

Методологический семинар



Д.А. Донцов, М.В. Донцова, И.Н. Базаркина

Научная методология, эмпирические методы и методики социальной психологии

В данной научной статье подробно анализируются с позиций социальной психологии теоретические и практические аспекты способов изучения групп.

Донцов Дмитрий Александрович — кандидат психологических наук, доцент, профессор кафедры социальной психологии АНОО ВПО «Одинцовский Гуманитарный Институт».

Опубликовал 51 научную и учебно-методическую работу.

Лауреат конкурса «Грант Москвы 2006» в области науки и технологий в сфере образования за разработку и реализацию программы психолога педагогической помощи детям сиротам и детям — социальным сиротам.

Донцова Маргарита Валерьевна — кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии и коррекционной педагогики Одинцовского филиала НОУ ВПО «Московский психолого-социальный институт».

Опубликовала 31 научную и учебно-методическую работу.

Базаркина Ирина Николаевна — заведующая учебным отделением психологии факультета социальной медицины ФГБОУ ВПО «Государственная классическая академия имени Маймонида».

Социально-психологическое исследование — это вид научного исследования, осуществляющийся с целью установления в поведении и деятельности людей психологических закономерностей, обусловленных фактом включения этих людей в социальные группы (малые, средние и большие). Также в социальной психологии исследуется специфика социально-психологических характеристик групп как микро-, мезо- и макрообъединений людей в рамках общества в целом.

Специфика социально-психологического исследования по сравнению с другими социальными науками характеризуется:

- использованием в качестве полноправных информационных данных как фактов, свидетельствующих об открытом поведении и деятельности индивидов в группах, так и характеристик сознания (представлений, мнений, установок, ценностей и т. п.) этих индивидов;
- социальным контекстом исследования, влияющим на отбор, интерпретацию и изложение фактов;
- неустойчивостью и постоянным изменением социально-психологических явлений;
- культурно обусловленной относительностью социально-психологических закономерностей;
- работой с реальными конкретными объектами исследования (индивидами и группами).

Эмпирическая база (социальная выборка) социально-психологического исследования — это группы людей и общество в целом.

Во-первых, малые группы: совокупность индивидов, непосредственно взаимодействующих друг с другом для достижения общих целей и осознающих свою принадлежность к данной общности, — от 2 до 40 человек.

Во-вторых, средние группы: от 40 до 150 человек, — рабочие коллективы, учебные коллективы, жители одного района, одного села и т. д.

В-третьих, большие группы: значительные по своим размерам совокупности людей, занятых какой-либо совместной деятельностью; это общности людей, существующие в масштабах общества, не предполагающие обязательных личных контактов. В больших

группах, как правило, вырабатываются общепринятые нормы поведения, культурные ценности и традиции, общественное мнение и массовые движения. К большим группам относятся классы, социальные слои, этносы (нации и народности), религиозные конфессии, партии и общественные организации, возрастные группы (демографические прослойки общества), социально-профессиональные группы и объединения, национально-этнические макрогруппы и т. д., — от 150 человек и до социальной «бесконечности».

Объект и предмет социально-психологического исследования — это различные социальные явления и феномены: причины и следствия различного рода контактов между людьми, проявляемые в виде мыслей, чувств и действий отдельных индивидов и/или социальных групп. Эти социальные контакты могут быть как непосредственными (лицом к лицу), так и опосредованными (путем использования средств массовых коммуникаций). Таким образом, комплексный объект и предмет социально-психологического исследования охватывает социально-психологическую проблематику, обусловленную общественной природой человека, его включенностью в различные социальные группы и общество в целом, а также психологические стороны групповых явлений и процессов. Итак, совокупным предметом социально-психологического исследования являются отношения: личность — личность, личность — малая группа, личность — средняя группа, личность — большая группа и т. д., а также внутригрупповые и межгрупповые отношения на всех указанных уровнях.

Научное познание всегда опирается на какую-либо методологию. Основной принцип создания методологии — нахождение закономерностей в различных явлениях и процессах. Методология — система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности. Методология — это учение о методах исследования, то есть — система принципов и способов познания, на которых строится наука. Методология — это сумма методов, основанных на фактах, на выявленных научных закономерностях. Методология психологии — это орудие действенного познания. Методология также является обоснованием использования разнообразных методов.

Метод — это способ познания предмета. Методика — конкретное воплощение метода в соответствии с целью исследования.

В социальной психологии различают четыре уровня исследования: эмпирический, теоретический, методологический и процедурный.

Эмпирический уровень представляет собой сбор первичной информации, фиксирующей социально-психологические факты, и описание полученных данных, обычно в рамках определенных теоретических концепций.

Теоретический уровень исследования обеспечивает объяснение эмпирических данных путем соотнесения их с результатами других работ. Это уровень построения концептуальных, теоретических моделей социально-психологических процессов и явлений.

Методологический уровень, с содержательной стороны, рассматривает многоуровневую, системную организацию социально-психологических явлений и составляющих их элементов, соотношение принципов и категорий, определяет исходные принципы изучения этих явлений. С формальной стороны, методология определяет операции, при помощи которых происходит сбор и анализ эмпирических данных.

Процедурный уровень определяется как система знаний о методах, приемах исследования, обеспечивающая надежность и устойчивость психологической информации.

В совокупности эти уровни создают условия для разработки исследовательской программы.

Методы социально-психологического исследования — это способы познания и установления психологических закономерностей в поведении и деятельности людей.

Весь набор методов социально-психологического исследования можно подразделить на две большие группы методов: методы исследования и методы воздействия.

Последние относятся к специфической области социальной психологии, к «психологии воздействия».

Среди методов исследования различают методы сбора информации и методы ее обработки. Методы обработки данных часто не выделяются в специальный блок, поскольку большинство из них не являются специфичными для социально-психологического исследования.

Методы сбора информации: наблюдение, изучение разнообразных документов, контент-анализ (исследование разных информационных источников), опросы (анкеты, интервью), тесты (наиболее распространен социометрический тест), эксперимент (лабораторный, естественный).

