

ФГОУ ВО «СМОЛЕНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»

Кафедра туризма и спортивного ориентирования

СОЦИОМЕТРИЧЕСКИЙ МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Методические рекомендации

по дисциплине «Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм» (уровень магистратуры)



Разработал: доктор педагогических наук,
профессор Воронов Ю.С.

СМОЛЕНСК 2015

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Социометрический метод исследования туристской деятельности

В настоящее время туризм всё активнее привлекает к себе пристальное внимание представителей различных наук и отраслей знания. Одни из них уже продолжительное время исследуют многие аспекты этого социального явления, другие находятся ещё в стадии становления, и к их числу можно отнести социальную психологию туризма.

Социальная психология изучает особенности процесса непосредственного контакта и влияния людей друг на друга. Основной формой проявления личности в сфере туризма является социальное общение, исследование которого одна из наиболее значимых задач социальной психологии туризма. Другим направлением исследований может стать анализ и разработка социально-психологических принципов управления в сфере туризма, направленных на оптимизацию морально-нравственной, административно-дисциплинарной и профессиональной регламентации поведения личности в коллективе.

Таким образом, социальная психология рассматривает в качестве одного из основных объектов исследования группу или коллектив людей, особенности и динамику их функционирования. Цель же всякой коллективной деятельности – оптимальное решение поставленных перед этой группой людей задач, и успех в этом деле – самый лучший показатель деятельности коллектива (М.А. Захаров, 2007).

Для изучения групповой деятельности используются различные методы. Среди них, в первую очередь, следует выделить социометрический метод. *Социометрический метод* предназначен для

социально-психологического исследования малых групп и коллективов. Он позволяет достаточно объективно количественно оценить основные характеристики межличностного общения. Кроме того, социометрия служит для изучения личности как элемента группы (В.М. Мельников, 1987; Р.С. Немов, 1999; Я.Л. Морено, 2001; В.В. Музыченко, 2003).

Метод социометрии является одной из форм группового опроса. Особенности его заключаются в том, что при помощи субъективных оценок поведения членов малого коллектива (например, учебной группы) воссоздается как облик личности отдельных членов коллектива, так и облик всего коллектива в целом.

Наиболее широкое распространение на практике имеют два основных варианта социометрического метода: а) *метод оценки*, когда каждый член группы оценивает или характеризует всех других её членов по некоторому стандартному списку качеств. Например, в учебной группе оцениваются: интеллект; готовность прийти на помощь; доброжелательность к сокурсникам; добросовестное отношение к учебе; общественное поведение; внешний вид (способность элегантно выглядеть); воспитанность и т.п.; б) *метод выбора*, когда каждый испытуемый выбирает среди всех членов учебной группы (коллектива) несколько человек для выполнения какой-либо совместной деятельности, основываясь на своих субъективных предпочтениях. Например, при формировании команды туристов, которой придётся в ближайшее время совершить горный поход шестой категории сложности, могут быть заданы следующие вопросы: «Кого вы выберете себе в пару для страховки?», «Кого вы предпочли бы увидеть в составе спасательной группы?».

Для описания структуры малой группы по результатам социометрии применяются математические методы теории графов. Выявленная структура отношений в коллективе изображается в виде графа, в котором отдельные члены группы представляются его вершинами, а отношение между ними – ребрами. Принято, что мужчина обозначается квадратиком,

а женщина – кружочком. Внутри вписывается фамилия, инициалы или присвоенный порядковый номер. Затем каждый квадратик или кружочек соединяется (или нет) друг с другом стрелками в соответствии с направлением и характером отношений. При этом положительный выбор обозначается непрерывной линией со стрелкой, направленной на выбираемого члена группы, отрицательный – пунктирной линией со стрелкой. Нейтральное (безразличное) отношение на схеме не обозначается (рисунок 4).

Процесс проведения социометрического исследования методом выбора можно подразделить на несколько этапов.

Этап № 1. Предварительный сбор информации. Прежде всего, исследователь должен сформулировать социометрический вопрос. Например, «С кем бы вы хотели работать вместе?» или «С кем бы вы НЕ хотели работать вместе?», «Кого бы вы выбрали (или НЕ выбрали) старостой группы?». Можно разработать бесчисленное множество подобных вопросов. Следует лишь помнить, что при этом существует три типа ответов: 1) положительный выбор; 2) отклонение, т.е. «не выбор»; 3) отсутствие выбора или отклонения (т.е. безразличное отношение).

