***Содержание***

Введение

Теоретические основы метода социометрических исследований

Социометрическая процедура

Заключение

Список используемой литературы

***Введение***

Проблемы методологии исследования являются актуальными для любой науки, особенно в современную эпоху, когда в связи с научно-технической революцией крайне усложняются задачи, которые приходится решать науке, и резко возрастает значение тех средств, которыми она пользуется. Кроме того, в обществе возникают новые формы организации науки, создаются большие исследовательские коллективы, внутри которых ученым необходимо разработать единую стратегию исследований, единую систему принимаемых методов. Все это требует от исследователей все в большей и большей степени контролировать свои познавательные действия, анализировать сами средства, которыми пользуются в исследовательской практике.

В данной контрольной работе мы рассмотрим один из методов социально-психологического исследования – метод социометрических исследований.

Метод социометрических измерений или Социометрия используется для диагностики межличностных и межгрупповых отношений в целях их изменения, улучшения и совершенствования. С помощью социометрии можно изучать типологию социального поведения людей в условиях групповой деятельности, судить о социально-психологической совместимости членов конкретных групп. Основоположник социометрии известный американский психиатр и социальный психолог Дж. Морено не случайно так назвал этот метод. Совокупность межличностных отношений в группе составляет, по Дж. Морено, ту первичную социально-психологическую структуру, характеристики которой во многом определяют не только целостные характеристики группы, но и душевное состояние человека.

Метод социометрических измерений позволяет получить информацию о:

* социально-психологических отношениях в группе;
* статусе людей в группе;
* психологической совместимости и сплочённости в группе.

Вместе с официальной или формальной структурой общения, отражающей рациональную, нормативную, обязательную сторону человеческих взаимоотношений, в любой социальной группе всегда имеется психологическая структура неофициального или неформального порядка, формирующаяся как система межличностных отношений, симпатий и антипатий. Особенности такой структуры во многом зависят от ценностных ориентации участников, их восприятия и понимания друг друга, взаимооценок и самооценок. Как правило, неформальных структур в группе возникает несколько, например, структуры взаимоподдержки, взаимовлияния, популярности, престижа, лидерства и др. Неформальная структура зависит от формальной структуры группы в той степени, в которой индивиды подчиняют свое поведение целям и задачам совместной деятельности, правилам ролевого взаимодействия. С помощью социометрии можно оценить это влияние. Социометрические методы позволяют выразить внутригрупповые отношения в виде числовых величин и графиков и таким образом получить ценную информацию о состоянии группы.

Для социометрического исследования важно, чтобы любая структура неформального характера, хотим мы этого или нет, всегда в тех или иных отношениях проецировалась на формальную структуру, т.е. на систему деловых, официальных отношений, и тем самым влияла на сплоченность коллектива, его продуктивность. Эти положения проверены экспериментом и практикой.

В общем виде задачей социометрии является изучение неофициального структурного аспекта социальной группы и царящей в ней психологической атмосферы. Рассмотрим этот метод более подробно.

***Теоретические основы метода социометрических исследований***

Термин "Социометрия" возник в конце XIX в. в связи с описанием возможных способов измерения социального влияния одних групп людей на другие. Теоретическое и идеологическое обоснование социометрии как метода познания и измерения социальных явлений дал Я.(Дж).Л.Морено. Во-первых, социометрия есть общая теория социальных групп; во-вторых, социометрия означает всякое измерение всех социальных отношений; в-третьих, социометрией называется математическое изучение психологических свойств населения, экспериментальная техника и результаты, полученные при применении количественного и качественного метода.

Объектом социометрической теории являются реально существующие малые социальные группы, имеющие достаточный опыт совместной групповой жизни.

Предметная область социометрии - эмоциональные отношения людей в группах (симпатии, неприязнь, безразличие).

Созданная на основе взглядов К.Маркса, О.Конта и 3.Фрейда, социометрия противопоставляется как бихевиоризму, наблюдающему лишь внешнее поведение людей, так и фрейдизму с его акцентом на внутренних, глубинных процессах человеческого поведения. По Морено, эмоциональные отношения людей в группах представляют атомистическую структуру общества, которая недоступна простому наблюдению и может быть вскрыта только с помощью социальной микроскопии.