I. Эксперимент. Термин «эксперимент» имеет в социальной психологии два значения: опыт и испытание, как принято в естественных науках; и исследование в логике выявления причинно-следственных связей. Одно из существующих определений метода эксперимента указывает, что он предполагает организованное исследованием взаимодействие между испытуемым (или группой) и экспериментальной ситуацией с целью установления закономерностей этого взаимодействия. Как правило, эксперимент предполагает наличие следующих этапов его проведения. Теоретический этап — определение исходной концептуальной схемы анализа изучаемого явления (определение предмета и объекта исследования, формулирование гипотезы исследования). Следует отметить



важность этого этапа, так как эксперимент имеет самую высокую опосредованность теорией. Методический этап исследования предполагает выбор общего плана эксперимента, выбор объекта и методов исследования, определение независимых и зависимых переменных, определение процедуры опыта, а также приемов обработки результатов. Экспериментальный этап — проведение эксперимента: создание экспериментальной ситуации, управление ходом эксперимента, измерение реакций испытуемых, контроль переменных, являющихся неорганизованными, то есть входящих в число изучаемых факторов. Аналитический этап — количественная обработка и интерпретация полученных фактов в соответствии с исходными теоретическими положениями. В зависимости от основания классификации выделяют разные типы эксперимента: по специфике задачи — научные и практические; по характеру экспериментального плана — параллельные (наличие контрольной и экспериментальной групп) и последовательные (эксперимент «до и после»); по характеру экспериментальной ситуации — полевые и лабораторные; по числу изучаемых переменных — однофакторные и многофакторные эксперименты. Эксперимент в социальной психологии имеет свою уникальную специфику, связанную с неповторимой эмпирической базой (социальной выборкой) экспериментальных исследований — группами людей (например, эксперименты С. Милгрема).

II. Метод анализа документов. Данный метод является разновидностью методов и способов анализа продуктов человеческой деятельности. Документом называют любую информацию, фиксируемую в печатном или рукописном тексте, на магнитных или фотоносителях. Документы различаются по способу фиксации информации (рукописные, печатные, кино-, фото-, видеодокументы), по целевому назначению (целевые, естественные), по степени персонификации (личные и безличные), в зависимости от статуса документа (официальные и неофициальные). Иногда их также делят по источнику информации на первичные (документы на базе непосредственной регистрации событий, например, журналы учебной успеваемости обучающихся) и вторичные документы. Предпочтение того или иного вида документа как носителя социально-психологической информации определяется исходя из цели исследования и места документов в общей программе исследования. Все методы анализа документов разделяются на традиционные (качественные) и формализованные (качественно-количественные).

III. Контент-анализ. В основе контент-анализа лежат механизмы процесса понимания текста, то есть интерпретация исследователем информации, содержащейся в каком-либо информационном источнике или документе. Процедура контент-анализа предполагает несколько этапов: выделение единиц анализа (качественных и количественных), составление кодировочной инструкции, пилотажная кодировка текста, кодировка всего массива исследуемых тек-

стов и расчет количественного соотношения единиц анализа в исследуемом тексте, а также интерпретация полученных данных. Качественные (смысловые) единицы: категории — наиболее общие, ключевые понятия, составляющие концептуальную схему исследования; подкатегории — частные понятия, раскрывающие смысловое содержание категорий; индикаторы — формы выражения смысловых единиц анализа на языке изучаемого текста. К количественным единицам анализа относят: единицы контекста (общего содержания) — части текста (предложение, ответ на вопрос, абзац текста), в которых считаются частота и объем употребления категорий; единицы счета и объема — пространственные, частотные, временные характеристики представленности в тексте смысловых единиц анализа. Процедура проведения контент-анализа требует разработки кодировочной инструкции — описания приемов кодирования текста, способов фиксации и обработки данных. Контент-анализ может использоваться как самостоятельный метод, например, в исследовании социальных установок аудитории того или иного органа или субъекта коммуникации. Однако чаще и наиболее успешно он используется в сочетании с другими методами, например, наблюдением, опросом и др. Область применения контент-анализа в социальной психологии — изучение социально-психологических особенностей коммуникаторов и реципиентов; исследование социально-психологических явлений, отраженных в содержании документа; изучение специфики средств коммуникаций, форм и приемов организации их содержания; исследование социально-психологических аспектов коммуникационного воздействия. Главная задача контент-анализа — не только выявить реальные факты, события, о которых идет речь в каком-либо тексте, но и выяснить настроения, установки, чувства, и другие социально-психологические феномены. Пожалуй, самый показательный пример контент-анализа известен в мировой истории. Имеется в виду исторический факт того, что английские психологи предупреждали свое правительство в течение нескольких лет перед Второй мировой войной, а особенно в предыдущий от начала Второй мировой войны год, о том, что в германской прессе нарастает вал публикаций военного характера, самым распространенным словом является слово «война» (!) и т. п.

IV. Метод наблюдения. Наблюдение в социальной психологии — это метод сбора информации путем непосредственного, целенаправленного и систематического восприятия и регистрации социально-психологических явлений (фактов поведения и деятельности людей) в естественных или лабораторных условиях. Метод наблюдения может использоваться как один из центральных, самостоятельных методов исследования. Метод наблюдения осуществляется также в целях сбора предварительного материала исследования и контроля полученных эмпирических данных. Классификация наблюдения производится по различным основаниям. В зависимости от степени

стандартизации техники наблюдения принято выделять две основные разновидности этого метода: стандартизированное и нестандартизированное наблюдение. Стандартизированная техника наблюдения предполагает наличие разработанного списка признаков, которые предстоит наблюдать, определение условий и ситуаций наблюдения, инструкции для наблюдателя, единообразные кодификаторы для регистрации наблюдаемых явлений. Нестандартизированная техника наблюдения определяет лишь общие направления наблюдения, где результат фиксируют в свободной форме, непосредственно в момент восприятия или по памяти. В зависимости от роли наблюдателя в изучаемой ситуации различают включенное наблюдение (наблюдатель — участник группового процесса) и невключенное наблюдение (наблюдение простое, со стороны). Включенное наблюдение предполагает взаимодействие наблюдателя с изучаемой группой в качестве полноправного ее члена. Исследователь входит в социальную среду, адаптируется к ней и наблюдает события в ней как бы «изнутри». По условию организации наблюдения исследования с помощью этого метода делятся на полевые (наблюдения в естественных условиях) и лабораторные (наблюдения в условиях специализированного эксперимента). Объектом наблюдения являются отдельные люди, малые группы и большие группы (например, толпа) и социальные процессы, происходящие в них, например, групповое сплочение или паника. Предметом наблюдения обычно служат вербальные и невербальные акты социального поведения индивида или группы в целом в определенной ситуации. Основными недостатками метода считают: высокий субъективизм при сборе данных, привнесенный наблюдателем (эффекты ореола, контраста, снисходительности, моделирования и др.) и наблюдаемыми (эффект присутствия наблюдателя); преимущественно качественный характер выводов наблюдения; относительная ограниченность в обобщении результатов исследования. Пути повышения надежности результатов наблюдения

связаны с использованием надежных схем наблюдения, технических средств фиксации данных, тренировки наблюдателя, минимизацией эффекта присутствия наблюдателя.

