

Лекция №13-14

Тема: «Измерение взаимоотношений в группе: метод социометрического исследования»



Лектор: Капустина Т.В.

Цель:

**Рассмотреть социометрию
как метод социально-
психологического анализа
групповых отношений**

План:

- 1. Социометрический метод и его роль в психологии;**
- 2. История развития социометрического метода;**
- 3. Процедура проведения социометрического исследования;**
- 4. Требования к проведению социометрического опроса;**
- 5. Понятие о социометрической карточке;**
- 6. Социометрический критерий. Виды и требования;**
- 7. Способы обработки социометрических данных;**
- 8. Типы социометрического исследования;**
- 9. Аутосоциометрические методы;**

Термин «социометрия» означает измерение межличностных взаимоотношений



Социометрический метод исследования – прием стандартизированных испытаний для измерения межличностных отношений в малых группах, который осуществляется путем постановки косвенных вопросов, отвечая на которые испытуемый производит последовательный выбор членов группы, предпочитаемых другим в некоторой ситуации

**Основоположник социометрии
известный американский психиатр и
социальный психолог Я. Морено**



**По Я. Морено, совокупность
межличностных отношений в группе
составляет, ту первичную социально-
психологическую структуру,
характеристики которой во многом
определяют не только целостные
характеристики группы, но и душевное
состояние человека**

Социометрическая техника применяется

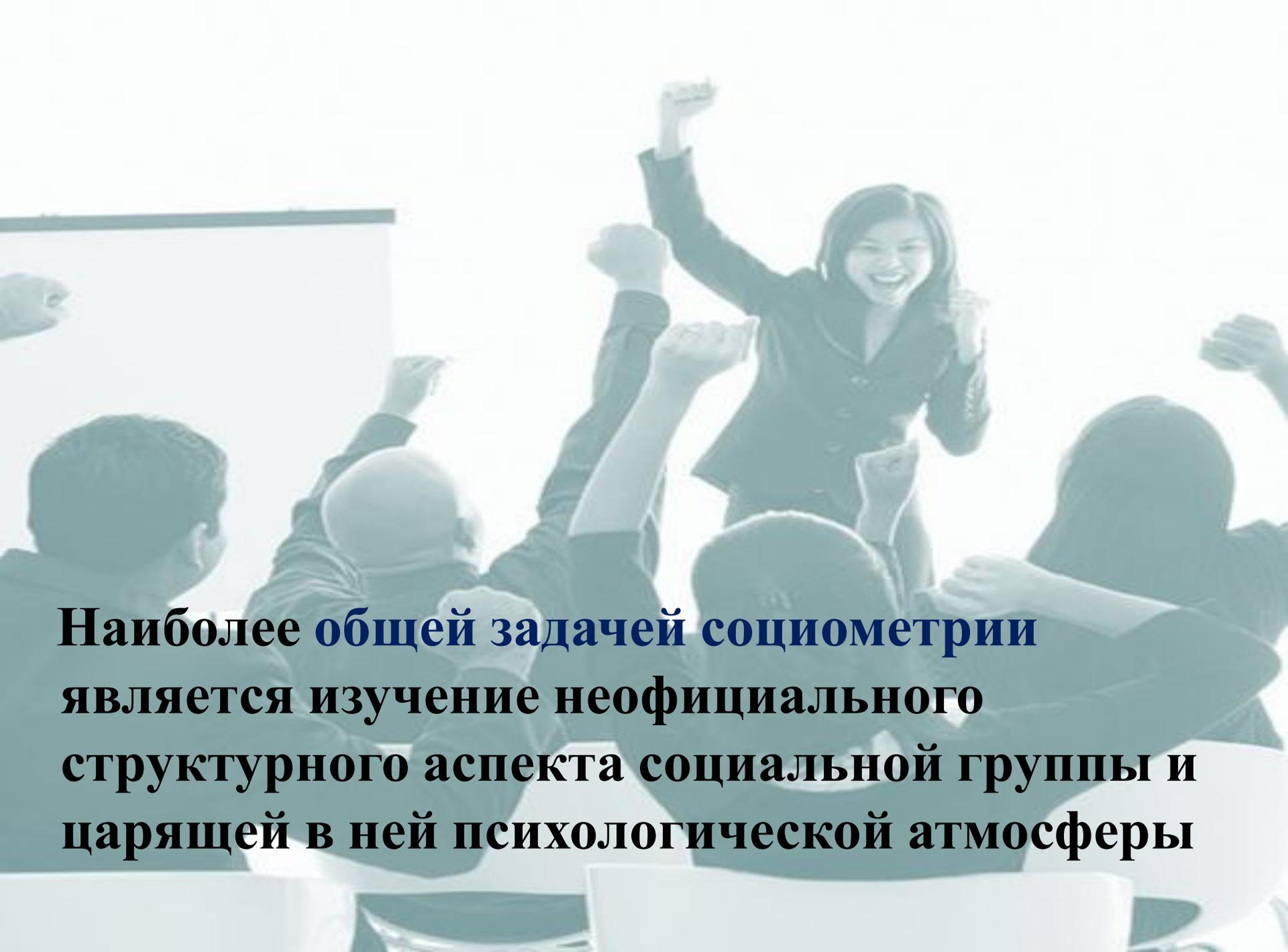


- для диагностики межличностных и межгрупповых отношений в целях их изменения, улучшения и совершенствования;
- для изучения типологии социального поведения людей в условиях групповой деятельности;
- для измерения социально-психологической совместимости членов конкретных групп

