

Социометрия в социальной психологии

СОЦИОМЕТРИЯ – метод социальной психологии, позволяющий выразить количественно, графически структуру межличностных отношений в группе, исходя из числа и характера взаимных выборов ее членов по определенному социометрическому критерию.

СОЦИОМЕТРИЯ – как вид специальной техники опроса и обработки данных, включающий социометрический тест, социоматрицы, социограммы, социометрические индексы, была разработана в исследованиях по разрешению конфликтов в малых группах.

Понятие «социометрия» ввел в психологическую науку выдающийся американский психолог Якоб Леви Морено. Термин «социометрия» означает измерение межличностных взаимоотношений в группе.

Метод социометрии применяется также для диагностики межгрупповых отношений в целях их изменения, улучшения и совершенствования. Социометрия позволяет изучать типологию социального поведения людей в условиях групповой деятельности, судить о социально-психологической совместимости членов конкретных групп.

ЦЕЛИ СОЦИОМЕТРИЧЕСКОЙ ПРОЦЕДУРЫ:

- 1) измерение степени сплоченности-разобщенности в группе;
- 2) выявление авторитета членов группы по признакам симпатии-антипатии, где на крайних полюсах оказываются «лидер» группы и «отвергнутый»;
- 3) обнаружение внутригрупповых, сплоченных неформальных образований, и их лидеров.

С помощью этого способа можно установить популярность — непопулярность отдельных членов группы, изучить типологию социального поведения людей в условиях коллективной деятельности, вскрыть неформальную структуру группы, выявить степень социально-психологической совместимости ее членов и т.п.

ФОРМЫ СОЦИОМЕТРИЧЕСКОЙ ПРОЦЕДУРЫ:

1) непараметрическая процедура – испытуемому предлагается ответить на вопросы социометрической карточки без ограничения числа выборов испытуемого. Достоинства: возможность выявления так называемой эмоциональной экспансивности каждого члена группы, возможность сделать срез многообразия межличностных связей в групповой структуре. Недостатки: трудности анализа, большая вероятность получения случайного выбора.

2) параметрическая процедура – испытуемым предлагают выбирать строго фиксированное число из всех членов группы. Достоинства: увеличивается надежность, облегчается статистическая обработка. Недостатки: невозможность раскрыть многообразие взаимоотношений в группе, можно выявить только наиболее субъективно значимые связи.

ПРАВИЛА СОЦИОМЕТРИЧЕСКОГО ОБСЛЕДОВАНИЯ:

- границы обследуемой группы должны быть четко обозначены; группа должна иметь определенный опыт совместной деятельности (обычно не менее трех месяцев);
 - опрос членов группы должен проводиться посторонним для данного коллектива лицом;
 - все выборы членами группы должны делаться самостоятельно;
 - вопросы должны формулироваться таким образом, чтобы они были понятны всем членам группы;
 - критерии должны быть существенны для членов группы.
-

ЭТАПЫ СОЦИОМЕТРИЧЕСКОГО ОПРОСА

Подготовительная фаза. Исследователь определяет проблему, выбирает объект исследования, знакомится с величиной и различными социально-демографическими характеристиками коллектива. Очень важно прояснить для чего проводится исследование, какие данные хочет получить заказчик (если таковой присутствует).

Первая фаза. Исследователь входит в прямой контакт с участниками коллектива, стремится внушить им доверие к себе. Предварительные беседы с членами коллектива повышают их психологическую готовность к предстоящему опросу. Одновременно на этой фазе устанавливается содержание и количество социометрических критериев.

Вторая фаза. Любой социометрический опрос начинается с обращения к участникам опроса. Основная функция обращения к опрашиваемому (респонденту) заключается в том, чтобы заинтересовать его в участии и побудить к внимательному и правдивому заполнению карточки. Важно проинформировать участников исследования о целях опроса, способе заполнения карточки, о гарантиях конфиденциальности и т.п. Проведение собственно опроса включает: инструктирование респондентов, раздачу социометрических карточек, заполнение их опрашиваемыми, сбор карточек. Опрос может проводиться также в устной форме, тогда данные заносятся в специально подготовленную таблицу.

