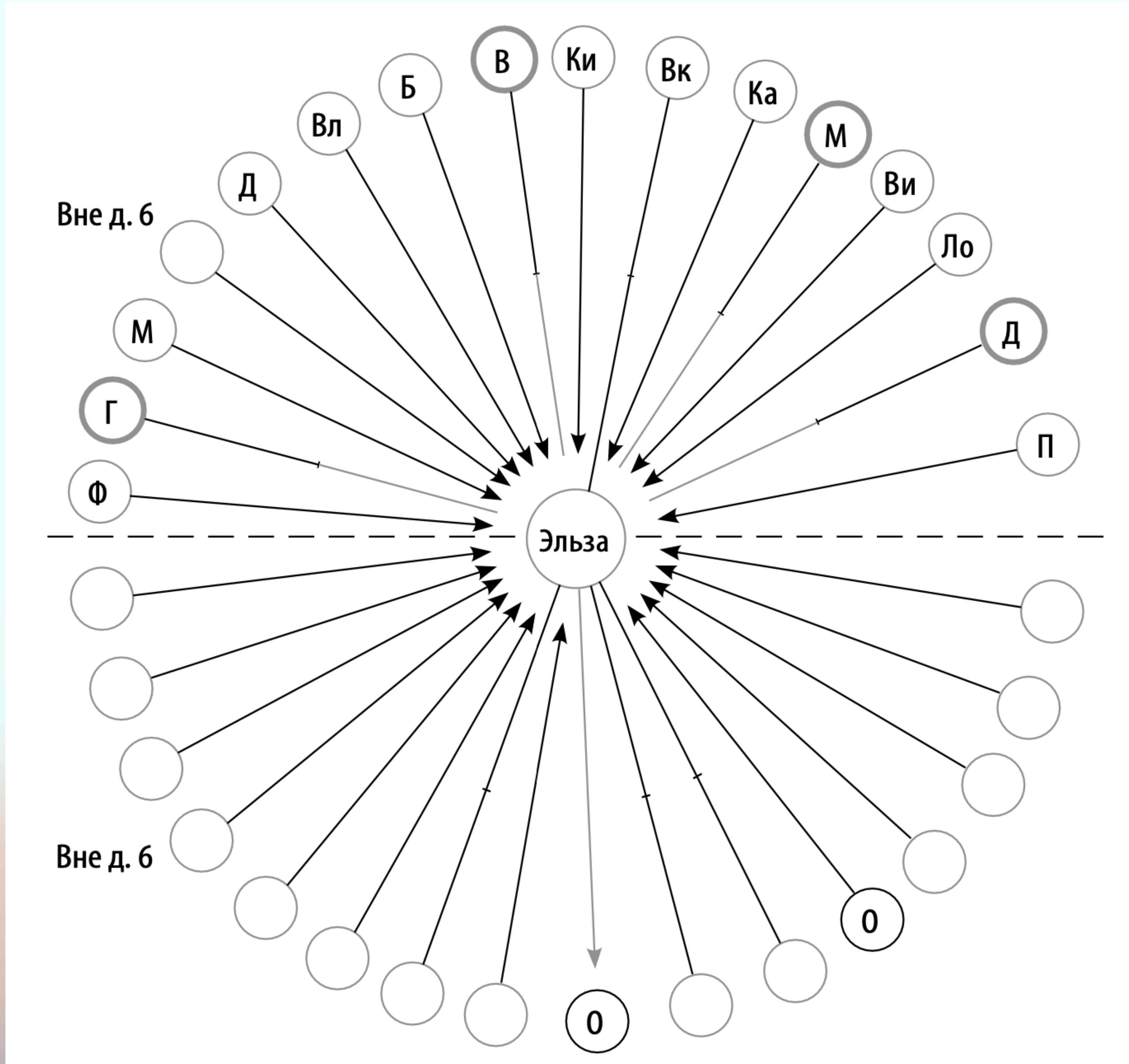


Социометрия как метод изучения групповой динамики



Скачать слайды

Дербичева Ирина ПМ5А23/10ЭЛ



«Группа – это двое или более лиц, которые взаимодействуют друг с другом, влияют друг на друга и воспринимают себя как «мы».

Марвин Шоу, специалист по групповой динамике (Marvin Show, 1981)



«Сущность группы не сходство или различие ее членов, а их взаимозависимость,»
Курт Левин, американский психолог.

Групповая динамика – это процессы взаимодействия членов малой группы.