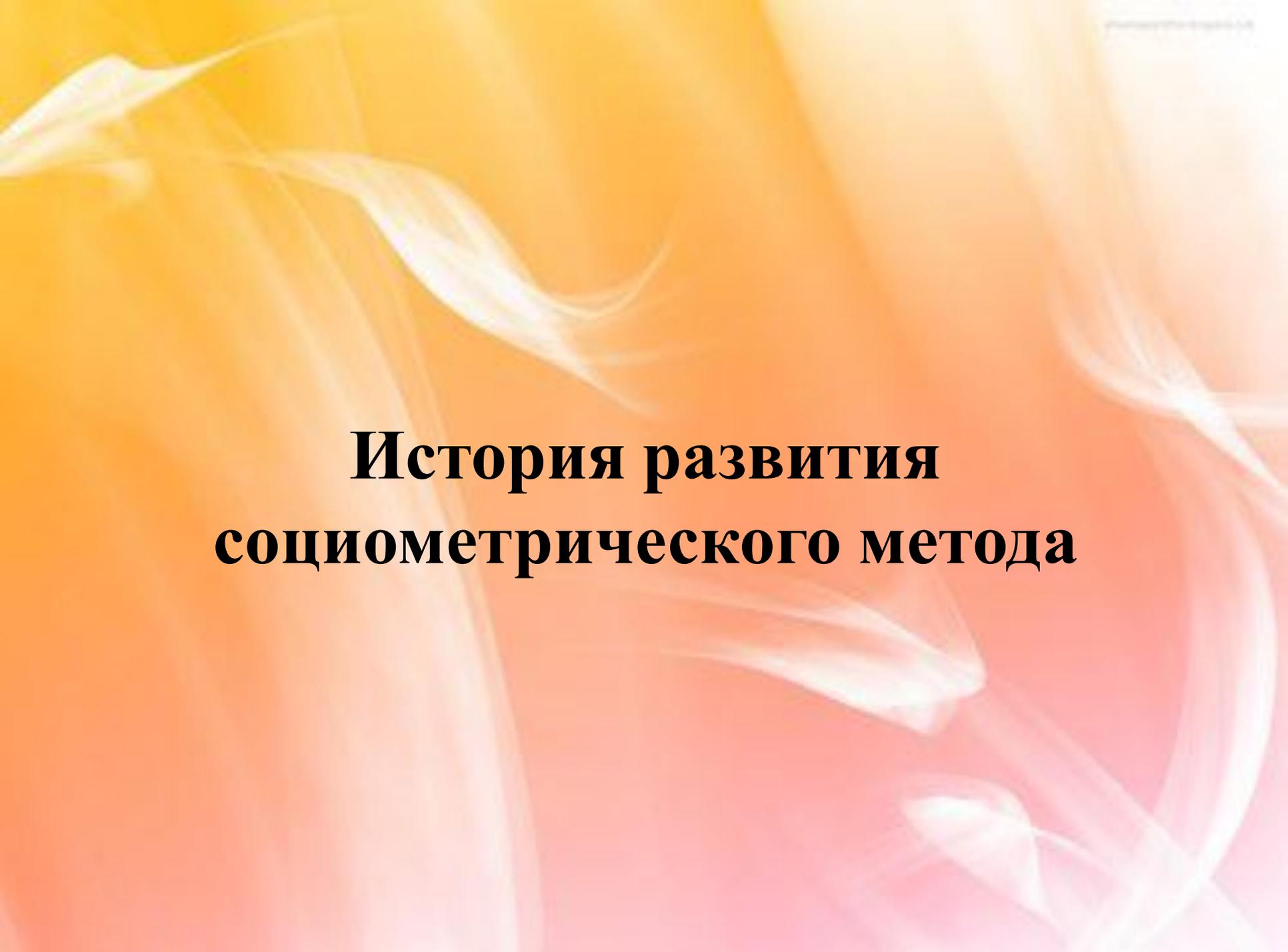
В любой социальной группе всегда имеется психологическая структура неофициального или неформального порядка, формирующаяся как система межличностных отношений, симпатий и антипатий;

Неформальная структура зависит от формальной структуры группы в той степени, в которой индивиды подчиняют свое поведение целям и задачам совместной деятельности, правилам ролевого взаимодействия.

**Социометрические методы
позволяют выразить
внутригрупповые отношения в
виде числовых величин и
графиков и таким образом
получить ценную информацию
о состоянии группы**



Наиболее общей задачей социометрии является изучение неофициального структурного аспекта социальной группы и царящей в ней психологической атмосферы



История развития социометрического метода

Я. Морено постепенно «отходит» от психоанализа и гештальтпсихологии.

Под влиянием Г. Зиммеля, Ч. Кули, Л. фон Визе он обращается к исследованию психологических взаимоотношений между людьми в малых группах

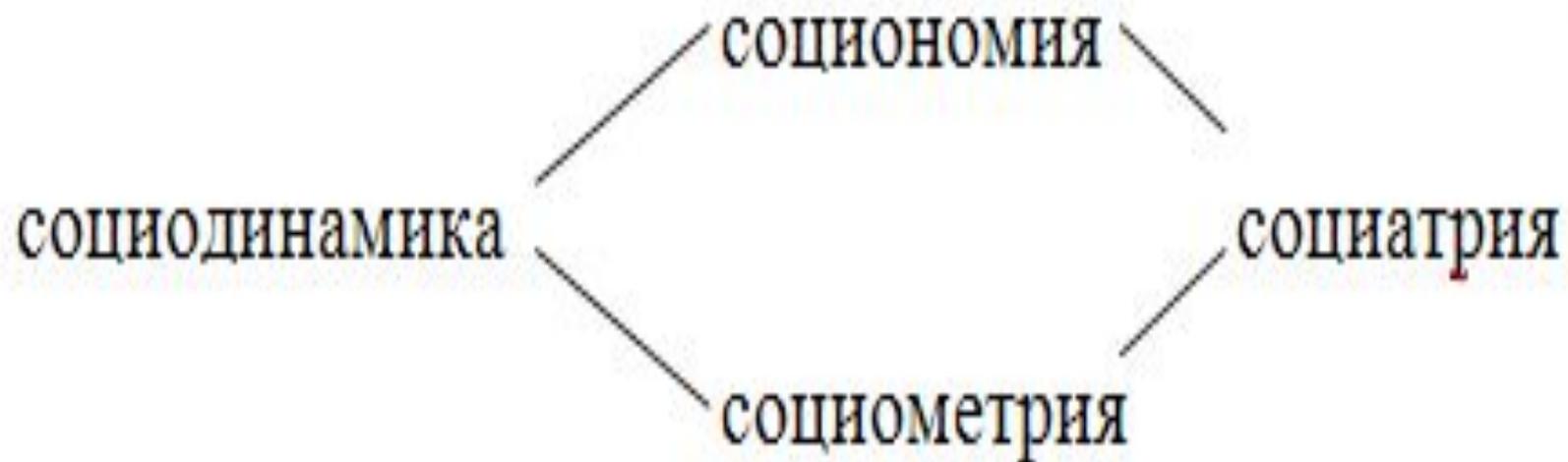
**Основы социометрической системы и
микросоциологии были им заложены в период
1908—1925 гг.**

**«В бурях и натиске первой мировой войны,—
пишет Я. Морено,— мне пришла в голову идея
социометрии как единственного пути к новому
порядку в обществе»**

Созданный им институт социометрии, который позднее будет носить его имя, является первым научно-исследовательским институтом такого рода;

Он привлек к себе сотни сотрудников, и ему удалось создать широко разветвленную социометрическую школу

Социометрическая система рассматривается автором не как всеобъемлющая, а как часть большей системы



Социономия является наукой о
социальных законах;

Социодинамика есть наука о социальных
группах;

Социометрия является наукой об
измерении межчеловеческих отношений,
прежде всего «социуса»;

Социатрия — наука о лечении социальных
систем

В социометрии применяются
социометрические методы:

В социодинамике — методы
исследования взаимодействия, «игры
ролей»; **социатрия** использует групповую
психотерапию, особенно психодраму и
социодраму

Система социометрии содержит

три элемента:

- социус (товарищ, друг);**
- измерение (мера);**
- драму (действие, акт);**

Отсюда три направления в исследовании:

- исследование групп;**
- исследование измерения;**
- исследование действия;**

Подлинная социометрия является «всегда наукой действия»

**В развитии социометрического подхода
наблюдается три основных этапа:**

возникновение и утверждение (к 1934 г.);

кульминация или «направление старой социометрии» (преимущественно период 1936—1956 гг.);

«новая социометрия» (1956—1966 гг. и позднее);

Как отмечает сам Я. Морено, «новая социометрия», по существу, сохраняет направление старой)



**Процедура
проведения
социометрического
исследования**

По технике проведения социометрия приближается к опросному методу, однако сложная процедура обработки данных, отсутствие стандартной единой процедуры действительно придают социометрии статус самостоятельного метода

Процедура социометрического опроса состоит из нескольких этапов



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



- 1. Обращения к участникам опроса;**
- 2. Проведение собственно опроса**

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

Требования к проведению социометрического опроса



1. Опрос лучше проводить только в коллективах, имеющих некоторый опыт совместной деятельности, на основе которого уже возникли определенные устойчивые взаимоотношения между его членами (совместная работа, учеба)

Коллективная деятельность создает условия для расширения круга взаимных симпатий и устойчивых эмоциональных отношений. В противном случае исследователь рискует зафиксировать случайную структуру

2. Каждый член группы должен делать выборы самостоятельно, не советуясь с другими. Задача проводящего опрос – обеспечить такие условия, которые бы исключили любое давление на свободное волеизъявление в ситуации выбора. Это может быть достигнуто специальной формой социометрической карточки, сложенной пополам, индивидуальной формой проведения анкетирования, правильной организацией пространства исследования при групповом опросе

3. Размер коллектива должен предоставлять ее членам возможность активного непосредственного общения. Слишком большой размер коллектива может снизить качество получаемой информации.

Каждый член коллектива может выбирать себе партнеров для совместной деятельности только в пределах своего коллектива. Хорошо, когда перед участниками опроса находится список всех членов группы

4. Опрос должен проводиться посторонним для данного коллектива лицом. Ни члены коллектива, ни тем более руководство или представители администрации не должны проводить сбор информации, так как это резко нарушает требование конфиденциальности, являющееся обязательным условием успешного проведения социометрического опроса

5. Социолог или психолог, применяющий методику изучения взаимоотношений в группе, в своем устном выступлении перед группой должен указать на конфиденциальность собираемой информации. Психологу важно понимать, что раскрытие социометрической информации может привести к сильному влиянию на уже сложившийся образ «Я»

**Иногда в литературе встречается смешение
понятий «анонимность» и
«конфиденциальность»**

Анонимность - любое состояние, когда личность одного субъекта неизвестна другим

Конфиденциальность - этическое требование, согласно которому участники имеют право на то, чтобы информация, собранная во время исследования или сеанса лечения, не передавалась огласке без их согласия

Понятие о социометрической карточке

Социометрическая карточка – это способ сбора информации при социометрическом опросе, состоящий из вопросов к респондентам и с оставленными местами для их ответов

Пространство социометрической карточки занято вопросами к респондентам (здесь же оставлено место для их ответов). Обращение в письменной форме помещается на самой карте, но оно может быть произнесено и в устной форме

**Существуют различные способы оформления
социометрической карточки; в зависимости
от целей исследования выбирается тот или
иной способ**

Фамилии членов группы	Критерии выбора		
	I Дежурство	II Праздник	III Совместный проект
Медведев	+		+
Лисицына		+	
Волков	-	-	
Зайцев		+	
Ежов			+
Кабанов	+		
Хомякова		-	

Ф.И.О. _____

1. С кем из своих коллег вы предпочли бы выполнять служебное задание? Укажите не более двух фамилий.

1) _____ 2) _____

1. С кем из своих коллег вы не хотели бы выполнять служебное задание? Укажите не более двух фамилий.

1) _____ 2) _____

1. Кого из своих коллег Вы пригласили бы на день рождения в первую очередь? Укажите не более двух фамилий.

1) _____ 2) _____

1. Кого из своих коллег Вы пригласили бы на день рождения в последнюю очередь? Укажите не более двух фамилий.