Фаза обработки. Обработка информации, представление ее в свернутом виде; проверка надежности полученных данных. Интерпретация результатов на основе различных способов анализа данных.

Завершающая фаза. Получение выводов и по необходимости рекомендаций. Сопоставление с данными других методов.

Процедура социометрического опроса обычно занимает 10-12 минут. При этом респондентов размещают так, чтобы они могли работать самостоятельно, не советуясь друг с другом. Разговоры не допускаются. Необходимо, чтобы участники опроса на всем его протяжении имели возможность видеть и группу, и список фамилий ее членов с шифрами.

Важным условием проведения социометрии является предварительное установление доброжелательных и достаточно доверительных отношений исследователя и респондентов. Эффективность работы заметно повышается, если исследователь держится приветливо и уверенно. В тонкости анализа информации членов группы при этом не посвящает. Цель процедуры излагается в популярной форме.

Опрашиваемые должны быть проинформированы о том, что все результаты социометрии конфиденциальны. Заполненные карточки по окончании работы собирает сам исследователь. Окончательные итоги обычно сообщаются индивидуально. Особое значение при этом подчас приобретают тактичность и доброжелательность психолога.

Участие в процедуре опроса - дело добровольное. Следует быть готовым к тому, что часть группы в силу тех или иных причин может отказаться от работы. Уменьшить число возможных отказов обычно удается, если проводится предварительная устная разминка с использованием других критериев, более легких и приемлемых для большинства.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И СОДЕРЖАНИЕ ДИАГНОСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕДУР СОЦИОМЕТРИИ

Выбор - это единица измерения и анализа в социометрии. Выражает индивидуальные установки человека относительно взаимодействия с членами своей группы в определенных ситуациях. Является показателем симпатии или антипатии.

Как правило, один вопрос требует нескольких ответов (выборов).

Социометрический критерий - так называется конкретная ситуация выбора, которая формулируется в виде письменного или устного вопроса ко всем участникам диагностической процедуры.

По степени значимости вопросов критерии могут быть *«слабыми»* и *«сильными»*. Например, для учеников сильный критерий – сидеть за партой и слабый – пойти в кино. «Сильные» критерии, как правило, заставляют респондентов с большей ответственностью подойти к вопросу выбора. Слабый критерий затрагивает менее значимые отношения человека. В этом смысле критерий «С кем бы ты поделился своими проблемами?» будет более сильный, чем критерий «Кого ты хотел бы пригласить на день рождения?».

По форме предъявления критерии могут быть *«положительными»* и *«отрицательными»*. Например, положительный критерий – «С кем бы ты хотел играть в совместную игру (можно указать конкретно какую)?». Отрицательный критерий – «С кем бы ты не стал играть в совместную игру?».

Центральной классификацией критериев является их разделение на *деловые* (производственные, деятельностные) и *эмоциональные*. Деятельностные критерии позволяют изучать взаимоотношения на уровне деловых неформальных отношений в группе. Например: «С кем из класса ты остался бы дежурить после урока?», «С кем Вы предпочли бы работать над совместным проектом?». Эмоциональные критерии являются показателями эмоциональных отношений в коллективе, они в меньшей степени опосредованы той деятельностью, которой занимается группа. Например: «Кого из одноклассников ты пригласил бы на день рождения?», «С кем из коллег тебе приятнее всего было бы отдыхать на даче?». Несмотря на такое деление, некоторые критерии бывает трудно отнести к тому или иному виду.

Остановимся еще на одной классификации. Все названные выше примеры критериев являются по форме «двойными» критериями. Так называются критерии, которые предполагают возможность взаимного выбора партнеров в случае их совместной жизнедеятельности (выбор соседа по комнате, спутника в командировку, противника или союзника в игре и т. п.; например «С кем Вы хотели бы жить в одной комнате?»). Только такие вопросы позволяют при дальнейшей обработке социометрических данных строить социограммы и производить математический подсчет индекса сплоченности.

