МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Филиал Федерального государственного образовательного учреждения

высшего профессионального образования «Московский государственный университет культуры и искусств» в городе Норильске

Зачетные материалы

По курсу “Методология и методы социологического исследования”

Студента II курса Опанасенко Е.А.

Специальность: «Управление персоналом»

Специализация: «Кадровый консалтинг и аудит»

Норильск, 2010

**Содержание:**

1. Программа исследования…………………………………………………..

2. Анкетирование……………………………………………

3. Интервьюирование……………………………………………

4. Почтовый опрос………………………………………….

5. Экспертный опрос………………………………………………..

6. Прессовый опрос…………………………………………………..

7. Метод наблюдения……………………………………………..

8. Метод фокус-групп………………………………..

9. Метод контент-анализа данных…………………………………….

10. Социологический эксперимент………………………………………..

11. Тест по методологии……………………………………..

12. Метод социометрии ……………………..

1. Программа исследования

**Введение**

Управление появилось вместе с людьми. Там где хотя бы два человека объединялись для достижения какой-либо общей цели, возникала задача координации их совместных действий, решение которой кто-то из них должен был брать на себя. В этих условиях он становился руководителем, управляющим, а другой - его подчиненным, исполнителем.

Управление персоналом признается одной из наиболее важных сфер жизни предприятия, способного многократно повысить ее эффективность, а само понятие «управление персоналом» рассматривается в достаточно широком диапазоне: от экономико-статистического до философско-психологического.

Управление персонала занимает ведущее место в системе управления предприятием. Методологически эта сфера управления обладает специфическим понятийным аппаратом, имеет отличительные характеристики и показатели деятельности, специальные процедуры и методы – аттестация, эксперимент и другие. Актуальность данной темы обусловлена тем, что методы управления коллективом являются одним из основополагающих факторов способствующих наиболее эффективной деятельности в группе. И умение правильно применять эти методы, комбинируя их между собой - залог успеха руководителя коллектива.

**Объектом** данного исследования являются методы управления.

**Предметом** – эффективность применения методов управления группой.

При написании работы ставилась цель определить эффективные методы управления группой (на примере II курса студенческой группы).

**Задачи:**

1. Изучить методы управления и их классификацию.

2. Выявить особенности управления группой.

3. Определить влияние наиболее используемых методов управления на группу (на примере II курса студенческой группы).

4. Выявить наиболее эффективные методы управление группой (на примере 2 курса студенческой группы)

2. Анкетирование

Инструкция по проведению.

Анкетирование студентов МГУКИ(НФ) на тему «Методы управления коллективом». Анкетирование будет проводиться 22 мая 2010г для 1-ых и 2-ых курсов и 28 мая – для 3-их курсов. Цель проведения анкетирования – выявить наиболее используемые методы управления деятельностью коллектива в Вашей группе. На заполнение даётся 15 минут, количество вопросов – 7 . Все вопросы закрытого характера.

1. Обеспечить, чтобы каждый участник опроса сидел за отдельной партой.
2. Проследить, чтобы все участники приступили к заполнению анкеты одновременно.
3. В случае возникновения вопросов предоставить необходимую информацию в индивидуальном порядке.
4. Проследить за правильностью заполнения анкеты. В случае ошибок в заполнении раздать новые экземпляры анкеты.
5. По истечению времени, собрать опросные листы независимо от готовности к сдаче.

Дорогой студент!

Вы являетесь участником опроса, посвященного выявлению наиболее эффективного метода управления коллективом в Вашей группе, который проводится инициативной командой МГУКИ (НФ). Ваши искренние ответы помогут нам наиболее быстрее выявлять появляющиеся проблемы в процессе управления группой и приходить к наиболее быстрому их разрешению. Опрос является анонимным. Все вопросы закрытого характера, то есть Вам необходимо выбрать один из вариантов ответа и отметить его любым знаком. Заранее благодарим Вас за участие.

Перед началом опроса ответьте на некоторые вопросы:

1. Ваш пол ( М. Ж. )
2. Сколько вам лет? ( \_\_\_)
3. Укажите число детей в вашей семье. (\_\_\_)
4. Ваша семья

- полная (отец и мать)

-неполная (один из родителей)

Теперь Вы можете перейти непосредственно к самим вопросам анкеты:

1.Цели учебной деятельности студентов в Вашей группе ставит

- исключительно куратор группы

- коллективное совещание

- в произвольном порядке, каждый студент самостоятельно

2. Как Вы оцениваете атмосферу в Вашей группе?

- напряженная

- легкая, дружественная атмосфера

- атмосфера всеобщей вседозволенности

3. Проводятся ли у Вас какие- нибудь мотивационные программы?

- изредка

- да, довольно часто

- нет, а что это?

4. Обсуждение с куратором группы своих личных проблем – это

- опасно

- нормальное явление

- я считаю, это не корректным

5. Представите себе, что Вы стали куратором своей группы. Ваши методы управления имели бы сходство, с методами управления Вашего руководителя?

- пожалуй, нет

- да, его методы управления коллективом наиболее оптимальны

- нет, мои методы управления кардинально бы отличались методов, используемых куратором моей группы

6. В Вашей группе существует система вознаграждения, представлена

- похвалой перед коллективом

- материальными наградами

- отсутствуют в принципе

7. Используется ли в вашей группе, такая форма морального воздействия, как принуждение?

- да

- нет

3. Интервьюирование

Условия:

5. Экспертный опрос

Экспертный опрос — разновидность опроса, в ходе которого респондентами являются эксперты — высококвалифицированные специалисты в определенной области деятельности. Метод подразумевает компетентное участие специалистов в анализе и решении рассматриваемой проблемы.

 В практике социологических исследований используется:

Для прогноза развития того или иного явления; для оценки степени достоверности массового опроса; для сбора предварительной информации о проблеме исследования (зондаж); в ситуациях, когда массовый опрос простых респондентов не возможен или не эффективен.

 Надёжность оценок и решений, принимаемых на основе суждений экспертов, достаточно высока и в значительной степени зависит от организации и направленности процедуры сбора, анализа и обработки полученных мнений.

 Сама процедура предполагает:

1) анализ исследуемой ситуации;

2) выбор группы экспертов;

3) выбор способа замера экспертных оценок;

4) процедуру непосредственной оценки работы экспертов;

5) анализ полученных данных.

 Может оказаться необходимой также:

1) проверка входных данных, используемых для экспертных оценок;

2) изменение состава экспертных групп;

3) повторные замеры по тем же вопросам с последующим сопоставлением результатов с объективной информацией, полученной другими методами.

 Эксперт может участвовать в опросе как:

1) генератор, источник идей, гипотез и предложений;

2) арбитр по оценке имеющихся данных, характеристик и показателей объекта;

3) аудитор по оценке условий постановки эксперимента;

4) источник неизвестной исследователю информации, которая служит основой для дальнейшего анализа.

 Результаты опроса групп экспертов существенно отличаются от решений, формируемых в результате дискуссий на заседаниях комиссий, где может возобладать мнение авторитетных или всего лишь «напористых» участников. Это не означает, что индивидуальное мнение конкретного специалиста или решение такой комиссии не значимо. Однако соответствующим образом обработанная информация, полученная от группы экспертов, как правило, оказывается более достоверной и надежной.

