

Міністерство освіти і науки України
Закарпатська філія Інституту інноваційних технологій і змісту освіти
Ужгородський національний університет
Факультет суспільних наук
Кафедра педагогіки і психології

Соломка Е.Т., Прокопович Ю.А.

**ОРГАНІЗАЦІЯ І ПРОВЕДЕННЯ СОЦІОМЕТРИЧНОЇ
МЕТОДИКИ В СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ
ДОСЛІДЖЕННЯХ**

Навчально-методичний посібник

Ужгород – 2008

ББК 88.5в

С60

УДК 159.9.07 (075)

Автори:

Соломка Едуард Тіберійович – завідувач кафедрою педагогіки і психології Ужгородського національного університету, кандидат психологічних наук, доцент.

Прокопович Юрій Андрійович – начальник закарпатської філії Інституту інноваційних технологій і змісту освіти МОН України, кандидат фізико-математичних наук, доцент, відмінник освіти України.

Навчально-методичний посібник з проблем організації, проведення і інтерпретації результатів соціометричних досліджень для потреб практичної роботи соціальних працівників, практичних психологів, класних керівників, студентів, що вивчають цикл психолого-педагогічних дисциплін.

Розглянуто на засіданні кафедри педагогіки та психології (протокол №6 від 21 травня 2008 р.) та рекомендовано до друку Вченою радою факультету суспільних наук Ужгородського національного університету (протокол №9 від 22 травня 2008 р.)

Рецензенти:

Козубовська Ірина Василівна – доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри соціальної роботи УжНУ;

Кухта Марія Іванівна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки та психології УжНУ.

Розділ 1

СУТЬ МЕТОДИКИ СОЦІОМЕТРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Поряд з розробкою методики спостереження, інтерв'ю, різних видів опитування в сучасних соціально-психологічних дослідженнях малих груп велику увагу приділяють методу соціометрії, що дозволяє визначити взаємовідносини людей з більшою достовірністю. За допомогою соціометрії можна отримати "картину" внутрішніх взаємовідносин в групі, діагностувати стан внутрішньо-групових і міжгрупових процесів спілкування, виявити характер і ступінь розвитку взаємовідносин, існування лідерства, угруповань. Дані соціометрії можуть широко використовуватися у виховній роботі педагога, практичного психолога при організації шкільного класу, в армії тощо. Основна перевага соціометрії полягає в простоті і швидкості діагностичної процедури: опитування членів групи на предмет їх бажання або небажання разом працювати, виконувати різні доручення, разом вчитися, розважатися. Дані такого опитування аналізуються спеціальними методами, які дозволяють представити групу як структурно-динамічну соціально-психологічну одиницю. Техніка і процедура цього методу пристосована для вивчення якостей людини як особистості в її повсякденній, звичайній поведінці, в групах, колективах. Разом з цим соціометрія фіксує багато важливих якостей самої структури спілкування в малих соціальних групах, колективах. На основі отриманих даних стає можливим, з однієї сторони, аналіз соціально-психологічних якостей особистості і групи, а з іншої - вибір коректних соціально-педагогічних засобів по керуванню механізмом взаємодії частини і цілого.

§1. ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК СОЦІОМЕТРІЇ.

Соціометрія виникла з психоаналізу як соціологічно-реформована його гілка. Її виникнення відноситься до першої чверті двадцятого століття і тісно пов'язане з іменем американського вченого Дж. Морено - психіатра і соціального психолога, учня З. Фрейда. За Дж. Морено, соціометричні методи - це система технічних засобів і процедур для метричного і якісного аналізу соціально-емоційних зв'язків даного індивідуума з членами тої групи, в якій людина працює і живе. Термін "соціометрія" походить від латинського слова "socius" - товариш, компаньйон, співучасник і "metrum"-вимірювання, тобто соціометричні вимірювання є метричним вивченням емоційно - психологічних зв'язків між людьми. Позитивіст А. Кост вперше застосував цей термін у зв'язку з описанням можливих способів вимірювання соціального впливу одних груп людей на інші [1]. Дж. Морено надав цьому терміну інший зміст, віднісши його до характеристики процедурної сторони вивчення міжособистісних зв'язків. Можливості соціометрії обмежуються трьома факторами:

1. Сферами міжособистісних контактів між людьми (група) в суспільстві;
2. Суб'єктивним підходом до вивчення та інтерпретації явищ соціальних взаємодій;
3. Вимірюванням залежностей головним чином між якісними ознаками.

Нове в соціометричній техніці, пристосованій до вивчення внутрішньогрупових психологічних зв'язків між окремими членами груп і груп в цілому, полягало в тому, що вона вела від соціологічного погляду на групу зі сторони стороннього спостерігача до розгляду групового процесу з точки зору психології індивідуального члена групи. Це надало соціометричній методиці широкі можливості. "Соціометричний тест,- писав Дж. Морено,- це перш за все тест дії і поведінки соціальних груп." [2].

Основні характеристики соціометричної методики, полягають в наступному:

1. Вимірювані змінні в значній мірі є "соціальними змінними", бо вони описують якість міжособистісних зв'язків в групах;
2. З метою діагностики взаємовідносин в групах соціометричні інструменти можуть бути застосовані не тільки в соціології, але і в соціальній психології, антропології, психіатрії і психології;
3. За допомогою соціометричної техніки вивчаються, з однієї сторони, мала група в цілому як "мініатюрна соціальна система", а з другого - індивід і його соціальне середовище як воно розуміється суб'єктом;
4. З її допомогою можуть здійснюватися зміни в структурі груп, що може привести до локальних покращень, до ліквідації конфліктних ситуацій, оздоровлення психологічної системи спілкування, зростання ефективності в роботі тощо.

В колишньому СРСР вперше соціометричну техніку застосували в своїх дослідженнях психологи Е.С. Кузьмін, Я.Л. Коломінський [3],[4].

На думку Кузьміна, одноактна соціометрія - це хороший, швидкий прийом "фотографування" відносин в колективі, групі. Він дозволяє одержати швидко, графічно достатньо точну картину динаміки внутрішніх відносин в колективі.

Однак для більш глибокого аналізу взаємовідносин в малих групах необхідне змістовне вивчення мотивації цих взаємовідносин, що можливо тільки при поєднанні соціометричної техніки з іншими інструментами соціологічного і соціально - психологічного аналізу.

Особливо інтенсивно соціометричні дослідження в нашій країні на сьогодні розвиваються в напрямках:

- а) дослідження дитячих шкільних колективів і груп (великий внесок в ці дослідження вносять роботи Я. Коломенського; за його ініціативою на початку 1968р. відбувся перший симпозіум по соціометричних методах в дослідженнях дитячих колективів);
- б) дослідження виробничих і робітничих груп;
- в) дослідження спортивних команд і груп;
- г) дослідження студентських груп;
- д) дослідження психотерапії неврозів.

§2. МЕТОДИКА І ЛОГІКА СОЦІОМЕТРИЧНИХ ВИМІРЮВАНЬ

Для психолога соціометрія - це інструмент вивчення в першу чергу індивідуальних, соціально-психологічних особливостей особистості в системі спілкування, тобто з членами його соціального середовища. Властивості групи як цілого цікавлять психолога лише постільки, оскільки проблема соціально-психологічної індивідуальності особистості завжди опосередкована груповими і соціальними факторами [5]. Тому психологу необхідно знати особливості впливу цілого (колектив, група) на процеси в його складових елементах (особистість як член групи).

Соціометричні показники для психолога означають соціально-психологічні особливості соціальної поведінки особистості в її взаємовідносинах з оточуючими. Психолога цікавлять внутрішні закономірності і механізми розвитку цих особливостей, їх зв'язок з іншими характерними рисами особистості, з типами психічної діяльності, темпераментом, особливостями психофізіології особистості. Всебічне вивчення вказаних закономірностей припускає, однак, не тільки індивідуально-психологічний аналіз соціометричних показників, тобто аналіз в глибину але і аналіз зовнішніх соціальних умов життя і розвитку особистості, тобто аналіз в ширину:

особистість <=> колектив <=> суспільство.

Діалектичний характер такого підходу і складає задачу конкретного теоретичного соціально-психологічного дослідження. Розв'язок цієї задачі лежить на перетині соціологічного і психологічного інтересу до особистості і групи - в сфері істотних особливостей суспільної поведінки людини.

Велике значення при цьому має аналіз емоційного фактору взаємовідносин особистості на основі чуттєвих форм відображення буття: емоцій, хвилювань, симпатій та антипатій, настроїв та інших. Соціометрія робить спроби відокремити цей фактор і "зважити" його значення в кількісній формі. При цьому соціометрія виокремлює цей фактор таким чином, щоб зафіксувати в ньому властивості особистості з точки зору відображень цих властивостей в повсякденній свідомості членів її найближчого соціального мікросередовища. Поняття "соціометрична свідомість", за Дж.Морено - це не що інше, як поняття про повсякденну свідомість[2]. Повсякденна свідомість в межах суспільства функціонує в формі неофіційних суспільних і групових норм, у формі традицій, вподобань, настроїв, думок, в соціальних звичках і потребах. Саме буття породжує і організовує ці форми, а ті в свою чергу, як образи соціальної поведінки, регулюють повсякденні вчинки людей. Людські емоції та здоровий глузд - це в кращому випадку основний критерій таких вчинків. Спілкування на основі таких дій вивчається соціометрією.