Приводим пример бланка протокола стандартизированного наблюдения (табл. 1).

V. Интервью. Основные виды интервью в социально-психологическом исследовании — стандартизированное и нестандартизированное интервью. В первом случае интервью предполагает наличие стандартных формулировок вопросов и их последовательности, определенных заранее. При этом исследователь не имеет возможности их изменения. Методика нестандартизированного интервью характеризуется гибкостью и варьированием в широких пределах. Интервьюер при этом руководствуется лишь общим планом опроса, формулируя вопросы в соответствии с конкретной ситуацией и ответами респондента. Большое значение для успешного интервьюирования имеет техника ведения беседы. Она требует от интервьюера умения устанавливать тесный контакт с респондентом, заинтересовать его в искренней беседе, «активно» слушать; владения навыками постановки и регистрации ответов, преодоления «сопротивления» опрашиваемого. Принято выделять ключевые фазы интервью: установление контакта, основная фаза и завершение интервью. Критерии эффективности интервью: полнота (широта) — оно должно позволить опрашиваемому по возможности полно осветить различные аспекты обсуждаемой проблемы; специфичность (конкретность) — в нем должны быть получены точные ответы по каждому значимому для опрашиваемого аспекту проблемы; глубина (личностный смысл) — оно обязано выявить эмоциональный, когнитивный и ценностный аспекты отношения респондента к обсуждаемой ситуации; личностный контекст — интервью призвано выявить характеристики личности опрашиваемого и его жизненного опыта. Информация, получаемая в интервью, является более содержательной и глубокой в сравнении с опросом или анкетой.

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

Табл. 1. Протокол ведения стандартизированного систематического наблюдения за психологическими и «деятельностными» реакциями субъекта (субъектов)



Однако явным недостатком интервью является трудно контролируемое влияние личности и профессионального уровня интервьюера на интервьюируемого, которое может приводить к искажению получаемой информации.

VI. Метод опроса. Метод опроса — весьма распространенный в социально-психологических исследованиях. Суть метода заключается в получении информации об объективных или субъективных (мнениях, настроениях, мотивах, отношениях и т. д.) фактах со слов опрашиваемых. Среди многочисленных видов опроса наибольшее распространение имеют два основных. Первый: опрос «лицом к лицу» — интервью, очный опрос, проводимый исследователем в форме вопросов-ответов с опрашиваемым (респондентом). Второй: заочный опрос — анкетирование с помощью опросника (анкеты), предназначенного для самостоятельного заполнения самим респондентом. Область применения опроса в социальной психологии: опрос как форма работы на ранних стадиях исследования, для сбора предварительной информации или пилотажного испытания методического инструментария; опрос как средство уточнения, расширения и контроля данных; опрос как основной метод сбора эмпирической информации. Специфика применения опроса в социальной психологии связана со следующим: в социальной психологии опрос не является основным методическим инструментом, например, по сравнению с социологией; опрос, как правило, не используется для выборочных исследований; применяется как сплошной опрос на реальных социальных группах; чаще всего проводится в очной форме. В социально-психологическом исследовании анкета не просто вопросник, а комплекс специальных приемов и методик (шкалы, ассоциативные приемы, тесты и др.) изучения объекта. Источником информации при опросе является устное или письменное суждение опрашиваемого лица. Глубина, полнота ответов, их достоверность зависят от умения исследователя грамотно построить конструкцию опросника. Существуют специальные техники и правила проведения опроса, направленные на обеспечение надежности и достоверности информации: определение представительности выборки и мотивации участия в опросе; конструирование вопросов и композиции вопросника; проведение опроса.

VII. Анкета, анкетирование. Виды анкетирования разделяются по числу опрашиваемых (индивидуальное и групповое анкетирование), по месту проведения, по способу распространения анкет (раздаточное, почтовое, через прессу). Среди наиболее существенных недостатков раздаточного, и особенно почтового и проводимого в прессе анкетного опроса является низкий процент возврата анкет, отсутствие контроля за качеством заполнения анкет, использование только очень простых по структуре и по объему анкет. Предпочтение типа анкетного опроса определяется целями исследования, его программой, уровнем изученности проблематики. Основное преимуще-

ство анкетирования связывают с возможностью массового охвата большого количества респондентов и его профессиональной доступностью. Приводим ниже пример социально-психологической анкеты.

**Анкета-опросник
«Отношение молодежи к семейной жизни»**
(авторы Д.А. Донцов, И.Н. Орлова)

1. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст _____
2. Ваш пол: мужской женский
3. Ваше семейное положение: замужем (женат) не замужем (холост) разведен(а)
4. Хотели бы Вы создать семью? да нет еще не думал(а) об этом
5. Считаете ли Вы себя готовой(ым) к семейной жизни? да нет затрудняюсь ответить
6. Какой возраст Вы считаете наиболее подходящим для создания семьи? до 20 лет 20–25 лет 25–30 лет 30–35 лет после 35 лет
7. Хотели бы Вы иметь в своей семье детей? да нет еще не думал(а) об этом
8. Как Вы полагаете, какой брак более надежный (длительный): официально зарегистрированный незарегистрированный (т. н. «гражданский»)
9. Какой брак, на Ваш взгляд, наиболее устойчивый: по любви по расчету
10. Имеет ли смысл, перед тем как вступать в брак, предварительно пожить вместе? да нет это не имеет значения
11. Является ли для Вас сексуальное удовлетворение однозначно необходимым условием брака? да нет затрудняюсь ответить
12. Как Вы полагаете, является ли супружеская верность одним из основных параметров счастливого брака? да, безусловно нет, не обязательно затрудняюсь ответить
13. Кто, по-вашему, должен материально содержать семью? мужчина женщина оба супруга не имеет значения
14. Кто, по-вашему, должен вести домашнее хозяйство? мужчина женщина оба супруга не имеет значения
15. Создавая семью, будете ли Вы рассчитывать на помощь... родителей/родственников государства будем обходиться своими силами
16. При вступлении в брак имеет ли для Вас важное значение следующее:
 - а) материальное положение будущего мужа/жены: да нет
 - б) социальный статус будущего мужа/жены: да нет
 - в) образование/культура будущего мужа/жены: да нет
 - г) материальное положение и социальный статус его (ее) родителей: да нет