После формулировки социометрического вопроса каждому члену группы выдаётся опросный лист, который тот заполняет сугубо индивидуально. Опросный лист начинается с инструкции, в которой разъясняется цель опроса и правила заполнения опросного листа. Правила заполнения опросного листа таковы: если испытуемый делает положительный выбор, то это обстоятельство фиксируется в опросном листе знаком «+», если отрицательный, то знаком «-», а если делается безразличный выбор, то знаком «0». Особенно следует подчеркнуть, что данные опросного листа, полученные от каждого респондента, не подлежат оглашению, они строго конфиденциальны.

В качестве примера рассмотрим учебную группу, состоящую из 9 человек. Предположим, что испытуемым задан следующий вопрос: «С кем

бы вы хотели совершить путешествие по Восточной Сибири?». Тогда опросный лист одного из участников учебной группы (испытуемый Сидоров), будет иметь следующий вид (рисунок 1).

№ п.п.	Кого выбирают	Иванов	Петров	Сидоров	Юрьева	Проскурина	Дедков	Войтов	Кальянова	Гурьев
	Кто выбирает									
3	Сидоров	+	0		0	+	-	+	0	-

Рисунок 1 – Опросный лист

Как мы видим, один из членов учебной группы Сидоров, делает свой индивидуальный выбор. Из его опросного листа видно, что он хочет совершить путешествие с Ивановым, Проскуриной и Войтовым. Именно поэтому в столбцах с их фамилиями проставлен знак « + ». Сидоров не хотел бы путешествовать вместе с Дедковым и Гурьевым, об этом говорит знак « - » в столбцах с их фамилией. Что же касается Петрова, Юрьевой и Кальяновой, то Сидорову они безразличны, и именно об этом свидетельствует знак « 0 » в столбцах с их фамилиями. После того, как все участники опроса заполнят опросные листы, исследователь их собирает.

Этап № 2. Составление социометрической матрицы. Итак, в нашем конкретном случае, исследователь получает девять опросных листов. Их необходимо расположить один под другим таким образом, чтобы заштрихованные квадраты каждого из них располагались последовательно слева направо и в результате составили главную диагональ социометрической матрицы (рисунок 2).

№ п.п.	Кого выбирают	Иванов	Петров	Сидоров	Юрьева	Проскурина	Дедков	Войтов	Кальянова	Гурьев
	Кто выбирает									
1	Иванов		0	-	+	+	-	+	0	-
	↑		↑							
2	Петров	0		0	0	+	0	+	+	-
	↑		↑							
3	Сидоров	+	0		0	+	-	+	0	-

Рисунок 2 – Порядок составления социометрической матрицы

Таким образом, при составлении матрицы сначала надо взять опросный лист Иванова, а под ним последовательно расположить опросные листы сначала Петрова, затем Сидорова, далее Юрьевой, Проскуриной, Дедкова, Войтова, Кальяновой и, наконец, Гурьева. В результате получается социометрическая матрица, размер которой равен $N \times N$, где N – число участников опроса (в нашем случае размер матрицы равен 9×9). Эта матрица имеет следующий вид (рисунок 3).

Этап № 3. Обработка результатов социометрической матрицы. Прежде всего, исследователю следует определить суммы положительных и отрицательных выборов, отданных (т.е. сделанных) каждым членом учебной группы. Для этого подсчитывается число положительных и отрицательных выборов по строкам матрицы, а результат заносится в

дополнительные столбцы справа. Например, подсчет положительных выборов, сделанных Юрьевой даёт значение «3», а отрицательных – «2».

№ п.п.	Кого выбирают Кто выбирает	Иванов	Петров	Сидоров	Юрьева	Проскурина	Дедков	Войтов	Кальянова	Гурьев	Итого отдано выборов		Σ выборов
											+	-	
1	Иванов		0	-	+	+	-	+	0	-	3	3	6
2	Петров	0		0	0	+	0	+	+	-	3	1	4
3	Сидоров	+	0		0	+	-	+	0	-	3	2	5
4	Юрьева	0	+	-		0	0	+	-	+	3	2	5
5	Проскурина	0	+	0	0		0	+	+	0	3	0	3
6	Дедков	-	-	-	0	+		0	+	0	2	3	5
7	Войтов	+	+	0	0	+	0		0	-	3	1	4
8	Кальянова	+	+	0	0	+	0	0		0	3	0	3
9	Гурьев	+	-	0	+	0	0	-	0		2	2	4
Итого получено выборов		+	4	4	0	2	6	0	5	3	1	25	
		-	1	2	3	0	0	2	1	1	4		14
Σ выбора		5	6	3	2	6	2	6	4	5			39

Рисунок 3 – Социометрическая матрица

В самом правом столбце указывается общее число выборов, сделанных каждым испытуемым. Например, значение «5» в данном столбце свидетельствует о том, что Юрьева всего сделала пять выборов (как положительных, так и отрицательных) из восьми возможных. Таким

образом, максимальное число выборов, которое может сделать каждый участник опроса, в общем, равно $N - 1$.