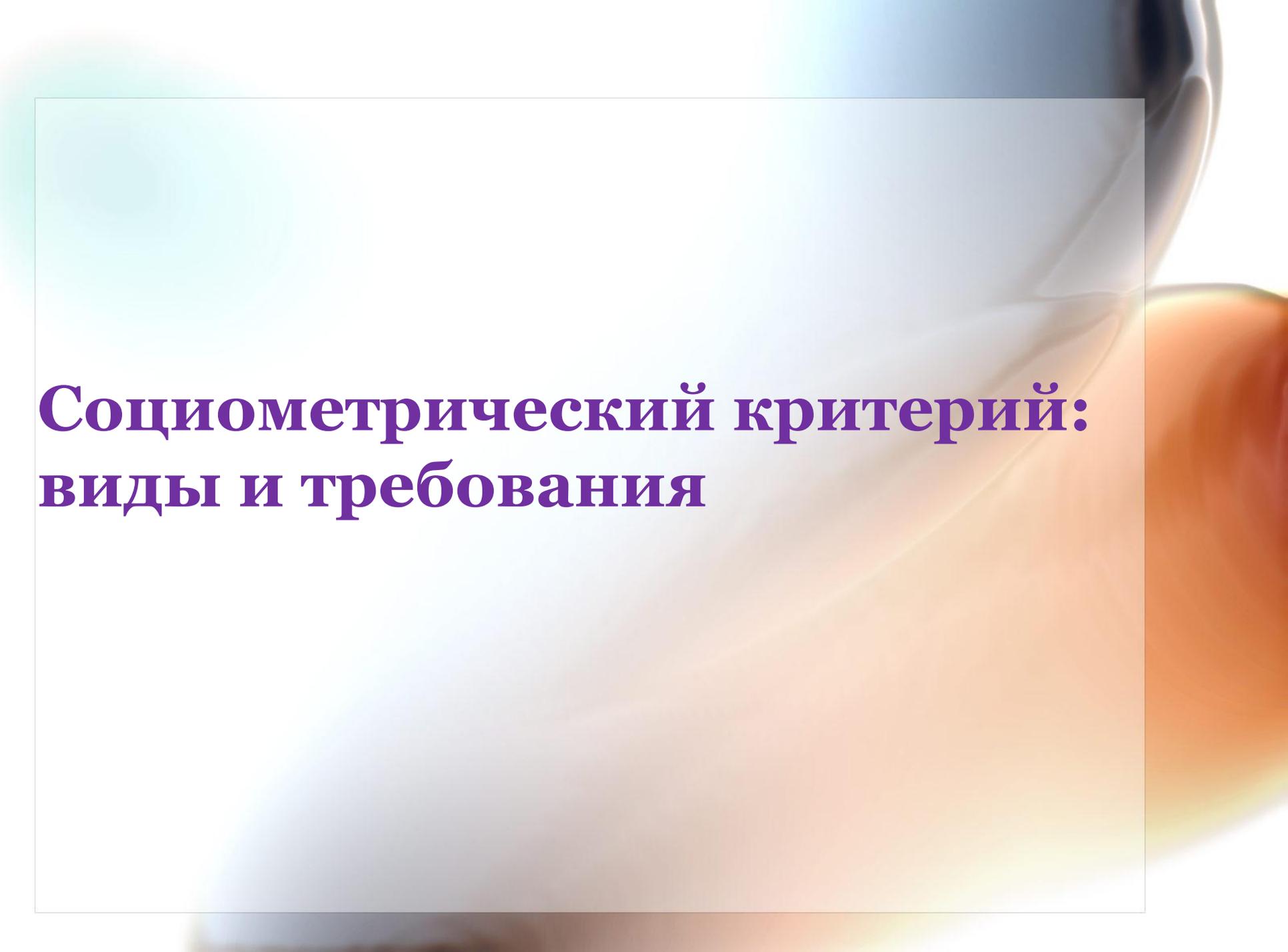
1) _____ 2) _____

СОЦИОМЕТРИЧЕСКАЯ КАРТОЧКА

№	Тип	Критерии	Выборы			
1.	Работа	а) Кого бы вы хотели выбрать своим бригадиром? б) Кого бы вы не хотели выбрать своим бригадиром?				
2.	Досуг	а) Кого бы вы хотели пригласить на встречу Нового года? б) Кого бы вы не хотели пригласить на встречу Нового года?				

Частым вариантом проведения социометрии является включение выбранных заранее критериев (вопросов) в процедуру более обширного анкетирования, например, в анкету, направленную на изучение удовлетворенности трудом или учебной работой;

Как вы думаете, где должны размещаться такого рода вопросы?

The background of the slide features a close-up, artistic shot of a glass filled with a golden-amber liquid, likely beer or whiskey. A thick, white, creamy foam head is visible at the top of the glass, which is partially cut off by the top edge of the frame. The lighting is soft and warm, highlighting the textures of the liquid and foam.

Социометрический критерий: виды и требования

Социометрический критерий – это основание выбора, в качестве которого выступает конкретная содержательная ситуация контактирования с другими людьми

Критерий выглядит как вопрос, который задается группе;

**На основании социометрического критерия
осуществляется предпочтение
(положительный выбор) или отклонение
(отрицательный выбор) одним индивидом
другого**

Критерий должен быть сформулирован таким образом, чтобы побуждать человека осуществлять выбор для совместной деятельности или отдавать предпочтение по какому-либо вопросу людям своей группы;

Например: «С кем из твоей группы ты бы стал готовиться к совместному докладу?», «Кого из одноклассников включил бы в свою команду КВН?», «С кем из членов бригады Вы хотели бы работать в паре?» и т.п.

1. По степени значимости вопросов критерии могут быть: «слабыми» и «сильными»

«Сильные» критерии, как правило, заставляют респондентов с большей ответственностью подойти к вопросу выбора.

«Слабый» критерий затрагивает менее значимые отношения человека

2. По форме предъявления критерии могут быть *«положительными»* и *«отрицательными»*

Положительный критерий – «С кем бы ты хотел играть в совместную игру?»»

Отрицательный критерий – «С кем бы ты *не* стал играть в совместную игру?»»

или

«С кем бы ты хотел играть в последнюю очередь?»»

В таком виде критерий выглядит как положительный, однако, является отрицательным по содержанию

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. Поэтому большинство используемых критериев содержат элементы как эмоциональной, так и деловой мотивации

Например, сложно определить какого типа, эмоциональный или деловой, является следующий критерий: «С кем из одноклассников ты хотел бы сидеть за одной партой?»

Характер и мотивация выборов по эмоциональному или деловому признаку зависит от возрастного состава группы, развитости ее структуры, совместности деятельности и так далее.

При определении критерия следует учесть тот факт, что чем младше группа, тем менее выражена деятельностная сторона отношений в коллективе

Все названные выше примеры критериев являются по форме «двойными» критериями - критерии, которые предполагают возможность взаимного выбора партнеров в случае их совместной жизнедеятельности:

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

Такого рода критерии ничего не дают социометристу для изучения групповой структуры. По большому счету они не являются действительно социометрическими критериями

**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?»**

**Выбор того или иного способа
конструирования критерия определяется
как задачами исследования, так и
характеристиками изучаемой группы
(уровень общего образования, возраст
участников, характер деятельности)**

**Количество использованных критериев
может быть различно, принято использовать
не менее двух критериев: один
деятельностный, один эмоциональный**

Большинство авторов советуют формулировать критерии в позитивном и отрицательном виде, следовательно, общее количество вопросов становится четыре;

Отрицательные критерии позволяют получить исследователю очень ценную информацию о группе

Определяя количество использованных критериев очень важно учесть возраст членов группы. Чем меньше этот возраст, тем меньшее количество критериев должно быть использовано;

Количество критериев определяется также возможностями психолога или социолога в обработке полученной информации. Часто бывает, что психологи, используя большое количество критериев, в конечном счете, сами запутываются в полученных данных и не могут сопоставить результаты, которые могут быть на первый взгляд даже противоречивы

Понятие ограничения выборов:

Необходимость ограничения выбора следует отметить в вопросе или инструкции к анкете (в письменной или устной форме). При этом важно указать респондентам, что они могут выбрать *не больше* означенного числа из участников коллектива, иначе у человека возникнет установка, что надо сделать обязательно три или четыре выбора, что может исказить картину взаимоотношений в группе

Иногда возникает ситуация, когда члены группы интересуются можно ли сделать, например, не три, а четыре или пять предпочтений. Думаем, что не стоит упорствовать и настаивать на неизменном числе ради «чистоты» исследования. В таком случае сложность осуществления выбора служит доказательством значимости определенных отношений с кем-то из членов группы, невозможности отречься от них даже в ситуации обследования

Следующая проблема – определение числа, которое ограничивало бы количество выборов в группе в соответствии с ее размером, то есть проблема «социометрического ограничения» или «лимита выборов»;

Обратимся к решению, предложенному Дженингсом, учеником Морено. Он составил следующую формулу для определения необходимого количества выборов в зависимости от численности группы

$$P(A) = \frac{d}{N - 1}$$

d – количество выборов (социометрическое ограничение);

P – вероятность случайного события (выбора);

N – число человек в группе

Величины ограничения социометрических выборов

Число членов группы	Социометрическое ограничение	Вероятность случайного выбора $P(A)$
5 – 7	Один	0,20 – 0,14
8 – 11	Два	0,25 – 0,18
12 – 16	Три	0,25 – 0,19
17 – 21	Четыре	0,23 – 0,19
22 – 26	Пять	0,22 – 0,19
27 – 31	Шесть	0,22 – 0,19
32 – 36	Семь	0,21 – 0,19

Часто в социометрическом исследовании возникает необходимость *ранжирования выборов*, в инструкции к анкете это также указывается;

Например: «Укажите в порядке предпочтения, с кем из членов Вашего коллектива Вы хотели бы жить на одной лестничной площадке. Назовите не более трех фамилий». «Кого бы ты выбрал соседом по парте? В первую очередь... Во вторую очередь...». В дальнейшем порядок выборов может быть учтен в процессе обработки данных.