Однак соціометрія може вивчати і макросередовищні взаємовідносини людей в контактних спільнотах. Макросередовище - це система офіційних соціальних та ідеологічних відносин на основі узаконених правових норм. Воно органічно пов'язано з мікросередовищем і впливає на мікросередовище через

соціальні канали взаємовідносин особистості і суспільства, через ідеологію, науку, систему освіти, літературу, мистецтво, кіно, радіо, телебачення і подібне, змушуючи людину усвідомити свої відносини і підкорити свої емоції та почуття пануючим громадянським і політичним нормам.

Соціальне мікросередовище істотно впливає на особистість. Система класових, політичних та ідеологічних відносин взаємодіє і організовує соціальну поведінку сучасної людини в її соціальній групі, але міра цієї взаємодії і характер її наслідків для особистості залежить від ступеня включеності людини в соціальні взаємовідносини з оточуючими людьми і цінностями, тобто залежать від його позицій в групі і того набору соціальних ролей, які вимагаються від особистості і які вона може успішно виконувати в структурах безпосереднього спілкування. Мікросередовище, що займає проміжкове положення в відносинах особистості і суспільства, ніколи не буває пасивним. Воно посилює або послаблює вплив суспільства на особистість, а в окремих випадках і повністю перешкоджає цій взаємодії, створюючи специфічний непроникаючий шар - соціальний мікроклімат, групові норми, звички і традиції.

§3. ВИМІРЮВАЛЬНІ ВЕЛИЧИНИ

Під вимірювальними величинами прийнято розуміти будь-які явища і процеси, властивості яких піддаються кількісним методам дослідження.

Конкретні міри цих властивостей можна виразити числами. В соціометричному дослідженні такими процесами і явищами, які вимірюються, виступають міжособистісні зв'язки членів груп, та їх просторово-динамічні позиції в міжособистісних структурах спілкування.

Перше питання, яке ставить перед нами будь-яка із задач вимірювань в соціометрії - це "що вимірювати?" і тільки при наявності об'єкта вимірювань, задачі вимірювань стають реальними. Вивчення величин і параметрів об'єкта вимірювань у відповідності з задачами, які стоять перед нашим пізнанням, дозволяють вибрати або створити адекватні інструменти вимірювання. Такими інструментами є соціометричні критерії або запитання для досліджуваних. Що ж конкретно вимірюється за допомогою соціометричних критеріїв? Яка природа вимірювальних в соціометрії явищ і процесів? Як відомо, в будь-якій соціальній системі - в групі, колективі, існує багато об'єктивних зв'язків і відносин її компонентів, або підсистем. В умовах соціометрії цими підсистемами є особистості, як члени досліджуваних груп із притаманним їм типом соціальної поведінки, психологією і рівнем суспільної та індивідуальної свідомості. Кожна така підсистема, підкоряючись в своїй поведінці деякому закону функціонування та рівноваги всієї системи, тим не менше має відносну самостійність власної поведінки в межах цілого, - групи. З точки зору соціометрії, це означає, що функціонально-інформаційні зв'язки, які виникають між людьми, мають як усвідомлений, так і неусвідомлений, як необхідний, так і випадковий характер. В одних ситуаціях спільної діяльності люди вимушені взаємодіяти один з одним, допомагати один одному в роботі, обмінюватися думками, діяльністю, її продуктами та інформацією. В інших випадках такої необхідності немає, але

часто люди бажають і намагаються знайти собі співрозмовника, партнера для спільного задоволення соціальної чи фізичної потреби, яка не обов'язково може впливати із належності їх до даної соціальної групи. Наприклад, потреба в співчутті, потреба в любові, в ніжності тощо. Подібних зв'язків, або як їх називає Дж.Морено, "психологічних сіток", в груповій системі спілкування дуже багато.

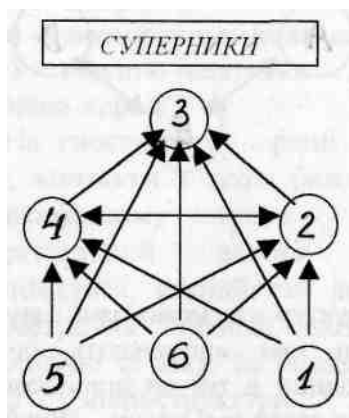
Наведемо деякі із них:

1. Соціально-психологічні зв'язки, які утворюють робочо-функціональні, або формальні структури спілкування. В умовах трудової діяльності в виробничих групах, бригадах, такий тип зв'язків обумовлюється об'єктивними виробничими відносинами членів груп за технологічним, адміністративно-правовим і економічним принципами. Вони утворюють офіційні макроструктурні канали комунікацій. Особистість включена в них незалежно від її бажання, симпатій чи антипатій до членів групи. Вона підкоряється цим зв'язкам по правах та обов'язках.

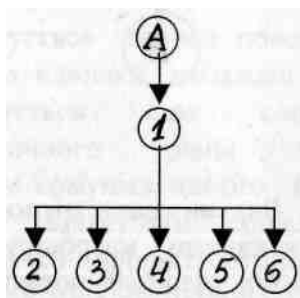
Наведемо приклад типів зв'язків у спортивній волейбольній команді. Робітничо-функціональна просторова структура зв'язків гравців в ігровому циклі на полі (при оптимальній тактиці гри), організованій на технологічному принципі, має один вид (мал.1,а), а структура взаємовідносин по принципу влади зовсім інший (мал. 1,б).

Малюнок № 1: Формальні зв'язки у спортивній групі.

а) Зв'язки утворені на технологічному рівні (ігрові тактичні зв'язки).



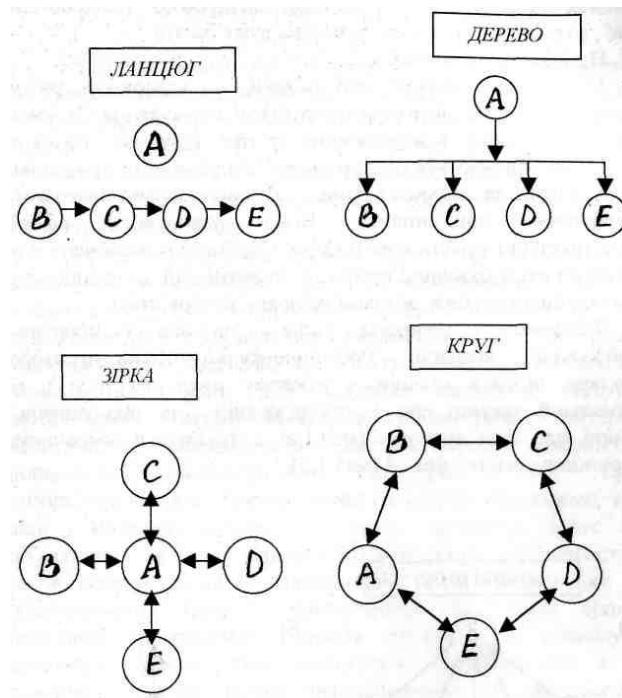
б) Структура взаємовідносин по принципу влади (організаційно – педагогічні зв'язки).



А – тренер; 1 – капітан команди; 2-6 рядові члени команди.

Є ще зв'язки таких типів: «ланцюжок», «дерево», «зірка», «коло». Графічне зображення такого типу зв'язків подано на малюнку №2.

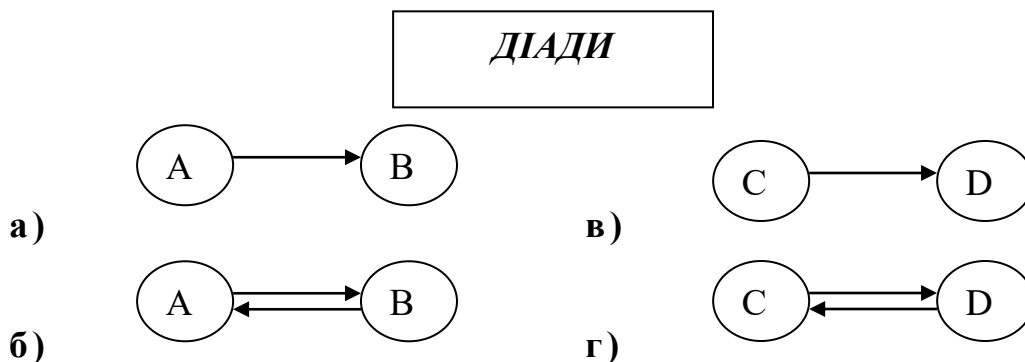
Малюнок № 2.



