

Методика социометрического опроса и возможность ее применения для анализа студенческих групп

Попова Мария Дмитриевна

студентка

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

E-mail:marria_porova@mail.ru

В наше время любой род занятий предполагает совместную деятельность, особую роль она занимает в учебном процессе ВУЗа. Студенческие группы формируются из людей из разных регионов, из представителей различных социальных слоев, и характер их взаимоотношений неодинаков.

Успех работы любого коллектива (в том числе и учебного) зависит от настроений внутри него, от тех взаимосвязей, которыми он пронизан. Мотивация для работы в сплоченных коллективах гораздо выше, но вот создать стабильную и дружную команду порой очень сложно. Раньше для этого можно было применить разве что некое шестое чувство, сейчас ситуация намного проще: есть четкий механизм, отработанный годами в Европе и Америке, метод, с неоспоримой математической базой – социометрический опрос.

Методика социометрического опроса была разработана Джекобом Морено еще в 30-е гг. XX века, то есть уже более 70 лет она развивается, постоянно совершенствуется. У метода социометрического опроса есть масса достоинств. Прежде всего, метод довольно прост в технической реализации: не требуется проведения предтестовых процедур, проверки валидности методики, его проведение возможно даже не квалифицированным в этой области человеком. Во-вторых, длительность проведения исследовательской процедуры не велика; опросные листы (социокарточки) могут заполняться заочно, а обработка данных занимает всего несколько часов. В-третьих, социометрия позволяет оперировать количественными данными. Качественное описание сплоченности группы менее информативно, а применение социометрии дает довольно точную количественную оценку, например, при целенаправленном командообразовании.

Для проверки возможности реального применения методики социометрического опроса для анализа студенческих групп опрос данного типа был проведен в октябре 2006 года в МГЛУ (Московском государственном лингвистическом университете). Участниками опроса стали студенты 13 групп (от 8 до 14 человек в каждой) по 3-4 группы четырех различных специальностей. Задачей респондентов было выбрать в порядке предпочтения 3 членов любой группы своей специальности якобы для важной для профессионального распределения совместной творческой работы, при этом было необходимо указать, кто из них мог бы стать руководителем команды, а кто другом-помощником, а также выделить человека, с кем бы респондент не желал совместно работать ни при каких обстоятельствах.

Данные были получены из заполненных респондентами социокарточек, затем они были проанализированы в социоматрицах, на основе которых в свою очередь были составлены социограммы, где на концентрических окружностях были расположены студенты, (каждый из которых был обозначен персональным кодом), в соответствии с набранным количеством баллов (числом, полученным в результате подсчета количества выборов и отклонений членами группы).

При проведении опроса было выдвинуто множество гипотез, касающихся лидерства, аутсайдерства и гендерного состава групп, (что особенно характерно для гуманитарного, например, ВУЗа, где зачастую идет сильный количественный перевес в сторону девушек), из них нашли подтверждение гипотезы о том, что для гармонизации отношений необходимо совпадение формального и неформального лидеров коллектива, о том, что аутсайдер группы является аутсайдером и на всем потоке, что неформальные лидеры зачастую соперничают между собой, а иногда и с формальными и др. Но некоторые из гипотез неожиданным образом опроверглись. В первую очередь, это гипотезы о гендерном составе: не подтвердилось, что юноша в коллективе становится

центром внимания или занимает нейтральную позицию, выяснилось, что скорее наоборот, не нашла подтверждения также гипотеза о том, что юноши, находящиеся в сильном меньшинстве, стараются объединиться, не сближаются также и аутсайдеры различных групп. Кроме того, проявились как внутригрупповые, так и межгрупповые конфликты.

Итак, в результате проведенного исследования выявились особенности взаимоотношений в студенческих коллективах в связи с гендерным составом, в связи с совпадением или несовпадением формального и неформального лидеров и т.д. аналогично можно выявить и другие причинно-следственные связи в зависимости от целей исследований, например, исследовать уровень социальной напряженности, который является основной причиной конфликтов.

Так или иначе, возможность применения методики социометрического опроса в учебном процессе ВУЗа очевидна, она удобна и практична, а также позволяет сделать множество неожиданных выводов, анализируя которые, можно повлиять на сложившуюся ситуацию внутригрупповых и межгрупповых взаимоотношений студентов или даже коренным образом изменить ее.

В целом, социометрия является довольно мощным аналитическим инструментом, который позволяет в короткие сроки оценить социально-психологический климат компании. И это характерно не только для компании, но и для любой другой совокупности малых групп. А правильная оценка климата помогает рационально управлять этими малыми группами, будь то студенческие или какие-либо другие.

Литература:

Отечественные издания:

- 1) Морено Дж. Л. Социометрия. Экспериментальный метод и наука об обществе. Подход к новой политической ориентации / Пер. с англ. В. М. Корзинкина. Редакция перевода и предисловие М. Ш. Бахитова. М., 1958. с. 48—63, 178—188, 215—229.
- 2) Паниотто В.И., Максименко В.С. Количественные методы в социологических исследованиях. – Киев: Наукова думка, 1982. – 320с.
- 3) Рабочая книга социолога / Под общ. ред. Г.В. Осипова. Изд. 3-е. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 480 с.
- 4) Социология. Энциклопедия / Под редакцией Грицанова А. А., Минск: «Книжный Дом», 2003. – 735 с.
- 5) Ядов В.А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, Кн. дом «Университет», 1998. – 596 с.

Интернет-ресурсы:

- 1) Голиней А. Современные Бизнес Технологии // www.advertology.ru
- 2) психологический словарь // www.galactic.org.ua/