Конечно же, быть выбранным три раза первым совсем не одно и то же, что три раза последним.

Ранжирование выборов позволяет провести более углубленное изучение внутригрупповых отношений

Способы обработки социометрических данных

**Когда социометрические карточки
заполнены и собраны, начинается этап их
математической обработки. Простейшими
способами количественной обработки
являются **табличный**, **графический** и
индексологический**

Табличный способ заключается в построении ***социоматрицы*** – специальной таблицы, в которую заносятся все данные о выборах в группе. Обычно социоматрица строится отдельно для каждого критерия (эмоционального и деятельностного)

Положительные и отрицательные выборы можно заносить в одну таблицу. Можно строить и суммарные социоматрицы сразу по нескольким критериям, однако для этого потребуются специальные навыки и повышенная внимательность;

Социоматрица позволяет произвести количественный подсчет выборов, что сразу дает представление о ранжировании членов группы по числу предпочтений и отклонений

В итоговых нижних строках и правых столбцах используются следующие обозначения:

ВС – количество выборов, сделанных данным человеком;

ОС – количество отклонений, сделанных данным человеком;

ВП – сумма выборов, полученных данным человеком;

ОП – сумма отклонений, полученных данным человеком;

ОВ – количество ожидаемых выборов;

ОО – количество ожидаемых отклонений;

ВВ – количество взаимных выборов;

ВО – количество взаимных отклонений

Люди, которые получают наибольшее количество выборов, пользуются наибольшей популярностью, симпатией, их именуют «звездами». Обычно к группе «звезд» по числу полученных выборов относят тех, кто получает 6 и более выборов (если, по условиям опыта каждый член группы делал 3 выбора)



Если человек получает среднее число выборов, его относят к категории «предпочитаемых», если меньше среднего числа выборов (1-2 выбора), то к категории «пренебрегаемых», если не получил ни одного выбора, то к категории «изолированных», если получил только отклонения – то к категории «отвергаемых»



Следующий способ обработки данных – *графический*. Он заключается в построении *социограммы*;

Социограмма – схематическое изображение реакций членов группы друг на друга, устанавливаемых на основании выбора, то есть при ответах на социометрический критерий;

Она позволяет произвести сравнительный анализ структуры взаимоотношений с помощью специальных знаков (условных обозначений)

**Социограмма служит для представления
структуры группы на плоскости.**

**Возможно и пространственное, объемное
расположение структурных единиц и их
взаимосвязей, в этом смысле некоторые
игровые социометрические процедуры
напоминают моделирование объемной
социограммы**

Виды социограмм:

1. Произвольные;

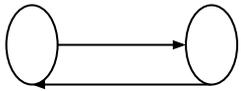
2. Локограммные;

3. Концентрические

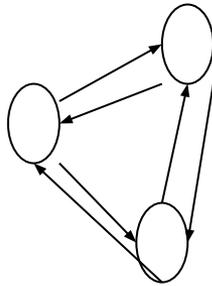
1. Социограмма произвольного вида
**показывает комбинацию связей с
наиболее удобным расположением
членов группы по результатам
выборов;**

**В такой социограмме употребляются
следующие условные обозначения:**

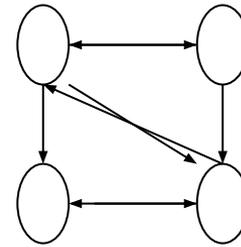
Диада



Триада



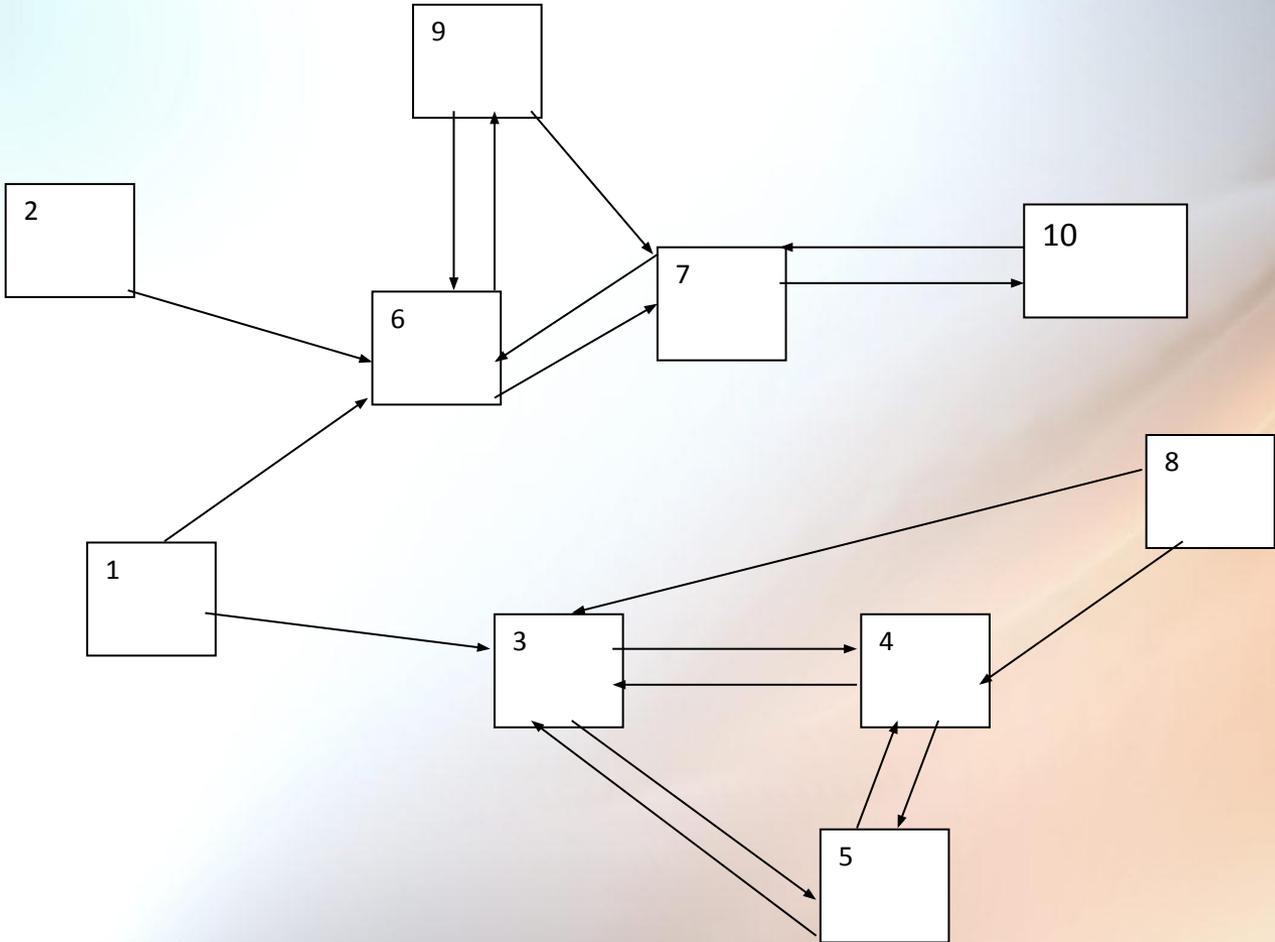
Тетрада



В зависимости от количества связей в социограмме могут быть выделены определенные элементы структуры: изолированные, диады, триады, тетрады и другие;