Вказані види групових структур взаємозв'язані і є об'єктивними макроструктурами, які впливають із логіки ролівої офіційної поведінки людини в тій чи іншій соціальній групі, і спрямовані для вирішення задач цієї групи. Подібні типи структур є способами формальної організації колективів і груп.

2. Соціально-психологічні зв'язки, які утворюють функціонально-психологічні неформальні структури спілкування. Зв'язки даного типу складаються із двох рівнів функціонування: перцептивно-пізнавально-гностичний рівень і дієво-комунікативний рівень.

Малюнок № 3. Неформальні зв'язки двох осіб.



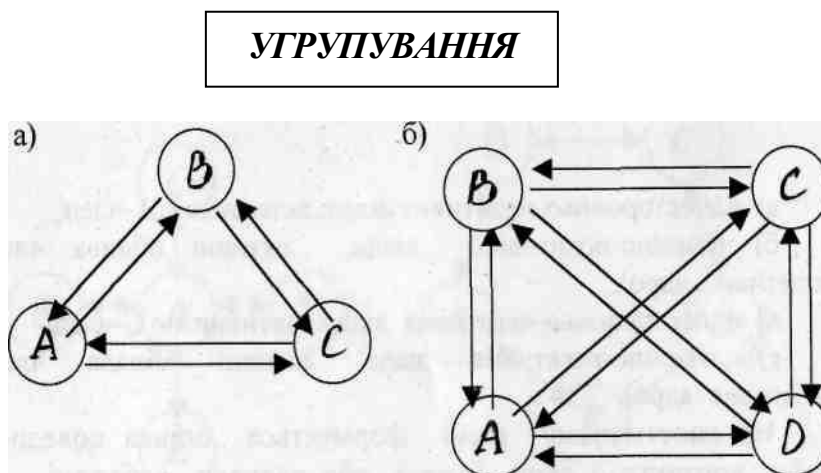
Фрагменти малюнка а) – г) мають наступний смисл:

- а) односторонньо-позитивна діада; активним є А-член;
- б) взаємно-позитивна діада; активні обидва члени (позитивне ядро);
- в) односторонньо-негативна діада; активним є С-член;
- г) взаємно-негативна діада; активні обидва члени (негативне ядро).

На гностичному рівні формується оцінка поведінки особи, контакти з якою бажані, або навпаки, небажані. На комунікативному рівні реалізується сам контакт. Інтелектуальний аспект гностичного рівня часто маскується емоційним аспектом комунікативного рівня. Соціометрична техніка дозволяє зафіксувати соціально-психологічні зв'язки на обох рівнях і порівняти отримані в досліді мікроструктури з робітничо-функціональними структурами. Міра співпадіння таких структур є показником відповідності неофіційної та офіційної моралі в групі. Парний бінарний зв'язок членів груп - кожного з кожним - це елементарна вимірювальна величина соціометрії (мал. 3). Весь різновид соціально-психологічних структур спілкування виникає із комбінацій парних зв'язків (прямих і обернених). Чим більшою є досліджувана група, тим більша імовірність, що парні зв'язки утворюють різні комбінації ланцюжкових зв'язків. У всіх скомбінованих типах зв'язків, що утворюють групові структури спілкування, важливо визначити центральний елемент структури, який організовує поведінку інших елементів. В неформальних структурах більш бажаними для особистості є взаємні позитивні соціально-психологічні зв'язки, і небажаними є взаємні негативні зв'язки (мал. 3). Взаємні зв'язки - це осередки емоційно-психологічних відносин, що "цементують" структуру спілкування. Вони ведуть до утворення угруповань або психологічних ядер у груповій структурі.

Неформальні зв'язки, що утворюють замкнуті угруповання подано на малюнку №4.

Малюнок 4.



На малюнку: а) «тріада»; б) «тетрада»;

Позитивні комбінації вказаних взаємовідносин складають стійкі соціально-психологічні утворення в структурах спілкування або, як їх називають, ядра угруповання членів, коаліції. Ці ядра виконують роль стабілізаторів і каталізаторів "психологічного клімату" в групі. У великих групах, наприклад в шкільному класі, таких ядер може бути декілька. Серед них будуть впливові, та менш впливові ядра. Організованість класу буде, у великій мірі, залежати від того, в яких взаємовідносинах знаходяться неформальні ядра групи та їх лідери.

Кожен член групи має, очевидно, свою специфічну позицію в соціально-психологічній структурі групи. Ця позиція, з одного боку, є наслідком тих

психосоціальних і фізичних якостей особистості, які відтворюються в оцінках оточуючих, і зумовлюють у них більше або менше бажання взаємодіяти і спілкуватися з нею. З іншого боку, така позиція визначає місце особистості в системі об'єктивних, базисних відносин в суспільстві.

Здатність особистості займати визначену позицію в даній структурі спілкування по відношенню до аналогічних позицій інших осіб і є вимірною змінною, інформацію про числові значення якої ми отримуємо за допомогою соціометричного методу.

§4. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЯКОСТІ ОСОБИСТОСТІ, ЩО ВИМІРЮЮТЬСЯ В СОЦІОМЕТРІЇ

В межах соціально-психологічної термінології статус - це позиція людини в системі зв'язків з іншими людьми, а роль - це динамічна характеристика статусу. Соціометричний статус - це показник соціально-психологічних якостей особистості, як об'єкта комунікації в групі. З соціологічної точки зору соціометричний статус - це здатність особи виступати референтним членом для інших осіб, з точки зору соціальної психології - бути вибраним в спілкуванні. Соціометричний статус фіксує величину престижу особистості в спілкуванні з іншими. Але соціометричний статус - це не соціальний статус, а лише його психологічний портрет.

Мірилом соціометричного статусу, пишуть Я. Л. Коломінський та А.І.Розов[4], служить кількість виборів, отримуваних досліджуваним від інших членів його групи в процесі соціометричної процедури. Соціометричний статус - це характер позиції особистості в групі, зумовленої не посадою або соціально-економічним статусом, а на комплексі її людських соціально - психологічних особливостей поведінки. Дж. Морено назвав соціометричний статус психологічним статусом, який на його думку, відображає рівень соціометричної свідомості індивідуума.

Вивчення проблеми соціометричного статусу в межах групової структури - парного зв'язку - показує, що характер (значення) позиції кожного члена пари залежить від того, в якій мірі поведінка одного впливає на поведінку іншого члена групи.

Соціометричний статус вимірює міру визнання особистості, виступаючої в ролі керуючого члена попарно з кожним іншим членом групи. Це вимірювання проводиться в значимих ситуаціях взаємодії. Кожен член групи в таких ситуаціях для всіх інших членів виступає у вигляді своєї мішені, в яку можна "поцілити" своїми ставленнями до неї. Ступінь і характер уваги до "мішені" зі сторони інших буде характеризувати властивості члена групи як об'єкта зв'язків для оточуючих. Чим щільніше особистість здатна на собі сконцентрувати систему зв'язків у групі, тим вищий її психологічний (соціометричний) статус, тим вищий її авторитет у групі. Отже, соціометричний статус - це показник соціально-психологічних якостей особистості, який враховує лише психологічне відношення групи до даної особи - об'єкту комунікації, але не враховує психологічне ставлення даної особи до групи (її

бажання чи небажання керувати групою, визнати всіх або окремих членів). Соціометричний статус може вказувати як на позитивну так і на негативну позицію в групі, тому граничні величини соціометричного статусу будуть або більше нуля, або менше .

Емоційна експансивність - це показник соціально-психологічних якостей суб'єкта в групі . Це друга важлива персонально-вимірвальна величина, що характеризує поведінку особистості в соціальному мікросередовищі: в групі, в колективі. Експансивність фіксує емоційно-психологічне ставлення особистості до групи, її роль в спілкуванні з іншими.

Таким чином емоційна експансивність - це такий показник соціально-психологічних якостей особистості, який враховує ставлення даної особи - суб'єкта комунікацій - до групи, але не враховує відношення групи до цієї особи (вона може бажати і вибрати інших, але її можуть не вибрати і не бажати).

З кількісної сторони показник емоційної експансивності визначається числом виборів, зроблених особою стосовно групи, незалежно від характеру виборів. А з якісної точки зору необхідно диференціювати цей показник, відокремлюючи позитивну активність від негативної. Це необхідно для вивчення емоційної експансивності як показника соціально-психологічних потреб особистості в спілкуванні з членами її групи.

Отже, в соціометричних дослідженнях ми стикаємося з двома головними соціально-психологічними якостями особистості: особистість як об'єкт спілкування (статус і його роль) та особистість як суб'єкт спілкування (емоційна експансивність і її роль). Всі інші вимірвальні показники є наслідками взаємодії цих двох якостей.