Аналогичным образом, суммируя положительные и отрицательные выборы по отдельности, но теперь уже по столбцам, можно получить число положительных и отрицательных выборов, полученных каждым членом группы. Эти результаты записываются в трёх дополнительных строках снизу от матрицы. Например, анализируя пятый столбец, можно увидеть, что Проскурина не получила ни одного отрицательного выбора, а получила шесть положительных.

Затем следует просуммировать все положительные отданные выборы и положительные полученные выборы (при правильно заполненной матрице их суммы должны совпадать). В нашем случае их сумма равняется 25. Аналогично подсчитываем и общее число отрицательных выборов (как отданных, так и полученных). Данная сумма в нашем примере равняется 14. Отсюда общее число всех выборов равно 39. При этом видно, что максимальное число возможных выборов в любой матрице равно числу всех элементов матрицы за вычетом диагональных заштрихованных квадратов. Если в опросе участвует N человек, то формула для расчёта

общего числа возможных выборов ($N_{\text{общ}}$) имеет вид:

$$N_{\text{общ}} = N^2 - N = N(N - 1). \quad (4.3.1)$$

В нашем конкретном примере (при $N = 9$) $N_{\text{общ}} = 9(9 - 1) = 72$. Отсюда легко подсчитать число «безразличных выборов» N_0 – суммарное число нулей в социометрической матрице:

$$N_0 = N_{\text{общ}} - (N_+ + N_-). \quad (4.3.2)$$

Тогда N_0 в данном случае будет равно: $72 - (25 + 14) = 72 - 39 = 33$

На основании полученных данных можно сделать заключение о степени сплоченности учебной группы. Для этого необходимо определить процентное соотношение положительных, отрицательных и нейтральных

выборов к общему числу возможных выборов, т.е. $(N_+/N_{\text{общ}}) \cdot 100\%$, $(N_-/N_{\text{общ}}) \cdot 100\%$, и $(N_0/N_{\text{общ}}) \cdot 100\%$.

В нашем примере степень сплочённости группы характеризуется следующими значениями: $(25/72) \cdot 100\% = 34,7\%$ положительных выборов, $(14/72) \cdot 100\% = 19,4\%$ отрицательных выборов и $(33/72) \cdot 100\% = 45,8\%$ – безразличных выборов. Эти показатели говорят о средней сплочённости учебной группы.

Этап № 4. Составление социограммы. Существует ещё один способ для анализа групповых отношений – графический. В этом случае результаты социометрии представлены в виде так называемой социограммы, которая даёт более детальную и наглядную картину отношений, сложившихся в группе (рисунок 4).