"Микросоциология, писал Морено, фактически возникла с появлением моей теории "социальной микроскопии". В соединении с социометрическими приемами она положила начало теоретическим и практическим основам микросоциологии". Изучение "первичных атомистических структур человеческих отношений" рассматривалось Морено как "предварительная и необходимая основная работа для большинства макросоциологических исследований". Одно из центральных понятий этой теории - теле, - термин, означающий простейшую единицу чувства, передаваемую от одного индивида к другому, детерминирующую количество и успешность межличностных отношений, в которых они вступают.

Суть "общей теории социометрии" состоит в утверждении того, что социальные системы являются *притягательно-отталкивающе-нейтральными* системами, включающими в себя не только объективные, внешне проявляемые отношения (макроструктура), но и субъективные, эмоциональные отношения, часто невидимые внешне (микроструктура).

Цель социометрической теории сформулировать законы эмоциональных отношений в группах.

**Основные положения теории Морено**

* Социальный атом общества - это не отдельный индивид, а их сосуществование;
* Закон социальной гравитации: сплочённость группы прямо пропорциональна влечению участников друг к другу;
* Социологический закон: высшие формы коллективной организации развиваются из простых форм;
* Социодинамический закон: внутри некоторых групп человеческие привязанности распространяются неравномерно.

Внедрение этого метода в исследования в отечественной психологии связано с именами Е.С. Кузьмина, Я.Л. Коломинского, В.А. Ядова, И.П. Волкова и др.

***Социометрическая процедура***

Общая процедура проведения при социометрическом исследовании заключается в следующих этапах:

**1-й этап:** Определение целей и задач, гипотез исследования. Выбор объектов исследования.

**2-й этап:** Разработка социометрических критериев.

**Социометрические критерии** формируются в виде вопросов, ответы на которые и служат основанием для установления отношений в группе. Типы критериев:

* **формальные/неформальные** - Формальные критерии направлены на изучение взаимоотношений в ведущем виде деятельности группы. Неформальные - изучают неформальные отношения.
* **двойные/одинарные** - Двойные - изучают отношения партнёрства. Одинарные - изучают взаимоотношения лидерства и подчинённых.
* **прогностические** - позволяют измерить, на сколько верно картина взаимоотношений отражается в сознании самого индивида.
* **сильные (или значимые)/слабые (незначимые)** - Сильные выявляют наиболее глубокие, стабильные отношения, а слабые (незначимые) затрагивают поверхностные отношения.

**Требования к критериям**

1. Ограниченное количество (3-4);
2. логическая связь между собой;
3. критерии должны вызывать интерес;
4. смысл критериев должен быть понятен испытуемым;
5. критерии должны быть сформулированы как можно более конкретно, лучше на основе реальной ситуации.

**3-й этап:** Выбор типа процедуры социометрического исследования. Социометрия может проводится в двух вариантах:

#### Непараметрическая процедура

При использовании непараметрической процедуры проведения испытуемым предлагается ответить на вопросы без ограничения количества выборов, т.е. всех, кроме самого себя. Таким образом, по любому из предложенных критериев может быть выбрано  **человек — основная константа социометрии**, где N — количество человек в группе.



Для непараметрической процедуры константа одинакова, как для человека, делающего выбор, так и для человека, выбор получающего.

**Достоинства непараметрической процедуры:**

* позволяет выявить эмоциональную экспансивность каждого члена группы;
* при использовании данного типа процедуры проведения делается срез всего многообразия связей в групповой структуре.

**Недостатки непараметрической процедуры:**

* при ручной обработке результатов социометрии измерения возможны только в небольших группах (до 12 человек);
* существует большая вероятность получения случайного выбора из-за аморфной системы отношений выбирающего человека с окружающими или же из-за ложных ответов, с целью продемонстрировать нормальную лояльность к окружающим и к экспериментатору.

