

**Программа социально-психологического
исследования и методы его
осуществления**

Лекция

Вопросы:

- **1. Этапы социально-психологического исследования.**
- **2. Методы социально-психологического исследования.**

Этапы социально-психологического

исследования

базиру

какой-

либо

теории,

требую

щей

доказат

ельств

а

Теории характеризуются:

или

дополн

ительн

ей

прораб

отки

1. Выбор темы исследования и четкое её формулирование

2. Составление программы и плана работы

способностью предсказывать поведение;

«внутренней согласованностью» – отсутствием логических несоответствий или необъясненных странностей среди теоретических идей;

экономичностью – содержанием только тех принципов или положений, которые необходимы для объяснения рассматриваемого феномена;

фертильностью (плодородием) – способностью захватывать воображение ученых в такой степени, что идеи этой теории находят проверку и распространение при объяснении широкого разнообразия социального поведения.

Этапы социально-психологического исследования

3.	Поиск соответствующей научной литературы. Анализ полученных из литературы данных позволяет наметить ход предстоящего исследования	
4.	Анализ полученных из литературы данных. Позволяет наметить ход предстоящего исследования	
5.	Формулирование гипотезы исследования	
	Гипотезой называется вытекающее из теории предположение для предварительного объяснения каких-либо явлений	Гипотезы представляют собой логические следствия определенных теорий
6.	Выбор методов исследования, т. е. приемов и средств получения достоверных сведений, используемых для выработки практических рекомендаций	
	<p>1) методы сбора информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) наблюдение; б) эксперимент; в) корреляционное исследование; г) опрос; д) интервьюирование; е) шкалирование; ж) тестирование; з) проективные методики; и) социометрия; к) изучение документов; л) изучение продуктов деятельности; 	<p>2) методы обработки информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) приемы теоретической и логической обработки данных; б) использование математической статистики.

Этапы социально-психологического исследования

7.	Проводится сбор первичной информации с помощью наблюдения, опроса и анализа различного рода документации (контент-анализа)
8.	Обработка и анализ результатов. Необходимость знания статистических процедур и компьютерных программ.

Виды обработки результатов исследования:

1) качественная обработка – метод первичной обработки данных, направленный на определение качественной характеристики изучаемых социально-психических процессов и явлений;

2) количественная обработка результатов: **методы вариационной статистики** (позволяют установить среднее количественное значение показателей, степень разнообразия и расхождения данных, наличие или отсутствие связи между рядами психических явлений), **статистических методов** для установления достоверности результатов исследования (позволяют судить о типичности различий тех или иных показателей, их надежности, о необходимом количестве испытуемых и т. д.);

3) **альтернативный анализ** – это выражение в количественных показателях исследуемых признаков, свойств и качеств психических явлений; **дисперсионный анализ** состоит в оценке факторов, влияющих на изучаемый признак, и определении меры влияния каждого из них;

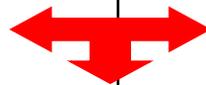
4) **корреляционный анализ** проводится в том случае, когда подразумевается влияние на социально-психические процессы не только исследуемого фактора, но и других факторов.

Корреляционное исследование

Метод социальной психологии, предназначенный для оценки взаимоотношений между двумя и более факторами, которые называются «переменными» и не контролируются исследователем. Корреляционное исследование направлено на установление изменения одной переменной при изменении другой

Проводится в обстановке естественной среды (в «поле» – полевые исследования)

Такое исследование дает информацию о **направлении** и силе взаимосвязи между двумя переменными



Направление взаимосвязи – это характеристика взаимосвязи, говорящая о том в какую сторону произойдет изменение одной из переменных при изменении другой

1) **позитивное** – при увеличении значения одной переменной изменение другой переменной также происходит в сторону увеличения

2) **негативное** – при увеличении значения одной из переменных значение другой переменной уменьшается



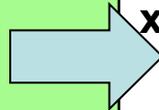
Отсутствие корреляции – при изменении значения одной из переменных другая переменная не изменяется



Корреляционное исследование

СИЛА ВЗАИМОСВЯЗИ – степень точности, с которой возможно предсказание величины какой-либо одной переменной, зная величину другой переменной

КОЭФФИЦИЕНТ КОРРЕЛЯЦИИ



Статистический критерий, характеризующий направление и силу взаимосвязи между двумя переменными

колеблется от $+1,00$ (при положительно корреляции) до $-1,00$ (при отрицательной корреляции)

Значение коэффициента корреляции равное $+1,00$ (полная корреляция) в социально-психологических исследованиях не встречается



Коэффициент корреляции редко превышает $+0,60$. Всегда имеется не один, а целый ряд факторов, детерминирующих поведение людей, их мнения и оценки

сильная корреляция переменных (от $+0,50$ до $+0,60$);

умеренно сильная корреляция (от $+0,30$ и $+0,50$);

слабая корреляция (от $+0,30$ или $+0,20$).