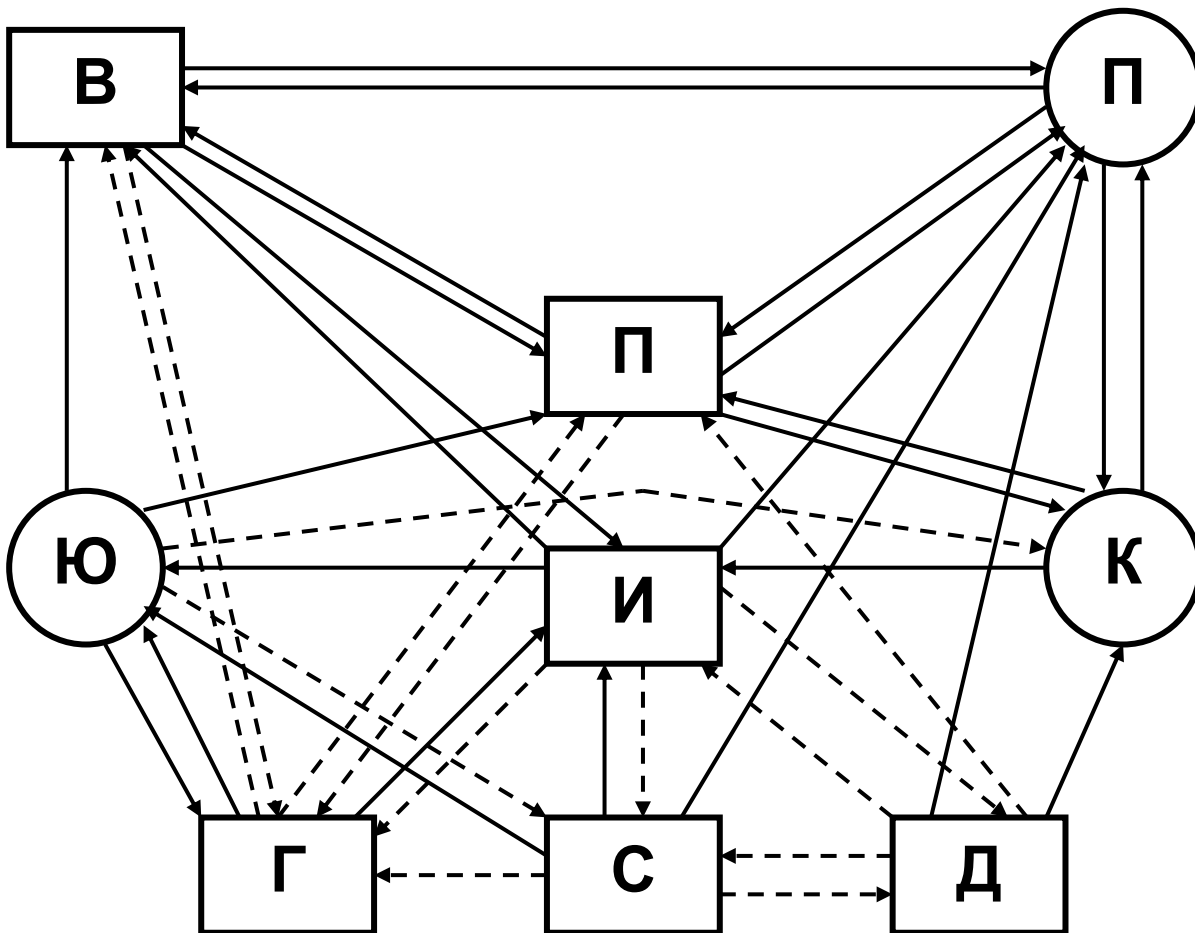


Рисунок 4 – Социограмма

Социограмма – это выполненный по определённой схеме рисунок, на котором при помощи соответствующих условных обозначений отмечаются все выявленные в обследуемой группе выборы и отклонения (Р.С. Немов, 1999).

Из основной социограммы можно выделить отдельно «положительные» (рисунок 5) и «отрицательные» (рисунок 6) связи, а также индивидуальные социограммы, относящиеся к конкретному испытуемому (например, к лидеру, или к человеку, отвергаемому большинством членов группы).

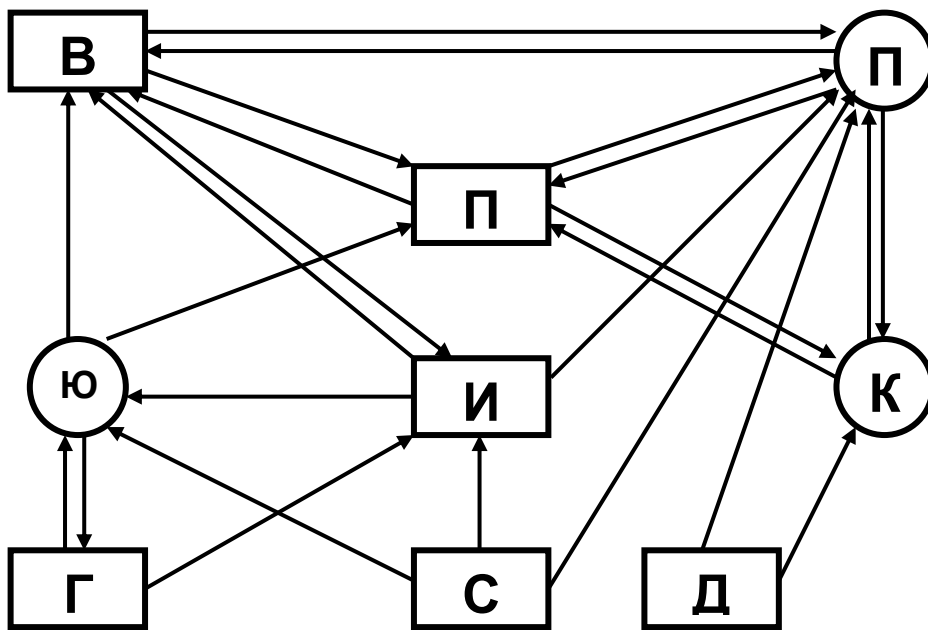


Рисунок 5 – Социограмма с положительными связями

Графическое отображение межличностных отношений в группе значительно упрощает анализ результатов опроса. Исследование группы при помощи данной методики обычно проводится тогда, когда группа включает в себя не менее 10 человек и существует не менее одного года.

