследования: стереотипы в процессе общения

Методы:

- Метод анализа и синтеза при изучении специальной литературы по теории вопроса;
- Метод наблюдения;
- Метод статистики;
- Метод визуализации данных полученных путем систематизации количественных и качественных показателей изучаемых процессов и явлений.

Сроки работы: ноябрь - декабрь 2012 года

База: обучающиеся 2-11 классов МБОУ «СОШ №22»

**В опросе участвовало 233 респондента,
учащиеся 2-11 классов**

**Письменно составить
словесный портрет:**

- 1. Известный спортсмен**
- 2. Весёлый клоун**
- 3. Известный врач**
- 4. Модный ди-джей**

**Сравнив описания
установить, какие
стереотипы
восприятия
присутствуют в
текстах респондентов.**

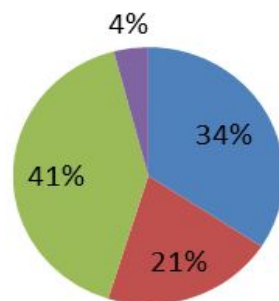


Результаты обработки опросника

2 класс:

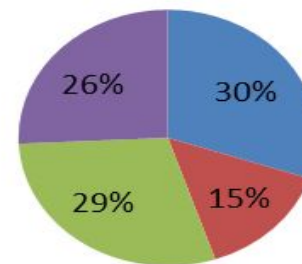
Известный спортсмен

- Сильный
- В форме
- Быстрый
- Энегичный



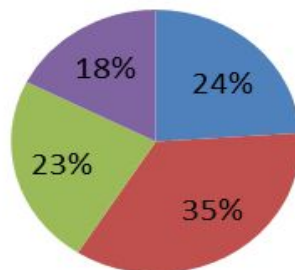
Известный врач

- добрый
- смелый
- отзывчивый
- серьезный



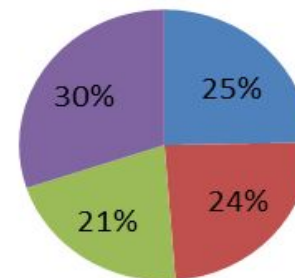
Веселый клоун

- смешной
- веселый
- добрый
- разноцветный



Модный диджей

- музыкальный
- крутой
- энергичный
- красивый

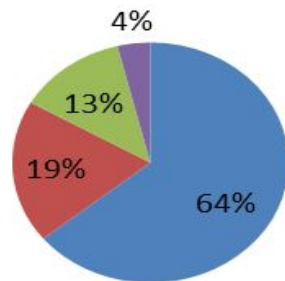


Результаты обработки опросника

3 класс:

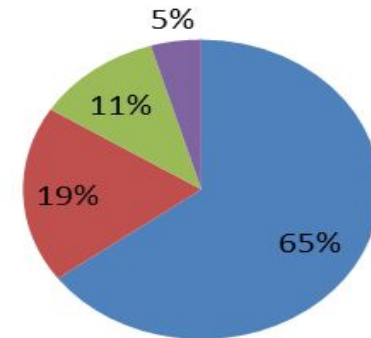
известный спортсмен

■ подвижный ■ быстрый
■ гордый ■ бодрый



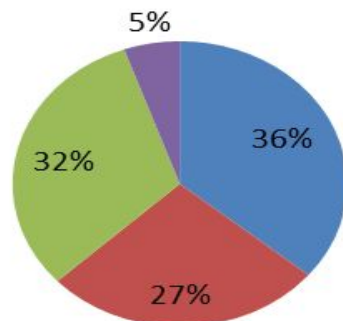
веселый клоун

■ смешной ■ радостный
■ озорной ■ неуклюжий



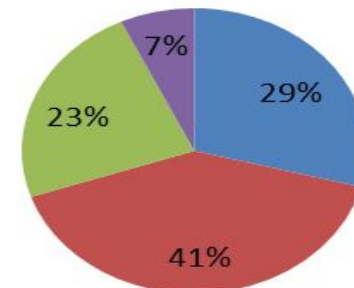
Известный врач

■ умный ■ аккуратный
■ смелый ■ серьезный



Модный диджей

■ красивый ■ крутой
■ музыкальный ■ некрасивый

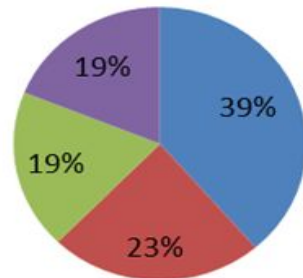


Результаты обработки опросника

4 класс:

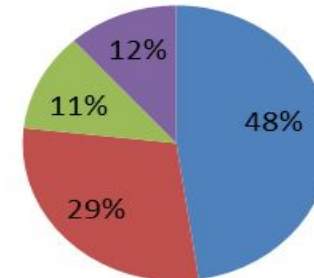
Известный спортсмен

- В костюме
- Сильный
- Знаменитый
- Быстрый



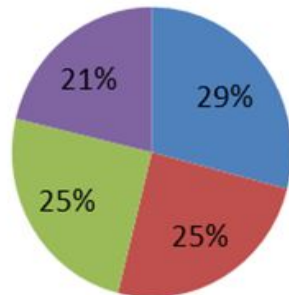
Известный врач

- белый халат
- умный
- дружелюбный
- хороший



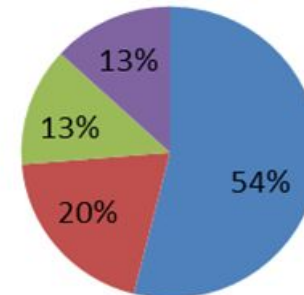
Веселый клоун

- Смешной
- красный нос
- костюм
- веселый



Модный диджей

- Нашуники
- Музыкальный
- крутой
- молодой

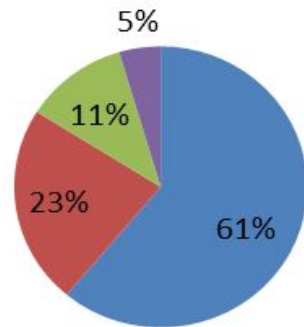


Результаты обработки опросника

5 класс:

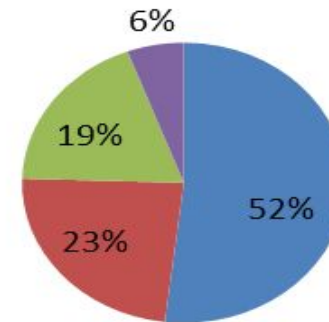
Известный спортсмен

- сильный
- красивый
- ловкий
- подвижный



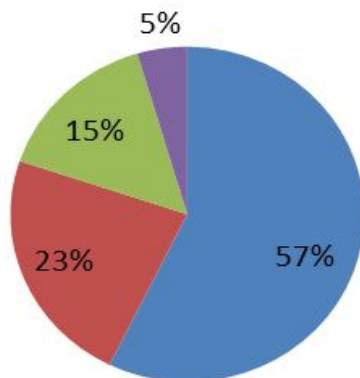
Веселый клоун

- красный нос
- кудрявый
- глупый
- добрый



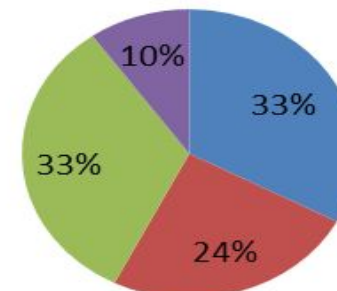
Известный врач

- белый халат
- серьезный
- злой
- добрый



Модный диджей

- крутой
- в наушниках
- модный
- энергичный

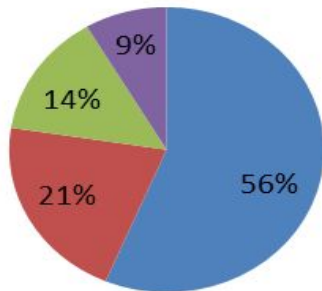


Результаты обработки опросника

6 класс:

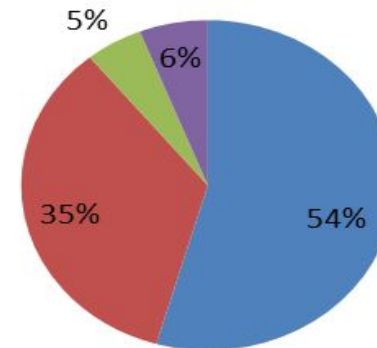
Известный спортсмен

- сильный
- быстрый
- мужественный
- выносливый



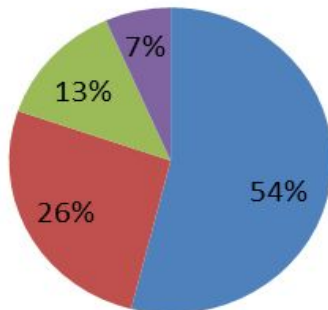
Веселый клоун

- смешной
- веселый
- лохматый
- яркий



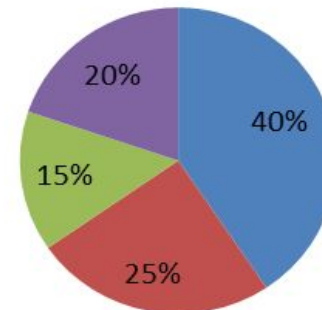
Известный врач

- умный
- вежливый
- внимательный
- храбрый



Модный диджей

- стильный
- веселый
- современный
- красивый

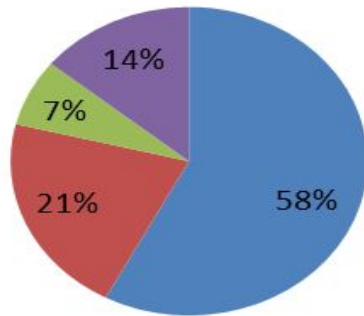


Результат обработки опросника

7 класс:

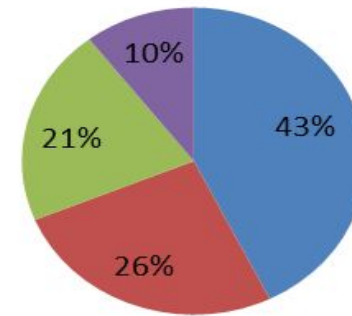
Известный врач

- в маске
- пахнет спиртом
- богатый
- в перчатках



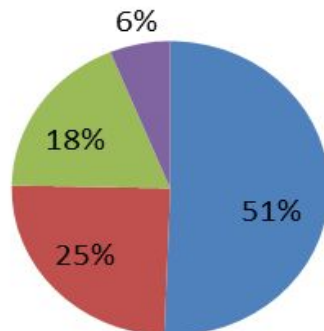
Модный диджей

- любит танцы
- стильный
- много друзей
- молодой



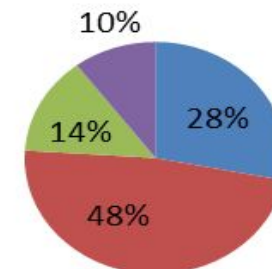
Веселый клоун

- красный нос
- с шариками
- любит детей
- жуткий



Известный спортсмен

- высокий
- в кроссовках
- богатый
- накаченный

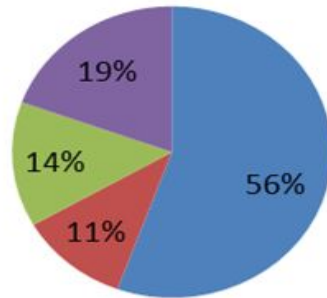


Результаты обработки опросника

8 класс:

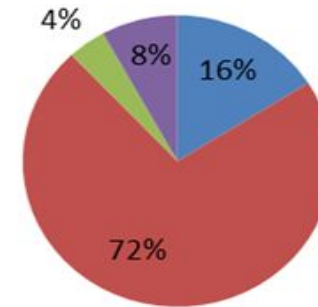
Известный спортсмен

- сильный
- мускулистый
- глупый
- выносливый



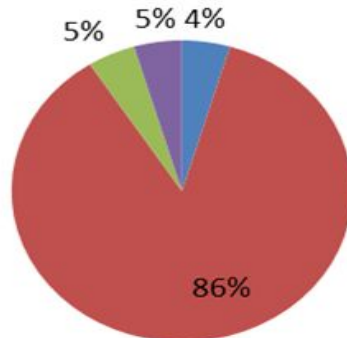
Веселый клоун

- разноцветный
- добрый
- смешной
- радостный



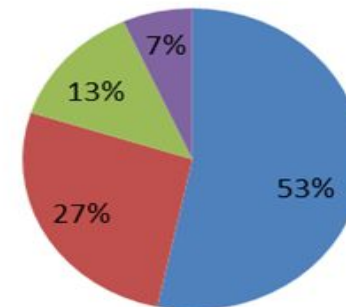
Известный врач

- культурный
- талантливый
- умный
- бесстрашный



Модный диджей

- стильный
- продвинутый
- веселый
- красивый

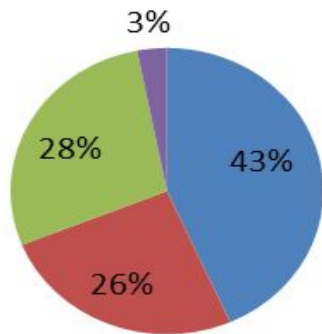


Результаты обработки опросника

9 класс:

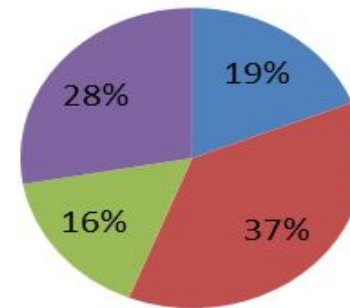
Известный спортсмен

■ сильный ■ здоровый ■ быстрый ■ ловкий



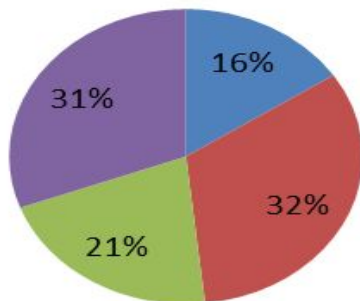
Веселый клоун

■ гримм ■ смешной
■ неуклюжий ■ красный нос



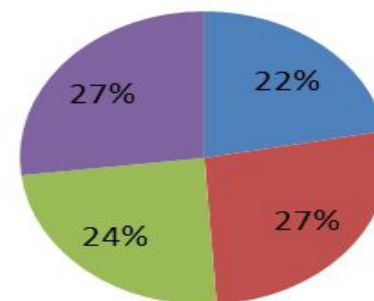
Известный врач

■ умный ■ профессионал
■ ответственный ■ белый халат



Модный диджей

■ наушники ■ заводной
■ позитивный ■ энергичный

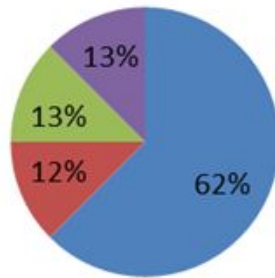


Результаты обработки опросника

10 класс:

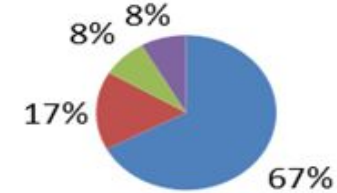
известный спортсмен

- сильный
- накаченный
- привлекательный
- высокий



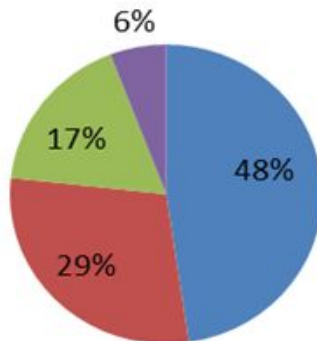
веселый клоун

- невысокий
- лысый
- немного полный
- смешной



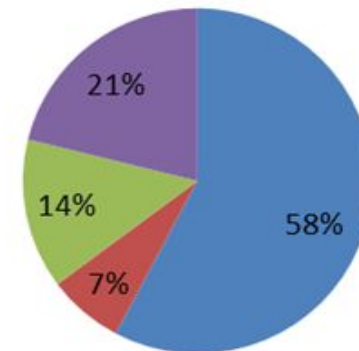
Известный врач

- в белом халате
- криво пишет
- заботливый
- ответственный



модный диджей

- молодой
- общительный
- пафосный
- худой

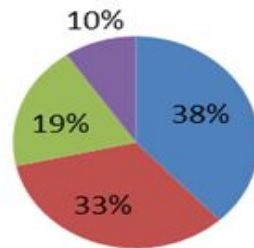


Результаты обработки опросника

11 класс:

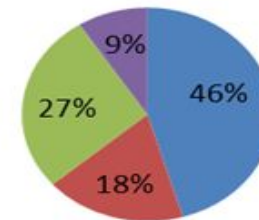
известный спортсмен

- красивый
- сильный
- целеустремленный
- не подчиняюсь стереотипам



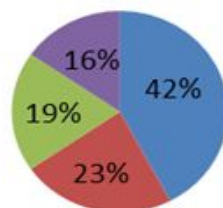
веселый клоун

- нелепая одежда
- красный нос
- смешной
- не подчиняюсь стереотипам



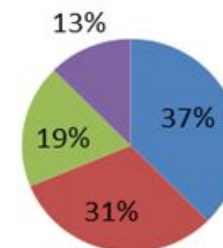
известный врач

- умный
- талантливый
- в белом халате
- не подчиняюсь стереотипам



модный диджей

- стильно одет
- музыкальный слух
- в наушниках
- не подчиняюсь стереотипам



Выводы:

- С возрастом происходит более осмысленное восприятие. Мы, безусловно, подчиняемся стереотипам, но не в такой большой мере, по сравнению с более молодым поколением. Осознавая ответственность, с возрастом человек старается контролировать свое восприятие мира.
- Полный отказ от стереотипов невозможен, но по результатам исследования можно сказать, что только с возрастом и накопленным опытом, происходит осмысленная деятельность по восприятию ситуаций.

Таким образом, можно сделать вывод, что если люди не стремятся реагировать на окружающие явления каждый раз по-новому, а подводят их под уже имеющиеся категории, то говорить о несокрушимой, уже устоявшейся вере в стереотипы не стоит.

Гипотеза доказана.



Установка сознания – это отношение человека к окружающему. Дефекты установки сознания выражаются в виде представлений, неправильных отношений, пренебрежения к фактам, отсутствию внимания и интереса. **Стереотип** – это устойчивое, часто упрощенное мнение относительно людей или ситуаций. Он **зачастую позволяет судить о людях по ассоциации. Стереотипы препятствуют коммуникации** в доверии образом. Смысл послания может быть искажен отправителем под влиянием его стереотипа, а также стереотипным мышлением получателя информации.

Умирая, шенне, ует ить о вешах:

убедиться в ашин собств-
какие сте-
1. получение,
ослабление,
этот барьер

коммуни-
вниману
у него
огда,
1. соб-
вы



*Улыбись!
Все трудности в мире
совершаются
с серьезным
выражением лица*

МБОУ «СОШ №22»
Курган, 1 Мая, 19А



Для того чтобы вызвать доверие и понимание к нему или себе, вы можете применить несколько приемов:

Прием «Улыбка»

ключается в том, что вы выражаете себе, что вы уверены в себе, что вы достойны, вы уважительные и оптимистичные к партнеру. Вы улыбаетесь и смотрите в глаза партнеру.

ему выразить в глазах, улыбке и взгляде, поше, наклоне туловища и головы, тоналности речи. «Улыбка» берет свое начало в открытости и доверия к партнеру, она означает партнеру действовать подобным образом по отношению к вам, демонстрирует к нему уважение, создает эти ожидания, отвечает в глазах партнера ваш индик приятного человека, вызывает у партнера положительные эмоции.



Формируя сообщение, следует помнить о двух вещах:

1. Обдумать сообщение и убедиться в том, что его не искажают ваши собственные стереотипы.
2. Попытаться определить, какие стереотипы могут повлиять на понимание, и так сформулировать сообщение, чтобы оно прошло сквозь этот барьер.

Для облегчения процесса коммуникации необходимо привлечь внимание человека, а затем вызвать у него интерес. Интерес возникает тогда, когда человек осознает значение сообщения для себя. Интерес можно вызвать двумя способами:

1. Воздействие на положительные мотивы поведения людей. Нужно убедить их в том, что они смогут получить желаемое.
2. Воздействие на отрицательные мотивы. Нужно показать людям, как предупредить нежелательное развитие событий.

Выражаю огромную
благодарность
руководителю
Гончар Эльвире Витальевне,
а также ученикам школы № 22,
которые принимали
участие в моем
опросе.