Корреляционное исследование

Математическая обработка коэффициента корреляции может осуществляться с помощью коэффициента ранговой корреляции **СПИРМЕНА** (r)

УНИВЕРСАЛЕН (можно применять к любым количественно измеренным или ранжированным данным). **ПРОСТ** (позволяет вычислять корреляцию «вручную»)

Эффективен, когда речь идет о сборе большого числа данных

Пример: изучение особенностей понимания роли учителя в классе (оцениваться такие качества личности мастера, как требовательность, настойчивость, уравновешенность, доброта, скромность, дисциплинированность, справедливость, оптимизм и др.) *Учитываются социально-демографические и ролевые характеристики субъектов и объектов оценки*

ДОСТОИНСТВА КОРРЕЛЯЦИОННОГО МЕТОДА

Результаты исследования часто служат питательной почвой для идей и гипотез, которые более детально могут быть изучены экспериментальным путем. Однако, при проведении эмпирического исследования, очень важным является понимание того, какая именно переменная вызвала изменения другой

НЕДОСТАТКИ КОРРЕЛЯЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Не позволяет окончательно определить причину взаимосвязи между двумя переменными

Экспериментальное исследование

Метод в социальной психологии, который направлен на выявление взаимосвязи между причиной и следствием

Изменяя одну из переменных (независимую), исследователь наблюдает за изменением другой (зависимой), с которой не производится никаких манипуляций. Полученные в результате эксперимента данные, показывают является ли независимая переменная причиной изменений зависимой переменной

ДОСТОИНСТВА МЕТОДА

НЕДОСТАТКИ МЕТОДА

Возможность искусственно вызывать интересующие экспериментатора явления;

Искусственность эксперимента или его отдаленность от жизни, обусловленная выпадением существенных для изучаемого явления условий;

Четко учитывать влияние условий на изучаемые социально-психические явления;

Аналитичность и абстрактность эксперимента. Эксперимент обычно проводится в искусственных условиях, в связи с чем, выявленные в ходе эксперимента особенности и закономерности протекания социально-психических процессов, имеющие часто абстрактный характер, не дают возможности делать непосредственные выводы о закономерностях протекания этих же процессов в естественных условиях;

Количественно изменять условия эксперимента;

Осложняющая роль воздействия экспериментатора (Розенталь-эффект) – невозможность исключения воздействия экспериментатора на ход и результаты эксперимента

Изменять одни условия, сохраняя неизменными другие.

Экспериментальное исследование

Виды экспериментов:			
<p>Натуральный эксперимент – действительное воздействие на реальный объект с целью его диагностирования</p>	<p>1) по форме проведения:</p>		<p>Мысленный эксперимент – манипулирование не с реальным объектом, а с информацией о нем или с его моделью</p>
<p>Полевой эксперимент – естественные условия для диагностируемого объекта условиях; может проводиться на всех уровнях общественной жизни</p>	<p>2) по условиям проведения:</p>		<p>Лабораторный эксперимент – специальные условия и аппаратура, строго фиксирующая особенности внешних воздействий и соответствующих ответных психических реакций людей. Испытуемые знают об эксперименте, действуют по инструкции.</p>
<p>+ сочетание естественности методов наблюдения и активности эксперимента</p>	<p>- связаны с этическими и правовыми проблемами;</p>	<p>+ возможность многократного проведения эксперимента с большим количеством испытуемых</p>	<p>- искусственность условий проведения исследований</p>
<p>АППАРАТУРНЫЕ МЕТОДЫ, ПРОВОДИМЫЕ С ПОМОЩЬЮ ТЕХНИЧЕСКИХ АППАРАТОВ</p>		<p>Используются для замера реакции аудитории средств массовой информации на те или иные программы или для подсчета ответов в ходе автоматизированного анкетного опроса. «Мост Уинстона»-четыре сопротивления в виде ромба</p>	