Анализ графов позволяет получить количественные групповые оценки. Так, *сплочённость* учебной группы оценивается по степени связанности графа. Граф называется связанным, когда существует некоторая последовательность стрелок, связывающая каждую вершину графа с любой другой. Психологически это означает, что каждый член учебной группы опосредованно связан со всеми остальными её членами (или с большинством членов).

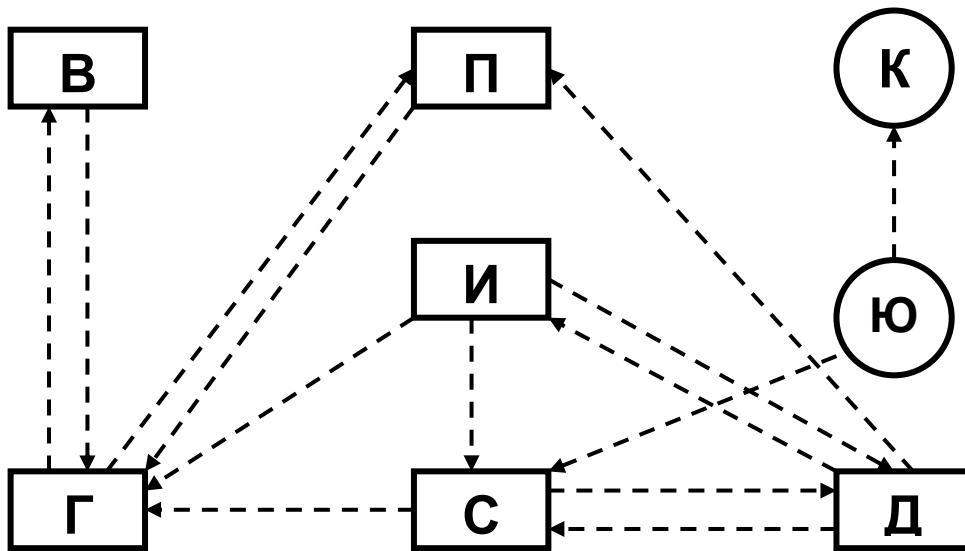


Рисунок 6 – Социограмма с отрицательными связями

Количественная оценка сплочённости учебной группы выражается через минимальное число ребер, которые нужно удалить, чтобы граф перестал быть связанным. При удалении этих ребер группа разбивается на две несвязанные друг с другом подгруппы. *Устойчивость* группы оценивается минимальным числом вершин, которые следует удалить, чтобы граф стал несвязанным. *Конфликтность* группы оценивается по степени сбалансированности социограммы. Сбалансированным

называется знаковый граф, все циклы которого положительны, т.е. в сбалансированной группе отсутствуют межличностные конфликты.

Анализ приведённых выше социограмм показывает, что Войтов (В) и Петров (П) испытывают взаимную симпатию. Также симпатию испытывают друг к другу Проскурина (П), Кальянова (К) и Петров, а Войтов симпатизирует Иванову (И) и Проскуриной, все они, скорее всего, образуют неформальную группу. Из социограммы также видно, что Войтов и Гурьев (Г) питают друг к другу взаимную неприязнь, как, впрочем, Дедков (Д) и Иванов, Сидоров (С) и Дедков. Исходя из анализа социограмм, по-видимому, следует предпринять меры по выведению Сидорова и Дедкова из этой группы, тем более что Сидоров и Дедков вообще не имеют ни одного положительного выбора и находятся в положении «отвергнутых».

Этап № 5. Расчет социометрических индексов. На этом этапе следует рассчитать так называемые социометрические индексы. В отдельных случаях, представленные на социограммах данные (для получения более подробной информации о положении человека в системе внутригрупповых отношений) дополняются числовыми показателями – индексами. Они подразделяются на групповые и персональные (В.А. Ядов, 1972).