#### Параметрическая процедура

Данная процедура была разработана для снижения вероятности случайного выбора. Суть процедуры состоит в ограничении количества выборов каждого их участников (обычно, для групп в 22-25 участников минимальная величина "социометрического ограничения" должна выбираться в пределах 4-5 выборов). Величина ограничения - **d** - называется **социометрическое ограничение** или **лимит выборов**. Введением этой величины можно стандартизировать внешние условия выборов в группах разной численности. Для этого необходимо определять величину d по одинаковой для всех групп вероятности случайного выбора. Формулу определения такой вероятности предложили в свое время Дж. Морено и Е. Дженнингс:



где Р(А) — вероятность случайного события социометрического выбора, обычно выбирается в пределах [0,2-0,3];

N — число членов группы.

**Достоинства параметрической процедуры:**

* повышает надёжность полученных данных;
* облегчает статистическую обработку;
* позволяет стандартизировать условия выбора в группах различной численности;
* как следствие, появляется возможность сравнивать взаимоотношения в разных группах.

**Недостатки непараметрической процедуры:**

* не раскрывает всего многообразия взаимоотношений в группе;
* социометрическая структура группы в результате такого подхода будет отражать лишь наиболее типичные, "избранные" коммуникации. Введение "социометрического ограничения" не позволяет судить об эмоциональной экспансивности членов группы.

**4-й этап:** Разработка социометрической карточки или социометрической анкеты. При проведении социометрии, возможны два варианта:

* **I вариант** - Социометрическое исследование является частью общего анкетирования. В таком случае социометрические критерии могут быть включены в общую систему отдельным разделом. Однако при этом необходимо учитывать, что испытуемые в обязательном порядке должны подписывать свою анкету, а при выборе людей писать их фамилии.
* **II вариант** - Социометрия является предметом самостоятельного изучения. Тогда порядок составления карточки может быть таким:
  + готовятся списки членов группы;
  + каждый человек в группе идёт в списке под определённым номером - этот номер становится его шифром.

Затем готовится и сама карточка. Она должна содержать следующие элементы:

* заголовок;
* инструкцию - количество необходимых выборов и способ заполнения графы выборов;
* подписание карточки (разборчиво).

В ней каждый член группы должен указать свое отношение к другим членам группы по выделенным критериям (например, с точки зрения совместной работы, участия в решении деловой задачи, проведения досуга, в игре и т. д.) Критерии определяются в зависимости от программы данного исследования: изучаются ли отношения в производственной группе, группе досуга, во временной или стабильной группе.

**5-й этап:** Непосредственно проведение социометрии.

Она складывается из двух основных компонентов: инструкция и содержательные вопросы. Чаще всего психолог сам дает всем членам группы устную инструкцию и зачитывает вопросы, предлагая письменно ответить на них в специальных бланках (в них оставлено место для фамилии, стоят номера вопросов, под каждым вопросом — цифры от 1 до 5 в столбик) или просто на листе бумаги. В другом варианте психолог дает устную инструкцию, а затем раздает социометрические карточки, на которых есть краткая письменная инструкция, оставлено место для фамилии, сформулированы все вопросы и под каждым оставлено место для ответов. Преимущество второго варианта в том, что респонденты видят перед собой инструкцию постоянно, и это уменьшает (незначительно) число уточняющих вопросов.

В обоих случаях устная инструкция выполняет две очень важные функции: мотивирование участников и технические пояснения. Мотивационная часть принципиально важна, именно она во многом определяет открытость участников опроса, их желание отвечать. Социометрическая процедура сама по себе является достаточно серьезным эмоциональным испытанием. Особенно для тех, кто занимает крайние статусные позиции: высокостатусных и непопулярных. Надо честно написать о том, кто тебе нравится и кто неприятен, зная, что в этот момент все остальные оценивают и тебя. Более того, свои высказывания надо обязательно подписать.

Снизить общую напряжённость ситуации можно и необходимо. С этой точки зрения важны следующие моменты.