Наблюдение

ПРЕДНАМЕРЕННОЕ ВОСПРИЯТИИ ЯВЛЕНИЙ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ С ЦЕЛЮ СБОРА ДАННЫХ ОПРЕДЕЛЕННОГО РОДА

ОТЛИЧИЯ НАУЧНОГО НАБЛЮДЕНИЯ

- 1) целенаправленность;
- 2) четкая схема;
- 3) четкая заданность единиц наблюдения;
- 4) четкая фиксация результатов восприятия

Преимущества: применим как в лабораторных условиях, так и в естественной социальной среде.

Недостатком метода является присутствие исследователя, влияет на поведение изучаемых лиц, что следует принимать в расчет при регистрации и интерпретации данных, собранных подобным образом

Для минимизации влияние наблюдателя используется метод *Гезелла*

ВИДЫ НАБЛЮДЕНИЙ:

1) **стандартизированное** (структурное, контролируемое) наблюдение – используется ряд заранее распределенных категорий, в соответствии с которыми фиксируются те или иные реакции индивидов.

2) **нестандартизированное** (неструктурное, неконтролируемое) наблюдение – исследователь руководствуется лишь самым общим планом. Задача - получение определенного впечатления о той или иной ситуации в целом. Используется на первоначальных стадиях исследования с целью уточнения темы, выдвижения гипотез, определения возможных типов поведенческих реакций для последующей их стандартизации;

3) **наблюдение в естественной среде** (полевое) – наблюдение за объектами, занятыми своей повседневной деятельностью и не подозревающими о проявлении к ним исследовательского внимания (наблюдение за киносъёмочной группой, за артистами цирка и т. д.);

4) **наблюдение в значимых ситуациях** (например, наблюдение в бригаде за реакциями на приход нового руководителя и т. д.);

5) **включенное наблюдение** – наблюдение проводится исследователем, включенным инкогнито в группу интересующих его лиц как равноправный ее член (например, в группу бродяг, психиатрических больных и т. д.).

ПРОТОКОЛ ВЕДЕНИЯ СТАНДАРТИЗИРОВАННОГО СИСТЕМАТИЧЕСКОГО НАБЛЮДЕНИЯ ЗА ПСИХОЛОГИЧЕСКИМИ И «ДЕЯТЕЛЬНОСТНЫМИ» РЕАКЦИЯМИ СУБЪЕКТА (СУБЪЕКТОВ)

<p>Объект (субъект, явление, процесс) внимания, поведения, деятельности наблюдаемого субъекта</p>	<p>Высказывание (направленность вербальной активности; локализация, конкретизация речевой деятельности)</p>	<p>Действие (движение, акт поведения, поступок)</p>	<p>Экспрессивная (невербальная, двигательная) реакция (пантомимика)</p>	<p>Вид, тип, форма (характеристика) проявляемой</p>	<p>Выражение (проявление) чувственного и/ или когнитивного, отношения (к явле- нию, процессу, объекту, другому субъекту)</p>
<p>ТЕКСТ</p>	<p>ТЕКСТ</p>	<p>ТЕКСТ</p>	<p>ТЕКСТ</p>	<p>ТЕКСТ</p>	<p>ТЕКСТ</p>

Методы опроса

ОПРОС – это метод целенаправленного получения информации о социально-психологических явлениях путем заочного или очного общения практического психолога с опрашиваемым

ТИПЫ ОПРОСОВ:

1) интервьюирование

2) анкетирование

ИНТЕРВЬЮ – вербальный непосредственный опрос, в котором психолог (интервьюер) стремится получить информацию от опрашиваемого (респондента) или группы лиц

Виды интервью, используемые в социально-психологических исследованиях:

1) по количеству опрашиваемых и целям диагностирования:

а) индивидуальное интервью (изучение личностных особенностей респондентов:

- клинические – направлены на выявление акцентуаций;
- глубинные – выяснение событий и переживаний опрашиваемого в прошлом, находящихся в глубинах памяти;
- фокусированные – внимание респондента фокусируется на определенных жизненных событиях, проблемах;

б) групповое интервью - способ сбора информации о мнениях, настроениях, установках группы в целом;

