



DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-4-722-738

## Личностные характеристики участников фокус-группового исследования как фактор повышения качества данных\*

Ж.В. Пузанова<sup>1</sup>, Т.И. Ларина<sup>1</sup>, А.Т. Гаспаршвили<sup>1,2,3</sup>,  
К.В. Радкевич<sup>1</sup>, С.В. Захарова<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Российский университет дружбы народов  
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, 117198, Россия

<sup>2</sup>Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова  
Ленинские горы, 1, Москва, 119234, Россия

<sup>3</sup>Институт социологии ФНИСЦ РАН  
ул. Кржижановского, 24/35, Москва, 117218, Россия

<sup>4</sup>Клинский институт охраны и условий труда  
ул. Дзержинского, 6а, Клин, 141607, Россия

(e-mail: [puzanova-zhv@rudn.ru](mailto:puzanova-zhv@rudn.ru); [larina-ti@rudn.ru](mailto:larina-ti@rudn.ru); [gasparishvili@yandex.ru](mailto:gasparishvili@yandex.ru);  
[radkevich-kv@rudn.ru](mailto:radkevich-kv@rudn.ru); [svetlanochka.zakharova@gmail.com](mailto:svetlanochka.zakharova@gmail.com))

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследования, направленного на поиск методологических путей повышения качества социологической информации, получаемой в ходе фокус-группового обсуждения. Современная научная сфера меняется — наряду с появлением новых методов уже существующие, в том числе в пограничных научных областях, адаптируются под конкретные цели исследователей. Актуальным направлением совершенствования социологических методов является внедрение приемов анализа психологических аспектов поведения респондентов в ходе фокус-групп, так как неосознаваемые реакции могут указать исследователю на потенциальные смещения информации и повлиять на качество результатов проекта. На базе РУДН был проведен трехэтапный методический эксперимент с применением психологической методики «7 радикалов», системы кодирования специфического аффекта (SPAFF) и метода личностного дифференциала. На первом этапе целью эксперимента было изучение способности людей без специальных знаний в области психотипирования определить доминирующие радикалы в характере. На втором этапе целью стала оценка представителями разных психотипов друг друга для выработки рекомендаций по рассадке участников фокус-группы. На третьем этапе оценивалось качество данных, полученных в фокус-группах, где модератор имеет или не имеет специальные навыки (знание психотипов, FACS и SPAFF). В результате были разработаны рекомендации для модераторов, направленные на повышение эффективности работы с участниками фокус-групп и, как следствие, на повышение качества социологической информации. В статье дается оценка перспективам внедрения психологических методик в систему обучения модераторов фокус-групп и представлены рекомендации для модераторов, сформулированные по итогам многоэтапного эксперимента. Его результаты частично решают проблему качества данных, получаемых в ходе

\* © Пузанова Ж.В., Ларина Т.И., Гаспаршвили А.Т., Радкевич К.В., Захарова С.В., 2021  
Статья поступила 28.07.2021 г. Статья принята к публикации 28.09.2021 г.

фокус-групп, за счет обучения модератора междисциплинарным приемам (SPAFF и психотипирование участников).

**Ключевые слова:** социологическая информация; фокус-группа; модератор; психотип; SPAFF; методика «7 радикалов»; метод личностного дифференциала

Особенность метода фокус-групп — вовлеченность одновременно нескольких участников в обсуждение проблемы. В ходе фокус-группового интервью происходит два важных процесса [1]: дифференциация участников по отношению к обсуждаемому предмету; интеграция, в результате которой выясняется это отношение к предмету. Эти процессы могут оказать на процесс взаимодействия как позитивный, так и негативный эффект. Положительное влияние групповой динамики заключается в возможности получения более глубокой и разносторонней информации об объекте исследования. Отрицательный эффект групповой динамики связан с получением неполной, недостоверной информации. Проблемы фокус-групп как метода получения разброса мнений о проблеме в ходе групповой беседы в формате коммуникации «модератор-участник» и «участник-участник» с максимальным сохранением естественности беседы можно классифицировать по нескольким признакам: 1) зависящие от модератора, 2) возникающие при анализе вербальных аспектов (интерпретация и т.д.), 3) возникающие при анализе невербальных проявлений («молчаливое согласие», жесты и позы респондента и т.д.).

В ходе фокус-групповой дискуссии модератору необходимо стремиться к достижению двух основных целей: во-первых, способствовать вовлеченности всех участников в обсуждение, чтобы получить качественную информацию в соответствии с целями исследования; во-вторых, управлять групповым процессом, нейтрализуя влияние деструктивных участников, т.е. выполнять функцию лидера группы, несмотря на равную позицию с другими участниками, способствующую естественности обсуждения. К основным функциям ведущего фокус-группы относятся [2. С. 332–334]: поддержание равной степени активности всех участников, сдерживая наиболее активных во избежание возникновения обособленного обсуждения между ними, а также стимулирую наименее активных участников во избежание потери интереса к дискуссии и, как следствие, части информации (наблюдение за вербальными и невербальными реакциями респондентов, что оптимизировано в рамках SPAFF); погашение конфликтов — при возникновении конфликта обсуждение становится неконтролируемым и влечет за собой снижение качества информации, модератор должен вовремя заметить и предотвратить негативную ситуацию (при наличии информации об уровне конфликтности, причинах конфликтной ситуации и тенденциях поведения представителей различных психотипов модератор сможет успешно прогнозировать и предотвращать подобные ситуации); возврат дискуссии в контекст обсуждаемых проблем в случае ее отклонений от темы; запуск дискуссии — при исчерпании интереса респондентов модератору необходимо возобновить дискуссию путем перехода к другой тематике или возврата к уже обсужденным проблемам.