• **Индекс сплоченности группы (ИС)** определяется по формуле:

$$ИС = [(\Sigma A_+ + \Sigma A_-) / N (N - 1)] \cdot 100 \%,$$

где ΣA_+ – сумма взаимно положительных выборов в группе; ΣA_- – сумма взаимно отрицательных выборов в группе; N – число членов группы.

Следует заметить, что суммирование всегда производится с учётом знака выбора, а именно: A_+ суммируется со знаком « + », A_- – со знаком « – ». В нашем примере, как видно из выделенных «положительных» и «отрицательных» связей социограммы (учитываются только линии, идущие одновременно в прямом и обратном направлениях), *индекс сплочённости группы* будет равен:

$$ИС = [12 - 8 / 9 (9 - 1)] \cdot 100 \% = (4 / 72) \cdot 100 \% = 5,5 \%$$

Этот показатель подтверждает невысокую степень сплочённости группы, так как значение индекса изменяется от -100% до $+100\%$.

• **Индекс групповой взаимности (ИГВ)**. Относится к групповым индексам. По сути, данный индекс отображает степень устойчивости группы. Определяется по формуле:

$$ИГВ = ПВ_{++} / [N (N - 1)],$$

где $ПВ_{++}$ – число взаимно положительных выборов в группе; N – число членов группы.

В нашем примере $ИГВ = 12 / [9 (9 - 1)] = 12 / 72 = 0,166$

• **Индекс социометрического статуса (ИСС)**. Относится к персональным индексам. Обычно определяется общий, положительный и отрицательный социометрический статус. Рассчитывается по формуле:

$$ИСС_{ОБЩ} = \Sigma B / (N - 1),$$

где ΣB – общее число выборов (как положительных, так и отрицательных), полученных отдельным членом группы.

По сути, индекс социометрического статуса отражает отношение группы к каждому из её членов:

$$ИСС_{+} = П_{+} / (N - 1) \quad \text{и} \quad ИСС_{-} = П_{-} / (N - 1),$$

где $П_{+}$ и $П_{-}$ – число положительных и отрицательных выборов, полученных отдельным членом группы.

• **Индекс психологической экспансивности (ИПЭ)** является персональным индексом и определяется по формуле:

$$ИПЭ_{ОБЩ} = O_{ОБЩ} / (N - 1),$$

где $O_{ОБЩ}$ – общее число выборов, отданных (сделанных) каждым членом группы.

Отражает степень активности каждого члена группы. Обычно вычисляется также индекс положительной и отрицательной экспансивности:

$$ИПЭ_{+} = O_{+} / (N - 1) \quad \text{и} \quad ИПЭ_{-} = O_{-} / (N - 1),$$

где O_+ и O_- – число положительных и отрицательных выборов отданных (сделанных) отдельным членом группы соответственно; N – число членов группы.

- **Индекс взаимности (ИВ)** является персональным индексом и вычисляется по формуле:

$$ИВ = \Sigma P_+ + \Sigma P_- / (N - 1),$$

где ΣP_+ и ΣP_- – сумма положительных и отрицательных выборов, полученных отдельным членом группы соответственно.

Числовые значения индекса взаимности отражают авторитетность каждого члена учебной группы.

- **Индекс позиции (ИП)** также является персональным индексом и вычисляется по формуле:

$$ИП = \Sigma O_+ + \Sigma O_- / (N - 1),$$

где O_+ и O_- – число положительных и отрицательных выборов, отданных отдельным членом группы соответственно.

Числовые значения индекса позиции отражают отношение каждого отдельно взятого члена группы к остальным членам группы.

Следует напомнить, что при определении *ИВ* и *ИП* суммирование производится с учетом знака выбора, а именно: P_+ и O_+ суммируются со знаком « + », а P_- и O_- – со знаком « – ».

Значение всех указанных выше индексов легко получить из данных, приведённых в социометрической матрице. В нашем примере эти значения представлены в таблице 1.

Анализ социометрических индексов позволяет сделать вывод, что наибольшим авторитетом в обследуемой учебной группе пользуются Проскурина (ИВ = +0,75) и Войтов (ИВ = +0,5), а наименьшим Сидоров (ИВ = – 0,37). Из показателей индекса позиции следует, что наиболее терпимыми в отношении к другим членам группы оказались Кальянова и Проскурина (ИП = +0,37), а наименее терпимым – Дедков (ИП = – 0,12).

Для оценки межличностных отношений в малых группах также может использоваться «Тест Тимоти Лири» и «Тест Мередина Белбина».