д) отношение Ваших родителей к этому браку: да
нет

е) отношение его (ее) родителей к этому браку: да
нет

е) другое (напишите что): _____

17. Когда Вы выйдете замуж (женитесь), Вы бы хотели жить: со своими родителями/родственниками с его (ее) родителями/родственниками не имеет значения отдельно от родителей/родственников

18. Является ли жилищный вопрос для Вас значимым при решении вступить в брак? да, это многое решает нет, это не важно это важно, но не имеет решающего значения

19. Согласны ли Вы с тем, что брак обязательно требует компромиссов от обоих супругов? да нет затрудняюсь ответить

20. Приемлемо ли для Вас в брачных отношениях демонстрировать более сильную любовь, нежели чем Вы испытываете на самом деле? да нет зависит от обстоятельств

21. Готовы ли Вы ради семьи отказаться от того, чтобы делать карьеру? да, семья однозначно важнее да, но только на какое-то время нет, карьера — это самое главное

22. Готовы ли Вы отказаться от больших заработков ради того, чтобы больше проводить времени с семьей? да нет не думал(а) об этом

СПАСИБО ВАМ ЗА УЧАСТИЕ В ОПРОСЕ!

VIII. Тесты. Тест — стандартизированное, обычно ограниченное во времени испытание (задание, опрос). С помощью тестов в социальной психологии определяются межличностные, внутригрупповые и межгрупповые различия. Области применения тестов в социальной психологии: диагностика групп, изучение межличностных и межгрупповых отношений и социальной перцепции, социально-психологических свойств личности (социальный интеллект, социальная компетентность, стиль лидерства и др.). Процедура тестирования предполагает выполнение испытуемым (группой испытуемых) специального задания или получение ответов на ряд вопросов, носящих в тестах косвенный характер. Смысл последующей обработки состоит в том, чтобы при помощи «ключа» соотнести полученные данные с определенными параметрами оценки, например, с характеристиками личности. Итоговый результат измерения выражается в тестовом показателе. Тестовые показатели относительно. Их диагностическое значение обычно определяют через соотнесение с нормативным показателем, полученным статистически на значительном числе испытуемых. Классификация тестов может проводиться по нескольким основаниям: по основному объекту исследования (межгрупповые, межличностные, личностные), по предмету исследования (тесты совместимости, групповой сплоченности и т. д.), по структурным особенностям методик (опросники, аппаратные, проективные тесты), по исходной точ-

ке отсчета оценки (методики экспертной оценки, предпочтений, субъективного отражения межличностных отношений). Имеют место известные и популярные социально-психологические тесты-опросники, например, тест-опросник КОС или КОС 2 (определение коммуникативно-организаторских склонностей личности). Также применяются тесты-опросники, направленные на выявление эмоционального социально-психологического отношения обучающихся к школе, например, «Чувства к школе». Имеются проективные социально-психологические методики, например, тест «Дерево» или «Дерево с человечками», активно применяющийся для исследования учебных групп. Используются так называемые поведенческие социально-психологические тесты-задания, интенсивно применяющиеся в изучении групп обучающихся, — «Выбор в действии», «Выбор товарища по парте» и пр. (см. в конце настоящей научной статьи пример методического инструментария социально-психологического исследования учебной группы).

Социально-психологическая методика «Выбор товарища по парте»

Применение этого специализированного для школьных условий социально-психологического психодиагностического теста основывается на том сообщении, что ученик, испытывая симпатию к какому-то своему однокласснику, стремится к общению с ним и хочет сидеть с ним за одной партой. Наиболее важная область общения для ученика, — это общение и взаимодействие в процессе предметно разнообразной учебной деятельности, от урока литературного чтения до урока трудового обучения. Отсюда — особенно важным для ученика является вопрос о том, с кем вместе сидеть за одной партой. Используя этот социально-психологический критерий, комплексно значимый для каждого младшего школьника, исследователи выявляют непосредственные очные учебные отношения испытуемых. Такая форма опроса удобна тем, что тестирующий сразу получает данные выборов. Респондентам предъявляются заранее подготовленные бланковые карточки (рис. 1).

Инструкция (говорит учительница данного класса):
«Ребята, я хочу в следующей четверти рассадить вас

«Выбор товарища по парте»	
Фамилия	_____
Дата	_____
Класс	_____
С кем бы ты хотел сидеть за одной партой?	
1.	_____
2.	_____
3.	_____

Рис. 1



по партам, учитывая ваши желания. Напишите на листке выданных вам карточек: сначала фамилию того одноклассника, с кем вы хотите сидеть в первую очередь; потом фамилию того, с кем бы вы хотели сидеть, если с первым не получится; потом фамилию того, с кем бы вы сели, если мне не удастся посадить вас ни с первым, ни со вторым из тех, кого вы сначала выбрали».

Далее учительница отвечает на возможные вопросы тестируемых учеников, проводит этот тест-задание, собирает листки с ответами.

Социально-психологическая методика «Выбор в действии» (вариант «У кого больше?»)

Данная методика — это такой вариант теста-задания, который дает фактическую информацию о личных взаимоотношениях учеников, дополняющую социометрический тест, и, вместе с тем, приносит результаты, допускающие однотипную с ним качественную и количественную отработку. Тест-задание «Выбор в действии» (вариант «У кого больше?») методически заключается в следующем. В качестве инструментария готовятся красочные открытки-картинки — по три на каждого ребенка. На оборотной стороне картинки ставится номер, присвоенный каждому ученику. Методика начинается со вступительной беседы тестирующего с классом.

Инструкция (говорит учительница данного класса, проводящая тест): «Ребята, сегодня мы с вами выполним очень интересное задание. Вы должны соблюдать порядок и дисциплину. Теперь пусть каждый из вас положит на свою парту свой дневник, и можете пока выйти на рекреацию».

Помощник тестирующего выводит всех детей в рекреацию, где занимает их чем-то интересным, например, читает им увлекательную книгу. Ребята по очереди входят в класс, а после выполнения задания уходят в другое, смежное помещение. Таким образом, ученики, которые уже участвовали в методике, не встречаются с теми, кто ожидает своей очереди: до прихода в класс к тестирующему ребенок не знает, в чем заключается задание. Так исключается возможность информирования еще не прошедших тест учеников о сути задания и обеспечивается строгая индивидуальность методики.