Высокий профессионализм и опыт модератора не всегда является залогом успеха, потому что результат фокус-группы зависит и от самих участников обсуждения. М. Шоу выделил пять категорий личностных черт участников фокус-групп [17]: ориентация на межличностное общение (одобряющая, располагающая, избегающая); отзывчивость (социальная сензитивность — эмпатия, социальное понимание, социальность); стремление к власти как желание доминировать, обусловленное самооценкой (агрессивность, упорство, стремление к превосходству); надежность (ответственность, уверенность в себе, самоуважение); эмоциональная устойчивость (тревожность и личностное приспособление). Помимо личностных особенностей, существует ряд психологических характеристик участников, оказывающих влияние на их статус в группе [8. С. 85–89]: аффиляция — способность к взаимодействию с другими людьми, выраженная в стремлении к общению и получению удовольствия от него; экстраверсия — открытость по отношению к внешнему миру и окружающим людям; интроверсия — замкнутость по отношению к внешнему миру и окружающим людям; конформность — приверженность наиболее распространенному в группе мнению независимо от собственной позиции; доминантность — стремление распространить свою точку зрения среди всех участников группы; тревожность — проявление осторожности и беспокойства в ситуации фокус-группового обсуждения, что препятствует высказыванию собственного мнения.

Перечисленные характеристики влияют на степень вовлеченности респондентов в дискуссию и на качество информации. Распознаванию психологических особенностей респондентов могут способствовать такие методики, как «7 радикалов», система кодирования специфического аффекта и личностный дифференциал. Многие исследователи разрабатывали классификации участников групповых обсуждений по стилю поведения в группе, основанному на психологических аспектах. Среди наиболее общих типов респондентов можно назвать «эксперта», «лидера» и «застенчивого».

Мы использовали классификацию типов личности В.В. Пономаренко — методику «7 радикалов», которая пересекается с типологией К. Леонгарда [6], А.Е. Личко [7] и А.П. Егидеса [4], но имеет ряд преимуществ: включает меньше типов — семь, и они сформированы на основании константных характеристик поведения, в отличие от категорий Э. Кречмера [5] и У.Г. Шелдона [18]. Основным достоинством методики является возможность определения психотипа без специальной квалификации в данной области.

Характер — это «способ адаптации индивидуума к социальной среде» [10. С. 23], составляющими элементами характера являются тенденции поведения, присущие тому или иному типу личности — психотипу. В основе психотипа лежат радикалы, т.е. однородные по происхождению внутренние психические условия, носящие врожденный характер или усваиваемые в процессе социализации [10. С. 8]. В характер человека может входить несколько радикалов, но проявляться они будут в разной степени. Психотип — это ведущий «радикал», т.е. самые яркие черты: согласно правилу определения психотипа, чем

ярче конкретные черты радикала, тем более он доминантен [10. С. 194]. Методика «7 радикалов» содержит информацию о следующих психотипах: истероидный, эпилептоидный, паранойяльный, эмотивный, шизоидный, гипертимный, тревожный, и каждый респондент может обладать поведенческими качествами всех психотипов [10. С. 169], но модератору фокус-группы необходимо определить доминирующий тип личности и на данном основании строить коммуникацию.

Следующей психологической методикой, адаптированной под социологические цели, стала система кодирования специфического аффекта «SPAFF». Основная ее идея заключается в наблюдении за эмоциональными проявлениями в ходе межличностного взаимодействия. На основании негативного или позитивного характера аффектов можно сделать вывод о том, будет ли успешен результат интеракции, а также влиять на ход общения посредством управления эмоциональными проявлениями. При использовании системы кодирования специфического аффекта учитываются как вербальные, так и невербальные проявления, что является преимуществом перед схожими системами (MICS, FAST, CISS), учитывающими лишь отдельные эпизоды интеракций [11. С. 88].

Поскольку система кодирования специфического аффекта базируется на системе кодирования лицевых движений (FACS), разработанной П. Экманом и У. Фризенем [16], в ней содержится описание основных мимических реакций (AU — Action Unit), упомянутых в характеристиках аффективных проявлений. Несмотря на то, что в рамках фокус-групповой дискуссии затруднительно обращать на них внимание, ознакомление с данной информацией может быть полезно для управления эмоциональными проявлениями модератора, видимыми участникам фокус-группы, а также для фиксации наиболее ярких реакций со стороны участников с целью наиболее точного определения аффекта.

В рамках фокус-группового исследования возможно использовать SPAFF в нескольких направлениях [11. С. 91]: анализ значимых этапов фокус-группы, что позволит проследить развитие и характер групповой динамики; коэффициент успешности фокус-группы может считаться для отдельных смысловых блоков, что позволит выявить чувствительные аспекты целевых групп; оценка мастерства модератора фокус-группы; оценка качества рекрута — некоторые критерии аффектов (например, «совместные воспоминания») могут указывать на факт знакомства участников. Система кодирования специфического аффекта включает 18 категорий возможных реакций респондентов [15]: 5 позитивного характера (расположение, подтверждение, юмор, энтузиазм, интерес), 12 — негативного (злость, воинственность, презрение, критика, оборона, отвращение, доминирование, страх/напряжение, печаль, «каменная стена», угрозы, нытье) и нейтральность.