 Количество членов экспертной группы значительно меньше в сравнении с количеством респондентов, опрашиваемых при массовом опросе. Отбор экспертов, формирование экспертных групп — достаточно сложная задача, результат которой в наибольшей степени определяет эффективность метода и правильность полученных решений.

 Подбор специалистов для участия в экспертном опросе, начинается с определения научных, технических и административных проблем, непосредственно связанных c решением поставленной задачи. Составляется список компетентных в необходимых областях лиц, который служит основой для выбора экспертов. Формирование группы потенциальных экспертов начинается методом «снежного кома». Оценив число возможных кандидатов в эксперты, решается вопрос о численности экспертной группы.

 Оптимальное количество вряд ли возможно определить точно, но очевидно, что в малой группе экспертов на итоговую оценку оказывает излишнее влияние оценка каждого из экспертов. Слишком большое число экспертов затрудняет формирование согласованного мнения. Кроме того, при увеличении числа участников уменьшается роль нестандартных мнений, отличающихся от мнения большинства, но не всегда оказывающихся неправильными. Принципиальное значение имеет возможность обеспечения «равноправия» учёных-специалистов различных направлений, различного уровня компетентности с учётом специфики исследуемой проблемы.

 Качества, которыми должен обладать «идеальный» эксперт, с которым предпочтительно работать:

а) креативность, т.е. способность творчески решать задачи, метод решения которых полностью или частично не известен;

б) эвристичность, т.е. способность видеть или создавать неочевидные проблемы;

в) интуиция — способность делать заключения об исследуемом объекте без осознания пути движения мысли к этому заключению;

г) предикаторность, т.е. способность предсказывать, предчувствовать будущее состояние исследуемого объекта;

д) независимость, т.е. способность противопоставлять предубеждениям и массовому мнению свою точку зрения;

е) всесторонность, т.е. способность видеть проблему с различных точек зрения.

 Для отбора специалистов в рабочую группу используют некоторые простые статистические способы и приемы, а также их комбинацию.

 Подбор экспертов может быть:

экспериментальным (с использованем тестирования, проверки эффективности их прежней экспертной деятельности);

документальным (на основе социально-демографических данных);

при помощи голосования (на основе аттестации потенциальных экспертов их коллегами);

при помощи самооценки (оценка степени компетентности изучаемой проблемы, которая дается самим потенциальным экспертом).

 Кроме указанных способов возможен расчёт достоверности и точности экспертных оценок, представленных каким-либо из потенциальных экспертов в прошлом. В этом случае специалистов-экспертов можно рассматривать как «прибор», дающий информацию о вероятности каких-либо предстоящих событий или гипотез, объясняющих происходящие события. Следует определить точность и достоверность этой информации, подобно тому, как это делается для измерительных приборов. Рассматривая эксперта именно в таком ключе, определяют достоверность и точность его оценок по результатам прошлой деятельности. Для этого рассчитывают степень надёжности эксперта, под которой понимается относительная частота случаев, когда эксперт приписал наибольшую вероятность гипотезам, впоследствии подтвердившимся (то есть количество прогнозов, сделанных экспертом вообще делится на количество сбывшихся прогнозов).

 Под степенью точности эксперта при вынесении им суждения о значении вероятности для некоторого события понимается степень соответствия его персональной оценки корректности того класса гипотез, которым он приписал эту вероятностную оценку. Понятие надёжности и точности эксперта базируется на предположении о том, что существует класс задач для решения которых эксперт либо подходит, либо не подходит.

 В работу социолога входит:

1) составление специальных опросных листов для экспертов (по сравнению с массовым опросами, специфика опросных листов состоит в том, что не применяются вопросы-ловушки, ибо эксперт является осведомленным лицом, кроме того, преобладают вопросы открытого типа);

2) разработка способа и процедуры опроса экспертов;

3) проведение опроса;

4) анализ полученных данных.

 Работа социолога, организующего экспертный опрос, включает в себя ещё и подготовку экспертов к работе, в частности обеспечение их максимально объективными данными по проблеме. Следует заботиться о достаточной информированности участников об источниках возникновения исследуемой проблемы и путях решения сходных проблем в прошлом.

 Необходимо, чтобы условия проведения опроса способствовали получению наиболее достоверных оценок. С целью обеспечения независимости оценок, следует по возможности устранять взаимовлияние экспертов и уменьшать воздействие посторонних факторов. Большое значение имеет правильная формулировка вопросов опросника, позволяющая выразить отношение эксперта относительно каждого вопроса в виде количественной оценки и возможность согласования оценок, полученных от разных экспертов. Если форма опроса экспертов предполагает их очное взаимодействие, необходимо заботиться о том, чтобы мнения наиболее известных и авторитетных экспертов не задавали тон всех остальных дискуссий (для этого при выступлении сначала предоставляется слово «простым» участникам, а потом наиболее известным и авторитетным).

Формы проведения

 Выбор вариантов работы с экспертами (очная или заочная форма) определяется спецификой проблемы и ситуацией. Очные варианты работы с экспертами позволяют собрать более качественную информацию, хотя есть сложности организационного порядка и взаимовлияния экспертов. Заочные же формы работы с экспертами дают возможность пренебрегать географическими рамками при опросе экспертов, исключает взаимовлияние их, однако делает работу экспертных групп не оперативной.

 Очный опрос - свободное интервью экспертов. Имеет разведывательную цель и чаще используется, когда необходимо более точно представить проблему, уточнить некоторые нюансы, чётче интерпретировать употребляемые понятия и наметить основные направления исследования. Число интервьюируемых экспертов здесь невелико (10-15), но главное — чтобы подобранные эксперты были представителями разных в профессиональном и научном отношении точек зрения. Такое интервью проводится опытным социологом.

Анкетный опрос экспертов

 «Мозговой штурм», «Мозговая атака» — прямой обмен мнениями, стимулирование наблюдения. Основная цель — нахождение решения или путей решения какой-либо научной или практической проблемы.

Заочный опрос

Почтовый анкетный опрос экспертов

 Дельфийская техника — многократный почтовый анкетный опрос одной и той же группы экспертов с применением шкалированных оценок. Цель данного вида опроса экспертов — сопоставление тщательно скорректированной программы последовательных индивидуальных опросов, направленной на уменьшение группового влияния, возникающего при совместной работе экспертов. Суть метода — в интерактивных циклах, обеспечивающих обратную связь: после первого опроса экспертов и обработки его результатов, итоги сообщаются участникам экспертной группы. Они должны либо подтвердить свою точку зрения, высказанную на предыдущем этапе, и если она значительно отличается от мнения большинства, развернуто ее мотивировать, либо изменить свою оценку в соответствии с мнением большинства участников. Затем снова производят обработку информации, результаты вновь рассылаются экспертам и так до тех пор, пока не прекратится «эффект интерактивных циклов», то есть пока новые туры опроса не перестанут давать статистически значимое увеличение согласованности оценок экспертов (обычно это достигается на 4-5 туре опроса). Очевидно, что данный вид работы с экспертами весьма трудоемок и сложен, хотя использование дельфийской техники имеет и свои преимущества: обеспечивается анонимность опроса путем исключения взаимодействия экспертов; установление обратной связи в виде сообщения обработанной информации о согласованной точке зрения экспертов на предыдущих этапах опроса; исключения взаимовлияния экспертов. Метод Дельфы не имеет целью достичь полное единство мнений экспертов по существу вопроса, поэтому несмотря на сближение точек зрения, различие во мнениях экспертов все равно будет существовать. Недостатком данного вида опроса экспертов является зависимость оценок, данных экспертами от формулировок вопросов и аргументации; влияние общественного мнения на экспертов.

