

Також особливість тренінгу полягає в залученні до навчального процесу третьої сторони — підприємств, які діють на території України.

Роль підприємств полягає в: наданні інформації для розробки ситуаційних вправ; безпосередній участі в процесі проведення тренінгів (оперативне забезпечення необхідною практичною інформацією); незалежній експертній оцінці результуючих робіт студентів.

*Рахманов О. А., канд. соціол. наук, доцент,
кафедра політології та соціології*

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ СОЦІОМЕТРІЇ ПРИ ВИКЛАДАННІ СОЦІОЛОГІЇ

Специфічними і особливо ефективними при вивченні малих груп є методи соціометрії. Термін «соціометрія» в перекладі з латини означає вимірювання міжособистісних взаємин у групі. У суспільних науках він постав наприкінці ХІХ ст. у зв'язку зі спробами застосування математичних методів до вивчення соціальних явищ. Основна заслуга у створенні методології соціометричних досліджень, сукупності вимірювальних процедур і математичних методів обробки первинної інформації належить американському соціопсихологу Джекобу Морено (1892—1974). Виробивши свою систему структурного аналізу малих груп, Морено сформулював і стратегічне завдання соціометрії. Воно, на його думку, полягає у забезпеченні таких умов на виробництві і в житловому приміщенні, за яких люди працювали і жили б в оточенні симпатичних і симпатизуючих їм людей.

Соціометричний метод опитування — один із різновидів опитування, який використовують для вивчення внутріколективних зв'язків шляхом виявлення стосунків між членами колективу.

Цей метод застосовують для дослідження міжособистісних стосунків і міжгрупових відносин з метою їх поліпшення. Він дає змогу соціологові вивчити склад малих соціальних груп, особливо неофіційних стосунків, одержуючи соціологічну інформацію, яку іншим шляхом дістати майже неможливо.

Технічний апарат соціометрії застосовують у різних сферах мікросоціології, зокрема в соціології освіти. Грамотне використання арсеналу соціометричних методів є передумовою для ґрунтовних теоретичних висновків про функціонування і розвиток груп, досягнення значних практичних результатів у комплекту-

ванні колективів, підвищенні ефективності їх діяльності в навчальному процесі.

Мала група — реально існуюче утворення, в якому люди об'єднані певною спільною ознакою, спільною діяльністю або живуть в ідентичних умовах, обставинах і певним чином усвідомлюють свою належність до цього утворення (як приклад — академічна студентська група для семінарських занять).

Головною рисою малої групи є відчуття спільності, яке цементує взаємини у групі й відрізняє одну групу від іншої. Оскільки чисельність малої групи обмежена, то суспільні відносини в ній виступають у формі безпосередніх особистих контактів. Вважається, що «нижня» межа чисельності малої групи становить три, а «верхня» — п'ятнадцять—двадцять осіб.

У процедурному аспекті соціометрія — це поєднання методики опитування та алгоритмів для спеціального математичного обчислення первинних вимірювань. Після створення програми дослідження, необхідно виробити соціометричний критерій, тобто запитання, які задають усім членам групи з метою з'ясування взаємин між ними.

Соціометричний критерій повинен:

- а) націлювати суб'єкт на вибір іншого члена групи для спільного вирішення того чи іншого завдання чи відхилення його;
- б) не допускати обмежень щодо вибору відхилення будь-кого з членів чітко окресленої групи;
- в) бути зрозумілим усім членам групи, а також цікавим, якщо не всім, то більшості з них;
- г) переконувати людину в практичній спрямованості опитування.

Соціометричні критерії поділяють на два основні класи: комунікативні і гностичні.

Комунікативні критерії використовують для того, щоб виміряти реальні або уявні стосунки в групі, з'ясувати, як кожний член групи бачить своє безпосереднє оточення. Гностичні критерії призначені для відображення уявлень людини щодо її ролі, позиції в групі, а також для з'ясування того, хто, на її думку, обере її для спільного вирішення певного завдання, хто — знехтує. Приклад комунікативного критерію: «Кого б ви обрали своїм старостою?» А гностичний варіант звучав би так: «Хто з Вашої групи, на Вашу думку, хотів би обрати Вас старостою?» В обох випадках критерії сформульовані у позитивній формі, тобто орієнтовані на з'ясування вибору. Але існують і заперечні критерії, які фіксують негативне ставлення однієї людини до іншої.