Для проверки возможности применения описанных психологических методик в социологии был осуществлен методический эксперимент, цель которого — выяснение, какие особенности поведения, обусловленные

психотипом участников фокус-групп, влияют на качество предоставляемой информации.

Эксперимент проводился в несколько этапов: 1) методы — эксперимент, проективный метод; цель — изучить возможность или невозможность для людей без особенных знаний в области психотипирования определять доминирующие радикалы; стимульный материал — изображения известных людей, подобранные согласно методике В.В. Пономаренко. Одной группе респондентов, рекрутированных случайным образом (30 человек), предлагалось охарактеризовать представителей разных типов личности (психотипы заданы), высказать свои впечатления по предложенным категориям (описание, цветовая гамма, черты характера, внешность, сфера профессиональной деятельности) в форме открытых ответов. Другой аналогичной по составу группе было предложено сгруппировать представителей психотипов по схожести личностных качеств и внешним признакам на интуитивном уровне (психотипы не заданы). Изображения были идентичны с изображениями, предложенными первой группе, но не были упорядочены.

2) Метод — личностный дифференциал; цель — оценка представителей разных психотипов друг другом для разработки рекомендаций по рассадке участников в рамках фокус-группы. 3) Методы — фокус-группа, эксперимент, анализ данных при помощи FACS и SPAFF; цель — измерение качества данных в группах, где модератор обладает специальными навыками (знание психотипов, FACS и SPAFF) и где не обладает. Проведено 2 контрольных и 2 экспериментальных фокус-группы. В первой группе модератор не знал психотипы участников, не соблюдал результаты расчетов по методу личностного дифференциала для рассадки участников, игнорировал проявление аффектов. Во второй группе модератор знал психотипы, контролировал аффекты и соблюдал размещение в соответствии с результатами личностного дифференциала.

Были выдвинуты следующие гипотезы: для каждого психотипа определенные поведенческие свойства, которые могут проявляться в ситуации фокус-группового интервью; аффекты респондентов могут влиять на ход фокус-группы, направляя ее в положительную или отрицательную сторону; зная характерные для психотипов аффекты, модератор сможет прогнозировать и контролировать их проявление и тем самым воздействовать на групповую динамику.

*Первый этап.* Для проверки возможности использования концепции психотипов в социологии сначала была реализована процедура апробации методики «7 радикалов». Проблемная ситуация заключалась в незнании, возможно ли выделить характерные черты психотипов, не имея специальных знаний. Дополнительной задачей выступила необходимость выяснить, какие характеристики психотипов являются наиболее общими для «обывателя». Были выдвинуты следующие предположения: среди основных качеств визуального восприятия психотипов будут названы следующие: яркость, привлечение внимания, неискренность, эгоизм (истероиды); смелость, агрессивность,

требовательность, спортивность (эпилептоиды); лидерство, целеустремленность, жестокость, уверенность (параноялы); доброта, спокойствие, сочувствие, альтруизм (эмотивы); высокий интеллект, обидчивость, бестактность, неадекватность (шизоиды); юмор, общительность, оптимизм, непостоянство (гипертимы); боязливость, скромность, консерватизм, невзрачность (тревожные); большинство респондентов сможет корректно сгруппировать хотя бы половину изображений с представителями психотипов.

Были отобраны респонденты, не имеющие специальной подготовки в области психотипов (30). Сначала респондентам предлагалось охарактеризовать представителей разных психотипов — описать 7 наборов изображений, на которых были сгруппированы представители каждого психотипа, дав свои ассоциации по категориям: описание, цветовая гамма, черты характера, внешность, сфера профессиональной деятельности. Изображения были поделены на цветные и черно-белые для изучения различия в визуальном восприятии. Было выявлено, что ассоциативные описания респондентов соответствуют теоретической базе В.В. Пономаренко (Табл. 1). При анализе пункты «общее описание» и «черты характера» были объединены, так как часто совпадали. Выяснилось, что наличие цвета в изображениях не влияет на восприятие психотипа. Таким образом, гипотеза о возможности выделения наиболее общих черт на основе визуального восприятия частично подтвердилась: респонденты упоминали большую часть психотипических «эталонных» свойств. Только 21% предполагаемых качеств не были упомянуты (6 из 28 — требовательность, спокойствие, обидчивость/бестактность, непостоянство, консерватизм у эпилептоидов, эмотивов, шизоидов, гипертимов, тревожных соответственно).

Другой группе респондентов из 30 человек было предложено объединить представителей психотипов по схожести личностных качеств и внешним признакам на интуитивном уровне, без специальных знаний о типах личности. Изображения были идентичны с первым шагом данного этапа, но не были упорядочены. В результате была подтверждена гипотеза, что большинство респондентов верно распределит хотя бы половину изображений: почти 80% сгруппировали более чем половину изображений.

Результаты этапа доказали возможность использования методики «7 радикалов» без специальной подготовки, т.е. рекомендации не будут требовать дополнительных финансовых и временных ресурсов для обучения модераторов основам применения теории психотипов. Представленных в рекомендациях описаний будет достаточно для быстрого определения типа личности респондента.

*Второй этап.* Цель — оценка представителями разных психотипов друг друга для выяснения разницы в мировоззрении и, соответственно, разработки рекомендаций по распределению респондентов в рамках фокус-группы. «Мировоззрение» в данном контексте включает в себя неосознаваемое отношение (коннотативные смыслы) к субъекту как представителю определенного психотипа.