ЛІТЕРАТУРА

1. A. Coste «Les principes d'une sociologie objective», Paris 1898
2. J. L. Moreno «Contributions of Sociometry to Research Methodology in Sociology» Amer. Soc. Review, 1947
3. Е. С. Кузьмин. «Методы социальной психологии». Тезисы докладов на II съезде общества психологов, 1963
4. Я. Л. Коломинский, А. И. Розов «Изучение взаимоотношений школьников социометрическими методами. Вопросы психологии», 1962.
5. Е. С. Кузьмин. «О предмете социальной психологии». Вопросы психологии, 1963, №1

Розділ 2

ТЕХНІКА І ПРОЦЕДУРА СОЦІОМЕТРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

§1. СОЦІОМЕТРИЧНІ КРИТЕРІЇ

Вибір соціометричних критеріїв є основним етапом в розробці програми соціометричних досліджень.

Соціометричний критерій - це запитання, яке задається досліджуваним з метою визначення їх взаємовідносин з іншими членами групи. В цьому випадку соціометричний критерій є інструментом дослідження міжособистісних взаємовідносин в групі. Розрізняють декілька типів соціометричних критеріїв:

1. Комунікативні критерії, метою яких є відображення реальних або уявних взаємовідносин в групі;

2. Гностичні критерії - це такі критерії, які намагаються відобразити сприймання і розуміння членами груп своїх взаємовідносин.

В зарубіжній літературі перший клас критеріїв називають "соціометричним тестом", а другий клас - "тестом соціальної перцепції".

а) КОМУНІКАТИВНІ КРИТЕРІЇ ("СОЦІОМЕТРИЧНИЙ ТЕСТ")

Правильно сформульований комунікативний критерій має давати досліджуваному уявлення про того, кого і навіщо вибирати для спільної діяльності, тому він мусить задовольняти такі загальні вимоги:

1. Запитання має бути чітке, не довге, зрозуміле;
2. Запитання має вказувати на час, місце і контекст, які необхідно врахувати при відповіді;
3. У запитанні не мають використовуватися слова із подвійним значенням;
4. При необхідності конкретизації відповіді, в саме запитання можна ввести коротке пояснення;
5. Формулювання даного запитання і його зміст мають враховувати особистий соціальний досвід досліджуваних в тій галузі, в яку направлене запитання.

На відміну від питань, сформульованих для анкетного методу або інтерв'ю, в формулюванні соціометричних критеріїв потрібно керуватися такими правилами:

а) соціометричний критерій має вимагати від суб'єкта обрати або не обрати іншого члена групи на основі заданого завдання для спільної діяльності;

б) критерій не має накладати межі на те, хто із членів групи може бути вибраним або відторгнутим в межах групи, але суб'єкту потрібно ясно розуміти природу і межі цієї групи;

в) критерій має бути сформульований так, щоб у суб'єкта була конкретна підстава обирати або не обирати інших членів; для цього запитання повинно

відображати конкретні ситуації діяльності - цим і досягається посилення критерію;

г) пропозицію обрати або не обирати членів групи потрібно формулювати в термінах психологічних та емоційних відношень: „Кого б Ви хотіли обрати?“ „Кого бажаєте (не бажаєте) обрати?“, „Хто Вам більше (чи менше) подобається?“ тощо..

Приклади " слабких " і " сильних " комунікативних критеріїв:

а) слабкий: - "З ким би Ви хотіли проводити свій вільний час?"

б) сильний: - "З ким би Ви хотіли проводити свій вільний час в перервах між роботою?"

Або:

а) слабкий: " З ким би Ви хотіли разом готувати екзамен з математики? "

б) сильний: " Кого б Ви вибрали для виконання отриманого доручення? "

Комунікативні критерії, в залежності від структури міжособистісних відношень, поділяються на: офіційні (формальні), неофіційні (неформальні) критерії, подвійні критерії і альтернативні.

Офіційні критерії - це індикатори міжособистісних відносин на рівні виробничо-функціональної структури групи і всіх похідних відношень, пов'язаних з діловими, офіційними контактами при вирішенні офіційних групових або службових задач. Наприклад, в спортивних групах можуть бути зафіксовані такі критерії: " Якщо б від Вас залежало визначення основного складу Вашої команди, то кого із гравців Ви б вибрали в основний склад? ", " З ким Вам найбільш до вподоби виконувати парні вправи з м'ячем на тренуваннях? "...

В студентських групах : " Якщо б Вам та іншим членам вашої групи надали можливість навчатися за кордоном, то кого із студентів групи Ви хотіли б вибрати своїм партнером для цієї поїздки?"...

Неофіційні критерії - це індикатори міжособистісних відносин на рівні соціально-психологічних неформальних структур взаємодії в групі.

Значимі ситуації, що включаються в неофіційні критерії, повинні формулюватися на основі діяльності, не пов'язаної з вирішенням офіційних групових задач (відпочинок, сімейні свята). Приклади неофіційних критеріїв шкільних та студентських груп: "Якщо б у Вас був зайвий квиток у театр, то кого із членів вашої групи Ви б хотіли запросити на виставу? ", або "Якщо б Ви захотіли поділитися своїм секретом, то кому із членів вашого класу Ви б його розповіли? "

Критерій, що формулюється для вибору - ізолювання, називається дихотомічним.

Дихотомічні (альтернативні) критерії - це індикатори позитивних і негативних, напружених взаємовідносин в групі. Вони завжди складаються із двох питань: одне із яких вимагає позитивного вибору - позитивний критерій, а інше - негативного вибору - негативний критерій. Наприклад: "Якщо б Ви вирішили відсвяткувати свій день народження в колі товаришів, то кого б Ви запросили до себе із членів своєї групи. А кого б Ви не хотіли запрошувати на

свій день народження?

Рольові критерії (соціометричний вибір - це вибір на основі рольової дії) дозволяють виявити особливості взаємовідносин в групі на основі вказаної рольової поведінки. Наприклад: "Якщо б Вас вибрали старостою групи, то кого б Ви вибрали своїм заступником?" Рольові критерії визначають ту соціальну роль, яка може бути важливою для особистості у її соціально-психологічних відносинах з оточуючими. Рольові критерії успішно використовуються для визначення лідерства.

б) ГНОСТИЧНІ КРИТЕРІЇ

Гностичні критерії – це індикатори не реальних відносин, а уявних відносин суб'єктом. На гностичному рівні особистість формулює своє відношення до іншої особи на основі стереотипів сприймання, суджень. Ось тут і закладається емоційна програма майбутніх реальних відносин до об'єкта комунікацій. Гностичні критерії формулюються по спільних з комунікативними правилами. Наприклад: шкільному класу заданий комунікативний критерій: "З ким із учнів класу, ти хотів би сидіти за однією партою? Гностичним критерієм для даного комунікативного буде: "Вибери тих членів класу, які, на твою думку, виберуть тебе товаришем по парті ". Тут гностичний критерій не є самостійним, оскільки він містить основу комунікативного критерія. Критерій такого типу можна назвати критерієм самооцінки.

Критерії самооцінки вимагають від суб'єкта об'єктивації його самооцінки на основі відомих оцінок інших членів групи. Якщо особистість знає, як і хто її оцінює в групі, то це неминуче виразиться в адекватності її виборів - вона досить чітко вкаже, хто вибере, а хто ізолює її.

Критерії самооцінки дають можливість вивчати соціально-психологічні властивості особистості з боку пізнання нею своїх позицій і функцій у спілкуванні.

Критерії взаємної оцінки потребують вибору осіб на основі оцінки їх діяльності у запропонованій ролі, а також можуть бути офіційними, неофіційними та рольовими.

Класифікація гностичних критеріїв здійснюється за спільними з комунікативними принципами.

§2. ВЛАСТИВОСТІ СОЦІОМЕТРИЧНИХ КРИТЕРІЇВ

Інформація щодо властивостей соціометричних критеріїв та результати наведені нижче, взяті нами у якості прикладу із книги [1].

Основна властивість соціометричного критерія - це його значимість. Значимість критерія визначає його силу та стійкість. Під силою критерія розуміють здатність запитання зацікавити учасників опитування. Під стійкістю критерія розуміють здатність питання утримати інтерес до себе всіх членів групи на протязі опитування. Як же ж з'ясувати міру значимості критерія? Для цього

існує декілька способів. Найбільш простий із них -поспостерігати за групою, яку треба дослідити, познайомитися із її життям та проблемами. А тоді, на основі спостереження виділити важливі ситуації. Такий спосіб вимагає багато часу і професійного досвіду проведення спостережень.