При использовании «одинарных» критериев возникает неравенство выбирающего и выбранного. Примером может служить социометрический выбор руководителя: «Кто из членов коллектива, по Вашему мнению, должен быть бригадиром?», «Назовите человека, который мог бы успешно исполнять обязанности старосты в нашей группе?».

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМУЛИРОВКАМ СОЦИОМЕТРИЧЕСКИХ КРИТЕРИЕВ ЗАКЛЮЧАЮТСЯ В СЛЕДУЮЩЕМ:

- смысл вопросов должен быть предельно очевиден для всех членов группы, что требует от составителя учета возрастных, интеллектуальных и иных особенностей респондентов;
 - все ситуации выборов должны описываться максимально конкретно и точно (так, содержание критерия «С кем бы Вы хотели вместе работать?» нуждается в обязательном уточнении (где? когда? в каком качестве? при каких условиях? и т.д.). Иначе различия в понимании словосочетания «вместе работать» превратят вопрос в тот, который обозначает для различных респондентов совершенно разные отношения);
 - необходимо, чтобы вопросы вызывали определенный интерес у большинства респондентов, имели значимость для них;
 - формулировки не должны содержать в себе неоправданных ограничений выборов членов группы по интеллектуальным, половым, физиологическим и другим признакам.
-

Социометрическая карточка (опросный лист, бланк анкеты) - это средство получения информации от опрашиваемых. Именно на ней производятся регистрации индивидуальных выборов. Если критерии не даны респондентам в устной форме, то здесь же размещается и список критериев. Иногда на карточке присутствует и краткая инструкция по заполнению.

При проведении социометрического обследования нет и не может быть полной анонимности, иначе сама процедура окажется неэффективной. Поэтому карточки должны подписываться респондентами. Однако в ряде случаев возможно использование метода скрытой нумерации бланков до начала социометрии. Если исследователю достоверно известно, кто из респондентов заполнял данный бланк, наличие на нем фамилии не обязательно.

Социометрическая карточка может выглядеть таким образом:

№	Критерии	Выборы		
1.	Кого из студентов Вы хотели бы выбрать старостой своей группы?			
2.	Кого бы Вы не хотели выбрать старостой группы?			
3.	Кого из группы Вы хотели бы пригласить домой на встречу Нового года?			
4.	Кого из группы Вы не пригласили бы к себе домой на встречу Нового года?			



После того, как карточки заполнены и собраны, начинается их обработка. Обычно она имеет три этапа: табличный, графический и математический.

Первый этап обработки данных - составление **социоматрицы** - таблицы, с помощью которой обобщаются результаты опроса.

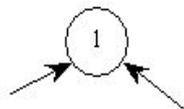
2. этап. На основе социоматрицы строится социограмма.

Социограмма - это графическое изображение отношений респондентов друг к другу при ответах на социометрические критерии. Позволяет нагляднее выразить и глубже проанализировать групповые взаимосвязи.

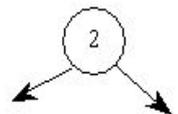
Типы социограмм:

- а) произвольного вида - показывает комбинацию межличностных отношений с наиболее удобным для восприятия расположением членов группы;
 - б) концентрическая или «мишеневая» - представляет изображение межличностных отношений в группе на фоне окружностей, вписанных друг в друга, при этом, обычно, чем выше положительной статус конкретного лица, тем ближе к центру кругов он располагается на схеме;
 - в) локограммного вида - в которой обследуемых заранее обозначают на плоскости так, как они в реальности располагаются в том помещении, где происходит основная деятельность группы.
-

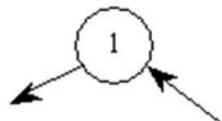
Обычно условные обозначения на социограмме выглядят следующим образом:



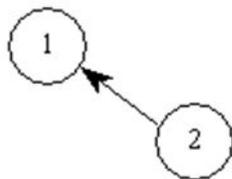
тот, кого выбирают



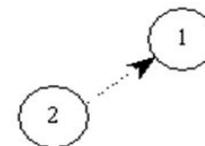
тот, кто выбирает



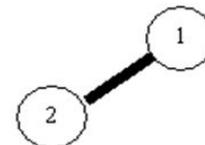
и он выбирает, и его



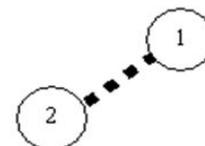
положительный выбор 1-го лица



отрицательный выбор 1-го лица



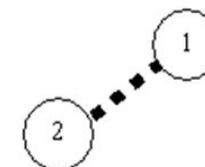
взаимный положительный выбор



взаимный отрицательный выбор



обозначения пола (мужской, женский) респондентов.



взаимный отрицательный выбор



обозначения пола (мужской, женский) респондентов.

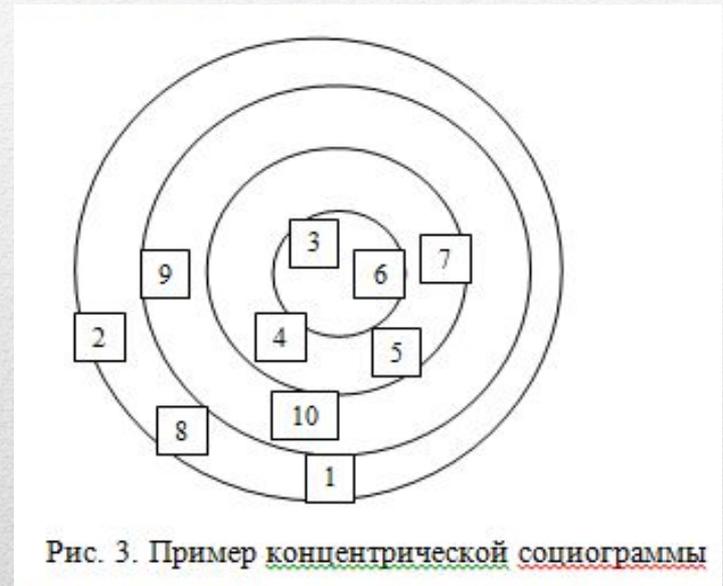
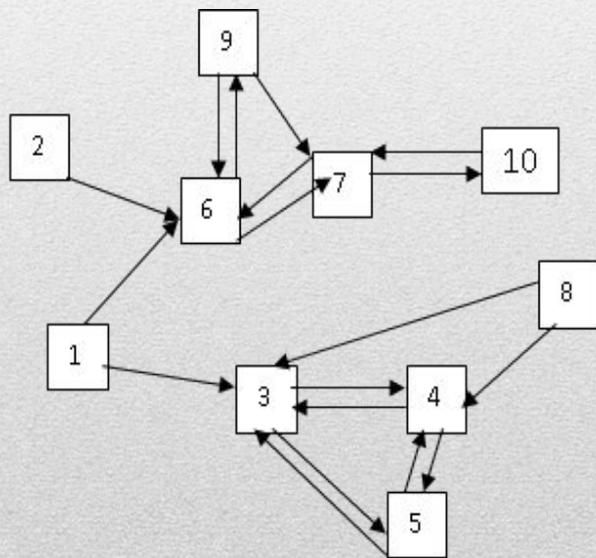


Рис. 3. Пример концентрической социогаммы

Рис.1. Пример социогаммы произвольного вида

- 3 этап. Математические индексы.

Математические способы обработки данных заключаются в подсчете математических показателей, которые можно разделить на индексы групповые и индивидуальные. Наиболее используемые показатели – индекс социометрического статуса и индекс групповой сплоченности. Необходимость их применения чаще диктуется какими-то исследовательскими целями, чем практическими задачами.