Анализ результатов

 Одним из наиболее ответственных этапов обработки собранной информации является согласование экспертных мнений, что может быть сделано на основе одного из следующих правил:

1) правило большинства - выбирается та оценка явления или то решение задачи, которых придерживается большинство экспертов (однако, надо заметить, нередки ситуации, когда эксперты, дающие более достоверные оценки, оказываются в меньшинстве);

2) правило авторитета - выбирается то решение, к которому склоняются самые авторитетные эксперты (в этом случае каждому эксперту должен быть приписан "вес", учитывающий его уровень компетентности);

3) правило средней оценки - определяется либо простая, либо взвешенная средняя оценка мнений экспертов.

7. Метод наблюдения

Наблюдение - метод сбора первичной социальной информации об изучаемом объекте путем направленного, систематического и непосредственного визуального и слухового восприятия (отслеживания) и регистрации значимых с точки зрения целей и задач исследования социальных явлений, процессов, ситуаций, подвергающихся контролю и проверке.

 В процессе применения в социологии наблюдения необходимо иметь в виду и учитывать следующие его особенности:

Во-первых, для социологического наблюдения характерна связь наблюдателя с изучаемым объектом. Социолог изучает общество, ту или иную его совокупность сам являясь членом данного общества, а иногда и членом изучаемой социальной совокупности. И эта принадлежность накладывает существенный отпечаток на восприятие наблюдателем социальной действительности, на ее понимание, истолкование и оценку. Во-вторых, наблюдатель воспринимает изучаемый социальный объект через призму своих интересов, эмоций, симпатий, а все это не может не накладывать определенный отпечаток как на сам процесс наблюдения, так и на его оценку и интерпретацию. В-третьих, в процессе исследования наблюдение всегда является селективным, т.е. избирательным, направленным на совершенно определенные объекты, которые подлежат наблюдательным операциям, и не принимающим во внимание все остальные.

В-четвертых, в социологии, в отличие от других наук, обычно сложно провести повторное наблюдение, т. к. социальные явления и процессы подвергаются воздействию огромного количества факторов, под влиянием которых они постоянно видоизменяются, даже если объектом наблюдения являются так называемые циклические события, например, движение людей на работу и с работы, их участие в избирательных кампаниях.

 Наблюдение в социологическом исследовании может служить для достижения различных целей. Во-первых, оно может быть использовано в качестве источника информации об исследуемом социальном объекте. Во-вторых, с его помощью можно получить дополнительные сведения об изучаемом объекте. В-третьих, наблюдение способно служить в качестве средства проверки данных, полученных другими методами.

Этапы проведения социологического наблюдения:

1. Выявление цели и задач наблюдения. Цель определяет направленность наблюдения. В зависимости от цели исследования задачами наблюдения могут быть: предварительная ориентировка в объекте наблюдения, получение интересующей наблюдателя информации, уточнение и проверка результатов, полученных при помощи других методов, выдвижение предварительных гипотез и их проверка.

2. Выявление объекта и предмета наблюдения. В качестве объекта наблюдения могут выступать отдельные индивиды, их различные общности и группы, способы их деятельности. Предметами наблюдения могут стать вербальные и невербальные акты поведения отдельных индивидов, их групп (семейных, профессиональных и др.), а также более обширных общностей (этносов, городов, регионов и т.п.), определенные ситуации, в которых оказываются изучаемые индивиды и социальные общности.

3. Выбор способа наблюдения, как более эффективно обеспечивающего сбор необходимой информации - включенное, не включенное и иные виды наблюдения.

4. Определение способов регистрации наблюдаемого объекта, его действий и изменений. Регистрация результатов наблюдения может осуществляться в специально разработанных карточках и протоколах наблюдений, в блокнотах, в звуко- и видеозаписях, в кино- и фотодокументах.

5. Осуществление контроля наблюдения. Оно может быть реализовано путем обращения к документам, связанным с исследуемыми событиями и ситуациями, верификации (проверки) результатов собственных наблюдений с наблюдениями, выполненными другими квалифицированными наблюдателями и т.п.

6. Обработка и интерпретация полученной информации может осуществляться как традиционными методами - логическое обобщение полученных эмпирических данных, построение выводов и т.п., так и методами обработки массивов полученной информации посредством компьютеров.

7. Составление отчета о результатах наблюдения и полученных выводах. Такой отчет должен содержать документацию об объекте, предмете, времени, месте и обстоятельствах произведенного наблюдения; информацию о способе наблюдения и роли наблюдателя; характеристику наблюдаемых индивидов, социальных групп, способов их общения и деятельности в определенных ситуациях; рекомендации по практической реализации полученной в процессе наблюдения социологической информации. В плане организации и проведения социологического наблюдения определяются сроки проведения наблюдения и его основные этапы, устанавливаются средства сбора информации, сроки и типы подготовки необходимой документации, виды отчетности и сроки ее представления заинтересованным организациям.

Виды наблюдения:

1. Нестандартизированное наблюдение - это такой способ изучения социальных явлений и процессов, при котором определен только объект наблюдения, но исследователь не определяет заранее, какие именно элементы изучаемого процесса, события, ситуации и т.п. он будет наблюдать. Этот вид наблюдения чаще всего применяется на начальной стадии социологического исследования с целью определения проблемной ситуации.

2. Стандартизированное наблюдение - такой способ сбора эмпирической информации, при котором заранее определен не только объект и предмет исследования, но и состав элементов изучаемого процесса, которые имеют наиболее существенное значение для достижения намеченных целей и решения задач, стоящих перед исследователем (исследовательским коллективом). Его применение требует хорошего предварительного знания предмета исследования и предварительной стандартизации категорий, применяемых в процессе наблюдения, определения подлежащих наблюдению факторов и отражения их в виде таблиц, протоколов, карточек, технических средств, применяемых в процессе осуществления социологического наблюдения. Только соблюдение всех этих условий делает стандартизированное наблюдение контролируемым и результативным.

3. Невключенное (внешнее) наблюдение - это такой способ социологического исследования, при котором исследователь находится вне изучаемого объекта, изучает его как бы со стороны. Наблюдатель в таком случае не включается в ход событий, не участвует в них, не задает вопросов наблюдаемым индивидам, как бы отстранен от них, просто регистрируя происходящее под углом зрения целей и задач исследования. Оно применяется для описания социальной ситуации, в условиях которой происходят интересующие наблюдателя события.

