

УДК 17.018.21

СОЦІОМЕТРИЧНІ МЕТОДИ ПРИ ДОСЛІДЖЕННІ ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ ГРУПИ

І. М. Чередько

студентка 2 курсу, група М-21 навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Науковий керівник – к.псих.н., доцент Н. В. Оксентюк

*Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне, Україна*

У статті зазначається, що соціометричні методи при дослідженні психологічного клімату групи допомагають визначити міжособистісні стосунки в колективі. Розкриваються міжособистісні стосунки людей в умовах спільної діяльності, колективної праці, емоційного ставлення один до одного за допомогою спостережень, опитувань і соціометрії.

Ключові слова: мікроклімат у колективі, соціометрія, референтометрична методика, стратометрична методика, лідер.

Отмечено, что социометрические методы при исследовании психологического климата группы помогают определить межличностные отношения в коллективе. Раскрыты межличностные отношения людей в условиях совместной деятельности, коллективного труда, эмоционального отношения друг к другу с помощью наблюдений, опросов и социометрии.

Ключевые слова: микроклимат в коллективе, социометрия, референтометрическая методика, стратометрическая методика, лидер.

It is indicated in the article that sociometric methods in the study of the psychological climate of the group determine the interpersonal relationships in the team. Reveals the interpersonal relationships of people in joint activities, teamwork, emotional relationship to each other by means of observations, interviews and sociometry

Keywords: climate in the team, sociometry, referentometry, stratometry technique, leader.

Психологічний клімат у групі відіграє важливу роль, оскільки це впливає на продуктивність праці, на стосунки між колегами, на загальну атмосферу. У зв'язку з цим може виникати проблема щодо прибутковості організації, адже люди, які не в змозі працювати разом психологічно, не зможуть працювати разом в команді [1]. Через це можуть виникати конфлікти, словесні перепалки, які будуть вести до розбіжностей в колективі, а в результаті і до не виконання поставлених організацією цілей.

У зв'язку з проблемою психологічного стану груп розроблено дуже багато концепцій, положень та методик. Відомими психологами, які досліджували проблеми в мікрокліматі груп були: Якоб Леві Морено і Артур Володимирович Петровський. Їхні дослідження щодо стосунків у колективі дали змогу заглибитися у проблеми, які виникають у групах та знайти шляхи їх вирішення. Наявність позитивного соціально-психологічного клімату в колективі – один з показників його зрілості, результат великої і копіткої праці керівництва. Дослідженню особливостей психологічного клімату приділяли увагу такі вітчизняні вчені: Свинецький А. Л., Паригін Б. А., Платонов К. К., Мясищев В. М., Андреева Г. М.

Метою даної статті є розгляд саме референтометричної методики та теорії вивчення

міжособистісних відносин.

Сутність кожної людини відкривається лише у зв'язках з іншими людьми і реалізується у формах колективної взаємодії, у процесах спілкування. Через взаємини людина усвідомлює свою суспільну цінність. Таким чином, самооцінка виступає як груповий ефект, як одна з форм прояву соціально-психологічного клімату. Оцінка свого стану в системі суспільних відносин і особистих зв'язків породжує відчуття більшої або меншої задоволеності собою й іншими. Кожен з нас прагне виділитися тим чи іншим чином: хтось у навчанні, хтось – отримавши авторитет у групи, а хтось за рахунок інших. Утвердитись і зайняти топ-місце у групі є досить нелегкою справою, але аналізуючи певні групи у кожній з них так чи інакше є хоч не яскраво виражений, але все-таки лідер, з якого всі беруть приклад або прагнуть досягнути такого рівня, який займає цей індивід. Також важливу роль при дослідженні психологічного клімату групи відіграє самооцінка, самопочуття і настрої, які виступають як суб'єктивні форми прояву соціально-психологічного клімату. Настрої групи більшим чином залежить від ставлення її учасників один до одного. Часто у групах є поділ на тих, кого визнають і тих, чю думку взагалі не беруть до уваги. У зв'язку з цим виникає поділ на групки, розбіжності у вирішеннях тих чи інших питань, нещирість, виокремлення членів групи (так званих фаворитів), тиск на певних осіб групи та конфлікти. Найхарактернішою особливістю колективу є колективістське самовизначення. Воно виявляється в тому, що член колективу не бездумно терпить тиск групи, а вибірково ставиться до будь-яких впливів, приймаючи одні й відхиляючи інші, залежно від принципів і цілей спільної діяльності, учасником якої він є. Здійснюючи самовизначення, він реалізує своє право жити в колективі, маючи власні погляди, оцінки і переконання. На відміну від дифузної групи в колективі переважає колективістичне самовизначення як реакція особистості на груповий тиск. У групах, об'єднаних спільною діяльністю, міжособистісні стосунки завжди опосередковуються її змістом, цілями і цінностями.