Тест Тимоти Лири. Цель настоящей методики заключается в исследовании представлений испытуемого о себе и идеальном «я», а также в измерении взаимоотношений в малых группах. Эта методика разработана Т. Лири, Г. Лефоржем и Р. Сазеком и заключается в заполнении специального опросника, состоящего из 128 утверждений-характеристик (Т. Leary, 1957).

Таблица 1 – Показатели социометрических индексов

Фамилия члена учебной группы	Индекс социометрического статуса			Индекс психологической экспансивности			ИВ	ИП
	П ₊	П ₋	П _{Общ}	О ₊	О ₋	О _{Общ}		
Иванов	0.5	0.12	0.62	0.37	0.37	0.75	0.37	0
Петров	0.5	0.25	0.75	0.37	0.12	0.5	0.25	0.25
Сидоров	0	0.37	0.37	0.37	0.25	0.62	- 0.37	0.12
Юрьева	0.25	0	0.25	0.37	0.25	0.62	0.25	0.12
Проскурина	0.75	0	0.75	0.37	0	0.37	0.75	0.37
Дедков	0	0.25	0.25	0.25	0.37	0.62	- 0.25	- 0.12
Войтов	0.62	0.12	0.75	0.37	0.12	0.5	0.5	0.25
Кальянова	0.37	0.12	0.5	0.37	0	0.37	0.25	0.37
Гурьев	0.12	0.5	0.62	0.25	0.25	0.5	- 0.37	0

Задание состоит в следующем: испытуемый должен оценить, соответствует ли каждое предлагаемое утверждение его представлению о самом себе. При положительной оценке соответствующее утверждение выделяется (например, порядковый номер этого утверждения обводится кружком), а при отрицательной – нет. Затем производится объединение утверждений-характеристик в группы в зависимости от номера ответа

(например, первую группу составляют утверждения с порядковыми номерами 1-4, 33-36, 65-68, и 97-100). Всего выделяется восемь групп. После чего подсчитывается общее число выделенных утверждений в каждой группе, и полученные значения $n_1, n_2, n_3, \dots, n_8$ наносятся в виде точек на соответствующие оси диаграммы. Затем эти точки соединяются, образуя уникальный для каждой личности многоугольник – «личностный профиль» (В.В. Музыченко, 2003).

На каждой оси диаграммы выделяются значения от 0 до 16 баллов (от 0 до 4 – это низкие значения, от 13 до 16 – экстремальные). При этом значения, не выходящие за пределы 8 баллов, свойственны гармоничным личностям. Показатели, превышающие 8 баллов свидетельствуют о доминировании в характере человека определённых личностных качеств. Значения, достигающие уровня 14-16 баллов свидетельствуют о трудностях социальной адаптации индивида. В итоге, на основании данной шкалы, проводится интерпретация результатов обследования конкретного испытуемого. Если проводилось групповое обследование, то на основе полученных результатов можно выявить особенности межличностных отношений (А.Ф. Кудряшов, 1992).

Тест Мередита Белбина. Цель данной методики заключается в оценке испытуемых (например, сотрудников туристской фирмы) с точки зрения их пригодности к работе в команде. Опросник М. Белбина состоит из семи разделов, каждый из которых включает 8 утверждений. На каждый раздел выделяется по 10 баллов для количественной оценки приведённых утверждений. Испытуемый по своему усмотрению должен распределить эти 10 баллов между представленными утверждениями. Распределение баллов производится им в зависимости от значимости утверждений, лучше всего описывающих с собственной точки зрения его поведение в группе. Таким образом заполняются все правые столбцы семи разделов, а затем для контроля подсчитывается сумма баллов в каждом столбце каждого раздела (эта сумма должна обязательно равняться десяти). После этого

баллы, присвоенные каждой ячейке каждого раздела, переносятся в соответствующие столбцы «ключевой таблицы» (шкалы). И, наконец, значения, находящиеся в «ключевой таблице» обводят кружком и соединяют друг с другом. В результате получается кривая, отражающая «ролевой профиль» испытуемого. Интерпретация результатов производится на основе оценки максимальных и минимальных значений полученной кривой в соответствии с таблицей «Характеристики командных ролей». При этом максимальные значения кривой определяют наиболее успешные командные роли обследуемых членов группы (М. Velbin, 1996, 1996).

В заключение необходимо отметить, что человек для удовлетворения своих потребностей должен вступать во взаимодействие с другими людьми, входить в социальные группы и участвовать в совместной деятельности. Это означает, что всякий член социальной группы не просто выполняет в ней свои функции, но и обязательно воспринимается и оценивается другими её членами.