4. Включенное наблюдение - это такой способ социологического исследования, при котором наблюдатель в той или иной степени непосредственно включен в изучаемый социальный процесс, находится в прямом контакте с изучаемыми индивидами и группами и участвует вместе с ними в определенной сфере деятельности. Различаются четыре типа включенного наблюдений. Полное включение, когда наблюдение производится скрытно, изнутри исследуемой группы или общности, а истинное лицо и цели наблюдателя неизвестны наблюдаемым личностям. Другим типом включенного наблюдения является такая деятельность исследователя, при которой последний не скрывает своей роли, наблюдает жизнь определенного коллектива в различных ситуациях. Третий тип включенного наблюдения характеризуется положением и ролью исследователя в качестве "наблюдателя -участника". В таком случае контакт наблюдателя с членами коллектива минимален, исследователь не скрывает своих целей, но осуществляемое им наблюдение носит более формальный характер. Четвертый тип включенного наблюдения характеризуется позицией исследователя как полного наблюдателя. В этой ситуации исследователь выполняет функции наблюдателя, не взаимодействуя с участниками наблюдаемой ситуации. Он выполняет свою роль образом, очень сходным с невключенным наблюдением.

5. Полевое наблюдение отличается тем, что проводится в реальной жизненной ситуации, в естественной обстановке, в непосредственном контакте исследователя с изучаемым объектом.

6. Лабораторное наблюдение - такой тип сбора эмпирической информации, который осуществляется в искусственно созданных для наблюдаемой группы и контролируемых исследователями условиях. При проведении такого наблюдения социологи довольно четко используют различные технические средства фиксации поведения наблюдаемых, его изменения с изменением условий и ситуации, в которых осуществляются действия специально подобранных для лабораторного исследования участников.

7. Систематическое наблюдение - такой тип исследования, который проводится по четко определенному графику, с регулярной фиксацией заранее обусловленных признаков, ситуаций, процессов и действий. Оно позволяет выявить динамику изучаемых процессов и событий.

8. Эпизодическое наблюдение - это фиксация изучаемых явлений и событий при отсутствии четкого регламента регистрации их в определенных временных интервалах или по различным этапам их протекания.

9. Случайное наблюдение - это социологическое исследование, при котором единицы и сроки наблюдения заранее не предусматриваются, а исследователь наблюдает и фиксирует интересные, заслуживающие внимания, с его точки зрения, факты и события социальной жизни.

10. Одномоментное наблюдение - такое наблюдение, в котором фиксируется одно явление или событие, происходящее в определенном месте и в определенное время, например, осуществляемое социологом невключенное наблюдение за митингом определенной политической партии или движения.

11. Панельное наблюдение - это процесс неоднократного, протяженного во времени, проводимого через определенные интервалы, систематического и организованного наблюдения за одним и тем же объектом, имеющее целью выявить происходящие в нем изменения.

12. Контролируемое наблюдение осуществляется целенаправленно по заранее подготовленной программе, с применением стандартизированных планов и документации для получения достоверной информации об изучаемом объекте и проверки гипотез. Контроль организуется путем увеличения количества наблюдателей и сравнения результатов их наблюдений, а также через интенсификацию процесса - проведением серии наблюдений за одним и тем же объектом.

13. Неконтролируемое наблюдение осуществляется наблюдателем при изучении им реальных жизненных ситуаций без строгого плана и применения заранее подготовленной документации.

Преимущества метода

1. Непосредственность наблюдения изучаемого объекта, что позволяет исследователю уточнить проблему, более четко определить объект и предмет исследования.

2. Гибкость и многовариантность, имеющие важное значение при изучении социальных явлений и процессов.

3. Дешевизна, малозатратность проведения социологического наблюдения.

Недостатки

1. Возможность неоправданного вмешательства исследователя в ход естественного процесса, так как присутствие наблюдателя в большинстве случаев накладывает определенный, чаще всего негативный, отпечаток на поведение исследуемых индивидов и групп.

2. Невозможность применения метода наблюдения к большим социальным совокупностям, таким, например, как нация. Наблюдение дает возможность получать только качественные, а не количественные характеристики изучаемых явлений и процессов социальной действительности.

8. Метод фокус-групп

 Фокус-группа (фокусированное групповое интервью) – это один из методов качественных исследований. Суть метода заключается в том, что внимание участников фокусируется на исследуемой теме или объекте (товар, услуга, реклама). Фокус-группа направлена на определение отношения участников к определённой проблеме, получение информации о мотивации потребителей, их личном опыте, восприятии объекта исследования.

 Таким образом, фокус-группа – это, в некотором роде, групповое интервью, которое проводится в свободной форме по предварительно разработанному сценарию. Участники не знакомы с содержанием сценария фокус-группы. Оно известно только модератору – профессиональному ведущему, под руководством которого проходит обсуждение.

Проведение фокус-группы

 Задачей модератора после знакомства и объявления темы дискуссии является активное включение присутствующих в обсуждение предложенной темы, а также ведение основной линии обсуждения, не позволяющее участникам группы уходить от темы. Фокус-группы организуются в непринужденной обстановке, групповая дискуссия способствует активизации ассоциативных связей в сознании участников. Во время фокус-групп происходит общение респондентов не только с модератором, но и друг с другом, что является источником информации, которая в индивидуальном интервью часто не может быть получена. При желании за беседой могут следить также и представители компании клиента, которые располагаются за односторонним зеркалом, чтобы не смущать участников.

 Как правило, продолжительность группового обсуждения составляет 1,5-2 часа. Все участники группы получают вознаграждение по окончании дискуссии. Фокус-группа проводится в специально оборудованном помещении. Ход обсуждения фиксируется на аудио- или видеоплёнку. Это необходимо для последующей расшифровки высказываний и фиксации невербального поведения (мимики, жестикуляции и т.п.) участников фокус-группы. Полученные стенограммы служат основой аналитического отчета. При желании заказчика ему предоставляется возможность наблюдать за ходом фокус-группы из отдельной комнаты и передавать модератору свои уточнения и пожелания по поводу обсуждаемых вопросов.

Участники фокус-группы

 Число проводимых фокус-групп и состав участников зависят от целей и задач исследования. Как правило, численность участвующих в групповом обсуждении колеблется от 6 до 10 человек. Данное количество является оптимальным для вовлечения всех участников в дискуссию. В качестве критериев подбора участников фокус-группы используются частота, объем потребления определенной товарной категории или определенного вида услуг, уровень доходов, возраст и другие критерии, значимые для конкретного исследования. Как правило, участники фокус-группы не знакомы между собой. В основном, проводятся 3-4 фокус-группы по одному сценарию. В случае необходимости получения дополнительной информации или при больших масштабах исследования возможно увеличение количества групп.

Когда целесообразно проводить фокус-группу

 Фокус-группы обычно используются для получения качественной информации при разработке и тестировании рекламных материалов, в рамках проектирования избирательных кампаний, в исследованиях, целью которых является выбор стратегии продвижения на рынок конкретных торговых марок. Метод часто используется для психологического тестирования рекламных материалов, оценки упаковки. Кроме этого, групповое фокусированное интервью применяется для создания креативной основы для создания нового товара, рекламных сообщений.

 Фокус-группы относятся к качественным методам исследования и предназначены для: позиционирования нового товара или услуги; ознакомления с запросами потребителей, их восприятием, мотивами и отношением к товару, услуги или проблеме; определения возможных схем поведения потенциальных потребителей нового товара или услуги.