З урахуванням цього А. Петровський розробив стратометричну концепцію колективу, згідно з якою міжособистісні стосунки в колективі утворюють багаторівневу структуру, в основі якої – спільна діяльність, а компонентами є різні страти (шари) [4]. Центральною ланкою групової структури є зміст самої групової діяльності. Першу страту утворює ставлення кожного члена групи до цілей, завдань і принципів групової діяльності. Друга страта містить характеристики міжособистісних стосунків, опосередковані змістом спільної діяльності та прийнятими в групі принципами і ціннісними орієнтаціями. До неї відноситься колективістичне самовизначення та інші феномени міжособистісних стосунків. Третя, поверхова, страта охоплює соціально-психологічні явища, властиві психології групи: комфортність, згуртованість, сумісність тощо. У колективі вони відступають на задній план, стають компонентом загальної структури міжособистісних стосунків, створеної сукупністю всіх страт.

Будь-яка людина вже в силу своєї присутності в соціальній групі, а тим паче беручи участь у спільній праці, впливає на багато сфер життя колективу, в тому числі на його соціально-психологічний клімат. Люди позитивно чи негативно впливають на самопочуття оточуючих залежно від їх соціально-психологічних й індивідуально-психологічних властивостей. До соціально-психологічних властивостей особистості, що позитивно впливають на формування соціально-психологічного клімату, відносять принциповість, відповідальність, дисциплінованість, активність у міжособистісних і міжгрупових відносинах, товарицькість, культуру поведінки, тактовність. Негативно на клімат впливають люди непослідовні, егоїстичні, безтактні і т.д. (інша справа, як і наскільки особа розуміє себе). На самопочуття людей і через нього на загальний клімат колективу впливають і особливості психічних процесів (інтелектуальних, емоційних, вольових) а також темперамент і характер членів колективу. Крім того, важливу роль відіграє підготовка людини до праці, тобто її знання, уміння і навички. Висока професійна компетентність

людини викликає повагу, вона може бути прикладом для інших і тим самим сприяти зростанню майстерності працюючих з нею людей.

Референтометрична методика. Як кажуть у народі: «Скажи, хто твої друзі, і я скажу, хто ти»: у групі завжди виділяється коло осіб, на думку і оцінку яких особистість орієнтується, тобто з певних причин вони виявляються референтними, утворюють референтну групу [3].

Знання референтної групи часто допомагає встановити мотиви поведінки людини. Для її визначення вітчизняні дослідники запропонували методику референтометрії, що дає змогу всередині групи, до якої належить особистість, виявляти її референтну групу. Цього не можна зробити за допомогою соціометричного тесту.

Референтометрична процедура складається з двох етапів. На першому її учасникам дають набір карточок із прізвищами всіх інших членів групи, на яких запропоновано (для всіх однаковий) набір певних рис (наприклад, сміливий, добрий, розумний тощо). Учасників просять оцінити кожен особу, що належить до групи, за певною шкалою. На іншому боці карточки вказано прізвище того, хто оцінював. На кожного учасника групи одержують ($n - 1$) карточок з оцінками його якостей. На другому етапі для кожного учасника карточки розкладають вниз оцінками, тобто він може бачити лише прізвище того, хто оцінював.

Головна ідея експерименту полягає в тому, щоб виявити вибіркове ставлення кожного лише до кількох осіб, що входять до групи. Адже учасникам референтометричної процедури повідомляють, що їм дозволяють ознайомитися з оцінками не більше, ніж на 5—8 карточках. Причому сигнал про припинення досліду може пролунати після будь-якого вибору. Як правило, кожен з учасників послідовно ознайомлюється з оцінками тільки тих осіб, які його найбільше цікавлять. В умовах емоційного напруження і дефіциту часу досліджувані розкривають (іноді навіть несвідомо) свою ранговану референтну групу. Отже, порівняно із соціометрією референтометрична методика виявляє глибші й змістовніші характеристики групової диференціації.