Таблица 1

## Описание типов личности на основании визуального восприятия респондентами

Психотип	Описание/ Черты характера	Цветовые ассоциации	Внешность	Сфера деятельности
Истероидный	Скандальность, привлечение внимания	Желтый, фиолетовый, оранжевый	Яркая, привлекательная	Эстрада, шоу-бизнес
Эпилептоидный	Брутальность, жесткость, агрессия	Коричневый, синий	Спортивный стиль одежды короткие волосы	Спорт
Паранояльный	Власть, лидерство, целеустремлен- ность	Черный, красный	Официально- деловой стиль одежды	Управление
Эмотивный	Доброта, открытость, искренность	Желтый, голубой	Улыбчивость	Благотворитель- ность
Шизоидный	Высокий интеллект, стремление изобретать	Белый, серый	Странная	Наука
Гипертимный	Общительность, чувство юмора,	Оранжевый	Стильная	Развлечения
Тревожный	Нерешительность, застенчивость	Серый, коричневый	Невзрачная	Исполнители, сфера обслуживания

Методом личностного дифференциала, который процедурно совпадает с методом семантического дифференциала, было выяснено, как следует располагать респондентов для получения более качественных результатов. Опросный лист включал в себя обращение к респонденту, описание психотипа, понятное человеку, не знакомому с теорией психотипов, и список 21 антонимичной шкалы (методика В. Бехтерева). Стимул выглядел следующим образом: «Перед Вами 7 психологических типов людей. Скорее всего, каждого из них Вы встречали в течение жизни. Оцените, пожалуйста, данные типы с помощью следующих пар прилагательных от  $-3$  до  $+3$ , где значение со знаком « $-$ » относится к левому столбцу, а « $+$ » — к правому. При этом « $-3$ » наиболее близко к левому столбцу; « $+3$ » — к правому. Основывайтесь на своем понимании предложенных описаний». Пример описания: «Демонстративный тип: яркий оригинальный стиль, любит находиться в центре внимания, присуща неискренность и лесть». Так были отобраны 133 респондента (по 19 представителей каждого психотипа) и выявлены близость и отдаленность характеров. Выяснилось, что тревожные имеют наиболее схожее мировоззрение с шизоидами, а эмотивы — с гипертимами, что говорит о возможности расположения представителей данных типов рядом в рамках фокус-группы. Рекомендуется избегать пространственной близости шизоидов и тревожных с параноялами, а эмотивов — с истероидами.

*Третий этап.* Было проведено 4 фокус-группы, и после каждой (контрольной и экспериментальной) для оценки качества данных были использованы анкеты для модераторов и участников. Валидизирующая анкета для участников включала в себя вопросы: насколько понравилось участие в фокус-группе; комфортно ли было участвовать; какие положительные и отрицательные моменты они могут выделить; какие вопросы показались непривлекательными; с кем из участников было приятно контактировать, а с кем нет; устроили ли соседи по группе. Валидизирующая анкета для модератора экспериментальных групп включала вопросы: насколько сложно или легко было вести группу; общая оценка успешности группы; положительные и отрицательные моменты при ведении группы; легкость/сложность в определении психотипов участников; помогло ли знание психотипов при ведении группы; удачно ли было расположение каждого участника. Валидизирующая анкета для модератора контрольных групп включала вопросы: насколько сложно или легко было вести группу; общая оценка успешности группы; положительные и отрицательные моменты при ведении группы; встречались ли в группе «сложные» респонденты; помогло ли знание теории психотипов.

На основании валидизирующего теста с респондентами можно сказать, что средние оценки участниками фокус-группы друг друга (комфорт участия) различаются в экспериментальной и контрольной группах — 4,8 и 4,3 соответственно, что указывает на успешность эксперимента. На оценку участников оказывало влияние схожесть/различие мнений с другими респондентами. Результаты валидизирующего теста экспериментальной и контрольной групп с точки зрения модератора значимо не различаются, что может быть связано с уровнем профессионализма и опытом модераторов. Среди психотипов, которые было трудно или невозможно распознать, модераторы экспериментальной группы выделили эмотивный и шизодный. Так как в исследовании участвовали студенты РУДН, проявление аффектов могло сдерживаться в силу уважительного отношения к модератору, толерантности и других причин. В связи с этим рекомендации для модераторов содержат только проявленные в ходе эксперимента тенденции поведения, а также теоретическую основу для проверки остальных тенденций (расположение, критика, печаль, «каменная стена», угрозы и нытье не вошли в эксперимент, так как не были проявлены в ходе групповых обсуждений).

Сравнение результатов экспериментальной и контрольной групп показало, что соотношение негативных и позитивных аффектов, проявляемых в процессе фокус-группового обсуждения, различается, что указывает на большую эффективность фокус-групп, проводимых с применением знаний о психотипах. В рамках экспериментального группового интервьюирования в 39% случаев были проявлены позитивные аффекты, в 61% — негативные, контрольная группа респондентов показала 29% позитивных поведенческих проявлений против 71% негативных. В процессе обработки данных было выяснено влияние аффектов на ход фокус-группы (Табл. 2).