***Изолированный элемент* – это индивид, не связанный с другими;**

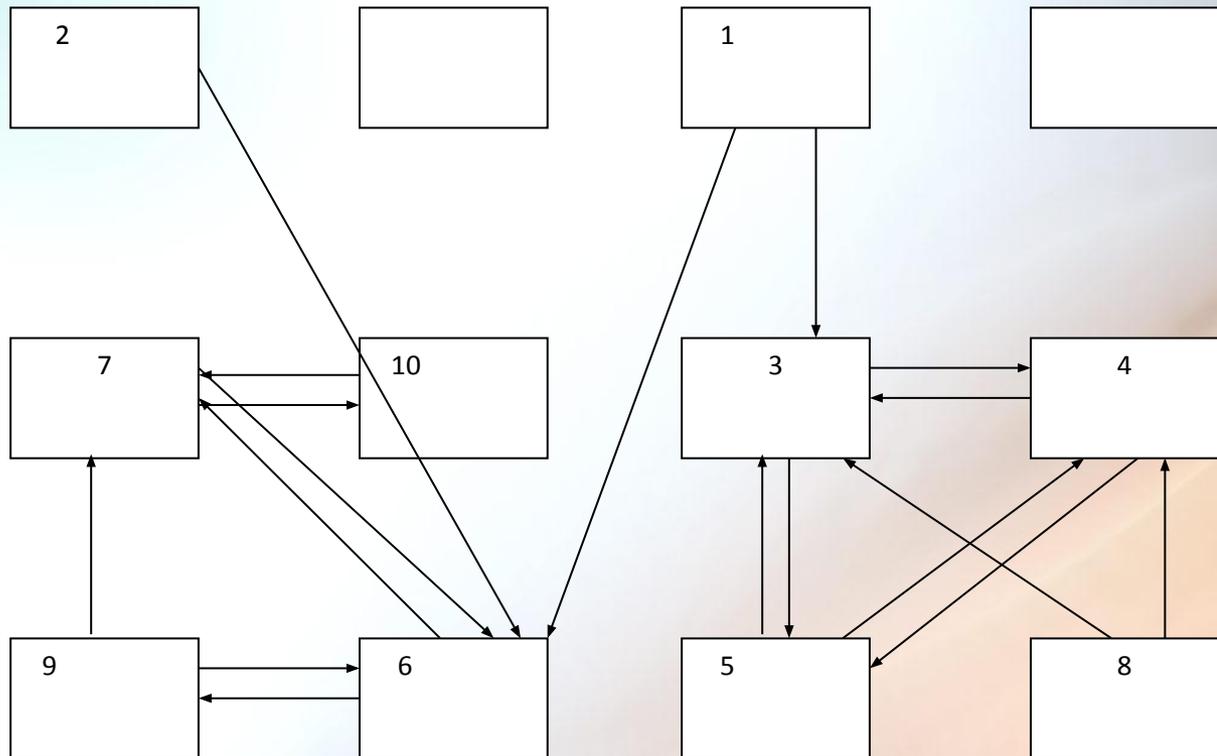
Связь между двумя элементами обозначается как *диада*, эта структура встречается во всех группах и характеризует наиболее устойчивые доверительные связи между двумя людьми. *Триады, тетрады* и другие виды связей, состоящие из большего числа элементов, часто составляют «ядра» коллективов или являются отдельными группировками внутри группы.



Сначала на чертеже помещают тех, кто получил наибольшее число выборов, далее стрелками изображают те предпочтения, которые они сделали, и постепенно переходят ко всем оставшимся элементам групповой структуры

2. Социограмма локограммного вида

располагает на плоскости членов группы так, чтобы это моделировало деятельность, расположение в помещении;



На локограммной социограмме также видно расположение подгрупп. Очень часто люди в помещении, являющимся местом их работы или учебы, занимают пространство близкое к тем, кто им наиболее симпатичен

Эта упрощенная трактовка сложных процессов, которые происходят в группе, может сбить неопытного социометриста с толку