Тестирующий обращается к ребенку, который входит в класс: «Вот тебе три картинки-открытки. Можешь положить их по одной любым трем ученикам твоего класса в дневники, лежащие на партах. Никто не будет знать, кому ты положил картинку. Даже мне можешь не говорить, если не хочешь». Школьник берет картинки и по одной кладет их трем одноклассникам.

После того как ученик распределяет открытки, тестирующий у него спрашивает: «А как ты думаешь, кто из твоего класса тебе положит картинки (открытки)?» Этот вопрос преследует цель выяснить, как ученики

осознают свои взаимоотношения с одноклассниками, и выявить референтометрическую составляющую.

Проводя данную методику, можно добиваться следующего. Выбор осуществляется не словом, а действием, что, согласно известным положениям экспериментальной психологии, обеспечивает более точный результат, так как поведенческое действие — очень надежный показатель отношения. Наряду с этим, «снимаются» те утилитарные учебные мотивы (например, возможность списывать контрольные работы), по которым, возможно, учениками производился выбор товарища по парте (предыдущая методика). Следовательно, обеспечивается выявление максимально непосредственных взаимоотношений.

По этой методике в лидерах оказывается тот ученик, у кого было больше всего картинок (открыток). Результаты описанного теста-задания «Выбор в действии» (вариант «У кого больше») являются весьма сопоставимыми с данными методики «Выбор товарища по парте».

Проективная социально-психологическая методика «Дерево с человечками».

Автор Д. Лампен, адаптация Л.П. Пономаренко

Для изучения социально-психологических аспектов самооценки респондентов в контексте определения ими своего собственного места в учебной группе одноклассников используется известная проективная методика (тест-задание) «Дерево с человечками», дающая достаточно достоверные результаты в совокупности с другими социально-психологическими методиками. В методике «Дерево с человечками» обследуемый выбирает тех человечков, с которыми он отождествляет свое реальное социальное положение в учебной группе и свое идеальное социальное положение в учебной группе. Методика «Дерево с человечками» направлена, в широком смысле, на выявление социально-психологического уровня адаптации личности в социальной группе. В узком смысле, данная методика предназначена для выявления степени школьной адаптации обучающегося в учебной группе (классе). Интерпретация результатов выполнения проективной социально-психологической методики «Дерево с человечками» производится исходя из того, какие позиции на стимульном материале выбирает данный ученик, с каким социально-психологическим положением он отождествляет свое реальное и идеальное положение в учебной группе, есть ли различия в выявленных параметрах.

Итак, данная методика проводится в два этапа. На первом этапе (имеющееся собственное социальное положение в группе в представлениях обучающихся), обучающиеся определяют себя в имеющихся на настоящее время, по их мнению, групповых условиях, в имеющейся в текущий момент внутригрупповой ситуации. На втором этапе (желаемое собственное социальное положение в группе в представлениях обучающихся), обучающиеся проясняют свое представление о жела-

емом ими социальном положении в группе, о желаемом месте в группе.

IX. Метод социометрии. Метод социометрии является абсолютно специфическим именно для социальной психологии. Социометрия позволяет выявить особенности систем неформальных отношений в группе; степень психологической совместимости конкретных людей; внутригрупповые статусы участников процедуры; качество психологической атмосферы группы в целом.

Социометрия — теория и целостный практический метод психодиагностического социально-психологического измерения межличностных и внутригрупповых отношений, автором которой является австрийско-американский психолог и социолог **Джекоб (Якоб) Леви Морено** (1892–1974 г.г.). По его мнению, психическое состояние, адекватность поведения человека во многом зависит от занимаемого им положения в неформальной структуре малой группы. Недостаток симпатий становится одновременно и следствием межличностных проблем, и их источником. Согласно Дж. Морено, социометрия — это способ первичной диагностики наличия определенных проблем во взаимоотношениях. Несомненное достоинство данного метода в том, что внутригрупповые отношения получают конкретное выражение в виде таблицы, схем, графиков, числовых величин.

Метод социометрии относится к инструментарию социально-психологического исследования структуры малых групп, а также исследования личности как члена группы. Методика «Социометрия» используется для измерения групповых свойств, фиксирует определенные свойства группы как целостного образования. Методологически оправданное использование арсенала социометрического метода позволяет получить серьезные теоретические выводы о процессах функционирования, развития группы, а также, в итоге, достигать практических результатов. Повторные измерения, проведенные в той же группе, позволяют исследовать динамику отношений в группе.

Таким образом, область измерения социометрической техникой — диагностика межличностных и внутригрупповых отношений. С помощью социометрического метода изучают типологию социального поведения в условиях групповой деятельности, оценивают сплоченность, совместимость членов группы. Метод социометрии был разработан Дж. Морено как способ исследования эмоционально непосредственных отношений внутри малой группы. Измерение предполагает опрос каждого члена малой группы с целью установления тех членов группы, с которыми он предпочел бы (выбрал) или, напротив, не захотел бы (не выбрал) участвовать в определенном виде деятельности или взаимодействовать в какой-либо ситуации. Процедура социометрического измерения включает следующие элементы: определение варианта (числа) выборов (отклонений); выбор критериев (вопросов) опроса; организация и проведение опро-

са; обработка и интерпретация результатов с использованием количественных (социометрические индексы) и графических (социограммы) методов анализа.

Социометрическая процедура проводится в двух формах. Непараметрическая процедура предполагает ответы на вопросы опроса без ограничения числа выборов или отклонений. Их максимальное число равно $N - 1$ (социометрическая константа), где N — число членов группы. Преимущество этого варианта связано с выявлением так называемой эмоциональной экспансивности у каждого члена группы. При увеличении размеров группы до 12–16 человек возрастает вероятность получения случайного выбора. Параметрическая процедура — ограничение числа выборов. Испытуемым предлагается выбрать строго фиксированное число лиц из всех членов группы, то есть вводится так называемое социометрическое ограничение (d). Данная форма повышает надежность измерения, позволяет стандартизировать условия выборов в группах различной численности. Ее недостаток связан с невозможностью раскрыть всю полноту отношений в группе. Выделяют разные виды социометрических критериев: коммуникативные (выявляют реальные отношения), гностические (определяют степень осознанности реальных отношений), двойные и одинарные, ролевые и др. С выбором критериев связана проблема определения их числа и специализации в социометрическом вопроснике. Рекомендуется производить специализацию и выбор критериев исходя из предварительного анализа жизнедеятельности группы, выделяя ситуации, особо значимые для группы, то есть опосредованные задачами и целями, стоящими перед группой, использовать общий, фундаментальный критерий для выявления «глубинной» связи членов группы. Последняя предполагает использование вопросов, касающихся оценки общего эмоционального состояния испытуемых при условии распада группы в будущем, например, в случае реорганизации группы или коллектива, его перемещения, переформирования и т. п. — «С кем из членов Вашего коллектива Вы хотели бы остаться в том случае, если он будет реорганизован?».