Таблица 2

**Поведенческие проявления представителей разных психотипов**

Психотип	Проявляемые аффекты (кол-во)	Признаки аффекта	
<i>Экспериментальная группа (с применением знаний о психотипах)</i>			
Фокус-группа 1			
Истероидный	Оборона (1)	Извинения с целью переноса вины	
	Доминирование (3)	Запутывание, признание несостоятельности, нравочужения и патернализм	
	Воинственность (1)	Язвительные вопросы	
	Подтверждение (1)	Прямое выражение понимания	
Гипертимный	Доминирование (1)	Нравочужения и патернализм	
	Юмор (1)	Остроумие	
	Оборона (1)	Минимизация	
	Презрение (1)	Сарказм	
Тревожный	Страх/напряжение (3)	Нарушение речи, волнение, нервный смех	
	Юмор (1)	Добродушное поддразнивание	
Шизоидный	Воинственность (1)	Язвительные вопросы	
Эмотивный	Подтверждение (2)	Прямое выражение понимания	
Общее количество негативных/ позитивных/ всего аффектов	12/5/17	Соотношение, %	70%/30%
Фокус-группа 2			
Эпилептоидный	Доминирование (2)	Нравочужения и патернализм, беспрестанная речь	
	Презрение (1)	Сарказм	
	Подтверждение (1)	Обратная связь	
Эмотивный	Отвращение (1)	Непроизвольное отвращение	
	Энтузиазм (1)	Предвкушение	
	Злость (1)	Злые вопросы	
	Юмор (2)	Остроумие, добродушное поддразнивание	
Гипертимный	Страх (1)	Нервный смех	
Паранояльный	Доминирование (1)	Нравочужения и патернализм	
	Подтверждение (4)	Прямое выражение понимания, парафраз	
	Презрение (1)	Сарказм	
Шизоидный	Отвращение (1)	Непроизвольное отвращение	
	Юмор (1)	Остроумие	
	Доминирование (1)	Нравочужения и патернализм	
Общее количество негативных/ позитивных/ всего аффектов	10/9/19	Соотношение, %	52%/47%
Всего аффектов:	Общее количество негативных аффектов	Общее количество позитивных аффектов	Соотношение (%)
36	22	14	61%/39%

Психотип	Проявляемые аффекты (кол-во)	Признаки аффекта	
<i>Контрольная группа (стандартная фокус-группа)</i>			
Фокус-группа 1			
Эпилептоидный	Подтверждение (2)	Парафраз, прямое выражение понимания	
	Оборона (2)	Извинения с целью переноса вины	
Гипертимный	Доминирование (2)	Нравоучения и патернализм	
	Подтверждение (1)	Парафраз	
Тревожный	Оборона (1)	Извинения с целью переноса вины	
	Страх/напряжение (3)	Нарушение речи, волнение	
	Доминирование (1)	Нравоучения и патернализм	
	Подтверждение (1)	Прямое выражение понимания	
Паранояльный	Доминирование (1)	Нравоучения и патернализм	
	Подтверждение (1)	Парафраз	
Общее количество негативных/ позитивных/ всего аффектов	10/5/15	Соотношение, %	67%/33%
Фокус-группа 2			
Эпилептоидный	Доминирование (6)	Нравоучения и патернализм, беспрестанная речь, признание несостоятельности	
	Страх/напряжение (1)	Волнение	
Эмотивный	Подтверждение (1)	Прямое выражение понимания	
Тревожный	Юмор (1)	Забава и преувеличение	
Общее количество негативных позитивных/ всего аффектов	7/2/9	Соотношение, %	78%/22%
Всего аффектов:	Общее количество негативных аффектов	Общее количество позитивных аффектов	Соотношение (%)
24	17	7	71%/29%

Удалось установить влияние аффектов на групповую динамику (Табл. 3). Так, паранояльному психотипу, наряду с истероидным, свойственно проявлять доминирование, гипертимному — юмор, тревожному — страх/напряжение и оборону. Некоторые из аффектов не были проявлены или не соответствовали предполагаемым психотипам (например, представители эмотивного психотипа не проявляли расположения, а шизоидного — нытье или «каменную стену»). Наиболее часто проявляемыми поведенческими свойствами доминирования также обладают эпилептоиды, подтверждения — эмотивы. У шизоидов не было выявлено характерной тенденции поведения, так как не было повторяющихся реакций. Эмотивы почти не проявляют поведенческих тенденций, т.е. их поведение по большей части соответствует нейтральному аффекту. Количество проявленных аффектов: истероиды — 6, эпилептоиды — 15,

параноялы — 8, эмотивы — 8, шизоиды — 4, гипертимы — 8, тревожные — 11. Таким образом, тревожные проявляли аффекты наравне с параноялами и в большей степени, чем истероиды. Наиболее активными в данном контексте оказались представители эпилептоидного психотипа, наименее — шизоидного.

Таблица 3

**Влияние проявленных аффектов на групповую динамику и ход фокус-группы**

<b>Аффект</b>	<b>Влияние аффекта</b>
Нейтральность	Соответствие обсуждения естественным условиям
Проявления позитивного характера	
Подтверждение	Стимуляция получения более полной информации за счет внутригруппового обсуждения
Юмор	Снятие напряженности внутри группы
Энтузиазм	Внесение позитивного контекста в обсуждение
Интерес	Проявляется со стороны модератора для стимуляции активности респондента или дискуссии в целом
Проявления негативного характера	
Злость	Постановка границ для других участников в связи с нежеланием продолжать обсуждение затронутой темы
Воинственность	Выстраивание негативной коммуникации с участниками фокус-группы, нарушение групповой динамики за счет стимуляции конфликта
Презрение	Выстраивание негативной коммуникации с другими участниками, нарушение групповой динамики
Оборона	Стимуляция обвинений в свой адрес и направление дискуссии в формат спора
Отвращение	Выражение неприязни к объекту обсуждения
Доминирование	Введение участников и модератора фокус-группы в заблуждение, влияние на уровень активности участников за счет убеждения в своей правоте
Страх/Напряжение	Пассивное участие в обсуждении, неполнота информации