Термин «социометрия» происходит от латинских слов «*socius*» (что переводится как «товарищ, компаньон, соучастник») и «*metrum*» (что означает «измерение»).

В буквальном смысле «социометрия» — это «измерение соучастников».

Теория и методика исследования были предложены **Якобом Леви Морено.**
1889-1974
психиатр, психолог, социолог.



«Социометрия — это способ измерения межличностных отношений, призванный обнаружить глубинную, основанную на телесных отношениях структуру группы, в отличие от формальной её структуры.»

«Кто выживет? Основы социометрии, групповой психотерапии и социодрамы»

1934 год

Яacob Леви Морено

Яacob Леви Морено

**КТО
ОСТАНЕТСЯ
В ЖИВЫХ?**

основы
социометрии,
групповой
психотерапии
и социодрамы



Социометрия - это отрасль социально-психологических и социологических исследований межличностных отношений в малых группах, осуществляемых с помощью количественных методов.

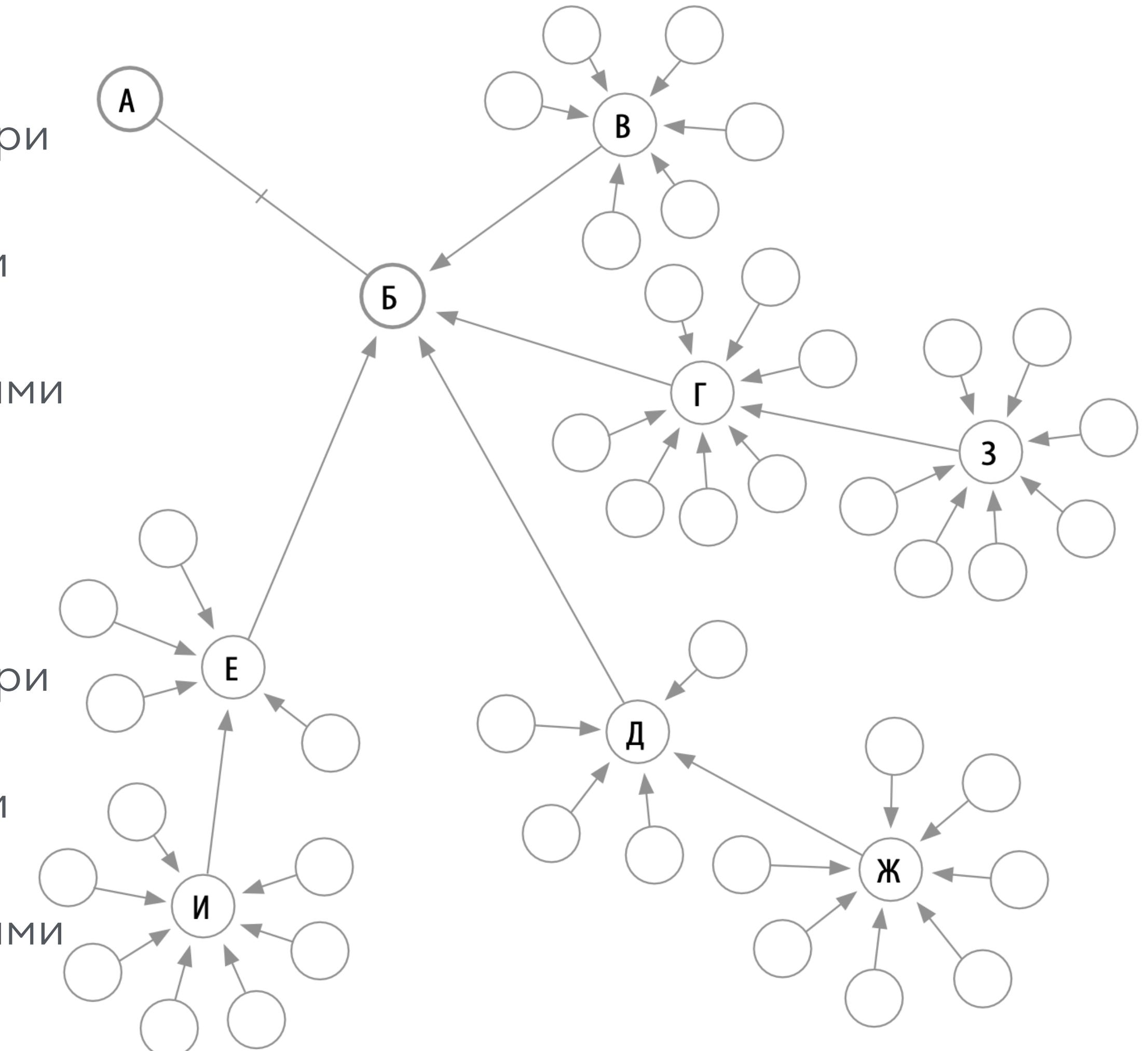
Цель социометрии: улучшение и оптимизация взаимодействия между членами обследуемой группы.