Результаты исследования могут быть представлены в виде социометрической матрицы (таблицы), куда включены все выборы и (или) отклонения, сделанные или предполагаемые членами группы, а также в виде социограммы, графически изображающей полученные результаты, или в форме разнообразных социометрических индексов, дающих количественное представление о положении индивида в группе, а также оценку группы в целом. Социометрические индексы делят на две группы: индивидуальные и групповые. К индивидуальным показателям относят: социометрический статус — величина позитивности или негативности отношения группы к отдельно ее члену, которая определяется отношением количества выборов и отклонений, которые получил индивид, к их максимально возможному числу. Индекс эмоциональной (психологической) экспансивности — степень актив-



ности индивида во взаимодействии с другими членами группы, потребность в осуществлении контактов с ними. Он рассчитывается как отношение количества сделанных индивидом выборов и отклонений относительно членов группы к их максимально возможному числу. Для характеристики позиции индивида в группе вычисляются и другие индексы, например, «предписанная роль», приемлемость индивида группой и др. Однако главная сложность состоит в их интерпретации, сопоставлении их с известными социально-психологическими понятиями. К наиболее популярным групповым индексам относят следующие: показатели групповой экспансивности (интенсивность группового взаимодействия), интегрированности группы (степень включенности в общение членов группы в конкретном виде деятельности или ситуации), показатели сплоченности и ряд других.

Подчеркнем, что одной из самых значимых научно-практических инноваций Дж. Морено является так называемая социограмма. Это определенная рисуночная схема, которая представляет собой несколько концентрических кругов, содержащих графические аспекты социометрического статуса членов группы. Каждый из кругов соответствует количеству предпочтений в данной группе (чем ближе к центру — тем больше предпочтений). Предпочтения выявляются путем опросов или других исследований. В центр помещается наиболее популярный в данной группе член группы (или несколько таких членов), далее — менее популярные, по мере убывания, вплоть до изгоев (крайний круг). Между индивидами, обозначенными кружками, прочерчиваются линии со стрелками, обозначающие обоюдную либо одностороннюю симпатию или антипатию.

Таким образом, графический анализ данных осуществляется путем построения социограмм. Социограмма позволяет наглядно выделить в составе исследуемого коллектива подгруппы (группировки), положительные, конфликтные или напряженные «участки» внутри групповых отношений, «популяр-

ных» его членов (индивидов, имеющих максимальное количество выборов) либо «отвергаемых» (индивидов, получивших максимальное количество отклонений или минимальное число выборов), определить лидера группы. Различают два вида социограмм: коллективную и индивидуальную. Наиболее часто для отображения структуры отношений в группе применяют социограмму-мишень. Она представляет собой несколько концентрических кругов (рис. 2), в центр которых помещают «популярных индивидов, в наружное кольцо — «отвергаемых», во внутреннее кольцо — «средне популярных».

Обычно составляют несколько коллективных социограмм для одной группы: взаимных выборов, взаимных отклонений, первых двух (пяти) выборов и некоторые другие. Индивидуальные социограммы позволяют произвести более тонкий анализ положения конкретного члена в группе: отличить позицию лидера от позиции «популярных» членов группы. Четкая лидерская позиция часто определяется по следующему аспекту — кому именно из состава группы преимущественно отдают предпочтения в своих выборах «популярные» ее члены.

Итак, наиболее часто «социометрией» называют комплексную, допускающую модификации общего тестового задания (при сохранении принципа выделения рангов) методику изучения внутригрупповых связей и иерархии в малых группах.

Методика «Социометрия» Дж. Морено (в адаптации Я.Л. Коломинского)

При проведении методики «Социометрия» в учебных группах обучающимся предъявляются социометрические вопросы, ответами на которые являются фамилии членов учебной группы (на каждый вопрос — 3 фамилии, кроме собственной фамилии).

Инструкция: «Ответьте на поставленные вопросы, записав под каждым из них три фамилии своих одноклассников с учетом отсутствующих сегодня учеников».

1. С кем бы ты хотел(а) обязательно продолжить совместно учиться в следующем классе?
2. Кого бы ты из класса обязательно пригласил(а) на свой день рождения?
3. С кем из своего класса ты с удовольствием пошел(шла) бы в кино?
4. С кем бы из класса ты очень хотел(а) бы поддерживать дружеские отношения в средних и старших классах школы?
5. Если бы тебе дали довольно большую сумму денег и сказали поделить ее с тремя одноклассниками, кто бы это был?
6. Кому из класса ты дашь списать контрольную работу в первую очередь?
7. Кому из класса ты доверил(а) бы свой самый сокровенный секрет?



Рис. 2. Пример социограммы-мишени

8. Без кого ты вообще не представляешь свой класс?

9. С кем из класса ты хотел(а) бы как можно чаще видеться в свободное время?

10. С кем из класса ты бы хотел(а) дружить всю жизнь?

11. С кем из класса ты хотел(а) бы сделать какую-либо совместную поделку на художественную выставку?

12. Кого из своего класса ты хотел(а) бы взять в свою команду для участия в каких-либо подвижных играх?

13. С кем из своего класса ты очень хотел(а) бы посещать группу продленного дня?

14. С кем из твоего класса ты хотел(а) бы делать вместе домашние задания?

Х. Референтометрия. При социометрическом подходе к группе основным фактором выбора в системе межличностных отношений являются симпатии-антипатии. Качественная социально-психологическая модификация метода социометрии — референтометрия. Референтометрия — это социально-психологический методический прием для выявления факта референтной (личностной) предпочтительности. Люди, к которым индивид очень внимательно прислушивается, — это его референтная группа (группа особо значимых для субъекта лиц). Референтность — это социальное отношение личностной значимости, связывающее субъекта с другим человеком или группой лиц. Референтная процедура весьма информативна, она дает точность представления о статусной структуре, взаимности предпочтений. Основанием выбора является ценностный фактор значимости для личности каких-либо других лиц. Все это вынуждает испытуемого проявлять высокую избирательность в отношении лиц в группе, чья позиция для него наиболее актуальна. Вместе с тем, мера референтности (предпочтительности для другого лица) какого-либо субъекта определяется здесь косвенно, через проявление испытуемым (опрашиваемым) интереса к этому субъекту.