Успешные результаты эксперимента подтверждают возможность применения системы кодирования специфического аффекта в рамках социологического исследования, что позволяет разработать рекомендации модераторам. Основная идея предлагаемой методики заключается в умении распознать психотип респондента посредством наблюдения в ходе вводного этапа фокус-группы. Для этого модератору необходимо учитывать особенности поведения каждого участника и его внешний вид, а также руководствоваться кратким описанием типов личности. Методика подразумевает несколько этапов подготовки модератора: получение информации о существующих типах личности с целью распознавания доминирующего психотипа; получение информации о характерных поведенческих свойствах каждого типа, а также других возможных аффектах и их роли в контексте фокус-группового исследования; определение типов личности участников конкретной фокус-группы на основе наблюдения в ходе вводной части; прогнозирование поведенческих свойств участников и управление групповой динамикой посредством подавления негативных аффектов (при их возникновении) позитивными.

При изучении психотипов модератору следует обратить внимание на ситуации, которые могут спровоцировать представителей психотипов на конфликт [9. С. 7–9] (Табл. 4). Данные стимулы связаны с основными признаками психотипа, а их критика может, с одной стороны, вызвать негативные проявления участников фокус-группы, а, с другой, вернуть модератору лидерство при переходе к доминирующим участникам.

Таблица 4

**Перечень конфликтогенных ситуаций в соответствии с психотипами**

<b>Психотип</b>	<b>Конфликтогенная ситуация</b>
Истероид	Задевание самолюбия; равнодушие со стороны окружающих или игнорирование; критика достижений, способностей и таланта; вынужденное одиночество; невозможность проявить себя; попадание в нелепое или смешное положение; отсутствие ярких событий и возможности проявить способности; вынужденное пребывание в постоянном напряжении; удары по эгоцентризму
Эпилептоид	Изменение устоявшихся порядков и установленных правил; жесткая конкуренция со стороны сильных и энергичных людей; ограничение возможности проявлять авторитет, власть над другими; критика действий и недостатков; рутинная работа при отсутствии возможности выделиться; ущемление прав и интересов; неподчинение; предательство близкого человека
Паранойял	Эмоциональное отвержение со стороны значимых людей; изменение привычек; неожиданные поручения, просьбы, требования, противоречащие настроению; предъявление претензий; притеснения и неудачи; психические нагрузки
Эмотив	Несправедливые подозрения или обвинения; критика поведения; открытое соперничество; постоянные проверки деятельности или поведения; недоброжелательное внимание; вынужденное одиночество; угроза репутации; невозможность поделиться своими переживаниями
Шизоид	Смена устоявшихся стереотипов или привычек; необходимость устанавливать неформальные контакты; необходимость интимного разговора; необходимость руководить; необходимость выполнения интеллектуальной работы по заранее спланированным схемам и правилам; групповая и коллективная деятельность; вторжение посторонних людей во внутренний мир
Гипертим	Лишение свободного и разнообразного общения; внешнее ограничение двигательной активности; необходимость подчинения систематическим требованиям; вынужденный отказ себе в чем-то интересном; однообразная обстановка или монотонный труд; вынужденное безделье
Тревожный	Необходимость принятия самостоятельных решений и быстрой смены обстановки/вида деятельности; выполнение заданий без четких указаний и инструкций; прямая критика; длительные нагрузки; возложение ответственности

**Рекомендации модераторам:**

- Необходимо пространственное распределение участников в соответствии с результатами личностного дифференциала при возникновении конфликтных ситуаций. Близкие по мировосприятию типы будут испытывать комфорт, находясь рядом или в поле зрения друг друга (напротив), и, следовательно, предоставлять более качественную информацию. Различных по мировосприятию респондентов следует распределять так, чтобы они не имели пространственного контакта (например, между тревожным и паранойялом можно посадить эмотива).

- Необходима фиксация вербальных и невербальных проявлений участников, указывающих на тот или иной аффект, с целью определения характера фокус-группы, на основании чего будут сделаны выводы об успешности/неуспешности обсуждения и качестве полученных данных. Можно использовать шаблон регистрации:

Участник	Психотип участника	Аффект	Вербальное проявление	Невербальное проявление	Стимул
1. Имя					
2. ...					

- Модератору необходимо контролировать проявление аффектов со своей стороны, чтобы не стать источником конфликтной ситуации.
- Модератор может использовать знание о психотипе (Табл. 5) наряду с классификациями участников фокус-группы и подбирать рекомендации в соответствии с проявляемой тенденцией поведения. В качестве примера представлено сопоставление категорий респондентов согласно М. Дебюс [3] с типами личности (Табл. 6).