Як стверджують автори [1], [2] ними з 1967/68 навчального року, із застосуванням соціометричних методів вивчалися студентські групи психологічного факультету ЛДУ. З студентами був проведений ряд не стандартизованих інтерв'ю на теми навчання, спілкування, розваг тощо. В результаті інтерв'ю були визначені 20 різних ситуацій, на основі яких можна було сформулювати критерії для соціометричних досліджень. Але потрібно було виокремити лише 7 критеріїв - 4 офіційних, та 3 неофіційних. Для того, щоб вибрати лише 7 із 20 ситуацій, методом випадкового відбору була сформована група осіб, яким запропонували вибрати із 20 ситуацій найбільш важливі: 10 ситуацій стосувалися навчальної діяльності, 10 - проведення вільного часу. Тоді в числі найбільш важливих ситуацій виявилися: спільне виконання лабораторних робіт, спільна поїздка на навчання за кордон, проживання в одній кімнаті гуртожитку, зустріч Нового Року, робота в будівничому загоні, підготовка до вступу у студентське наукове товариство та турпохід. Залишилося вибрати ті ситуації, які найбільш значимі для формулювання соціометричних критеріїв. Для цього було проведене повторне вибіркоче стандартизоване інтерв'ю, в якому потрібно було оцінити всі 7 ситуацій по 10-ти бальній шкалі на ступінь того інтересу, який вони визивають у опитуваних. При цьому, найвищий бал мала отримати ситуація, яка створювала найбільшу зацікавленість.

З метою з'ясування ступеня зв'язку між ситуаціями, було вираховано коефіцієнти кореляції між оцінками вибраних ситуацій. Дані таблиці №1 дозволили зробити висновок про те, що всі ситуації, на основі яких потрібно було сформулювати 7 критеріїв, пов'язані між собою позитивним зв'язком (середнім і слабим). Найбільш сильний критерій був вибраний на основі ситуації "спільної поїздки на навчання за кордон", а найбільш стійкий - на основі "лабораторних занять"

Таблиця №1

Взаємозв'язок між ситуаціями формулювання

Рангове місце	Вибрані для критеріїв важливі ситуації	Оцінка значимості	Ситуація по рангових місцях						
			1	2	3	4	5	6	7
1	Спільне проживання в кімнаті гуртожитку	7,2 ± 2,8	-	0,44	0,48	0,44	0,37	0,38	0,39
2	Поїздка на навчання за кордон	7,0 ± 2,6	-	-	0,38	0,10	0,47	0,43	0,50
3	Робота в будівельному загоні	6,5 ± 2,7	-	-	-	0,19	0,36	0,15	0,31
4	Турпохід	6,3 ± 3,0	-	-	-	-	0,29	0,16	0,23
5	Спілкування на перервах між парами	5,3 ± 2	-	-	-	-	-	0,59	0,38
6	Спільна підготовка в СНО	5,3 ± 2,9	-	-	-	-	-	-	0,30
7	Спільна підготовка в СНО	4,2 ± 2,3	-	-	-	-	-	-	-

На заключному етапі розробки програми дослідження (формулювання критеріїв та оформлення соціометричної анкети), було вибрано 4 ситуації із табл.1, для оформлення значимих, сильних та стійких соціометричних комунікативних критеріїв (№2,3,5,6). Наприклад: " Якщо б Вам і членам вашої групи було запропоновано поїхати на навчання за кордон, то кого із студентів вашої групи Ви обрали товаришем для цієї поїздки? ", " Кого Ви не хотіли б обрати товаришем для навчання за кордоном? ", та інші – всього 4 дихотомічних критеріїв.

§3. ВИЗНАЧЕННЯ ЧИСЛА КРИТЕРІЇВ

Ряд соціометричних досліджень показав, що велике число критеріїв часто породжують у досліджуваних (особливо у школярів) потяг обов'язково вибирати різних осіб. Це збільшує долю недостовірних фактів. При визначенні числа критеріїв, необхідно керуватися такими правилами:

1) чим менше організовані взаємовідносини в групі, тим менше повинно

бути представлених критеріїв. Особливо це стосується тих груп, в структурах яких є симптоми міжособистісних конфліктів;

2) застосування великого числа критеріїв недоцільне в групах дітей і школярів в силу недоліку індивідуального досліду спілкування і великої емоційної сили групових процесів;

3) число застосованих критеріїв залежить від того, наскільки давно члени групи знають один одного.

Визначаючи число критеріїв, необхідно дивитися на вік, професію, національний склад і характер взаємовідносин. Всі ці фактори дуже важко врахувати, і тому безпомилковим буде той випадок, коли групі буде дано всього один критерій. Після того як критерії сформульовані, визначене їх число, настає заключний етап підготовки опитування: вибір типу соціометричної вимірювальної процедури, оформлення соціометричної анкети, стандартизація умов опитування.

§4. ВИДИ ВИМІРЮВАЛЬНОЇ ПРОЦЕДУРИ

а) ВНУТРІШНЬОГРУПОВА І МІЖГРУПОВА СОЦІОМЕТРІЯ

Відрізняють два типи процедур опитування - внутрішньогрупову і міжгрупову соціометрію.

Внутрішньогрупова соціометрія - це процедура опитування, при якій число можливих членів для вибору обмежено рамками тої групи, в якій проводиться опитування.

Міжгрупова соціометрія дозволяє зробити вибори не тільки із членів своєї групи, але і із інших груп, вказаних дослідником або вибраних піддослідним. Часто міжгрупова соціометрія застосовується в тих випадках, коли потрібно охарактеризувати соціально-психологічну структуру великих соціальних груп. З того часу як соціометричний метод почав використовуватися в соціологічних дослідженнях, для аналізу соціометричних даних частіше стала застосовуватися математика, відбулися зміни в процедурі опитування, було введено обмеження виборів з метою покращити надійність масових соціометричних опитувань. В залежності від того, які задачі поставлені перед дослідженням, ми повинні вибрати той або інший тип соціометричної процедури.

б) НЕПАРАМЕТРИЧНІ ТА ПАРАМЕТРИЧНІ ПРОЦЕДУРИ

Непараметрична соціометрія - такий тип соціометричного опитування, в умовах якого ті що підпадають під опитування, мають право вибирати стільки осіб, скільки їм заманеться. Непараметрична соціометрія корисна в груповій психотерапії. Цей тип процедури застосовується в більшості соціометричних експериментів, що мають справу з невеликими групами.

Параметрична соціометрія. Цей тип соціометричного опитування вводить опитуваного в умови обмеження числа обраних осіб по критеріям. Параметрична

соціометрія оперує з величиною d (границя виборів). На основі цієї величини можна зменшити ймовірність випадкового вибору. Вперше формулу для визначення такої ймовірності дали Дж.Морено і Г.Дженінге:

$$P(A) = \frac{d}{N-1}, \text{ де:}$$

d - границя виборів; N - число членів групи; $P(A)$ - ймовірність настання події A , що перебуває у випадковому виборі члена групи по критерію. Введення соціометричної процедури з обмеженням виборів припускає статистичне обмеження ймовірності випадкового вектора до величини $P(A)$. Експериментатор може свідомо керувати цим фактором, попередньо на свій погляд задавати розмір величини $P(A)$, тобто число виборів-відповідей на критерії.

Але практика подібних експериментів показала, що для отримання надійних соціометричних конфігурацій потрібна якась оптимальна величина обмеження виборів. Для груп кількістю 20-25 чоловік така величина вибирається в межах 4-5 виборів. Менше число виборів обмежує свободу і спонтанність, негативно впливає на достовірність даних. Тоді величина $P(A)$ в таких випадках коливається в межах від 0,20 до 0,22. Взявши d по величині $P(A)$ в діапазоні 0,30-0,20, отримуємо емпіричну таблицю інваріантних умов соціометрії по будь-якому числу членів груп, які ми вивчаємо. Завчасно задана величина $P(A)$ дозволяє якісно організувати соціометричну процедуру для кожної з груп [2]. Який би тип процедури ми не обрали, потрібно якісно оформити соціометричну анкету, уточнити критерії і тільки потім приступити до підготовки опитування в досліджуваній групі.

Таблиця №2

Границя виборів

Кількість досліджуваних груп	Величина $P(A)$	Границя виборів d
5-6	0,25-0,20	1
8-11	0,28-0,20	2
12-16	0,27-0,20	3
17-21	0,25-0,20	4
22-26	0,23-0,20	5

§5. ПРОЦЕС СОЦІОМЕТРИЧНИХ ВИМІРЮВАНЬ

Етап контакту дослідника з цілою групою - ключовий пункт соціометрії. Від поведінки експериментатора в групі, від його умінь безперешкодно бути прийнятим групою і налаштувати її на задачу опитування, залежить зміст роботи.

Соціометрист, той що проводить дослідження, повинен бути здатним до

виконання будь-якої людської ролі, що вимагається для ефективної організації контактів з опитуваними і схилення їх до участі в опитуванні.

Потрібно знати групу, перш ніж проводити дослідження. Необхідно врахувати ставлення досліджуваних до опитування, щоб вибрати найбільш ефективний стиль розмови з опитуваними.