 Данный метод также применяется для: изучения реакций потенциальных потребителей на различные методы проведения рекламной кампании; выявления возможности возникновения необходимых и побочных реакций на рекламную продукцию и появления различных мотиваций.

 Информация, полученная в ходе фокус-группы, отражает не только стандартное мышление людей, но и глубокие психологические процессы и креативное сознание. Фокус-группа также обеспечивает лучшее понимание данных, полученных в ходе проведения количественных исследований.

Преимущества метода

1. Синергия. Объединив людей в группы, мы получим более обширный спектр информации, мнений и суждений, чем от общения с отдельными респондентами.

2. Эффект «снежного кома». В фокус-группах характерно наличие так называемого эффекта «массового движения», когда комментарий одного человека вызывает цепную реакцию у других участников.

3. Стимулирование. Обычно после краткого рассказа о себе респонденты хотят поделиться идеями и выразить свои чувства по мере того, как нарастает общее возбуждение в ходе обсуждения вопроса.

4. Безопасность. Поскольку чувства участников групп схожи между собой, они ощущают себя комфортно и поэтому готовы поделиться своими мыслями и чувствами.

5. Спонтанность. Поскольку от участников не требуется отвечать на конкретные вопросы, их ответы могут быть спонтанными и нешаблонными, а следовательно, и точнее выражать их соображения.

6. Интуитивная прозорливость. Хорошие идеи появляются в большинстве случаев неожиданно в группе, а не в интервью с одним человеком.

7. Специализация. Поскольку в обсуждении принимают участие сразу несколько участников, человек, проводящий фокус-группу, должен быть опытным специалистом. Услуги такого специалиста обходятся недешево.

8. Скрупулезность. В групповых интервью, за которыми следят наблюдатели, сбор информации проводится более внимательно. Вся информация записывается для последующего анализа.

9. Структура. Групповое интервью позволяет подойти к рассмотрению вопросов в более свободной и одновременно углубленной форме.

10. Скорость. Поскольку на вопросы отвечают одновременно несколько участников, сбор и анализ информации происходят относительно быстро.

Недостатки

1. Неправильное их применение. Неправильно можно истолковать полученные данные, которые являются не заключительными, а поисковыми.

2. Неправильная оценка. Данные, полученные фокус-группой, больше, чем результаты других методов сбора информации, подвержены неправильной оценке. Фокус-группы также чувствительны к мнению заказчика и исследователя.

3. Управление фокус-группой. Проводить фокус-группу очень непросто. Способных ведущих с необходимыми качествами очень мало. Качество результатов в основном зависит от способностей ведущего.

4. Беспорядочность. То, что ответы неструктурированны, значительно усложняет запись, анализ и обработку информации.

9. Метод контент-анализа

Контент-анализ (от англ. contens содержание) — метод качественно-количественного анализа содержания документов с целью выявления или измерения различных фактов и тенденций, отраженных в этих документах.

 Особенность контент-анализа состоит в том, что он изучает документы в их социальном контексте. Может использоваться как основной метод исследования (например, контент-анализ текста при исследовании политической направленности газеты), параллельный, т.е. в сочетании с другими методами (напр., в исследовании эффективности функционирования средств массовой информации), вспомогательный или контрольный (напр., при классификации ответов на открытые вопросы анкет).

 Не все документы могут стать объектом контент-анализа. Необходимо, чтобы исследуемое содержание позволило задать однозначное правило для надежного фиксирования нужных характеристик (принцип формализации), а также, чтобы интересующие исследователя элементы содержания встречались с достаточной частотой (принцип статистической значимости).

 Чаще всего в качестве объектов исследования контент-анализа выступают сообщения печати, радио, телевидения, протоколы собраний, письма, приказы, распоряжения и т.д., а также данные свободных интервью и открытые вопросы анкет.

 Основные направления применения контент-анализа: выявление того, что существовало до текста и что тем или иным образом получило в нем отражение (текст как индикатор определенных сторон изучаемого объекта — окружающей действительности, автора или адресата); определение того, что существует только в тексте как таковом (различные характеристики формы — язык, структура, жанр сообщения, ритм и тон речи); выявление того, что будет существовать после текста, т.е. после его восприятия адресатом (оценка различных эффектов воздействия).

 В разработке и практическом применении контент-анализа выделяют несколько стадий. После того, как сформулированы тема, задачи и гипотезы исследования, определяются категории анализа — наиболее общие, ключевые понятия, соответствующие исследовательским задачам. Система категорий играет роль вопросов в анкете и указывает, какие ответы должны быть найдены в тексте. В практике отечественного контент-анализа сложилась довольно устойчивая система категорий — знак, цели, ценности, тема, герой, автор, жанр и др. Все более широко распространяется контент-анализ сообщений средств массовой информации, основанный на парадигматическом подходе, в соответствии с которым изучаемые признаки текстов (содержание проблемы, причины ее возникновения, проблемообразующий субъект, степень напряженности проблемы, пути ее решения и др.) рассматриваются как организованная структура.

 Категории контент-анализа должны быть исчерпывающими (охватывать все части содержания, определяемые задачами данного исследования), взаимоисключающими (одни и те же части не должны принадлежать различным категориям), надежными (между кодировщиками не должно быть разногласий по поводу того, какие части содержания следует относить к той или иной категории) и уместными (соответствовать поставленной задаче и исследуемому содержанию).

 При выборе категорий для контент-анализа следует избегать крайностей: выбора слишком многочисленных и дробных категорий, почти повторяющих текст, и выбора слишком крупных категорий, т.к. это может привести к упрощенному, поверхностному анализу. Иногда необходимо принимать во внимание и отсутствующие элементы текста, которые могут быть значимыми для контент-анализа.

 После того, как категории сформулированы, необходимо выбрать соответствующую единицу анализа — лингвистическую единицу речи или элемент содержания, служащие в тексте индикатором интересующих исследователя явлений. В практике отечественных контент-аналитических исследований наиболее употребительными единицами анализа являются слово, простое предложение, суждение, тема, автор, герой, социальная ситуация, сообщение в целом и др. Сложные виды контент-анализа обычно оперируют не одной, а несколькими единицами анализа. Единицы анализа, взятые изолировано, могут быть не всегда правильно истолкованы, поэтому они рассматриваются на фоне более широких лингвистических или содержательных структур, указывающих на характер членения текста, в пределах которого идентифицируется присутствие или отсутствие единиц анализа — контекстуальных единиц. Например, для единицы анализа «слово» контекстуальная единица — «предложение». Наконец, необходимо установить единицу счета — количественную меру взаимосвязи текстовых и внетекстовых явлений. Наиболее употребительны такие единицы счета, как время-пространство (число строк, площадь в квадратных сантиметрах, минуты, время вещания и т.п.), появление признаков в тексте, частота их появления (интенсивность).

 Важен выбор необходимых источников, подвергаемых контент-анализу. Проблема выборки содержит в себе выбор источника, количества сообщений, даты сообщения и исследуемого содержания. Все эти параметры выборки определяются задачами и масштабами исследования. Чаще всего контент-анализ проводится на годичной выборке: если это изучение протоколов собраний, то достаточно 12 протоколов (по числу месяцев), если изучение сообщений средств массовой информации — 12—16 номеров газеты или теле-, радиодней. Обычно выборка сообщений средств массовой информации составляет 200—600 текстов.

