

**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.**

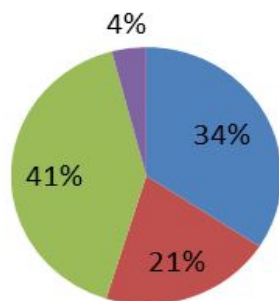


Результаты обработки опросника

2 класс:

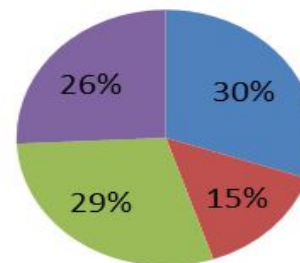
Известный спортсмен

■ Сильный ■ В форме
■ Быстрый ■ Энегичный



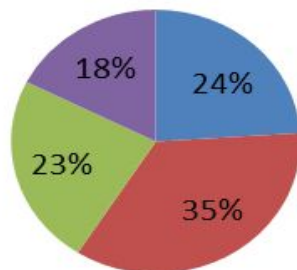
Известный врач

■ добрый ■ смелый
■ отзывчивый ■ серьезный



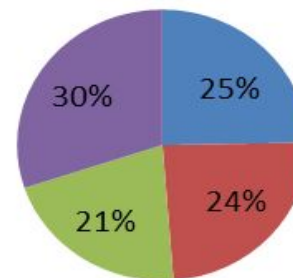
Веселый клоун

■ смешной ■ веселый
■ добрый ■ разноцветный



Модный диджей

■ музыкальный ■ крутой
■ энергичный ■ красивый

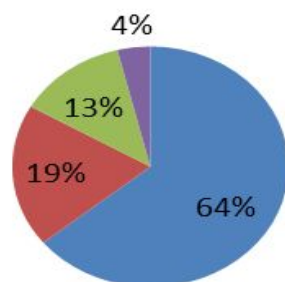


Результаты обработки опросника

3 класс:

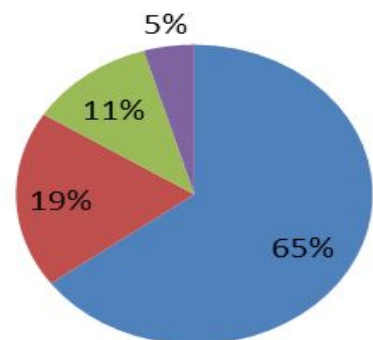
известный спортсмен

■ подвижный ■ быстрый
■ гордый ■ бодрый



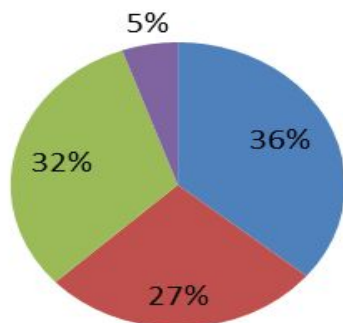
веселый клоун

■ смешной ■ радостный
■ озорной ■ неуклюжий



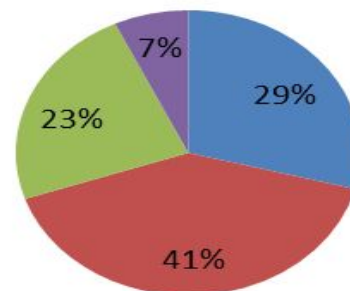
Известный врач

■ умный ■ аккуратный
■ смелый ■ серьезный



Модный диджей

■ красивый ■ крутой
■ музыкальный ■ некрасивый

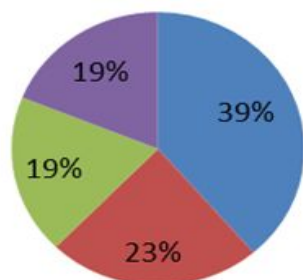


Результаты обработки опросника

4 класс:

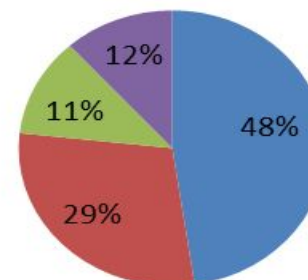
Известный спортсмен

■ В костюме ■ Сильный
■ Знаменитый ■ Быстрый



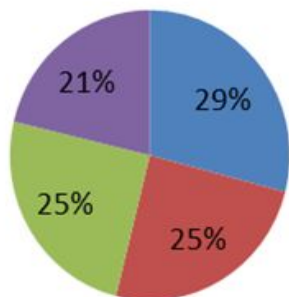
Известный врач

■ белый халат ■ умный
■ дружелюбный ■ хороший



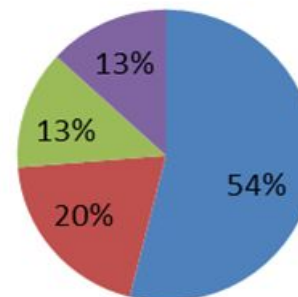
Веселый клоун

■ Смешной ■ красный нос
■ костюм ■ веселый



Модный диджей

■ Нашуники ■ Музыкальный
■ крутой ■ молодой

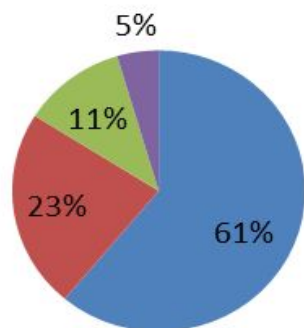


Результаты обработки опросника

5 класс:

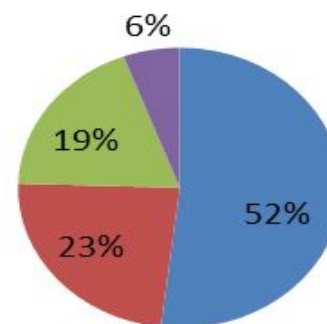
Известный спортсмен

■ сильный ■ красивый
■ ловкий ■ подвижный



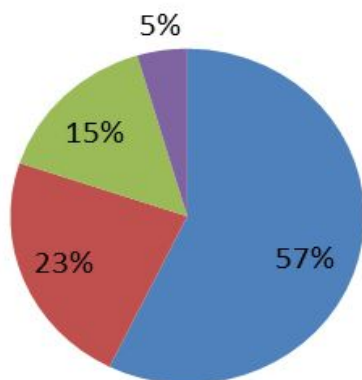
Веселый клоун

■ красный нос ■ кудрявый
■ глупый ■ добрый



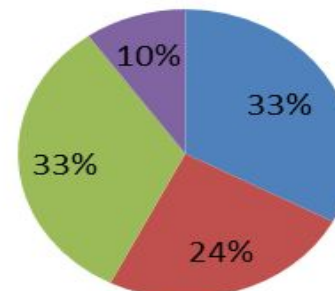
Известный врач

■ белый халат ■ серьезный ■ злой ■ добрый



Модный диджей

■ крутой ■ в наушниках
■ модный ■ энергичный

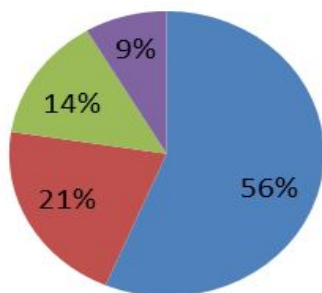


Результаты обработки опросника

6 класс:

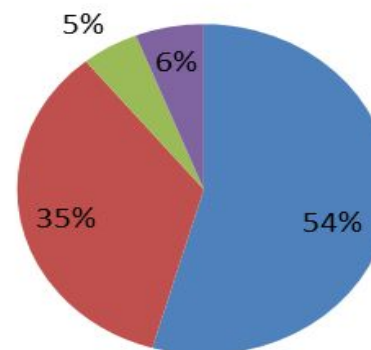
Известный спортсмен

■ сильный ■ быстрый
■ мужественный ■ выносливый



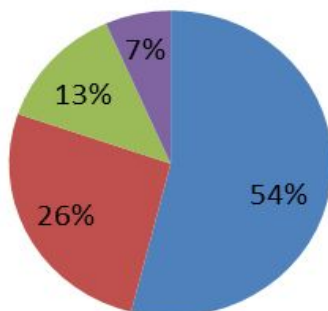
Веселый клоун

■ смешной ■ веселый ■ лохматый ■ яркий



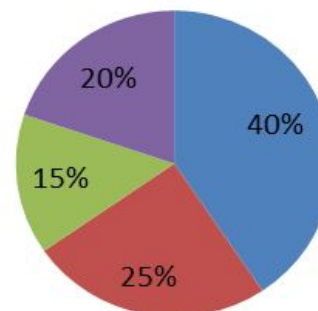
Известный врач

■ умный ■ вежливый
■ внимательный ■ храбрый



Модный диджей

■ стильный ■ веселый
■ современный ■ красивый

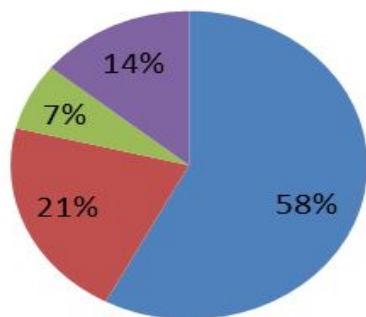


Результат обработки опросника

7 класс:

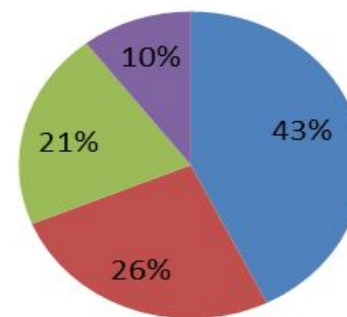
Известный врач

- в маске
- пахнет спиртом
- богатый
- в перчатках



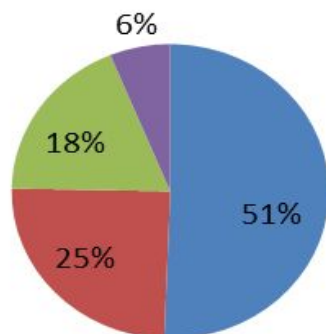
Модный диджей

- любит танцы
- стильный
- много друзей
- молодой



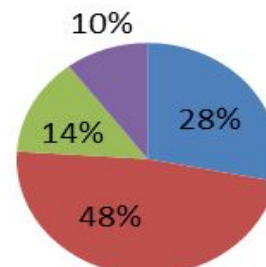
Веселый клоун

- красный нос
- с шариками
- любит детей
- жуткий



Известный спортсмен

- высокий
- в кроссовках
- богатый
- накаченный

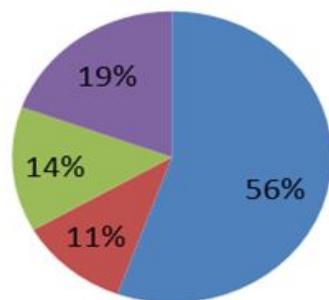


Результаты обработки опросника

8 класс:

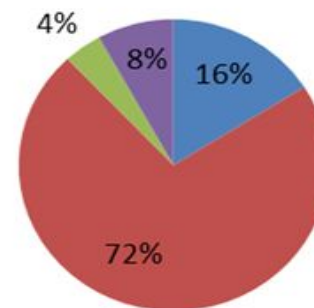
Известный спортсмен

■ сильный ■ глупый
■ мускулистый ■ выносливый



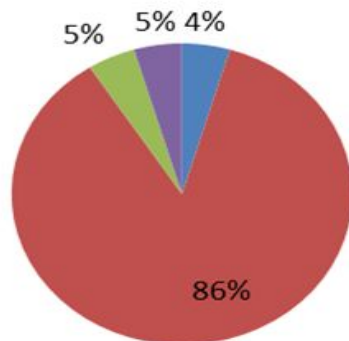
Веселый клоун

■ разноцветный ■ смешной
■ добрый ■ радостный



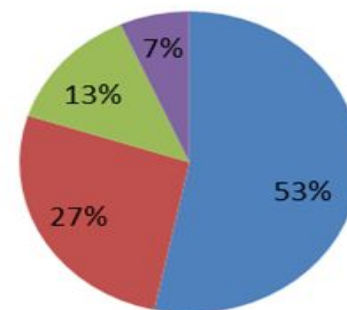
Известный врач

■ культурный ■ умный
■ талантливый ■ бесстрашный



Модный диджей

■ стильный ■ веселый
■ продвинутый ■ красивый

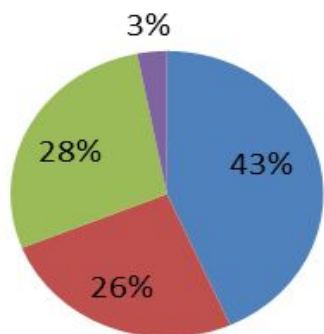


Результаты обработки опросника

9 класс:

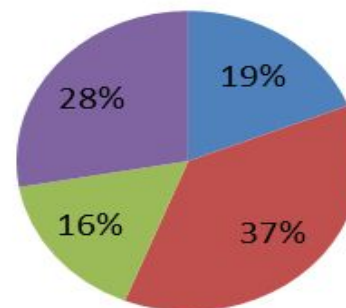
Известный спортсмен

■ сильный ■ здоровый ■ быстрый ■ ловкий



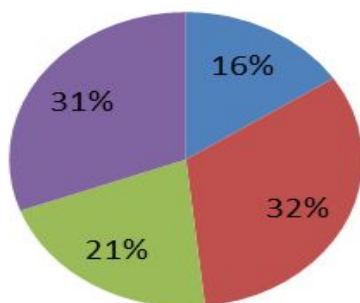
Веселый клоун

■ гримм ■ смешной
■ неуклюжий ■ красный нос



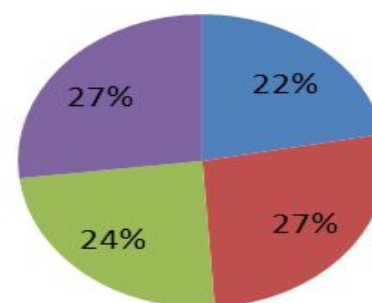
Известный врач

■ умный ■ профессионал
■ ответственный ■ белый халат



Модный диджей

■ наушники ■ заводной
■ позитивный ■ энергичный

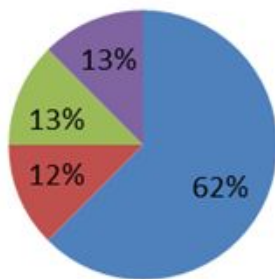


Результаты обработки опросника

10 класс:

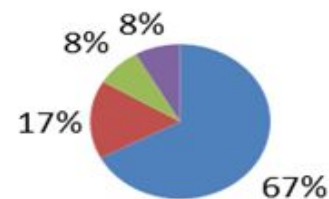
известный спортсмен

- сильный
- накаченный
- привлекательный
- высокий



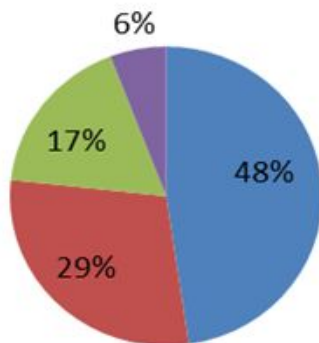
веселый клоун

- невысокий
- лысый
- немного полный
- смешной



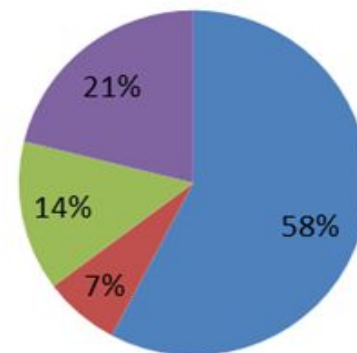
Известный врач

- в белом халате
- криво пишет
- заботливый
- ответственный



модный диджей

- молодой
- общительный
- пафосный
- худой

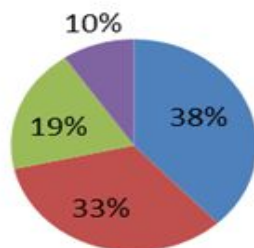


Результаты обработки опросника

11 класс:

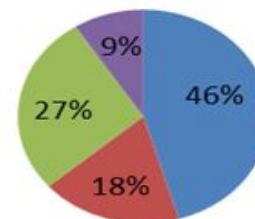
известный спортсмен

- красивый
- сильный
- целеустремленный
- не подчиняюсь стереотипам



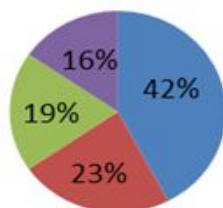
веселый клоун

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



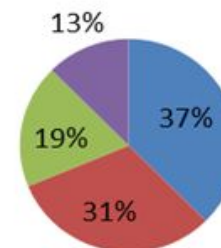
известный врач

- 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 стереотипов мышления, предвзятых представлений, неправильных отношений, пренебрежения к фактам, отсутствия внимания и интереса.

Стереотип — это устойчивое, часто упрощенное мнение относительно людей или ситуаций. Он **зачастую позволяет судить о людях по ассоциации. Стереотипы препятствуют коммуникации**. Смысл послания может быть искажен отправителем под влиянием его стереотипа, а также стереотипным мышлением получателя информации.

формируя
щение,
ует
ить о
вещах:

убедиться в
ашин собствен
какие стере
1. получение
ослабление,
этот барьер

коммуни
внимани
у него
огда
т соот
выз



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

МБОУ «СОШ №22»
Курган, 1 Мая, 19А



Для того чтобы вызвать доверие и получить то, что с «другой» стороны можно применить несколько

«Улыбка» — это то, что выдаете себя, что вы внутренне и внешне относитесь к партнеру. Вы улыбаетесь и получаете уважение к себе.

ему выразить в ваших мыслях и взгляде, позы, наклоне туловища и головы, тождестве речи. «Улыбка» берет свое начало в открытости и доверия к партнеру. «Улыбка» снимает сопротивление, подбавляет партнеру действенности, демонстрирует к нему уважение, создает у него желание ответить, создает этим ожиданиям, создает в глазах партнера ваш индикатор 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 опровергнуть послание, и так сформировать послание, 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.