Знання загальних закономірностей структури малих груп допомагає досліднику впевнено керувати ставленням опитуваних до соціометричного дослідження, збирати потрібну інформацію.

Як відомо, в будь-якій соціальній групі можна знайти нерівнозначність в позиціях їх членів. Ця нерівнозначність властива будь-якій структурі спілкування: є особи з вираженими позитивними позиціями, є особи з менш сприятливими позиціями. В соціометричних опитуваннях особи з більш сприятливими і визнаними позиціями з бажанням беруть участь в соціометричному опитуванні. І навпаки, особи з негативними позиціями з невеликим бажанням відносяться до опитування. Таким чином, починаючи працювати з групою, соціометрист має передбачати ймовірність негативного ставлення до соціометричного тесту з боку окремих членів групи. Ця ймовірність тим більша, чим менше дослідник знає групу. В цих випадках на ставлення опитуваних до соціометричного дослідження впливає не тільки фактор їх організованості, але і ступінь розвитку повсякденного усвідомлення, їх культурний рівень, рід занять, стать, вік та інші фактори. В цих випадках соціометричні дослідження повинні відігравати терапевтичну роль.

Людина з негативною позицією частіше за все не бажає об'єктивізувати свої позиції та позиції інших осіб перед сторонньою особою. Такі особи, на думку Дж.Морено, відчувають невпевненість і почуття соціального страху перед тими міцними моральними і емоційно-психологічними течіями, які суспільство може направити проти них. До цього часу ці особи відчували, що їх психологічна позиція не є результатом власних зусиль і здібностей. Ймовірно, що така позиція - це лише функція їх формального статусу. Тепер, при опитуванні така позиція має бути відкрита на неформальному рівні. Це веде до неприємних переживань.

Динамічна картина міжособистісних взаємовідносин в групі може по-різному відображатися в свідомості опитуваних. Ступінь усвідомлення взаємовідносин породжує вибірковий, диференційований підхід членів групи один до одного. Характер такого вибору проявляється і у ставленні до соціометричного опитування.

Від того, на скільки інтенсивно і повно особистість включена в групові процеси, яку роль вона виконує в управлінні і регулюванні цих процесів, залежить її оцінка змісту питань, які фігурують у соціометрії.

Для деяких членів групи, що не займають ведучі позиції в груповій структурі, але і не знаходять в ролі аутсайдерів, всі члени групи в рівній мірі можуть служити об'єктами їх вибору.

У групах, що складаються із осіб різної статі і тих, що мають негомогенну вікову структуру, можна частіше очікувати випадків відмови від опитування з боку дівчат при перевазі хлопців. Ця тенденція була відмічена і в дослідженнях змішаних спортивних команд. У зв'язку з цим характер поведінки соціометриста має бути завчасно спланованим на основі попереднього знайомства з групою. Це зменшить ймовірність можливих відмов від участі в експериментах.

§6. СОЦІОМЕТРИЧНА "РОЗМИНКА"

Пристаювальні реакції на фактори середовища, які реалізуються в системі взаємовідносин членів групи, в соціометрії дістали назву "розминка". Мета "розминки" - підвищити психологічну готовність групи до опитування. Тактика "розминки" вимагає від експериментатора виконання двох правил:

1. При входженні в групу експериментатор не повинен порушувати встановлений порядок в групі; він повинен завоювати довіру, симпатію;
2. Приступаючи до опитування, соціометристу необхідно зацікавити членів групи в добровільному свідомому виконанні умов експерименту.

Починаючи опитування, не слід поспішати з проханням заповнити соціометричні карточки. Необхідно увійти в групу як особа, яка цікавиться життям її членів з наукової точки зору, як особа, професійне кредо якої повністю визначається в даний момент бажанням чи небажанням групи допомогти спеціалісту зібрати потрібний для науки матеріал. Як тільки група зрозуміє, що особа, яка увійшла до неї з проханням відповісти на анкету з науковою метою, не посягає на групові норми і цінності, не є "зацікавленою" в використанні результатів опитування для адміністративних цілей, вона відкриє свої неформальні "двері" і впустиє дослідника у свій соціально-психологічний світ. Досягнувши прихильності окремих членів групи дослідник спілкується з ними, цікавиться їх життям потребами, працею, планами на майбутнє. В таких бесідах дослідник повинен бути коректним, співчуття до співрозмовника не має переходити в "співпереживання".

В умовах шкільної соціометрії правило спільної дії легко виконати, якщо в ролі дослідника виступає вчитель класу чи класний керівник. В більшості випадків "розминка" і опитування мають проводитися сторонніми "незацікавленими" особами, процес входження яких в групу, не має порушувати існуючих групових норм і взаємовідносин.

§7. СОЦІОМЕТРИЧНЕ ОПИТУВАННЯ

Якщо група вже підготовлена до опитування слід проінструктувати її членів про те, як заповнюється соціометрична карточка. Інструкцію для заповнення можна давати в двох формах: фронтально для всіх членів групи, або індивідуально. Відповідаючи на запитання опитуваних, якщо вони мають місце, дослідник повинен переконати їх в нерозголошенні таємниці їх власних відповідей в опитуванні, та запевнити групу в необхідності дотримуватись інструкції. Не рекомендується в присутності досліджуваних проглядати заповнені карточки і уточняти деталі.

Досліджувані, заповнюючи анкети, повинні бути розсаджені так, щоб вони не бачили один одного; це сприяє ефективності опитування в групі. Якщо ж члени групи вимушені заповнювати анкети в умовах тісних контактів, наприклад, в шкільному класі та при роздачі анкет по партах, то проявляються симптоми скучності, бажання одних осіб пересісти на інші місця і т.д. Отже, слід передбачити таку організацію опитування, яка дозволила б опитуваним вести себе невимушено (спонтанно).

ЛИТЕРАТУРА

1. И. И. Волков «Социометрические методы в социально-психологических исследованиях», 1970.
2. И. П. Волков «О количественном измерении организованности межличностных отношений в спорте. Теория и практика физической культуры», 1968.

Розділ 3

ТЕХНІКА МАТЕМАТИЧНОЇ ОБРОБКИ ДАНИХ СОЦІОМЕТРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Розрізняють декілька загальноживаних методів обробки результатів соціометричного дослідження: соціограму, соціоматрицю, метод індексів і коефіцієнтів. Найбільш наочним і доступним є метод соціограм. Однак, побудова соціограми значно спрощується, якщо спочатку всі результати соціометричного дослідження занесені в спеціальну таблицю -соціоматрицю. Соціоматриця служить основою для підрахунку індексів, побудови соціограм та графіків.

§1. МЕТОДИКА ПОБУДОВИ СОЦІОМЕТРИЧНОЇ МАТРИЦІ

Соціоматриця - таблиця, в якій в горизонтальних рядках вказуються ті хто вибирає (j-члени), а в вертикальних стовпцях -кого вибирають (i-члени). Сумування результатів по рядках показує, скільки раз кожний член групи вибрав або ізолював в опитуванні інших членів. Сумування по стовпцях показує, скільки раз кожний із членів групи вибраний або ізолюваний іншими.

Соціоматриця №1

№ п/п	Хто обирає (j)	Кого обирають (i)					Число відданих виборів		
		A	Б	В	Г	Д			
							+	-	$\sum_{j=1}^n$
1	А		+	0	0	-	1	1	2
2	Б	+		+	+	0	3	0	3
3	В	0	0		0	0	0	0	0
4	Г	+	+	0		0	2	0	2
5	Д	0	+	0	0		1	0	1
Число отриманих виборів	+	2	3	1	1	0	7		
	-	0	0	0	0	1		1	
	$\sum_{i=1}^n$	2	3	1	1	1			8

Числа в прaviх кінцевих стовпцях на матриці №1 -персональні величини, які характеризують ступінь активності опитуваних по даному критерію. В цих числах

зафіксована міра емоціональної експансивності членів групи в спілкуванні між собою на основі ситуації по критерію виборів. Перший ряд цифр в правих кінцевих стовпцях показує міру позитивної експансивності, другий ряд - міру негативної експансивності, третій ряд - ряд висновків. В кінцевих рядках матриці №1 також є три ряди цифр. Це показники соціометричного статусу членів групи. Перший ряд - числа, які характеризують ступінь розвитку позитивного соціометричного статусу, тобто здатність члена групи виступати об'єктом вибору (уваги, симпатії) для інших. Другий ряд - числа, які характеризують протилежну здатність - виступати в якості об'єкта негативного вибору, тобто в якості такого елемента групової структури, зв'язки з яким визивають конфліктні реакції. Третій ряд - ряд висновків. Таким чином на основі соціоматриці можна скласти перші уявлення про характер отриманих даних, зробити перші узагальнення, чітко описати результати виборів.

§2. СОЦІОГРАМА

Соціограма – схематичне зображення реакцій досліджуваних один на одного при відповіді на критерії.