 Необходимым условием является разработка таблицы контент-анализа — основного рабочего документа, с помощью которого проводится исследование. Тип таблицы определяется этапом исследования. Например разрабатывая категориальный аппарат, аналитик составляет таблицу, представляющую собой систему скоординированных и субординированных категорий анализа. Такая таблица внешне напоминает анкету: каждая категория (вопрос) предполагает ряд признаков (ответов), по которым квантифицируется содержание текста. Для регистрации единиц анализа составляется другая таблица — кодировальная матрица. Если объем выборки достаточно велик (свыше 100 единиц), то кодировщик, как правило, работает с тетрадью таких матричных листов. Если выборка невелика (до 100 единиц), то можно проводить двумерный или многомерный анализ. В этом случае для каждого текста должна быть своя кодировальная матрица. Эта работа трудоемка и кропотлива, поэтому при больших объемах выборки сопоставление интересующих исследователя признаков осуществляется на компьютере.

 Важным условием контент-анализа является разработка инструкции кодировщику — системы правил и пояснений для того, кто будет собирать эмпирическую информацию, кодируя (регистрируя) заданные единицы анализа. В инструкции точно и однозначно излагается алгоритм действий кодировщика, дается операциональное определение категорий и единиц анализа, правила их кодирования, приводятся конкретные примеры из текстов, являющихся объектом исследования, оговаривается, как следует поступать в спорных случаях, и т.д. Процедура подсчета при количественном контент-анализе в общем виде аналогична стандартным приемам классификации по выделенным группировкам ранжирования и измерения ассоциации. Существуют также специальные процедуры подсчета применительно к контент-анализу, напр., формула коэффициента Яниса, предназначенного для вычисления соотношения положительных и отрицательных (относительно избранной позиции) оценок, суждений, аргументов.

10. Социологический эксперимент

Социологический эксперимент - это такой метод исследования, который позволяет получить информацию о количественном и качественном изменении показателей деятельности изучаемого социального объекта в результате воздействия на него вводимых или видоизменяемых экспериментатором и контролируемых (управляемых) им новых факторов.

Обычно эта процедура осуществляется путем вмешательства экспериментатора в естественный ход событий путем включения в обычно существующую ситуацию новых, целесообразно выбранных или искусственно созданных контролируемых условий. Такие условия приводят к изменению этой ситуации или к созданию новой, ранее не существовавшей, что позволяет зафиксировать соответствие или несоответствие изменившихся условий и действий изучаемой группы предварительным предположением. Поэтому в эксперименте проверяются гипотезы о причинных связях исследуемых явлений, процессов и событий.

 Социологический эксперимент основывается на разработке определенной гипотетической модели изучаемого явления или процесса. В последнем выделяются основные взаимосвязанные параметры и их связи с другими явлениями, процессами. На основе использования данной модели изучаемый социальный объект описывается как целостная система переменных, среди которых выделяется независимая переменная (экспериментальный фактор), действие которой подчинено управлению и контролю экспериментатора и которая выступает в качестве гипотетической причины определенных изменений в зависимой переменной (не экспериментальный фактор). Не экспериментальными переменными выступают свойства, отношения, взаимозависимости изучаемой социальной системы, имеющие существенное значение для ее функционирования, но не зависящие от условий и факторов, специально вводимых в данную систему экспериментатором. В качестве независимых переменных в социологическом эксперименте могут выбираться способы воздействия на работников - поощрение, наказание; содержание совместной деятельности - производственная, научно-исследовательская, политическая, и др.; тип лидерства - демократический, попустительский, тоталитарный и т.п. В качестве изучаемых в социологическом эксперименте зависимых переменных обычно выделяются индивидуальные знания, навыки, мотивы деятельности, групповые мнения, ценности, стереотипы поведения, качество трудовой деятельности, активность экономического, политического, религиозного поведения и т.п. Поскольку такого рода характеристики чаще всего носят неявный характер, т.е. не поддаются непосредственному обнаружению и количественному измерению, исследователь в процессе подготовки к социологическому эксперименту предварительно определяет систему признаков, по которым он будет следить за изменением характеристики зависимых переменных.

 Этапы организации и проведения социологического эксперимента

1. Теоретический. На этом этапе экспериментатор формулирует проблемное поле исследования, определяет его объект и предмет, экспериментальные задачи и гипотезы исследования. В качестве объекта исследования выступают определенные социальные группы и общности. При определении предмета исследования учитываются цель и задачи эксперимента, основные характеристики изучаемого объекта, проецируется в символах и знаках идеальный прототип исследуемой экспериментальной ситуации.

2. Методический. Представляет собой разработку программы проведения эксперимента. Важнейшими компонентами этой программы являются: построение методик исследования, определение его процедур, формулирования плана создания экспериментальной ситуации.

3. Реализация программы эксперимента. В процессе его осуществления создается намеченная программой экспериментальная ситуация, изучаются реакции экспериментируемых групп на вводимые в нее исследователями независимые переменные (экспериментальные факторы).

4. Осуществление анализа и оценки результатов, полученных в ходе проведения эксперимента. Анализ и оценка полученных результатов показывают, достигнута ли намечаемая цель исследования, подтвердилась ли исследовательская гипотеза. Кроме основных результатов эксперимента, могут быть получены и побочные, сопутствующие результаты, которые способны оказаться важными для последующих исследований, в том числе и экспериментальных.

 Важное значение имеет типология социальных экспериментов, которая проводится по различным основаниям.

 По характеру экспериментальной ситуации эксперименты в социологии подразделяются на полевые и лабораторные, контролируемые и неконтролируемые (естественные).

 Полевой социологический эксперимент представляет собой такую разновидность экспериментального исследования, в котором воздействие экспериментального фактора на изучаемый социальный объект происходит в реальной социальной ситуации при сохранении обычных характеристик и связей этого объекта (производственного коллектива, студенческой группы, политической организации и т.п.). По степени активности исследователя среди полевых экспериментов выделяют контролируемые и естественные. В случае проведения контролируемого эксперимента исследователь имеет описание факторов, составляющих в своей совокупности социальный объект, и условий его функционирования, а затем вводит в действие независимую переменную в качестве гипотетической причины предполагаемых в будущем изменений. Естественный эксперимент - это такая разновидность полевого эксперимента, в которой исследователь заранее не выбирает и не подготавливает независимую переменную (экспериментальный фактор) и не вмешивается в ход событий.

 Лабораторный эксперимент — это такая разновидность экспериментального исследования, при которой экспериментальный фактор введен в действие в созданной исследователем искусственной ситуации. Искусственность последней состоит в том, что исследуемый объект переводится в нее из своей обычной, естественной среды в обстановку, которая позволяет отвлечься от случайных факторов, увеличить возможность более точной фиксации переменных. Вследствие этого вся исследуемая ситуация становится более повторяемой и управляемой. Однако при проведении лабораторного эксперимента социолог может столкнуться с различного рода трудностями. Это прежде всего необычность самой лабораторной обстановки, наличие приборов, присутствие и активное действие экспериментатора, а также осознание объектом эксперимента (испытуемым) искусственности специально созданной в целях исследования ситуации. Чтобы свести к минимуму отрицательное влияние этих трудностей, необходимо проведение четкого инструктажа всех участников эксперимента, с особым акцентированием требования, чтобы все участники получили четкую и ясную задачу их действий и чтобы все они одинаково, в одном и том же смысле понимали ее.