У соціометрії поширені й дихотомічні критерії, які дають змогу більш точно з'ясувати взаємини в малій групі та критерії ранжування. Вони забезпечують можливість для ранжування суб'єктом своїх стосунків з членами групи. При соціометричному опитуванні кожному респондентові вручають соціометричну анкету (карточку) і список членів соціометричної групи. Прізвища членів групи кодують, наприклад, номером у списку групи. Соціометрична карточка, як і будь-яка соціологічна анкета, починається із звернення, в якому пояснюють мету опитування, викладають правила заповнення карточки, гарантують анонімність. У кінці після запитань дякують респонденту за співробітництво. У карточці повинно бути 7—8 критеріїв.

Результати опитування заносять у соціоматрицю, яка компактно подає первинну інформацію і спрощує математичне опрацювання зібраних даних.

Соціоматриця — це таблиця, в якій у рядках розміщують відповіді кожного із членів групи.

У горизонтальних рядках — хто обирає, у вертикальних — кого обирають. Кількість рядків відповідає кількості членів колективу.

Навіть візуальний аналіз соціоматриці багато що може дати для розуміння взаємин у групі: як і кого групи обирають, кого частіше за інших обирають, а кого відхиляють.

Зручним методом аналізу соціометричної інформації є графічний метод. Графічне зображення взаємин у колективі, виявлених на основі вибору, називають соціограмою.

Результати соціометричного опитування у кількісній формі можна також виразити за допомогою обчислення соціометричних індексів.

Соціометричний індекс — число обрань певного виду, поділене на загальну кількість можливих обрань даного типу.

Існують персональні і групові соціометричні індекси. Перші відображають індивідуальні соціально-психологічні властивості особистості, які виявляються щодо членів групи, другі характеризують групу загалом.

Соціометрична техніка допомагає проникнути у невидимі на соціальному рівні, але завжди існуючі групові структури міжособистісних стосунків з метою їх вивчення або перебудови. Надійні дані дає соціометричний метод у поєднанні з іншими методами дослідження. Скажімо, формування творчих, дослідницьких груп, а в окремих випадках і малих виробничих та навчальних колективів (студентських груп) — неможливе без використання соціометричних опитувань.

Однак жоден із методів опитування не можна вважати універсальним. Перед вибором слід передусім з'ясувати, який метод найкраще відповідає програмним цілям дослідження. Якщо дані, одержані завдяки різним методам і техніці, не збігаються, то це зумовлено наявністю різних аспектів досліджуваних явищ і процесів.

Таким чином, можемо зробити загальний висновок, що методи соціометрії є надзвичайно актуальні саме сьогодні в навчальному процесі українських ВНЗ. Особливо при викладанні нормативного курсу соціології, бо спрямовані на індивідуалізацію та сприяють реформаційним процесам у навчальному процесі.

Література

1. *Макеев С. О.* Соціологія. — К., 2008.

Рудакова С. Г., канд. техн. наук, доц.,
кафедра управління персоналом та економіки праці

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВНЗ

Мирова фінансово-економічна криза, від якої у найбільшому ступеню потерпала економіка України, у той же час надала унікальні можливості для здійснення докорінної перебудови економіки країни. Така перебудова потребує генерації нового покоління менеджерів, що, в свою чергу, вимагає застосування принципово нових підходів до їх підготовки у вищих навчальних закладах.

Тому дедалі більшої вагомості набуває розробка інноваційних навчальних систем та імплементація інноваційних технологій у навчальний процес.

Мети впровадження інноваційних технологій:

- ◆ задоволення потреби економіки країни у фахівцях відповідного кваліфікаційного та професійного рівня;
- ◆ підвищення ефективності навчального процесу за рахунок комплексного використання каналів перцептивного сприйняття інформації, підвищення рівня та якості самостійної роботи студентів;
- ◆ оптимізація витрат на реалізацію навчального процесу;
- ◆ оптимізація витрат на виготовлення/оновлення нормативної, технічної, навчальної та методичної літератури;
- ◆ підвищення рівня мотивації студентів до навчання.