Математическая обработка позволяет сравнивать различные по составу группы, проводить корреляционные процедуры, статистический анализ данных.

Статус члена группы (групповой статус) – положение члена группы в системе внутригрупповых отношений, его авторитет в группе.

Социометрический статус каждого члена отряда по следующей формуле:

$$C = \frac{M1 - M2}{n - 1}$$

где С – социометрический статус учащегося; М1 – общее число полученных испытуемым положительных выборов; М2 – общее число полученных испытуемым отрицательных выборов; n – число испытуемых.

Среднее число полученных выборов одним испытуемым вычислялось по следующей формуле:

$$K = \frac{\text{Общее число сделанных выборов}}{\text{Общее количество испытуемых}}$$

В данной таблице (см. слайд 14) также можно подсчитать, есть ли, и в каком количестве, у каждого члена группы взаимные выборы и отвержения (строчки **В+** и **В-**). Для этого взаимные выборы и отвержения можно отметить (например, обвести кружком).

СОЦИОМЕТРИЧЕСКИЕ СТАТУСЫ ЧЛЕНОВ ГРУППЫ :

- социометрические «звезды» – наиболее предпочитаемые члены группы, стоящие на вершине иерархии;
 - высокостатусные, среднестатусные, низкостатусные, определяемые по числу положительных выборов и не имеющие большого числа отвержений;
 - изолированные – члены группы, у которых отсутствуют любые выборы, как положительные так и отрицательные;
 - пренебрегаемые – члены группы, имеющие большое количество отрицательных выборов и малое количество предпочтений;
 - отверженные («изгои») – члены группы, не имеющие по результатам социометрии положительных выборов, а только отрицательные.
-

Аутосоциометрические методы – такие способы изучения взаимоотношений, в которых в качестве объекта изучения выступают представления индивидов об отношениях членов группы друг с другом. Провести количественный анализ данных можно с помощью все той же социометрической матрицы (см. слайд 14.). Для этого данные аутосоциометрии нужно занести в вертикальный столбец под фамилией конкретного школьника. Например, клетки с предполагаемыми выборами закрасить в красный цвет, а с предполагаемыми отвержениями - в синий. Сравнивая эти данные с реальными выборами/отвержениями данного лица, которые тоже представлены в этом столбце, можно подсчитать число совпадений и зафиксировать их в строках П+ и П— (правильно предсказанные выборы и отвержения).

Референтометрия - измерение ценностной значимости других лиц — существует в различных методических формах. В данном случае используется вариант, содержательно и по форме связанный с социометрией (пятый вопрос предложенного комплексного теста). Предполагается, что, выбирая людей, чьи ответы хотелось бы знать, человек ориентируется не столько на эмоциональную привлекательность, сколько на ценностную значимость для него личности данного человека.

Данные референтометрии также заносятся в социометрическую матрицу. В горизонтальные строки в виде условного знака, отличного от уже использованных в таблице (например, галочки), вносится информация о том, кого и, возможно, в каком порядке назвал конкретный ребенок при ответе на вопрос. В результате подсчета числа набранных баллов (каждый выбор - один балл или ранжированная система) заполняется последняя строка - сумма набранных баллов (P+) (см. слайд 14.)

Таким образом, социометрия – метод социальной психологии, позволяющий выразить количественно, графически структуру межличностных отношений в группе, исходя из числа и характера взаимных выборов ее членов по определенному социометрическому критерию.

С помощью этого способа можно установить популярность — непопулярность отдельных членов группы, изучить типологию социального поведения людей в условиях коллективной деятельности, вскрыть неформальную структуру группы, выявить степень социально-психологической совместимости ее членов и т.п.

Статус члена группы (групповой статус) – положение члена группы в системе внутригрупповых отношений, его авторитет в группе.

Обработка данных социометрии включает: табличный (построение социоматрицы), графический (построение социограммы) и математический (подсчет математических показателей).

Спасибо за внимание