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

А.А. Реан полагает, что референтометрия заключается, прежде всего, в ранжировании субъектом социометрических выборов. Могут быть составлены и применены, например, следующие референтометрические вопросы:

1. Если Вашу группу (класс) будут расформировывать, как Вы думаете, кто из Ваших одноклассников захотел бы продолжить совместно учиться с Вами в новом учебном коллективе?

2. Кто бы из группы (класса) пригласил бы Вас на свой день рождения?

3. Кто из Вашей группы (класса) пошел бы с Вами в многодневный туристический поход?

4. Кто из Вашей группы (класса) пригласил бы Вас на свою свадьбу (свой день рождения)?

5. Кто из группы (класса) хотел бы поддерживать с Вами дружеские отношения после того, как закончите институт (школу)?

6. Кто из группы (класса) согласился бы снимать с Вами квартиру (пользоваться вместе одним спортивным инвентарем)?

7. Если бы кому-то из Вашей группы (класса) дали большую сумму денег и сказали поделиться ею с Вами, кто из одноклассников (одноклассников) поделится бы с Вами в первую очередь?

8. Кто из группы (класса) даст Вам списать контрольную в первую очередь?

9. Кто из группы (класса) доверил бы Вам свой самый сокровенный секрет?

10. Кто без Вас не представляет свою группу (класс)?

11. Кто из группы (класса) хотел бы с Вами чаще видеться в свободное время?

12. Кто из группы (класса) хотел бы с Вами дружить всю жизнь?

Наряду со всем приведенным выше, может быть применена комплексная социо-референтометрическая методика (см. пример ниже).

Авторская анкета по методикам «Социометрия» и «Референтометрия» (составители Д.А. Донцов, Т.А. Шолохова)

1. С кем ты больше всего хотел бы **дружить** из твоего класса?

2. Про кого из твоего класса ты хотел бы узнать то, с кем он очень хочет дружить?

3. Кого из класса ты обязательно пригласил бы на свой **день рождения**?

4. Про кого из класса ты обязательно хотел бы узнать, стремится ли он на твой день рождения?

5. С кем больше всего тебе **нравится учиться** в твоём классе?

6. Чье мнение о том, с кем ему нравится учиться в одном классе, ты очень хотел бы узнать?

7. С кем бы ты хотел **сидеть за одной партой** больше всего?

8. Чей ответ на вопрос, с кем бы ему хотелось сидеть за одной партой, ты хотел бы обязательно узнать?

9. Чьим **мнением** из всех ребят твоего класса ты **дорожишь** больше всего?

10. Про кого из одноклассников ты хотел бы узнать о том, чье мнение для них дороже всего?

11. С кем ты обязательно хотел бы **продолжить учиться** в следующем классе?

12. Чье мнение о том, с кем бы он хотел учиться в следующем классе, ты бы обязательно хотел узнать?



13. С кем из одноклассников ты бы хотел вместе **выполнять домашние задания?**

14. Про кого из твоего класса ты хотел бы узнать, с кем ему бы хотелось совместно выполнять домашние задания?

15. С кем из одноклассников в первую очередь ты бы хотел вместе **участвовать в школьном спектакле?**

16. Чье мнение о том, с кем ему хочется участвовать в школьном спектакле, ты хотел бы узнать?

17. С кем из одноклассников ты бы хотел вместе **участвовать в спортивных соревнованиях?**

18. Чье мнение о том, с кем бы он хотел участвовать в спортивных соревнованиях, ты бы обязательно хотел узнать?

19. С кем из одноклассников ты бы хотел участвовать в **подготовке** какого-либо **школьного проекта?**

20. Чье мнение о том, с кем ему хочется участвовать в подготовке школьного проекта, ты хотел бы узнать?

21. С кем из твоего класса тебе нравится посещать **спортивную секцию, танцевальный кружок?**

22. Чье мнение о том, с кем ему нравится посещать спортивную секцию, танцевальный кружок, ты бы хотел узнать?

23. С кем из своего класса ты бы отправился в **туристический поход?**

24. Про кого ты хотел бы узнать, с кем бы он обязательно пошел в туристический поход?

25. С кем из класса ты бы очень хотел жить **по соседству** в твоём доме?

26. Чей ответ из ребят твоего класса на вопрос о том, с кем бы он очень хотел жить **по соседству** в своём доме, ты очень хотел бы узнать?

27. Кому из класса ты бы **доверил** свой самый важный **секрет?**

28. Чье мнение из твоих одноклассников о том, кому бы он доверил свой самый важный секрет, для тебя самое интересное и значимое?

29. Если бы ты выиграл в качестве **приза огромный вкусный торт**, то **с кем** из **троих** одноклассников ты бы **поделился** в первую очередь?

30. Как ты думаешь, кто из твоих одноклассников точно поделился бы с тобой призом—тортом, если бы выиграл его?

31. Без кого из одноклассников ты не представляешь себе свой класс?

32. Чье мнение из твоих одноклассников о том, без кого он не представляет себе свой класс, для тебя самое важное и интересное?

33. С кем из твоих одноклассников ты бы отправился в **кругосветное путешествие?**

34. О ком из одноклассников ты очень хотел бы узнать, с кем из класса ему хотелось бы отправиться в кругосветное путешествие?

35. Кто из одноклассников, при встрече с хулиганом, не раздумывая, точно **пришел бы тебе на помощь?**

36. О ком из одноклассников ты больше всего хотел бы узнать, что он бы обязательно пришел тебе на помощь при встрече с хулиганом?

Пример методического инструментария социально-психологического исследования в рамках дипломной работы по специализации «социальная психология»

Задание 1. Инструкция.

Ребята!

- заполняйте свой лист самостоятельно, не советуясь с соседом;
- учитывайте всех членов класса, а не только присутствующих в данный момент;
- избегайте ответов типа «выбираю всех», «любого», «не выбираю никого».

ФИО _____

Класс _____

Дата _____

В ответах на все вопросы напиши фамилии и имена 3-х человек из твоего нынешнего класса!!!