 В зависимости от специфики решения поставленной задачи эксперименты подразделяются на научные и прикладные. Научный эксперимент ориентирован на проверку и подтверждение гипотезы, содержащей новые научные данные, еще не получившие своего подтверждения, следовательно, еще не доказанные. Прикладной эксперимент нацелен на проведение реальных экспериментальных манипуляций в сфере социально-экономической, политической и иной деятельности и ориентирован на получение реального практического эффекта.

 По характеру логической структуры доказательств исходных гипотез выделяются параллельные и последовательные эксперименты. Параллельный эксперимент - эта такая разновидность исследовательской деятельности, при которой выделяются экспериментальная и контрольная группа, а доказательство гипотезы опирается на сравнение состояний двух исследуемых социальных объектов (экспериментального и контрольного) в одном и том же временном отрезке. Экспериментальной в таком случае называется группа, на которую исследователь воздействует независимой переменной (экспериментальным фактором), т.е. та, в которой реально осуществляется эксперимент. В качестве контрольной выступает та группа, которая является идентичной первой по своим основным характеристикам (размеру, составу и т.п.), подлежащим исследованию, на которую не влияют вводимые исследователем в изучаемую ситуацию экспериментальные факторы, т.е., в которой эксперимент не проводится. Сравнение состояния, деятельности, ценностных ориентации и т.п. обеих этих групп и дает возможность найти доказательства выдвинутой исследователем гипотезы о влиянии экспериментального фактора на состояние изучаемого объекта. Последовательный эксперимент обходится без специально выделенной контрольной группы. Одна и та же группа выступает в нем в качестве контрольной до введения независимой переменной и в качестве экспериментальной - после того, как независимая переменная (экспериментальный фактор) оказала на нее предусмотренное действие. В такой ситуации доказательство исходной гипотезы опирается на сравнение двух состояний исследуемого объекта в разное время: до и после воздействия экспериментального фактора.

 В процессе осуществления социальных экспериментов исследователь, как правило, получает множество различных данных, оперируя целым рядом переменных и факторов, вызывающих различные последствия в исследуемых социальных явлениях и процессах. Поэтому важное значение приобретает упорядочение полученного эмпирического материала и классификация полученных результатов, которые должны быть произведены до того, как начинается логический анализ и теоретическое обобщение полученного материала. Результаты упорядоченных и проклассифицированных экспериментальных данных, обсчитанных чаще всего при помощи компьютеров, представляются в виде таблиц или графиков. Чтобы сделать из их анализа правильные выводы, необходимо принять во внимание, насколько полученная причинная связь между исследуемыми факторами выходит за рамки самого эксперимента, т.е. говоря иными словами, в какой мере полученные выводы могут быть распространены на другие социальные объекты и условия их функционирования. Следовательно, речь идет о том, насколько общий характер могут иметь выделенные в эксперименте причинно-следственные связи. При малом количестве экспериментов можно лишь наметить изучаемую связь и предпочтительно судить о ее характере и направленности. Только повторно проведенное, а еще лучше - многократное экспериментирование дает возможность выявить устойчивые причинно-следственные связи, а, стало быть и получить достоверный научный или практически значимый результат из проведенных экспериментов.

 Условия эксперимента могут варьироваться от полностью искусственных до полностью естественных. Очевидно, что эмпирические данные, полученные в условиях лабораторного эксперимента, где действия всех переменных, кроме выделенной исследователем экспериментальной переменной, по возможности нейтрализуются, могут быть адекватными только для такого рода условий. В этом случае результаты эксперимента нельзя безоговорочно и полностью переносить на естественные ситуации, где на изучаемую зависимую переменную, кроме используемого исследователем экспериментального фактора, действует множество других факторов. Если же речь идет о хорошо организованном естественном эксперименте, например, об эксперименте полевого этапа, то выводы, полученные в естественных, обычных для исследуемых индивидов и групп условиях и ситуациях, возможно распространить на более обширный класс подобных ситуаций, следовательно уровень общности полученных результатов будет выше, а адекватность выводов более доказательной и реальной.

 Для увеличения возможностей распространения полученных в эксперименте выводов за рамки экспериментальной ситуации необходимо, чтобы экспериментальная группа была репрезентативной, т.е. по своему составу, социальному статусу, способам деятельности и т.п. способной воспроизводить основные параметры и значимые элементы более обширной социальной общности. Именно репрезентативность экспериментальной группы дает основание для распространения полученных в экспериментальном исследовании результатов и выводов на другие социальные объекты.

 Применение эксперимента в социологическом исследовании связано с рядом трудностей, которые не позволяют в некоторых случаях добиться чистоты эксперимента, так как далеко не всегда оказываются учтенными воздействия на экспериментальные факторы дополнительных переменных или случайных факторов. Кроме того, социальный эксперимент, в той или иной мере затрагивает интересы конкретных людей, в связи с чем возникают определенные этические проблемы в его организации, а это сужает пределы применения эксперимента и требует повышенной ответственности от социологов при его подготовке и осуществлении.

 Значимость эксперимента в социологических исследованиях определяется тем, что он, во-первых, позволяет получать новые знания об изучаемых социальных объектах; во-вторых, дает возможность подтвердить или опровергнуть выдвигаемые исследователями гипотезы; в-третьих, позволяет получать практически значимые результаты, которые можно реализовать в целях повышения эффективности функционирования изучаемого объекта; в-четвертых, дает исследователям возможность изучить не только ранее известные, явные функции изучаемого объекта, но и функции латентные, ранее не проявляющиеся или скрытые от внимания специалистов, и, наконец, в-пятых, открывает для исследователей своими результатами новое социальное пространство для формулирования и обоснования новых теоретических концепций развития тех или иных сфер, явлений и процессов социального развития.

11.Тест по методологии

12. Метод социометрии

 Социометрическая техника, разработанная Дж. Морено, применяется 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.

 Социометрическая процедура может иметь целью:

а) измерение степени сплоченности-разобщенности в группе;

б) выявление «социометрических позиций», т. е. соотносительного авторитета членов группы по признакам симпатии-антипатии, где на крайних полюсах оказываются «лидер» группы и «отвергнутый»;

в) обнаружение внутригрупповых подсистем, сплоченных образований, во главе которых могут быть свои неформальные лидеры.

 Использование социометрии позволяет проводить измерение авторитета формального и неформального лидеров для перегруппировки людей в командах так, чтобы снизить напряженность в коллективе, возникающую из-за взаимной неприязни некоторых членов группы. Социометрическая методика проводится групповым методом, ее проведение не требует больших временных затрат (до 15 мин.). Она весьма полезна в прикладных исследованиях, особенно в работах по совершенствованию отношений в коллективе. Но она не является радикальным способом разрешения внутригрупповых проблем, причины которых следует искать не в симпатиях и антипатиях членов группы, а в более глубоких источниках.

 Надежность процедуры зависит прежде всего от правильного отбора критериев социометрии, что диктуется программой исследования и предварительным знакомством со спецификой группы.