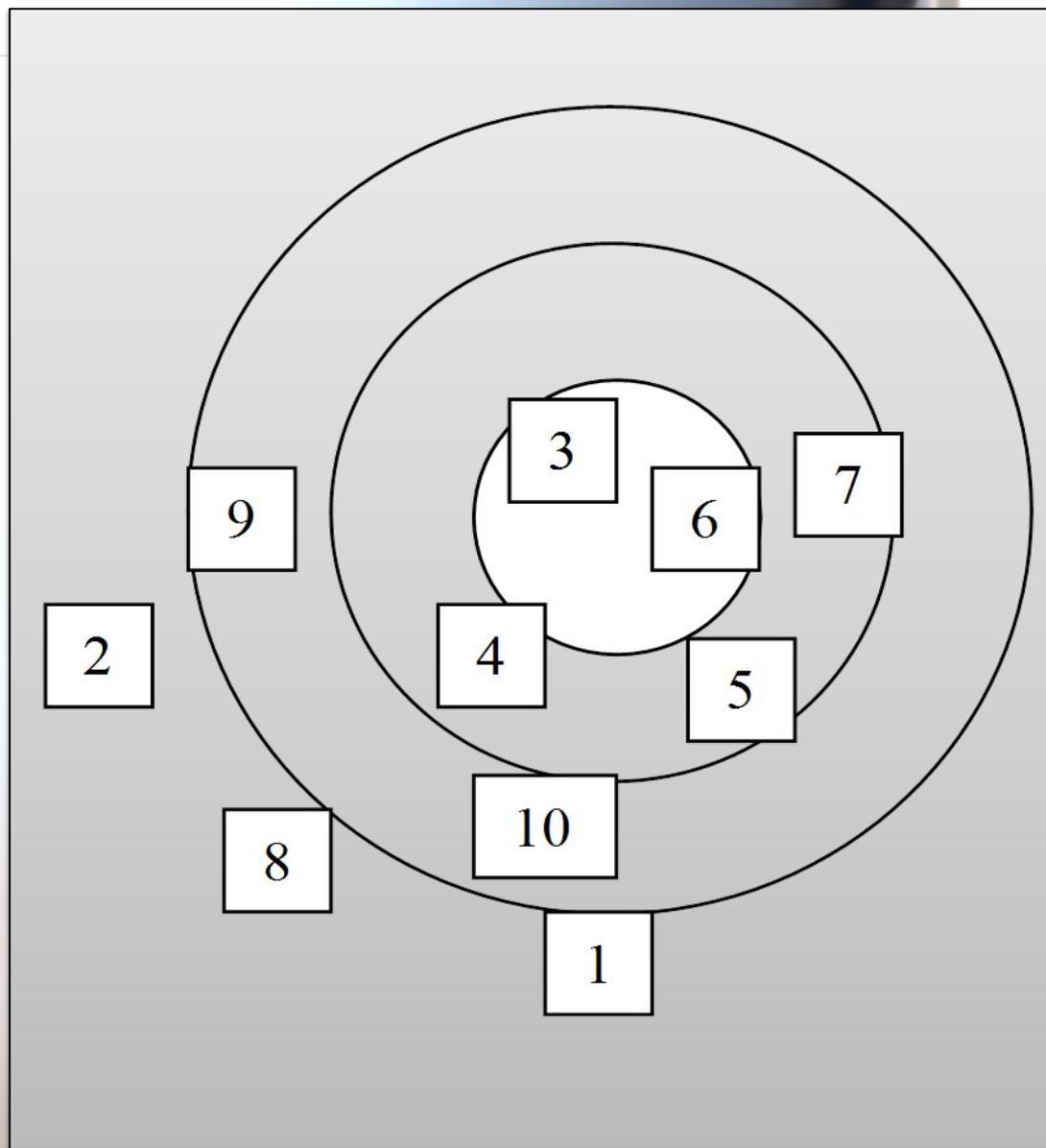


В научно-популярной психологической литературе можно встретить мнение, что место человека в пространстве помещения связано с его личностными качествами, например, слева сидят, те, кто наиболее критичен, или с положением в группе, например, в центре сидят лидеры группы, а аутсайдеры занимают «камчатку»

**3. Концентрические или мишеневые
социограммы** располагают всех членов группы
на концентрических окружностях, каждая из
которых соответствует описанным выше
групповым позициям: **звезды,**
предпочитаемые, принятые, изолированные,
отвергаемые

Мишеневая социограмма может быть удобна для анализа отношений в многочисленных группах, например школьных классах по 35-40 человек, однако, **но она не всегда позволяет достаточно полно раскрыть взаимосвязи и образование подгрупп**

**Во внутренний круг
социограммы попадают
«звезды», в следующий
за ним –
«предпочитаемые»,
далее – «принятые»,
«изолированные». Если
в исследовании
использовался
отрицательный
критерий, то можно
нарисовать еще один
внешний круг для
«отвергаемых»**



Однако при построении кругов часто возникают сложности, особенно если члены группы имеют и отрицательные, и положительные выборы. В такой ситуации явно проявляется ограниченность мишеневой социогаммы, из всех видов социогамм эта является наименее предпочтительной

Построенная концентрическая социограмма позволяет определить уровень благополучия взаимоотношений (УБВ)

Это понятие было введено Я.Л.Коломинским, который предложил выделить три градации УБВ: высокий, средний, низкий.

Если обозначить, что

I градация – «звезды»,

II градация – «предпочитаемые»,

III градация – «принятые»,

IV градация – «изолированные»

то уровень благополучия взаимоотношений необходимо соотнести со следующими условиями

УБВ:

высокий

$$I + II > III + IV$$

средний

$$I + II = III + IV$$

низкий

$$I + II < III + IV$$

Все рассмотренные выше социогаммы называются групповыми, однако, при необходимости может быть построена и индивидуальная социогамма, на которой схематически изображаются предпочтения и отклонения, сделанные каким-то членом группы

Индексологический способ обработки
данных заключается в подсчете
математических показателей, которые
можно разделить на индексы групповые и
индивидуальные

1. Индивидуальные индексы

Индекс социометрического статуса является показателем предпочтения или какого-либо члена группы со стороны остальных ее участников;

Статусом в социальной психологии называется положение субъекта в системе межличностных отношений, определяющее его права, обязанности и привилегии;

В различных группах один и тот же индивид может иметь разный статус, то есть различное влияние на собратьев по группе;

Социометрический статус отражает положение субъекта в сфере неформальных межличностных отношений в группе, его показатель (кол-во предпочтений) может в значительной мере расходиться с официальным статусом человека в группе;

Количество предпочтений указывает на величину положительного социометрического статуса (S_i^+).

Количество отвержений обычно связывают с понятием отрицательного статуса (S_i^-)

Второй вид персональных индексов – *эмоциональная экспансивность*, которая выражается в количестве всех совершаемых выборов, как положительных, так и отрицательных, неким субъектом в группе;

С психологической точки зрения показатель экспансивности характеризует потребность личности в общении;

Положительная эмоциональная экспансивность характеризует позитивное отношение к группе, силу притяжения индивида к группе

Отрицательная эмоциональная экспансивность может выявлять силу отталкивания индивида от группы

Расчет этого индекса производится по сумме всех сделанных выборов i -членом группы

Возможен одновременный учет и положительных, и отрицательных выборов, или отдельный подсчет позитивной и негативной экспансивности

2. Групповые индексы. На основании данных социоматрицы можно подсчитать групповые индексы, характеризующие степень развития социально-психологической структуры группы