Основные задачи социометрии:

1. Оценка степени сплоченности или разобщенности внутри коллектива.
2. Выявление авторитетных личностей, а также симпатий и антипатий внутри группы.
3. Обнаружение мини-групп, возглавляемых неформальными лидерами, внутри большого коллектива.

Основные задачи социометрии:

1. Оценка степени сплоченности или разобщенности внутри коллектива.
2. Выявление авторитетных личностей, а также симпатий и антипатий внутри группы.
3. Обнаружение мини-групп, возглавляемых неформальными лидерами, внутри большого коллектива.



Требования к процедуре социометрического опроса:

1. Участие в опросе может быть только добровольным.
2. Участие персонализированно
3. Границы группы должны быть четко обозначены (сотрудники только одного отдела или члены одной бригады и т. п.)
4. «Возраст» группы должен составлять не менее двух-трех месяцев (шесть месяцев)
5. Специалист, который проводит социометрический опрос может быть членом данной группы, но при этом должен пользоваться ее доверием.

Этапы исследования:

1. сбор предварительной информации о группе (наблюдение)
2. встреча с группой, установка доверительного контакта
3. объяснение критериев исследования.

Житейская мудрость подсказывает: чтобы понять взаимоотношения людей, нужно понаблюдать, кто с кем обедает.

Проведение социометрического опроса

участники (члены исследуемой группы) собираются в отдельном помещении

ведущий зачитывает инструкцию

испытуемые заполняют **бланк ответа**, как правило, на это требуется не более пяти минут. Им предлагается по своему усмотрению выбрать (включить в группу) троих сотрудников и троих — исключить из ее состава (отклонить). Участникам рекомендуется делать не более трех выборов и трех отклонений, меньшее количество вариантов допустимо, не принимаются только формулировки «всех» и «никого». Для группы из 15 человек.

в бланке напротив фамилии каждого **выбранного/отклоненного** члена группы указываются характеристики (качества), на основании которых («за что») сделан выбор/отклонение. Характеристики могут формулироваться в произвольной форме, своими словами — так, как испытуемые объясняли бы выбор своим знакомым.

суть предложения (или вопроса) может меняться, главное, чтобы он был сформулирован просто, четко и однозначно понимался всеми участниками

список вопросов составляется индивидуально, каждый вопрос направлен на отражение актуальной ситуации, понятной для участников группы. Например, в контексте диагностики спортивной команды вопросы могут касаться тренировок, празднования побед, выездных соревнований или изменений в составе команды

Бланк для проведения опроса

Ф.И.О. _____

Возраст _____ Общий стаж работы (лет) _____ Пол Ж М

Если бы было можно самому выбирать сотрудников в отдел, я бы **выбрал(а)**...

| | Ф.И.О. | Характеристики (качества) |
|---|--------|---------------------------|
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |

Если бы было можно самому выбирать сотрудников в отдел, я бы **не выбрал(а)**...