в) массовые интервью используются для диагностики массовых социально-психологических явлений;

2) по степени формализации:

а) стандартизированное интервью – формулировки вопросов и их последовательность определены заранее, они одинаковы для всех опрашиваемых. Применяется при необходимости исследовать большое количество людей (несколько сотен или тысяч);

б) нестандартизированное интервью – характеризуется гибкостью и вопросы варьируются в широких пределах, интервьюер руководствуется лишь общим планом интервью и в соответствии с конкретной ситуацией формулирует вопросы. Используется на ранних стадиях исследования, когда необходимо предварительное знакомство с изучаемой проблематикой;

в) полу-стандартизированное или «фокусированное» интервью – осуществляется при помощи «путеводителя» интервью с перечнем как строго необходимых, так и возможных вопросов. Данная методика позволяет интервьюеру варьировать в пределах рамок «путеводителя». Полученные данные при этом более

сопоставимы ■

Методы опроса

АНКЕТИРОВАНИЕ – метод, с помощью которого психолог получает информацию от респондентов опосредованно с помощью анкеты (вопросника), составленной определенным образом в соответствии с целями исследования

Анкетирование используется при:

- 1) выяснении отношения людей по острым дискуссионным или интимным вопросам;
- 2) необходимости опросить большое число людей

Способы анкетирования:

- 1) рассылка анкет по почте;
- 2) распространение анкет в СМИ;
- 3) вручение анкет по месту жительства или работы

ДОСТОИНСТВА ОПРОСОВ

они дают исследователю информацию, которую невозможно получить иным образом. Опрос может выступать как средство сбора первичной информации и служить для уточнения, и контроля данных других методов

НЕДОСТАТКИ ДАННОГО МЕТОДА

субъективность полученных данных, которые во многом основаны на самонаблюдении опрашиваемых

Анализ документов

В основе данного метода лежит **специфическая обработка информации**, представленной в каких-либо документах (рукописном или печатном текстах, рисунках, киноленте и т. д.).

ДОСТОИНСТВА МЕТОДА:

- 1) отсутствие влияния исследователя на изучаемый объект;
- 2) высокая степень надежности получаемых данных;
- 3) возможность получения информации, которая не поддается в такой мере выявлению посредством других методов.

НЕДОСТАТКИ МЕТОДА:

- 1) сложность;
- 2) необходимость высокого уровня квалификации аналитиков.

ВИДЫ ИССЛЕДУЕМЫХ ДОКУМЕНТОВ:

по форме:

а) официальные – документы, исходящие от официальных организаций

б) неофициальные документы (личные письма, дневники и деловые записи, научные труды, автобиографии, мемуары и т. п.).

по степени персонификации:

а) личные документы (карточки индивидуального учета, характеристики, выданные какому-либо лицу, заявления, письма, дневники, мемуары и т. п.) считаются менее достоверными;

б) безличные документы – это статистические материалы, протоколы собраний, данные прессы, которые не выражают мнения какого-то конкретного человека;

по целевому назначению:

а) нецелевые – документы, созданные независимо от исследователя;

б) целевые – готовятся по заданию исследователя в соответствии с его научным замыслом (ответы на открытые вопросы интервью и анкет, автобиографии, сочинения на определенную тему, написанные по заказу исследователей).

Контент - анализ

Выявление и частота использования сравнительно постоянных элементов в тексте, что в сочетании с качественным анализом позволяет делать соответствующие выводы об их значимости для автора сообщения, определять его цели, направленность на ту или иную аудиторию и т. д.

ЭТАПЫ КОНТЕНТ- АНАЛИЗА:

1) разработка категорий и единиц анализа в зависимости от целей и задач социального психолога, предварительный анализ массива документальной информации на предмет надежности информации, возможности доступа к ней и т. д.;

2) разработка конкретной методики: составление кода из категорий и единиц анализа, определение единиц счета, конструирование макета карточки контент-анализа;

3) сбор первичной информации: просмотр документов с поиском в них указанных в коде смысловых единиц анализа и подсчетом объема и частоты их упоминания.