Відрізняють декілька видів соціограм:

а) соціограми довільного виду, в яких члени групи розташовуються так, як зручно для графічного опису;

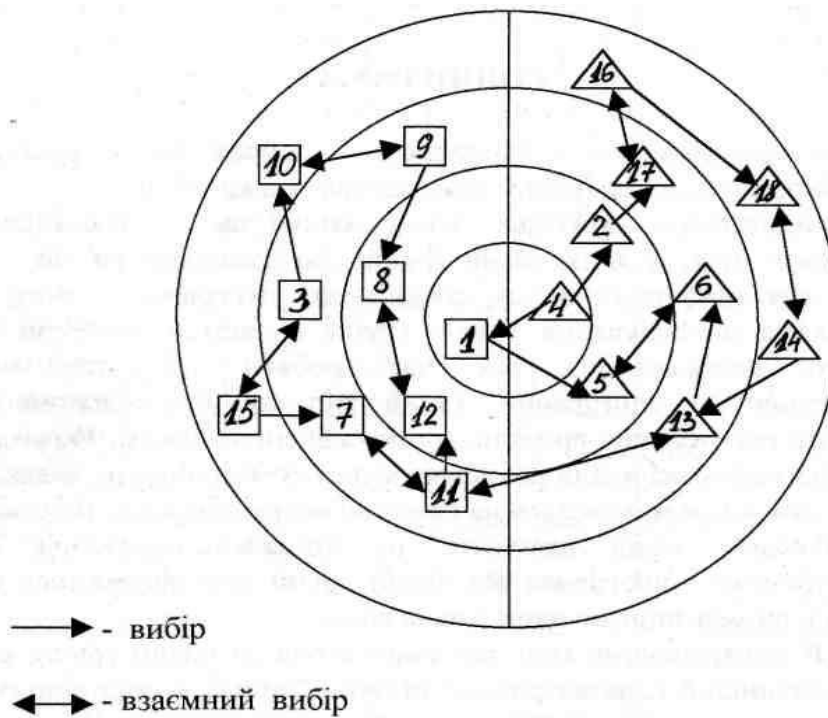
б) соціограми локограмного виду, в яких схема розташування членів групи являє модель їх дійсного розташування під час роботи або під час соціометричного опитування. Такий тип соціограм допомагає врахувати просторовий принцип організації спілкування;

в) в концентричних соціограмах всі члени розташовуються симетрично в колах, а зв'язки між ними малюються на площині в середині кола. Відстань між членами може вказувати на соціальні дистанції. В концентричних соціограмах всі члени групи розташовуються на площині, що має вписані один в одне кола.

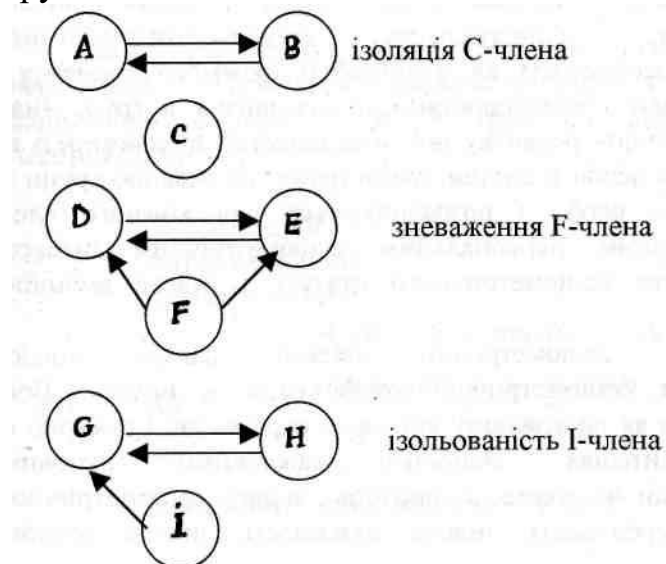
В центральному колі розташовуються ті члени групи, що мають найвищий соціометричний статус - "зірки", в наступному - з менш вираженим соціометричним статусом, потім ті, що мають статус близький до нуля, у зовнішньому колі - "ізолювані". Основна мета концентричної соціограми - підкреслити ієрархічність структури взаємовідносин в групі.

Карта групової диференціації дає наочне уявлення про психологічну структуру групи, про місце кожного члена групи в цій структурі, про різні типи відносин, що існують в групі. При побудові карти групової диференціації будуємо чотири концентричні кола і ділимо їх діаметром на дві половини. Справа будуть розміщуватися символічні позначки хлопців у виді трикутників з порядковим номером учня, зліва - відповідні позначки дівчат - прямокутники з номером. Після зображення символічних позначок хлопців і дівчат з'єднуємо прямими лініями (двовекторними стрілками) позначки членів групи що взаємно вибрали один одного. Основним недоліком концентричної соціограми є її неспроможність дати глибоку якісну соціально-психологічну оцінку позиції особи з точки зору змісту взаємовідносин частини (члена) і цілого (групи).

Малюнок №5. Концентрична соціограма групи



На відміну від соціоматриці, соціограма дозволяє наочно описати структуру спілкування. Для того щоб побудувати соціограму, необхідно використати яку-небудь символіку для схематизації даних. Якісні позиції членів групи по відношенню до інших членів можуть бути виражені графічно, наприклад: позиція третього члена групи



Перевага концентричної соціограми – наочність. Наведені приклади соціограм наочно показують великі можливості схематичного методу в соціометрії. В соціометрії цей метод дозволяє легко і швидко проілюструвати структуру групи, прослідкувати напрямлення і характер міжособистісних зв'язків від одного члена до другого.

§3. СОЦІОМЕТРИЧНІ ІНДЕКСИ

Соціометричні індекси і коефіцієнти кількісно характеризують ті явища взаємодій, які ми аналізували за допомогою соціоматриць і соціограм. Але ця характеристика задається деяким числовим значенням, знак і розміри якого вказує на характер і ступінь розвитку властивості, що вивчається. Всі соціометричні індекси можна розбити на персональні і групові.

Персональні соціометричні індекси дають числові характеристики індивідуальних соціально-психологічних властивостей особистості як властивості окремого елемента в системі взаємодії з властивостями інших членів в групі. Вони вказують на ступінь розвитку цих властивостей в залежності від поведінки даної особи в системі даної групи, на реакцію групи по відношенню до особи і розраховуються для кожного члена окремо. Основним персональним соціометричним індексом є індекс соціометричного статусу і індекс емоційної експансивності.

Групові соціометричні індекси дають числові характеристики соціометричної конфігурації в цілому. Вони розраховуються як по кожному критерію окремо так і сумарно по декількох критеріях. Найбільш важливими груповими соціометричними індексами визначаються: а) індекс соціометричного зв'язку - когерентності, б) індекс взаємності, в) індекс групової інтегративності.

§4. ПЕРСОНАЛЬНІ ІНДЕКСИ

Дані для підрахунків персональних соціометричних індексів беруться із відповідної соціоматриці. Соціоматриця №1 відображає конфігурацію, отриману на основі виборів на комунікативний критерій без обмеження виборів із (N-1) можливостей. По матриці №1 підраховуємо один із основних персональних індексів - індекс соціометричного статусу (Ci). Величину цього індексу можна представляти в процентах. Соціометричний статус - це характеристика об'єкта комунікацій.

$$\begin{array}{l} \text{Соціометричний} \\ \text{(психологічний)} \\ \text{статус} \\ \downarrow \\ (1) \quad [C_i] = \frac{\text{Сума_отриманих_i-членом} \\ \text{виборів_від_інш.членів_групи}}{(N-1)} \end{array}$$

де N - кількість членів групи;

Соціометричний статус може бути як позитивним, так і негативним. Позитивний соціометричний статус вказує на сприятливу позицію особи в групі, а негативний - на несприятливу.

Позитивний
соціометричний
статус і-члена

↓

$$(2) \quad [C_i^+] = \frac{\text{Сума_позитивних_виборів} \\ \text{отриманих_і-членом_у_групі}}{(N-1)}$$

Негативний соціометричний статус і-члена

$$(3) \quad [C_i^-] = \frac{\text{Сума_негативних_виборів} \\ \text{отриманих_і-членом_у_групі}}{(N-1)}$$

Або, якщо їх об'єднати, то отримаємо:

$$C_i = \frac{\sum_{i=1}^N R_i^+ + R_i^-}{(N-1)} \quad \text{де} \quad \sum_{i=1}^N - \text{знак сумування по вертикалі} \\ \text{(по стовпцях матриці 1);}$$

R_i^+ - позитивні вибори, отримані і-членом (вказані із знаком "+");

R_i^- - негативні вибори, отримані і-членом (вказані із знаком "-");

Наприклад: підрахуємо значення C_i із матриці №1 для членів № 3,6; спочатку за формулами (2) і (3), а потім по формулі (4).

$$C_3^+ = \frac{7}{8-1} = 1,00 \quad C_3^+ = 100\%$$

$$C_3^- = \frac{0}{8-1} = 0 \quad C_3^- = 0\%$$

$$C_6^+ = \frac{1}{8-1} = 0,14 \quad C_6^+ = 14\%$$

$$C_6^- = \frac{5}{8-1} = 0,71 \quad C_6^- = 71\%$$

Тепер за формулою (4):

$$C_3 = \frac{7 + (-0)}{8-1} = 1,00 \quad C_6 = \frac{1 + (-5)}{8-1} = -0,57$$

В результаті ми отримаємо таблицю №3, з величинами підрахованими трьома різними способами по матриці №1.