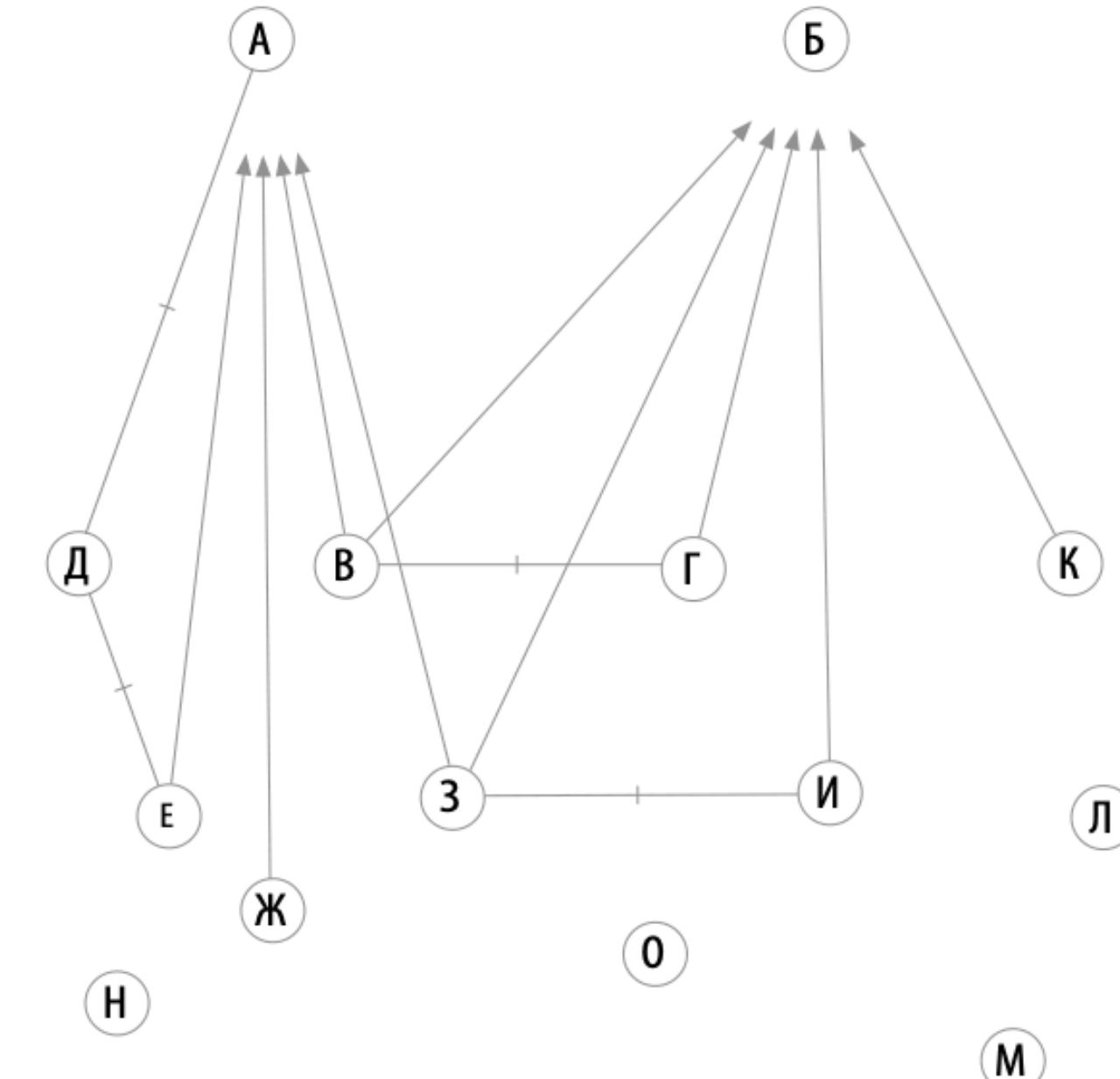
| | Ф.И.О. | Характеристики (качества) |
|---|--------|---------------------------|
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |

Анализ полученных данных

социометрическая матрица

| Фамилия выбирающего члена группы | Фамилия выбиравшего члена группы | | | | Характеристики (качества) по каждому выбору |
|----------------------------------|----------------------------------|------------|------------|-----------|---|
| | 1. Егоров | 2. Кузьмин | 3. Федоров | 4. Алешин | |
| 1. Егоров | | 3 | | 2 | Энергичен, лентяй и зануда, нормальный парень |
| 2. Кузьмин | 1 | | 2 | 3 | Мой друг, любитель подставлять |
| 3. Федоров | -3 | -2 | | | Консервативен |
| 4. Алешин | | | | | Хороший человек, всегда помогает |
| ... | | | | | |
| Кол-во полученных выборов | 1 | 1 | 1 | 2 | |
| Σ полученных выборов | 1 | 3 | 2 | 5 | |
| Кол-во полученных отклонений | 1 | 1 | - | - | |
| Σ полученных отклонений | 3 | 2 | - | - | |

социограмма



индекс

$$S = \frac{\sum (R_+ - R_-)}{n - 1},$$

Социометрическая матрица

На основании бланков с ответами участников заполняется социометрическая матрица
— таблица, в которой представлено распределение индивидуальных выборов.

Слева по вертикали и сверху по горизонтали в матрицу вносятся фамилии испытуемых.

В матрицу переносятся данные из каждого индивидуального бланка: напротив фамилии выбранного/отклоняемого в крайнем правом вертикальном столбце записывается соответствующая характеристика (качество).