Области использования контент-анализа в социально-психологических исследованиях:

1) исследование социально-психологических особенностей коммуникаторов, авторов через содержание их сообщений;

2) изучение действительно имевших место социально-психологических явлений объекта, которые отражены в содержании сообщений;

3) анализ различных средств коммуникации через содержание сообщений, форм и приемов организации содержания, в том числе пропагандистских;

4) выявление социально-психологических особенностей реципиентов (адресатов коммуникации, аудитории);

5) изучение социально-психологических аспектов воздействия эффектов коммуникации на реципиентов через содержание сообщений.

Используется для обработки открытых вопросов анкет и интервью, данных проективных методик, для изучения научной литературы и т. д.

Тестирование

Стандартизованное, обычно ограниченное во времени испытание, с помощью которого измеряется уровень развития или степень выраженности некоторых психических свойств личности, групп или общностей

КЛАССИФИКАЦИЯ ТЕСТОВ:

1) по форме:	а) устные и письменные	б) индивидуальные и групповые;	в) аппаратные и бланковые;	г) предметные и компьютерные;	д) вербальные и невербальные
2) по содержанию:	а) изучающие свойства интеллекта;		б) способности;		в) отдельные характеристик и личности и т. д.;
3) по целям тестирования:	а) тесты для самопознания		б) тесты для диагностирования специалистом		в) тесты для экспертизы

Тестирование

КЛАССИФИКАЦИЯ ТЕСТОВ:

4) по временным ограничениям:	а) тесты, учитывающие скорость выполнения заданий;			б) тесты результативности;
5) по методическому у принципу, положенному в основу методики:	а) объективные тесты;	б) методики стандартизированного самоотчета (тесты-опросники: выносят свои суждения «да» или «нет»; – открытые опросники и др.	в) проективные техники (стимульный материал характеризуется неопределенностью): (тест <i>Роршаха</i> , <i>TAT</i> , <i>Сонди</i> и др.);	г) диалогические (интерактивные) техники (беседы, интервью, диагностические игры).

Требования к тестовым методам исследования:

- 1) репрезентативность (представительность) – это возможность распространения результатов, полученных при исследовании выборочной совокупности объектов, на всю совокупность этих объектов;
- 2) однозначность методики – характеризуется тем, в какой степени получаемые с ее помощью данные отражают изменения именно и только того свойства, для оценки которого данная методика применяется. Обычно это качество проверяется повторными измерениями;
- 3) валидность (обоснованность) – это обоснованность выводов, полученных в результате применения данной методики;
- 4) точность – способность методики чутко реагировать на малейшие изменения оцениваемого свойства, происходящие в ходе социально-психологического диагностического эксперимента;
- 5) надежность – возможность получения с помощью данной методики устойчивых показателей.

Метод социометрического исследования межличностных отношений в группе

Метод, разработанный *Дж. Морено*, для количественного выражения структуры межличностных отношений в группе, исходя из числа и характера взаимных выборов ее членов по определенному социометрическому критерию

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

ПРОЦЕДУРА СОЦИОМЕТРИЧЕСКОГО ИЗМЕРЕНИЯ

- 1.определение варианта (числа) выборов (отклонений);
- 2.выбор критериев (вопросов) опроса;
- 3.организация и проведение опроса;
- 4.обработка и интерпретация результатов с использованием количественных (социометрические индексы) и графических (социограммы) методов анализа

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.