* необходим доверительный контакт с группой.
* стиль подачи инструкции: доброжелательный, неформальный, спокойный.
* мягкое формулирование целей тестирования.

В технической части инструкции должны быть подчеркнуты следующие моменты:

* каждый заполняет свой лист самостоятельно, не советуясь ни с кем и не размышляя вслух над своими выборами;
* при заполнении необходимо учитывать всех членов группы, а не только присутствующих в данный момент (для облегчения можно написать на доске или дать участникам полные списки группы);
* при ответе настойчиво рекомендуется избегать вариантов типа "всех", "любого", "никого"; желательно во всех вопросах ограничиваться тем числом выборов, которые предложены психологом.

**6-й этап:** Непосредственно обработка и интерпретация результатов

## Обработка результатов

Когда социометрические карточки заполнены и собраны, начинается этап их математической обработки. Простейшими способами количественной обработки являются:

1. **табличный** (социометрическая матрица),
2. **графический** (социограмма)
3. и **индексологический** (социометрические индексы).

### Социометрическая матрица

Социоматрица - это матрица связей, с помощью которой анализируются внутриколлективные отношения. В социоматрицу в форме числовых значений и символов заносится информация, полученная в ходе опроса. Анализ социоматрицы по каждому критерию дает достаточно наглядную картину взаимоотношений в группе. Могут быть построены суммарные социоматрицы, дающие картину выборов по нескольким критериям, а также социоматрицы по данным межгрупповых выборов.

Основное достоинство социоматрицы – возможность представить выборы в числовом виде, что в свою очередь позволяет проранжировать порядок влияний в группе. На основе социоматрицы строится социограмма – карта социометрических выборов (социометрическая карта), производится расчет социометрических индексов.

**Социограмма**

Социограмма – схематическое изображение реакции испытуемых друг на друга при ответах на социометрический критерий. Социограмма позволяет произвести сравнительный анализ структуры взаимоотношений в группе в пространстве на некоторой плоскости ("щите") с помощью специальных знаков.

Социограммы бывают двух типов:

* групповые
* индивидуальные

Первые изображают картину взаимоотношений в группе в целом, вторые – систему отношений, существующих у интересующего исследователя индивида с остальными членами его группы.

*Групповые социограммы* в свою очередь могут быть представлены в виде:

* конвенциональной социограммы - индивиды, составляющие группу, изображаются в виде кружочков, соединенных между собой стрелками, символизирующими социометрические выборы или отклонения.
* "социограммы-мишени" - представляет собой систему концентрических окружностей, количество которых равно максимальному количеству выборов, полученных в группе. Все члены группы располагаются на окружностях в соответствии с количеством полученных выборов. Вся социограмма-мишень делится на секторы по социально-демографическим характеристикам группы (пол, возраст и т. п.).

*Индивидуальные социограммы* применяют для более наглядного представления о положении отдельных лиц в группе, на которых изображают индивида в совокупности всех его связей с другими членами группы.

**Социометрические индексы**

Выделяют два типа социометрических индексов:

* персональные социометрические индексы;
* групповые социометрические индексы.

Первые характеризуют индивидуальные социально-психологические свойства личности в роли члена группы. Вторые дают числовые характеристики целостной социометрической конфигурации выборов в группе. Они описывают свойства групповых структур общения.

Основными персональными социометрическими индексами являются:

* индекс социометрического статуса i-члена;
* индекс эмоциональной экспансивности j-члена;
* индекс объема интенсивности и концентрации взаимодействия ij-члена.

Символы i и j обозначают одного и того же члена группы, но в разных ролях:

* i – объект выбора;
* j – субъект выбора;
* ij – совмещение ролей.

Среди групповых социометрических индексов наиболее важными являются:

* индекс эмоциональной экспансивности группы;
* индекс психологической взаимности в группе (сплоченности группы);

## Интерпретация результатов

Интерпретацию данных социометрии проводят анализируя полученные в ходе обработки данные: социоматрицу, социограммы, социометрические индексы. Всесторонний анализ статуса индивида в группе также можно получить при помощи шести индексов, оценивающих количество:

1. сделанных выборов;
2. полученных выборов;
3. взаимных выборов;
4. полученных отклонений;
5. сделанных отклонений;
6. взаимных отклонений.