Таблиця №3

Соціометричний статус членів групи

Ф О Р М У Л А	C_i	Величини соціометричного статусу членів групи							
		1	2	3	4	5	6	7	8
(2)	C_i^+	0,43	0,43	1,00	0,28	0,14	0,14	0,43	0
(3)	C_i^-	0	0,14	0	0,14	0,14	0,71	0	0
(4)	C_i	0,43	0,28	1,00	0,14	0	- 0,57	0,43	0

Із таблиці №3 видно, що найбільш високий позитивний статус має член № 3. Члени групи № 5, 8 мають нульовий статус. Найбільш високий негативний статус у 6 члена групи. Різні величини статусів свідчать про нерівні позиції членів групи у взаємовідносинах один з одним, тобто вказують на наявність психологічної структури групи.

Якщо підраховувати величину C_i по формулах (2) і (3), то отримаємо відносні частоти двох протилежних ситуацій: ситуації "бути вибраним" і "бути ізольованим". При використанні формули (4), вимірюється соціометричний статус в континуумі від +1,00 до -1,00. Тут маємо справу не з імовірністю ситуацій "бути вибраним" або "ізольованим", а з сумарною характеристикою поведінки особи в групі. Обидва способи широко використовуються в соціометричних дослідженнях.

§5. НАДІЙНІСТЬ ТА ОБГРУНТОВАНІСТЬ ДАНИХ СОЦІОМЕТРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Під обґрунтованістю соціометричних даних слід розуміти їх здатність відображати в собі ті реальні та об'єктивно існуючі соціально-психологічні властивості, які визначаються в дослідженнях. Обґрунтованість майже завжди може бути перевірена логічним аналізом або здоровим глуздом. Обґрунтованість соціометричних даних складається із обґрунтованості задач, принципів, гіпотез та критеріїв опитування. Висновки соціометричних досліджень рахуються достатньо обґрунтованими лише в тому випадку, коли вони не суперечать принципам соціально-психологічного підходу до групових явищ, які вивчаються.

Щодо оцінки надійності соціометричних даних, то вимоги до неї впливають із намагання експериментатора знати, наскільки точно отримані в опитуванні результати фіксують реальну структуру спілкування, і наскільки можна довіряти отриманим соціометричним конфігураціям та будувати висновки їхнього аналізу.

Надійність та обґрунтованість соціометричних даних залежить і від того,

наскільки правильно сформульовані задачі та вибрані критерії соціометричного тесту. Якщо критерії значимі для більшості членів групи, то надійність даних підвищується. Якщо ж соціометричні критерії, запропоновані групі без попереднього знайомства з її інтересами і діяльністю, то виникає небезпека отримати чисто випадкові дані. З іншого боку, достовірність відповідей на соціометричні критерії, багато в чому залежить і від ставлення до опитування самих опитуваних та добровільного бажання заповнити соціометричну карточку. Якщо з групою проведена відповідна роз'яснювальна робота і група бажає брати участь в експерименті, то надійність даних зростає. Навпаки, якщо опитування нав'язується групі проти бажання її членів, то надійність різко знижується.

Важливу роль в підвищенні надійності даних відіграє і сам експериментатор - його професійні стилі спілкування з людьми, вміння визивати бажання добровільно брати участь в дослідженнях тощо. В процесі підготовки і проведення опитування, він не повинен проявляти яку-небудь особистісну зацікавленість в результатах експериментів, але завжди повинен бути тактичним і привітним. Необхідно ретельно зберігати матеріали експерименту, і дозволяти дивитися його результати лише науково - компетентним особам.

ЛІТЕРАТУРА

1. Е. С. Кузьмин «Методы социальной психологии». Тезисы докладов на II съезде общества психологов, 1963
2. Я. Л. Коломинский, А. И. Розов «Изучение взаимоотношений школьников социометрическими методами. Вопросы психологии», 1962.
3. Е. С. Кузьмин «О предмете социальной психологии». Вопросы психологии, 1963, №1
4. И. И. Волков «Социометрические методы в социально-психологических исследованиях», 1970
5. И. П. Волков «О количественном измерении организованности межличностных отношений в спорте. Теория и практика физической культуры», 1968.

ВИСНОВКИ

Метод соціометрії може бути використаний для практичних (діагностичних) і теоретичних цілей. В роботі соціального психолога і педагога він являє собою важливий інструмент для вивчення соціально-психологічних явищ як на рівні особистості так і на рівні групи. Дані, отримані на основі соціометричних вимірювань, можуть бути використані психологами, вчителями, юристами, соціологами для розробки практичних рекомендацій по організації взаємовідносин у досліджуваних колективах.

Соціометричні методи - це зручний інструмент для вивчення групи та індивідуальних соціально-психологічних особливостей особистості в умовах спілкування в групі.

Ефективність соціометричних вимірювань завжди визначається впливом таких факторів:

- 1) чіткістю формулювання цілей та задач дослідження;
- 2) підбором сильних і стійких критеріїв та якісним оформленням анкети;
- 3) добровільністю членів групи брати участь в експерименті;
- 4) точністю вимірювальних процедур і прийомів обробки даних вимірювань.

Соціометрія, як метод дослідження, діє лише в тих групах, члени яких знають один одного в обличчя, і спілкуються вже достатньо багато часу для взаємного пізнання. Соціометрія також може служити цілями соціальної статистики поведінки людей в соціальному мікросередовищі.

Соціометричні дослідження можуть збагатити сучасну науку багатьма новими даними про закономірності психічного життя особистості і групи, як основних структурно-функціональних одиниць суспільства.

Отримані за допомогою соціометричної діагностики дані, повинні співставлятися з соціальними і психофізіологічними факторами взаємодії в групах.

В завданнях комплексної психологічної діагностики особистості, соціометрія також може займати відповідне місце. Однак успішне виконання цих задач можливе лише в тому випадку, коли методи соціометричних вимірювань будуть, в майбутньому, досліджуватися, удосконалюватися і стандартизуватися.

Використовуючи приведені у матрицях результати реального опитування учнів десятого класу однієї з шкіл Ужгорода провести повний аналіз, обробку і інтерпретацію одержаної інформації. А саме:

1. Побудувати концентричну соціограму групи;
2. Обрахувати показник групової згуртованості.
3. Побудувати індивідуальні соціограми лідерів групи (соціометричні зірки).
4. Провести обрахунок соціометричних персональних індексів.
5. Одержані результати використати для написання відповідної психолого-педагогічної характеристики групи.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ТА ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. A. Coste «Les principes d'une sociologie objective», Paris 1898
2. J. L. Moreno «Contributions of Sociometry to Research Methodology in Sociology» Amer. Soc. Review, 1947
3. Е. С. Кузьмин. «Методы социальной психологии». Тезисы докладов на II съезде общества психологов, 1963
4. Я. Л. Коломинский, А. И. Розов «Изучение взаимоотношений школьников социометрическими методами. Вопросы психологии», 1962.
5. Е. С. Кузьмин. «О предмете социальной психологии». Вопросы психологии, 1963, №1
6. И. И. Волков «Социометрические методы в социально-психологических исследованиях», 1970
7. И. П. Волков «О количественном измерении организованности межличностных отношений в спорте. Теория и практика физической культуры», 1968.

Зміст

Розділ 1. Суть методів соціометричного дослідження

§1. Виникнення і розвиток соціометрії

§2. Методика і логіка соціометричних вимірювань

§3. Вимірювальні величини

§4. Соціально-психологічні якості особистості, що вимірюються в соціометрії

Література

Розділ 2. Техніка і процедура соціометричного дослідження

§1. Соціометричні критерії

§2. Властивості соціометричних критеріїв

§3. Визначення числа критеріїв

§4. Види вимірювальної процедури

§5. Процес соціометричних вимірювань

§6. Соціометрична «розминка»

§7. Соціометричні опитування

Література

Розділ 3. Техніка математичної обробки даних соціометричного дослідження

§1. Методика побудови соціометричної матриці

§2. Соціограма

§3. Соціометричні індекси

§4. Персональні індекси

§5. Надійність та обґрунтованість даних соціометричного дослідження

Література

Висновки

Додаток для самостійної роботи

Список рекомендованої та використаної літератури