Соціометрія. У 30-х роках ХХ ст. Д.-Л. Морено при вивченні соціальних взаємодій у групі запропонував так звану соціометричну процедуру, яка потім отримала назву «соціометрія». Пізніше в роботах зарубіжних та вітчизняних учених вона зазнала серйозної модифікації.

На практиці соціометрію використовують для виявлення симпатій чи антипатій між особами, що належать до групи, які самі можуть не усвідомлювати свого ставлення до інших. У ролі соціометричного критерію при дослідженні виступає запитання «З ким би ти хотів...?» [2]. Воно може стосуватися будь-якої сфери людських відносин: спільної праці, навчання, відпочинку, розваг. За значимістю розрізняють сильні й слабкі критерії вибору. Сильні критерії стосуються найважливіших і найбільш значущих для досліджуваного аспектів його життя: роботи, навчання, суспільно корисної роботи, спільного відпочинку. Слабкі критерії охоплюють коло питань, пов'язаних із ситуативними обставинами: виконанням одноразових доручень, грою, прогулянкою, екскурсією, культпоходом. При цьому кількість обраних осіб може обмежуватися. Опитуваного просять також установити послідовність свого вибору (у першу чергу, в другу чергу і т. д.). За потреби виявити осіб із негативним статусом соціометричним критерієм слугує запитання «З ким би ти не хотів...?».

Результати взаємного вибору переносять у соціометричну матрицю, що має вигляд турнірної таблиці. У ній по вертикалі записують за алфавітом прізвища всіх членів групи, а по горизонталі – їх порядкові номери у списку. На перехрестях рядка і стовпця позитивний вибір позначають знаком «+»; якщо вибір взаємний, то «+» обводять кружечком. Потім у кожному стовпці по вертикалі підраховують кількість позитивних виборів кожного індивіда і кількість взаємних виборів. На підставі цих даних встановлюють, хто в групі є соціометричною зіркою, а хто виявився ізольованим (нульовий вибір) за певним критерієм.

Графічно результати зображають у вигляді соціограми, якщо в групі не більше 20 осіб.

Дівчат позначають кружечками, а хлопців – трикутниками з вказівкою порядкового номеру в списку. У центральному крузі розташовують тих, хто отримав максимальну кількість позитивних виборів. Це соціометричні «зірки». У другій зоні розміщують осіб, які отримали більше половини, а в третій – тих, хто отримав половину і менше позитивних виборів. У крайній зоні перебуватимуть «ізолювані» – ті, хто робив позитивні вибори, але сам не отримав їх. Вибір позначається лінією між значками зі стрілкою у напрямі обраного. Якщо вибір взаємний, стрілками позначають обидва кінці лінії.

Соціометричний метод є оперативним, але він дає лише картину емоційних ставлень усередині групи. Вона дуже нестійка і за різними критеріями може істотно відрізнятись. Крім того, відповіді індивідів можуть не відповідати дійсності. Вони можуть бути скореговані особистими переконаннями, авторитетом лідера, його баченням при вирішенні певної проблеми, напруженістю атмосфери в групі.

Висновки. Перераховані методи дають змогу краще розглянути поведінку, стосунки, ставлення членів групи один до одного в умовах спільної діяльності, колективної праці. Аналіз виявлених результатів допомагає прийняти рішення щодо заходів покращення мікроклімату. Мікроклімат групи далі можна покращити, якщо згуртувати та об'єднати членів спільною метою, спільними інтересами, а також створивши сприятливі відносини між колективом та керівництвом.

Список використаних джерел:

1. Аргайл М. Психология счастья / М. Аргайл. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2003. – 271 с.
2. Морено Я. Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе / пер. с англ. А. Боковой, под ред. Золотовицкого Р. А. – М. : Академический Проект, 2001. – 384 с. – <http://subject.com.ua/psychology/>
3. Подоляк Л. Г. Психология вищої школи: Практикум: Навчальний посібник / Л. Г. Подоляк, В. І. Юрченко. – К. : Каравела, 2008. – 336 с.
4. Петровский А. В. Психология: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по педагогическим специальностям / А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский. – Москва : АCADEMIA, 2002. – 512 с.