Приписывая каждому показателю знак "+" (если он выше среднего по группе) или "–" (если он ниже среднего по группе), можно получить закодированный социометрический профиль индивида. Например, профиль вида "+, +, +, –, +, –" будет свидетельствовать о том, что данный индивид отвергает многих в группе, но это обстоятельство не влияет на его популярность. Для каждого члена группы имеет значение не столько число выборов, сколько К удовлетворенности (Куд) своим положением в группе:

**Куд =число взаимных выборов / число выборов, сделанных данным человеком**

Так, если индивид хочет общаться с тремя конкретными людьми, а из этих троих никто не хочет общаться с этим человеком, то Куд = 0/3 = 0. Коэффициент удовлетворенности может быть равен 0, а статус (количество полученных выборов) равен, например, 3 у одного и того же человека – эта ситуация свидетельствует о том, что человек взаимодействует не с теми, с кем ему хотелось бы. В результате социометрического эксперимента руководитель получает сведения не только о персональном положении каждого члена группы в системе межличностных взаимоотношений, но и обобщенную картину состояния этой системы. Характеризуется она особым диагностическим показателем – уровнем благополучия взаимоотношений (УБВ). УБВ группы может быть высоким, если "звезд" и "предпочитаемых" в сумме больше, чем "пренебрегаемых" и "изолированных" членов группы. Средний уровень благополучия группы фиксируется в случае примерного равенства ("звезды" + "предпочитаемые") = ("пренебрегаемые" + "изолированные" + "отверженные"). Низкий УБВ отмечается при преобладании в группе лиц с низким статусом. Важным диагностическим показателем считается "индекс изоляции" – процент людей, лишенных выборов в группе.

***Заключение***

Дальнейшее развитие метода социометрических исследований шло в разных направлениях. На данный момент на основании многочисленных экспериментов уточнялась интерпретация результатов, полученных с помощью методики социометрический исследований, определялись границы их применимости. Также создавались различные модификации процедуры сбора данных, позволяющие расширить класс отношений, изучаемых с помощью данной методики, и способы получения информации об этих отношениях. В частности, новые методы позволяют изучать не только эмоциональные межличностные, но и др. отношения между членами группы, а способы получения информации включают все основные способы сбора данных, используемых в социологии (опрос, наблюдение, анализ документов и текстов). К таким модификациям относится, напр., "референтометрия", позволяющая выделять референтные группы, т.е. определять для каждого респондента тех членов группы, мнение которых его в наибольшей степени интересует.

Развитие методики социометрических исследований в указанных направлениях привело к формированию более широкого определения их назначения. Под данным методом в широком смысле понимаются методы исследования структуры отношений между социальными объектами. Из этого определения вытекает и основное ограничение области использования метода: исследуемые социальные объекты (будь это малая группа, предприятие или организация) представляют собой некоторую систему, изучение которой отнюдь не исчерпывается описанием структуры отношений между ее элементами. В частности, очевидно, что невозможно получить более или менее полное представление о коллективе и вообще, о любой малой группе, исследуя лишь структуру межличностных отношений; изучение малых групп должно включать исследование групповых норм и ценностей, социально-демографические и др. характеристик группы, а также связей между различными классами характеристик.

***Список используемой литературы***

1. Андреева Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева, - М.: Академия, 2002.
2. Морено, Я. Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе / Пер. с англ. А. Боковикова. — М.: Академический Проект, 2001.
3. Волков И.П. Социометрические методы в социально-психологических исследованиях. Л., 1970
4. Основы психологии: Практикум / Ред.-сост. Л.Д. Столяренко. - Ростов н/Д: "Феникс", 2001.
5. Р.А.Золотовицкий. Социометрия Я.Л. Морено: мера общения // Социологические исследования. 2002. № 4. С. 103-113.