Таким образом, *социальная группа* – это совокупность индивидов, взаимодействующих между собой определённым образом на основе разделяемых ожиданий каждого члена группы в отношении других (Ю.Г. Волков, И.В. Мостовая, 1998; С.И. Григорьев, Ю.Е. Растов, 2001; А.И. Кравченко, В.Ф. Анури, 2003; М.А. Захаров, 2007).

Социальные группы могут быть большими и малыми. *Малая группа* – это группа, в которой общественные отношения выступают в форме непосредственных личных контактов (Г.М. Андреева, 1999; Р.С. Немов, 2005). Большая группа – это настолько многочисленная группа, что все её члены не знают друг друга в лицо и контакты между ними не могут совершаться непосредственно (М.А. Захаров, 2007).

В настоящее время социально-психологические и экономические исследования малых групп наиболее распространены. Помимо удобств работы с ними, такие группы представляют интерес как элементарные

частицы социальной структуры общества, в которых зарождаются социальные процессы, прослеживаются механизмы возникновения лидерства и ролевых взаимоотношений (деловых и личных, рациональных и эмоциональных). Изучение малых групп в сфере туризма с целью познания психолого-педагогических и экономических закономерностей взаимодействия и взаимоотношений людей позволяет значительно повысить эффективность производственной деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Аванесов, В.С.** Тесты в социологическом исследовании / В.С. Аванесов. – М., 1982. – 200 с.
2. **Александрова, А.Ю.** Статистика международного туризма / А.Ю. Александрова // Международный туризм: учебник. – М.: АспектПресс, 2002. – С. 34-88.
3. **Аманжолова, Д.А.** Туризм в гуманитарных исследованиях / Д.А. Аманжолова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2008. – №2. – С. 81-85.
4. **Анаьева, Т.Н.** От индустриального к информационному обществу / Т.Н. Анаьева // Теоретические и прикладные проблемы сервиса. – 2001. – №1. – С. 17-23.
5. **Андреева, Г.М.** Социальная психология: учебник для вузов / Г.М. Андреева. – М.: МГУ, 1999. – 375 с.
6. **Бабурин, В.А.** Особенности социально-экономических исследований в области сервиса / В.А. Бабурин, В.Н. Соловьёв // Теоретические и прикладные проблемы сервиса. – 2001. – №1. – С. 88-93.
7. **Волков, Ю.Г.** Социология: учебник для вузов / Ю.Г. Волков, И.В. Мостовая. – М.: МГУ, 1998. – 244 с.

8. **Григорьев, С.И.** Основы современной социологии / С.И. Григорьев, Ю.Е. Растов. – М.: МГУ, 2001. – 252 с.
9. **Захаров, М.А.** Социология: курс лекций / М.А. Захаров. – Смоленск: СмолГУ, 2007. – 168 с.
10. **Кравченко, А.И.** Социология: учебник для вузов / А.И. Кравченко, В.Ф. Анурин. – СПб.: Питер, 2003. – 432 с.
11. **Мельников, В.М.** Психология: учебник / В.М. Мельников. – М.: Физкультура и спорт, 1987. – 367 с.
12. **Морено, Я.** Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе: Пер. с англ. – М.: Академический Проект, 2001. – 384 с.
13. **Музыченко, В.В.** Психология и социология – лучшие друзья человека / В.В. Музыченко // Управление персоналом: учебник. – М.: Академия, 2003. – С. 448-506.
14. **Немов, Р.С.** Психология: учебник для вузов. – В 3 кн., Кн. 3: Психодиагностика. Введение в научное психологическое исследование с элементами математической статистики / Р.С. Немов. – 3-е изд. – М.: ВЛАДОС, 1999. – 640 с.
15. **Немов, Р.С.** Психология: учебник для вузов. – В 3 кн., Кн. 1: Общие основы психологии / Р.С. Немов. – 5-е изд. – М.: ВЛАДОС, 2005. – 687 с.
16. **Ядов, В.А.** Социологическое исследование / В.А. Ядов. – М.: Наука, 1972. – 239 с.
17. **Belbin, M.** Management Teams: Why They Succeed or Fail? / M. Belbin. – Oxford: Butterworth Heinemann, 1996. – 171 p.
18. **Belbin, M.** Team-Roles at Work. / M. Belbin – Oxford: Butterworth Heinemann, 1996. – 141 p.
19. **Leary, T.** Interpersonal diagnosis of personality / T. Leary. – N.Y.: Ronald Press, 1957. – 518 p.