1 С кем бы ты хотел(а) обязательно продолжить учиться в следующем, в шестом, классе?

- 1)
- 2)
- 3)

Как ты думаешь, кто бы из твоих теперешних (нынешних) одноклассников хотел бы с тобой учиться в следующем классе?

- 1)
- 2)
- 3)

2. Кого бы ты из твоего класса обязательно пригласил(а) на свой день рождения?

- 1)
- 2)
- 3)

Как ты думаешь, кто из твоего класса точно пригласит тебя на свой день рождения?

- 1)
- 2)
- 3)

3. С кем из своего класса ты с удовольствием пошел(а) бы в кино?

- 1)
- 2)
- 3)



Как ты считаешь, кто из твоего класса очень захотел бы пойти с тобой в кино?

- 1)
- 2)
- 3)

4. С кем из твоего учебного класса ты бы хотел(а) сидеть за одной партой?

- 1)
- 2)
- 3)

Как ты предполагаешь, кто из твоего класса очень хотел бы сидеть с тобой за одной партой?

- 1)
- 2)
- 3)

5. Кому из класса ты точно дашь списать контрольную работу?

- 1)
- 2)
- 3)

Как ты считаешь, кто из класса точно даст тебе списать контрольную работу?

- 1)
- 2)
- 3)

6. Кому из класса ты доверил(а) бы свой самый сокровенный секрет?

- 1)
- 2)
- 3)

Кто из класса доверил бы тебе свой самый сокровенный секрет?

- 1)
- 2)
- 3)

7. С кем из класса ты хотел(а) бы как можно чаще видеться в свободное от учебы время?

- 1)
- 2)
- 3)

Кто из класса захотел бы с тобой видеться чаще в свободное от учебы время?

- 1)
- 2)
- 3)

8. С кем из класса ты бы хотел(а) дружить всю жизнь?

- 1)
- 2)

3)

Кто из класса наверняка хотел бы с тобой дружить всю жизнь?

- 1)
- 2)
- 3)

9. Кого из своего класса ты хотел(а) бы взять в свою команду для участия в каких-либо подвижных играх?

- 1)
- 2)
- 3)

Кто из класса взял бы тебя в свою команду для участия в разных подвижных играх?

- 1)
- 2)
- 3)

10. С кем из твоего класса ты хотел(а) бы делать вместе домашние задания?

- 1)
- 2)
- 3)

Кто из класса захотел бы делать с тобой домашние задания?

- 1)
- 2)
- 3)

11. Если бы тебе дали довольно большую сумму денег, при условии, что ты поделишься ею с тремя одноклассниками, кто бы это был?

- 1)
- 2)
- 3)

Кто из класса поделился бы с тобой в такой же ситуации деньгами?

- 1)
- 2)
- 3)

12. С кем из класса ты бы очень хотел(а) жить по соседству в твоём доме?

- 1)
- 2)
- 3)

Кто из класса обязательно захотел бы жить с тобой по соседству в твоём доме?

- 1)
- 2)
- 3)



13. С кем из класса ты бы не хотел(а) дружить?

- 1)
- 2)
- 3)

Кто из класса не хотел бы с тобой дружить?

- 1)
- 2)
- 3)

Задание 2. Инструкция

Напиши, пожалуйста, на листке: сначала фамилию того одноклассника, с кем ты хочешь сидеть за одной партой в первую очередь; потом фамилию того одноклассника, с кем ты хочешь сидеть за одной партой, если с первым выбранным сесть не получится; затем фамилию того одноклассника, с кем ты хочешь сесть за одну парту, если не удастся сесть ни с первым, ни со вторым из тех, кого ты сначала выбрал.

ФИО _____

Класс _____

Дата _____

С кем бы ты очень хотел(а) сидеть за одной партой? Напиши их фамилии.

1. _____
2. _____
3. _____

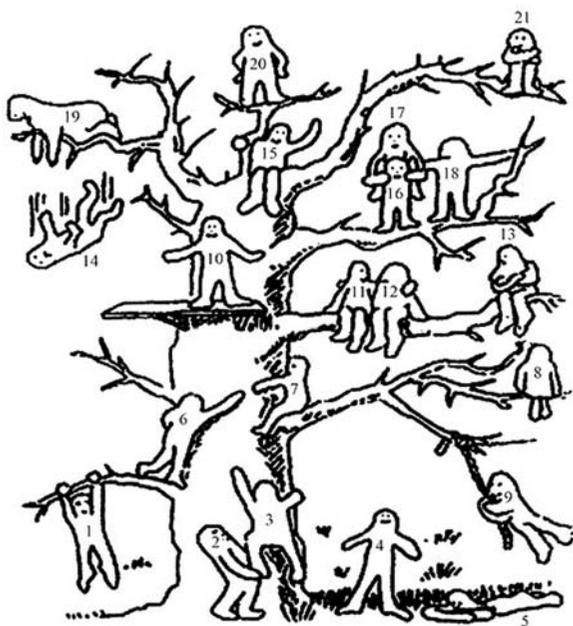


Рис. 3

Задание 3. «Твои чувства к школе»

Класс _____ Пол _____ Возраст _____

Инструкция

Отметь значком «+» те чувства, которые ты наиболее часто испытываешь к школе (в школе). Внимание! Нужно выбрать только 8 ответов.

Я чаще испытываю к школе (в школе)

- а) Спокойствие
- б) Усталость
- в) Скуку
- г) Радость
- д) Уверенность в себе
- е) Беспокойство
- е) Неудовлетворенность собой
- ж) Раздражение
- з) Сомнение
- и) Обиду
- к) Чувство унижения
- л) Страх
- м) Тревогу за будущее
- н) Благодарность
- о) Симпатию к учителям
- п) Желание приходить сюда

Задание 4. Инструкция

Посмотри внимательно на рисунок. Перед тобой лесные человечки. У каждого из них разное настроение, каждый занят своим любимым делом, каждый занимает свое любимое положение на их дереве. Возьми коричневый карандаш (фломастер) и раскрась ствол и ветки дерева. А когда будешь раскрашивать, внимательно рассмотри каждого человечка: где он расположен, чем он занят. А теперь возьми красный карандаш (фломастер) и раскрась того человечка, который напоминает тебе себя самого, похож на тебя, на твое настроение в школе и отражает твое положение в классе. Теперь возьми зеленый карандаш (фломастер) и раскрась того человечка, которым ты хотел бы быть и на чьем месте ты хотел бы находиться, если бы мог выбирать желаемое положение.