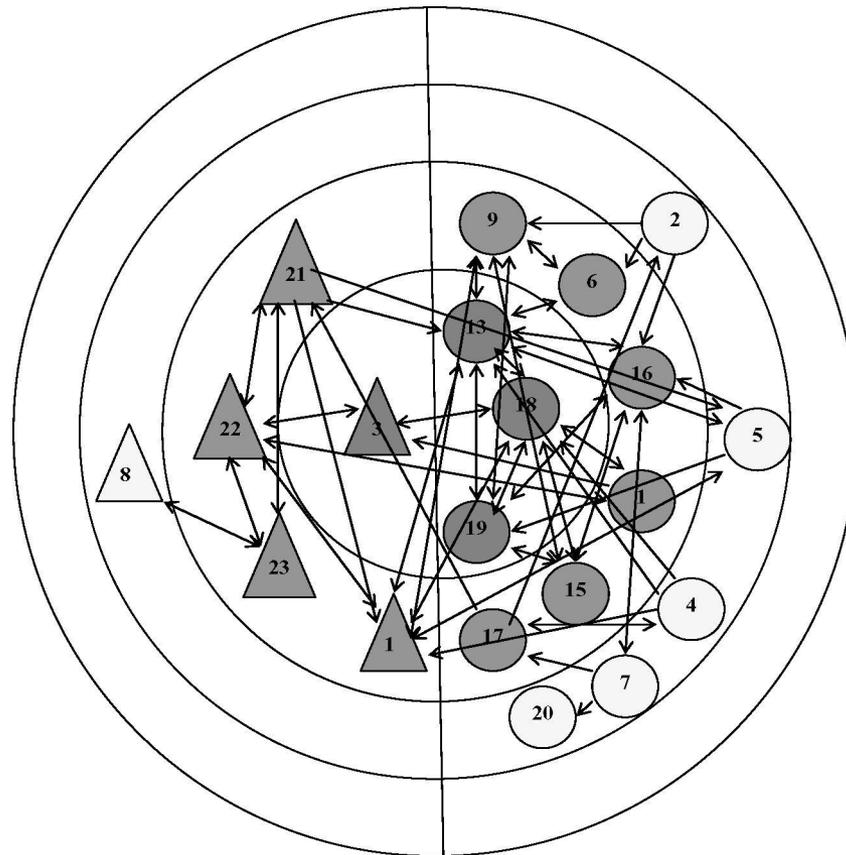
2) **параметрическая процедура** – испытуемым предлагают выбирать строго фиксированное число из всех членов группы. Достоинства: увеличивается надежность, облегчается статистическая обработка. Недостатки: невозможность раскрыть многообразие взаимоотношений в группе, можно выявить только наиболее субъективно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

Инструкция

Ответьте на поставленные вопросы, записав под каждым из них **три фамилии своих одноклассников** с учётом отсутствующих сегодня учеников.

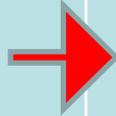
1. С кем бы ты хотел(а) обязательно продолжить совместно учиться на следующем курсе?
2. Кого бы ты из группы обязательно пригласил(а) на свой день рождения?
3. С кем из своей группы ты с удовольствием пошёл(ла) бы в кино?
4. С кем бы из группы ты очень хотел(а) бы поддерживать дружеские отношения в дальнейшем?
5. Если бы тебе дали довольно большую сумму денег и сказали поделиться ею с тремя одноклассниками, кто бы это был?
6. Кому из группы ты дашь списать проверочную работу в первую очередь?
7. Кому из группы ты доверил(а) бы свой самый сокровенный секрет?
8. Без кого ты вообще не представляешь свою группу?
9. С кем из группы ты хотел(а) бы как можно чаще видеться в свободное время?
10. С кем из группы ты хотел(а) бы дружить всю жизнь?
11. С кем из группы ты хотел(а) бы сделать какой-либо совместный творческий проект?
12. Кого из своей группы ты хотел(а) бы взять в свою команду для участия в каких-либо играх?
13. С кем из группы ты очень хотел(а) бы посещать факультативные занятия?
14. С кем из своей группы ты хотел(а) бы делать вместе домашние работы?

Социограмма



Референтометрия

Это социально-психологический методический приём выявления факта референтной (личностной) предпочтительности (значимости).



Люди, к которым индивид очень внимательно прислушивается, являющиеся авторитетными для него, — это его **референтная группа** (группа особо значимых для субъекта лиц)

Методика «Референтометрия» (по А.А. Реану)

Референтометрические вопросы:

1. Если вашу группу будут расформировывать, как вы думаете, кто из ваших одногруппников обязательно захотел бы продолжить совместно учиться с вами в новом учебном коллективе?
2. Кто из группы пригласил бы вас на свой день рождения?
3. Кто из вашей группы пошёл бы с вами в многодневный туристический поход?
4. Кто из группы захочет поддерживать с вами дружеские отношения после окончания вуза?
5. Кто из группы согласился бы пользоваться вместе с вами одним спортивным инвентарём?
6. Если бы кому-то из вашей группы дали большую сумму денег и сказали поделиться ею с вами, кто из одногруппников поделился бы с вами в первую очередь?
7. Кто из группы даст вам списать проверочную в первую очередь?
8. Кто бы вам из группы доверил свой секрет?
9. Кто без вас не представляет свою группу?
10. Кто из группы хотел бы с вами чаще видеться в свободное время?
11. Кто из группы хотел бы с вами дружить всю жизнь?