 Общая схема действий при социометрическом исследовании заключается в следующем. После постановки задач исследования и выбора объектов измерений формулируются основные гипотезы и положения, касающиеся возможных критериев опроса членов групп. Здесь не может быть полной анонимности, иначе социометрия окажется малоэффективной. Требование экспериментатора раскрыть свои симпатии и антипатии нередко вызывает внутренние затруднения у опрашиваемых и проявляется у некоторых людей в нежелании участвовать в опросе. Когда вопросы или критерии социометрии выбраны, они заносятся на специальную карточку или предлагаются в устном виде по типу интервью. Каждый член группы обязан отвечать на них, выбирая тех или иных членов группы в зависимости от большей или меньшей склонности, предпочтительности их по сравнению с другими, симпатий или, наоборот, антипатий, доверия или недоверия и т. д.

Членам группы предлагается ответить на вопросы, которые дают возможность обнаружить их симпатии и антипатии один к одному, к лидерам, членам группы, которых группа не принимает. Исследователь зачитывает два вопроса: а) и б) и дает подопытным такую инструкцию: «Напишите на бумаге под цифрой 1 фамилию члена группы, которого Вы выбрали бы в первую очередь, под цифрой 2 — кого бы Вы выбрали, если бы не было первого, под цифрой 3 — кого бы Вы выбрали, если бы не было первого и второго». Потом исследователь зачитывает вопрос о личных отношениях и так же проводит инструктаж.

 С целью подтверждения достоверности ответов исследование может проводиться в группе несколько раз. Для повторного исследования берутся другие вопросы.

 При этом социометрическая процедура может проводиться в двух формах. Первый вариант — непараметрическая процедура. В данном случае испытуемому предлагается ответить на вопросы социометрической карточки без ограничения числа выборов испытуемого. Если в группе насчитывается, скажем, 12 человек, то в указанном случае каждый из опрашиваемых может выбрать 11 человек (кроме самого себя). Таким образом, теоретически возможное число сделанных каждым членом группы выборов по направлению к другим членам группы в указанном примере будет равно (N-1), где N— число членов группы. Точно так же и теоретически возможное число полученных субъектом выборов в группе будет равно (N-1). Сразу уясним себе, что указанная величина (N-1) полученных выборов является основной количественной константой социометрических измерений. При непараметрической процедуре эта теоретическая константа является одинаковой как для индивидуума, делающего выборы, так и для любого индивидуума, ставшего объектом выбора. Достоинством данного варианта процедуры является то, что она позволяет выявить так называемую эмоциональную экспансивность каждого члена группы, сделать срез многообразия межличностных связей в групповой структуре. Однако при увеличении размеров группы до 12-16 человек этих связей становится так много, что без применения вычислительной техники проанализировать их становится весьма трудно. Другим недостатком непараметрической процедуры является большая вероятность получения случайного выбора. Некоторые испытуемые, руководствуясь личным мотивом, нередко пишут в опросниках: «выбираю всех». Ясно, что такой ответ может иметь только два объяснения: либо у испытуемого действительно сложилась такая обобщенная аморфная и недифференцированная система отношений с окружающими, либо испытуемый заведомо дает ложный ответ, прикрываясь формальной лояльностью к окружающим и к экспериментатору.

 Анализ подобных случаев заставил некоторых исследователей попытаться изменить саму процедуру применения данного метода и таким образом снизить вероятность случайного выбора. Так родился второй вариант — параметрическая процедура с ограничением числа выборов. Испытуемым предлагают выбирать строго фиксированное число из всех членов группы. Например, в группе из 25 человек каждому предлагают выбрать лишь 4 или 5 человек. Величина ограничения числа социометрических выборов получила название «социометрического ограничения» или «лимита выборов». Многие исследователи считают, что введение «социометрического ограничения» значительно превышает надежность социометрических данных и облегчает статистическую обработку материала. С психологической точки зрения социометрическое ограничение заставляет испытуемых более внимательно относиться к своим ответам, выбирать для ответа только тех членов группы, которые действительно соответствуют предлагаемым ролям партнера, лидера или товарища по совместной деятельности. Лимит выборов значительно снижает вероятность случайных ответов и позволяет стандартизировать условия выборов в группах различной численности в одной выборке, что и делает возможным сопоставление материала по различным группам.

 В настоящее время принято считать, что для групп в 22-25 участников минимальная величина «социометрического ограничения» должна выбираться в пределах 4-5 выборов. Существенное отличие второго варианта социометрической процедуры состоит в том, что социометрическая константа (N-1) сохраняется только для системы получаемых выборов (т. е. из группы к участнику). Для системы отданных выборов (т. е. в группу от участника) она измеряется новой величиной d (социометрическим ограничением). 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: P(A)=d/(N-1), где Р — вероятность случайного события (А) социометрического выбора; N — число членов группы.

 Недостатком параметрической процедуры является невозможность раскрыть многообразие взаимоотношений в группе. Возможно выявить только наиболее субъективно значимые связи. 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.

 Социометрическая карточка или социометрическая анкета составляется на заключительном этапе разработки программы. 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. При опросе без ограничения выборов в социометрической карточке после каждого критерия должна быть выделена графа, размеры которой позволили бы давать достаточно полные ответы. При опросе с ограничением выборов справа от каждого критерия на карточке чертится столько вертикальных граф, сколько выборов мы предполагаем разрешить в данной группе. Когда социометрические карточки заполнены и собраны, начинается этап их математической обработки. Простейшими способами количественной обработки являются табличный, графический и индексологический.

 Кроме карточки, на заключительном этапе может быть построена социоматрица (таблица). Результаты выборов разносятся по матрице с помощью условных обозначений. Таблицы результатов заполняются в первую очередь, в отдельности по деловым и личным отношениям.

 По вертикали записываются за номерами фамилии всех членов группы, которая изучается; по горизонтали — только их номер. На соответствующих пересечениях цифрами +1, +2, +3 обозначают тех, кого выбрал каждый испытуемый в первую, вторую, третью очередь, цифрами -1, -2, -3 — тех, кого подопытный не избирает в первую, вторую и третью очередь.

 Взаимный положительный или отрицательный выбор обводится в таблице (независимо от очередности выбора). После того, как положительные и отрицательные выборы будут занесены в таблицу, надо подсчитать по вертикали алгебраическую сумму всех полученных каждым членом группы выборов (сумма выборов). Потом надо подсчитать сумму баллов для каждого члена группы, учитывая при этом, что выбор в первую очередь равняется +3 баллам (-3), во вторую +2 (-2), в третью +1(-1). После этого подсчитывается общая алгебраическая сумма, которая и определяет статус в группе.

 Социограмма — графическое 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. Она даёт наглядное представление о внутригрупповой дифференциации членов группы за их статусом (популярностью).

 Социограммная техника является существенным дополнением к табличному подходу в анализе социометрического материала, ибо она дает возможность более глубокого качественного описания и наглядного представления групповых явлений.

 Анализ социограммы заключается в отыскании центральных, наиболее влиятельных членов, затем взаимных пар и группировок. Группировки составляются из взаимосвязанных лиц, стремящихся выбирать друг друга. Наиболее часто в социометрических измерениях встречаются положительные группировки из 2, 3 членов, реже из 4 и более членов.