Чтобы удобнее было работать с данными, выборам и отклонениям присваиваются численные значения (баллы).

Иногда целесообразно ограничиться только «первым» выбором и отклонением, соответственно присвоив им (+1) и (-1) балл. Обработка и в первом и во втором случае не представляет трудностей.

В матрице для каждого члена группы подсчитывается сумма полученных выборов и сумма полученных отклонений. На основании этих показателей можно строить «рейтинги популярности», определять позиции участников в структуре межличностных отношений, выделять подгруппы и т. п.

Социометрическая матрица

Таблица 14. Объем знакомств 16 девушек

| Имя | IQ | Дом | Спустя 30 дней | Спустя 60 дней | Спустя 90 дней | Спустя 120 дней | Спустя 150 дней | Спустя 180 дней |
|-----|-----|-----|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ЙН | 100 | 14 | 13 | 18 | 33 | 39 | 41 | 42 |
| ГУ | 121 | А | 63 | 65 | 42 | 26 | 29 | 28 |
| РД | 62 | 4 | 7 | 8 | 12 | 9 | 9 | 8 |
| ДБ | 85 | 6 | 30 | 43 | 42 | 46 | 73 | 72 |
| МЛ | 80 | 4 | 24 | 27 | 30 | 33 | 27 | 28 |
| МК | 86 | 2 | 10 | 12 | 25 | 38 | 29 | 30 |
| СО | 112 | 4 | 30 | 44 | 37 | 50 | 62 | 74 |
| КН | 87 | 9 | 21 | 32 | 33 | 52 | 101 | 131 |
| ИЛ | 116 | А | 42 | 61 | 50 | 28 | 46 | 43 |
| ДН | 85 | 6 | 22 | 42 | 29 | 32 | 34 | 31 |
| ХЮ | 102 | Б | 15 | 12 | 24 | 31 | 51 | 46 |
| ХР | 65 | 14 | 9 | 9 | 10 | 11 | 14 | 13 |
| РЗ | 88 | 14 | 33 | 14 | 22 | 25 | 25 | 26 |
| ХФ | 91 | 8 | 30 | 44 | 79 | 84 | 75 | 82 |
| ФА | 77 | 8 | 14 | 16 | 15 | 32 | 32 | 33 |
| НИ | 82 | 9 | 13 | 25 | 41 | 42 | 47 | 49 |

Индекс социометрического статуса индивида в группе (S) и индекс групповой сплоченности (C_n).

Использовать индекс групповой сплоченности полезно для сравнения результатов по двум (и более) группам.

В таких случаях он может рассматриваться в качестве единицы измерения.

Индекс социометрического статуса индивида в группе (S)

$$S = \frac{\sum(R_+ - R_-)}{n - 1},$$

где S — социометрический статус данного члена группы;
R — полученные им выборы и отклонения;
n — кол-во членов в группе.

Индекс групповой сплоченности (C_n)

$$C_n = \frac{K}{\Sigma_{BB}},$$

где C_n — показатель групповой сплоченности на эмоционально-межличностном уровне;
K — общее число взаимных выборов, сделанных членами группы;
 Σ_{BB} — максимально возможное число взаимных выборов в данной группе.

Показатель K определяется по социометрической матрице, а Σ_{BB} рассчитывается по формуле:

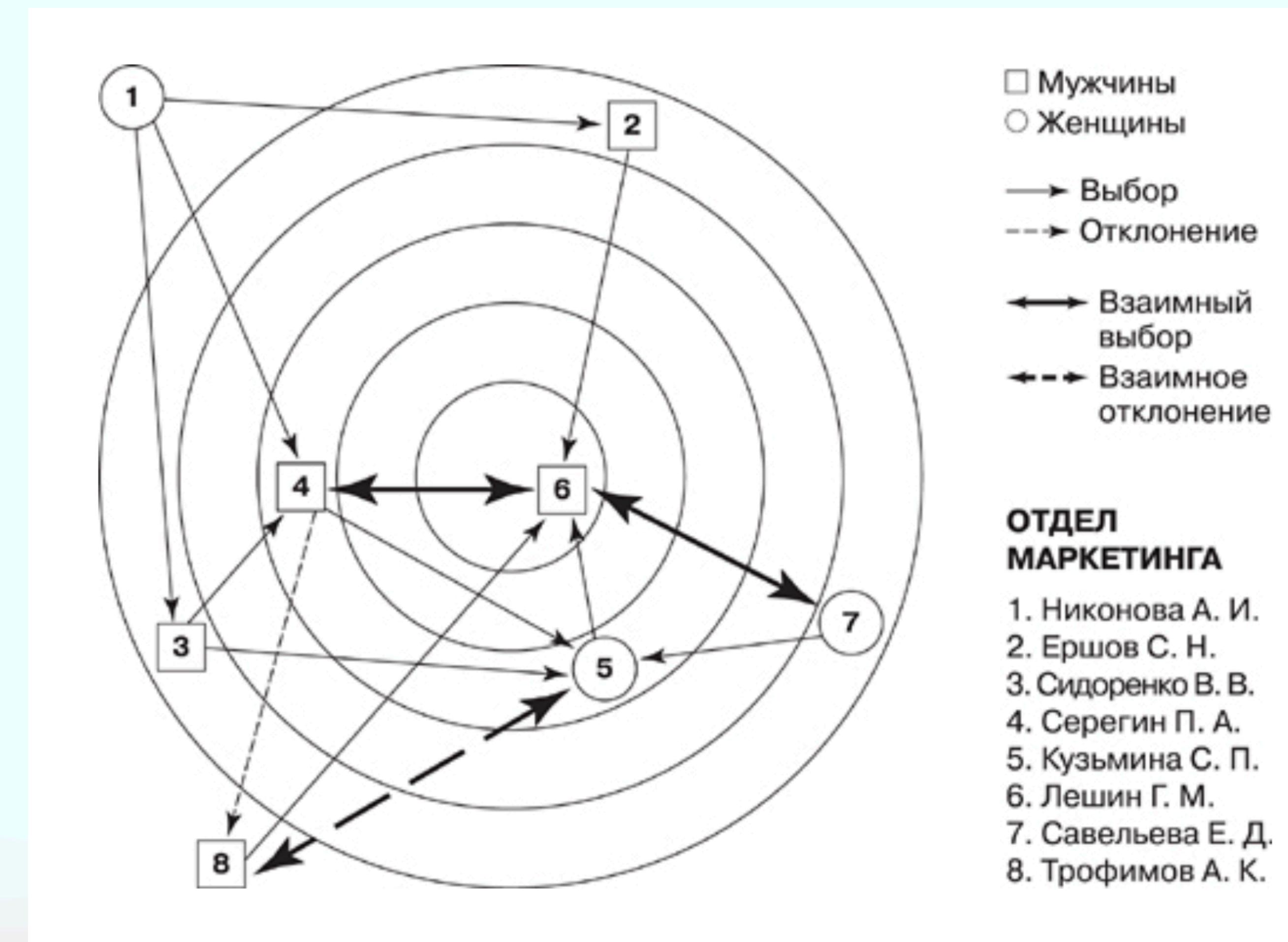
$$\Sigma_{BB} = \frac{n(n - 1)}{2},$$

где n — число членов группы.

Социограмма (от лат. *societas socio* – общество и греч. *gramma* – написанное, запись) – способ представления результатов социометрии.

«Мишень»-набор концентрических окружностей, число которых соответствует наибольшему количеству выборов для одного члена группы.

Для построения используются специальные обозначения.



Итоги:
исследователь интерпретирует
результаты и формулирует
рекомендации по улучшению
атмосферы в группе,
возможным изменениям в ее
структуре и другим аспектам.

Хотелось бы акцентировать внимание на том, что все данные, полученные с помощью социометрии, носят относительный характер: они показывают распределение влияния, отношений и популярности внутри данной группы. Поэтому все характеристики — «лидер», «предпочитаемый», «принятый», «изолированный», «отверженный» — имеют смысл только по отношению к данной группе. В другой группе (формальной или неформальной) человек может занимать иную позицию, иногда диаметрально противоположную. «Звезда» в бригаде строителей может оказаться «изолированным» в группе активистов профкома.



Платформа для управления командой AppRaise

*анонимно

*можно отвечать с мобильного

*можно проходить опросы в

Telegram



Скачать слайды

Готовые исследования уже внутри

Вовлеченность сотрудников

Насколько сотрудники увлечены работой, насколько выкладываются при выполнении задач.

Лояльность сотрудников (eNPS)

Насколько сотрудники готовы рекомендовать компанию друзьям и знакомым в качестве места работы.

NPS подразделений

Объективная оценка работы внутреннего сервиса: юридической службы, бухгалтерии, HR.

Onboarding-интервью

Поиск инсайтов, как быстрее и эффективнее адаптировать новых сотрудников.