***Индекс групповой сплоченности* выражает степень взаимосвязанности членов группы, тесноту их эмоциональных связей;**

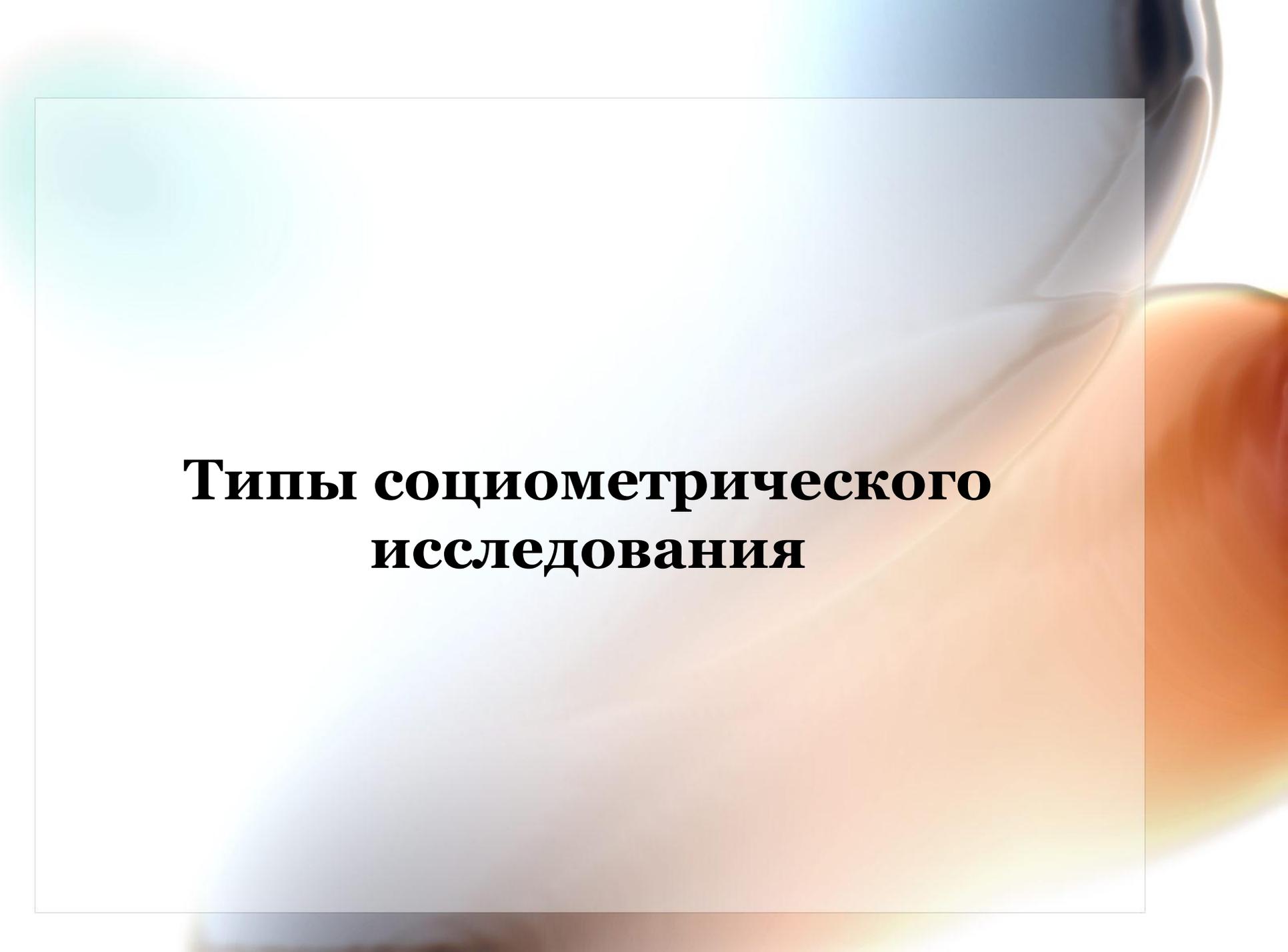
Психологический смысл этого индекса заключается в наличии или отсутствии взаимности в момент совершения выборов в группе. Чем больше взаимных выборов в группе, чем большее количество членов группы нравятся друг другу, тем выше ее сплоченность;

Социометрическая сплоченность является на самом деле лишь одним из показателей групповой сплоченности

*** Социометрические индексы представляют собой сильное средство анализа собранной информации, так как позволяют использовать для ее обработки количественные методы математической статистики;**

**** Однако, надо с большой тщательностью относиться к интерпретации этих индексов, при расчете которых создается иллюзия получения точного объективного знания.**

***** Необходимо внимательно относиться к обобщению полученных результатов и дополнять их данными других исследований межличностных отношений и способов общения в группе**

The background features a soft, abstract gradient of light blue, white, and pale orange. On the right side, there is a blurred, vertical shape that resembles a glass or a container, with a dark blue top and a bright orange bottom. A large, white rectangular area is centered on the page, containing the main title in bold black text.

Типы социометрического исследования

I. *Неявный по смыслу и открытый по собранным данным:*

Это означает, что процесс выбора происходит открыто, но для людей неочевидно, что они могут быть наблюдаемы и специально оценены с исследовательскими целями

III. Явный по смыслу и открытый по сбору данных

Подразумевает, что люди осознают себя в качестве испытуемых, опрашиваемых, изучаемых объектов, а также могут видеть результаты выборов;

Такая ситуация создается, например, в психотерапевтической группе при проведении так называемой «открытой социометрии»

II. Явная по смыслу и скрытая по собранным данным

Примером этого типа является традиционный социометрический опрос. Участники опроса легко догадываются о возможных целях исследователя и не претендуют на раскрытие той информации, которая получена психологом

V. *Тайная по смыслу и скрытая по сбору данных*

Предусматривает, что, выполняя задание экспериментатора (разрежь яблоко, положи открытку, поделись конфетой, премией и так далее) люди не догадываются о возможных целях исследователя и не знают о результатах распределения выборов

Аутосоциометрический метод

Аутосоциометрические методы – способы изучения взаимоотношений, в которых в качестве объекта изучения выступают представления индивидов об отношениях членов группы друг с другом;

Аутосоциометрия часто используется для осознания тех взаимосвязей, которые объединяют людей в группе

Наиболее приближенный к социометрии способ – *ретроспективная аутосоциометрия*, он заключается в заполнении аутосоциоматрицы, то есть каждый член группы прогнозирует выборы других членов коллектива по какому-либо критерию, тем самым он прогнозирует и те предпочтения, которые будут отданы ему

Следующий способ проведения аутосоциометрии – *прямое ранжирование всех индивидов по их положению в группе:*

Оно производится обычно с использованием каких-то категорий. Например, каждого ученика можно попросить распределить всех своих одноклассников, в том числе и себя, на четыре группы:

сверстники симпатичные очень многим;

симпатичные многим;

только некоторым;

не пользуются симпатиями в классе

Обычно каждой категории приписывается определенные значения: например, наиболее симпатичной группе – 4 балла, а тем, кто не пользуется симпатиями – 1 балл.

Таким образом, можно вычислить предполагаемый (приписываемый) статус каждого человека.

Для этого подсчитывается число членов коллектива, которые поместили данного индивида в соответствующую категорию

Обозначают буквами *a, b, c, d* количество людей, поместивших *i* – члена в разные статусные категории, тогда его статус можно посчитать по такой формуле:

$$C_i = \frac{4a + 3b + 2c + 1d}{n - 1};$$

n – количество всех людей в группе

В исследованиях Я.Л. Коломинского проводилось сравнение измеренного с помощью социометрии положения школьников и студентов в группе и их представления о своем положении. Оказалось, что «отвергнутые», не принятые одноклассниками люди, как правило не осознают своего реального положения.

Хотя они знают, что нелюбимы, но все-таки не могут представить, насколько велико отрицательное отношение к ним, и приукрашивают реальное положение вещей.

Подобное явление можно объяснить как действием защитных механизмов – негативная информация, которая разрушает сложившуюся положительную Я-концепцию, игнорируется или вытесняется



Спасибо за внимание!