Таблица 5

**Описание психотипов, включенное в рекомендации для модераторов**

Психотип	Описание	Черты личности	Цветовая гамма	Внешность
Истероид	стремление демонстрировать окружающим иллюзорно благополучную модель мира, в которой центральное место занимает он сам	яркость, привлечение внимания, неискренность, эгоизм	желтый, фиолетовый, оранжевый	яркая, привлекательная
Эпилептоид	подавление потенциальной угрозы за счет установления формального порядка и контроля ситуации	смелость, агрессивность, требовательность, спортивность	коричневый, синий	спортивный стиль одежды, короткие волосы
Паранойял	настойчивое продвижение собственной модели переустройства мира с целью ее совместной реализации	лидерство, целеустремленность, жестокость, уверенность в себе	черный, красный	официально-деловой стиль одежды
Эмотив	гуманизация и гармонизация внутреннего и внешнего мира	доброта, спокойствие, сочувствие, альтруизм	желтый, голубой	улыбчивость
Шизоид	нестандартный взгляд на мир	высокий интеллект, обидчивость, бестактность, неадекватность	белый, серый	странная
Гипертим	оптимистическое восприятие ситуации	юмор, общительность, оптимизм, непостоянство	оранжевый	стильная
Тревожный	проявление осторожности и консерватизма	боязливость, скромность, консерватизм, невзрачность	серый, коричневый	невзрачная

– Следует учитывать роль каждого аффекта в контексте фокус-группы, что будет способствовать более успешному управлению групповой динамикой.

Таким образом, модератору необходимо обладать информацией по трем направлениям: психотип респондента; поведенческие свойства (аффекты); проксемический компонент (расположение респондентов согласно личностному дифференциалу).

Таблица 6

**Классификация «сложных» участников фокус-группы по теории психотипов**

Тип респондента	Психотип
доминирующий	истероид, параноял, эпилептоид
робкий	тревожный
эксперт	параноял, эпилептоид
многословный	гипертим
неадекватный	шизоид
незавершенный	тревожный
смущенный	тревожный
слишком позитивный	гипертим, эмотив
негативно настроенный	эпилептоид
враждебный	эпилептоид
прерывающий	шизоид, эпилептоид
спрашивающий	гипертим

Исследование доказало возможность применения теории психотипов совместно с системой кодирования специфического аффекта для совершенствования социологических методов и позволило разработать рекомендации по их внедрению в фокус-групповую дискуссию. Плюсом предложенной методики является ее естественность в части психотипирования, которое, как показал первый этап эксперимента, интуитивно понятно даже людям, незнакомым с теорией «7 радикалов», однако этого нельзя сказать о системе кодирования специфического аффекта (SPAFF), на обучение которой придется потратить время. Знание психотипов позволит модератору легче управлять групповой дискуссией, однако SPAFF обладает большим эвристическим потенциалом и открывает для модератора прогностические возможности и доступ к более глубокой аналитике, если он сам работает с транскриптами и отчетом.

**Информация о финансировании**

Статья подготовлена в рамках госзадания № 075-00167-20-03 «Социогуманитарные основы противодействия экстремизму».

**Библиографический список**

- [1] Белановский С.А. Метод фокус-групп. М., 1996.  
 [2] Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. М., 1993.

- [3] Дебюс М. Качественные методы в социальных исследованиях. Фокус-группа. Барнаул, 1995.
- [4] Егидес А.П., Сугрובה Н.Ш. Как научиться разбираться в людях. Алма-Ата, 1991.
- [5] Кречмер Э. Строение тела и характер. Киев, 1924.
- [6] Леонгард К. Акцентуированные личности. М., 1989.
- [7] Личко А.Е. Психопатии и акцентуации характера у подростков. Психология индивидуальных различий. СПб., 2010.
- [8] Мельникова О.Т. Фокус-группы: Методы, методология, модерирование. М., 2007.
- [9] Платонов Ю.П. Психотип как фактор конфликтного поведения // Ученые записки СПбГИПСР. 2008. № 2.
- [10] Пономаренко В.В. Практическая характерология. М., 2017.
- [11] Пузанова Ж.В., Ларина Т.И. Использование системы кодирования аффектов (SPAFF) в фокус-групповых исследованиях // Журнал социологии и социальной антропологии. 2016. № 4.
- [12] Пузанова Ж.В., Ларина Т.И., Захарова С.В. Рекомендации интервьюерам при проведении социологических опросов: практическое использование теории психотипов и анализа невербальных реакций респондентов // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2018. № 1.
- [13] Троцук И.В. Как возможна социология эмоций, и что она дает для понимания счастья и справедливости // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2021. Т. 21. № 3.
- [14] Троцук И.В., Королева К.И. Неочевидные ограничения социологической оценки благополучия: результаты методического эксперимента // Социальная политика и социология. 2020. Т. 19. № 1.
- [15] Coan J., Gottman J. The Specific Affect (SPAFF) coding system // Handbook of Emotion Elicitation and Assessment. N.Y., 2007.
- [16] Ekman P., Friesen W. Facial Action Coding System: A Technique for the Measurement of Facial Movement. Palo Alto, 1978.
- [17] Shaw M. Group Dynamics: The Psychology of Small Group Behavior. N.Y., 1981.
- [18] Sheldon W. The Varieties of Human Physique: An Introduction to Constitutional Psychology. N.Y., 1940.

DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-4-722-738

## Personal characteristics of the focus group participants as a factor of the data quality\*

Zh.V. Puzanova<sup>1</sup>, T.I. Larina<sup>1</sup>, A.T. Gasparishvili<sup>1,2,3</sup>,  
K.V. Radkevich<sup>1</sup>, S.V. Zakharova<sup>4</sup>

<sup>1</sup>RUDN University

*Miklukho-Maklaya St., 6, Moscow, 117198, Russia*

<sup>2</sup>Lomonosov Moscow State University

*Leninskie Gory 1, Moscow, 119991, Russia*

<sup>3</sup>Institute of Sociology of FCTAS RAS

*Krzhizhanovskogo St., 24/35–5, Moscow, 117218, Russia*

<sup>4</sup>Klinsky Institute for Labor Protection and Conditions

(e-mail: puzanova-zhv@rudn.ru; larina-ti@rudn.ru; gasparishvili@yandex.ru;  
radkevich-kv@rudn.ru; svetlanochka.zakharova@gmail.com)

**Abstract.** The article presents the results of the search for methodological ways to improve the quality of sociological information obtained in the focus group discussion. Today the scientific

---

\* © Zh.V. Puzanova, T.I. Larina, A.T. Gasparishvili, K.V. Radkevich, S.V. Zakharova, 2021  
The article was submitted on 28.07.2021. The article was accepted on 28.09.2021.

sphere is changing, and, in addition to the development of new methods, the existing interdisciplinary ones are being adapted to the specific research goals. An important way for improving sociological methods is the study of psychological aspects of respondents' behavior during focus groups, since unconscious reactions can indicate the potential information bias and affect the quality of the project results. In the RUDN University, a three-stage methodological experiment was conducted based on the psychological technique “7 radicals”, the Specific Affect Coding System (SPAFF) and the personal differential method. At the first stage, the experiment aimed at examining the ability of respondents without special knowledge in the field of psychotyping to identify the dominant radicals. At the second stage, representatives of different psychotypes assessed each other so that the researchers would develop recommendations for the seating of focus group participants. At the third stage, the quality of the data obtained in focus groups was assessed depending on the moderator's special skills (knowledge of psycho-types, FACS and SPAFF). Thus, the recommendations for moderators were developed — to increase the efficiency of work with focus group participants and to improve the quality of sociological data. The moderator needs knowledge in three areas: respondents' psycho-types, affects in SPAFF, and the proxemic component (seating of respondents). The authors assess the prospects for introducing psychological techniques into the training system for focus group moderators and provide recommendations for moderators based on the results of the multi-stage experiment. Its results partially solve the problem of the quality of the focus group data by explaining the need to teach moderators interdisciplinary techniques (SPAFF and psychotyping of the focus-group participants).

**Key words:** sociological information; focus group; moderator; psychotype; SPAFF; 7 radicals technique; personal differential method

### Funding

The article was prepared within the state assignment No. 075-00167-20-03 “Social-humanitarian foundations for countering extremism”.

### References

- [1] Belanovsky S.A. *Metod fokus-grupp* [Focus Group Method]. Moscow; 1996. (In Russ.).
- [2] Belanovsky S.A. *Metodika i tekhnika fokusirovannogo interviyu* [Method and Techniques of the Focused Interview]. Moscow; 1993. (In Russ.).
- [3] Debus M. *Kachestvennye metody v sotsialnykh issledovaniyakh. Fokus-gruppa* [Qualitative Methods of Sociological Research: Focus Group]. Barnaul; 1995. (In Russ.).
- [4] Egides A.P., Sugrobova N.Sh. *Kak nauchitsya razbiratsya v lyudyah* [How to Learn to Understand People]. Alma-Ata; 1991. (In Russ.).
- [5] Kretschmer E. *Stroenie tela i karakter* [Physique and Character]. Kiev; 1924. (In Russ.).
- [6] Leonhard K. *Aktsentirovannyye lichnosti* [Personality Accentuation]. Moscow; 1989. (In Russ.).
- [7] Lichko A.E. *Psihopatii i aktsentuatsii haraktera u podrostkov. Psihologiya individualnykh razlichij* [Teenagers' Psychopathies and Character Accentuations. Psychology of Individual Differences]. Saint Petersburg; 2010. (In Russ.).
- [8] Melnikova O.T. *Fokus-gruppy: Metody, metodologiya, moderirovanie* [Focus-Groups: Methods, Methodology, Moderating]. Moscow; 2007. (In Russ.).
- [9] Platonov Yu.P. Psihotip kak faktor konfliktного povedeniya [Psycho-type as factor of conflict behavior]. *Nauchny Zhurnal SPbGIPSr*. 2008; 2 (10). (In Russ.).
- [10] Ponomarenko V.V. *Prakticheskaya karakterologiya* [Practical Characterology]. Moscow; 2007. (In Russ.).
- [11] Puzanova Zh., Larina T. Ispolzovanie sistemy kodirovaniya affektov (SPAFF) v fokus-gruppovykh issledovaniyakh [SPAFF in the focus group research]. *Zhurnal Sotsiologii i Sotsialnoy Antropologii*. 2016; 4. (In Russ.).
- [12] Puzanova Zh.V., Larina T.I., Zakharova S.V. Rekomendatsii interviyueram pri provedenii sotsiologicheskikh oprosov: prakticheskoe ispolzovanie teorii psikhotipov i analiza neverbalnykh reaktsiy respondentov [Recommendations for interviewers conducting

- sociological surveys: The use of the psycho-types theory and analysis of respondents' nonverbal reactions]. *RUDN Journal of Sociology*. 2018, 18 (1). (In Russ.).
- [13] Trotsuk I.V. Kak vozmozhna sotsiologiya emotsiy, i chto ona daet dlya ponimaniya schastiya i spravedlivosti [How sociology of emotions is possible, and how it helps to understand happiness and justice]. *RUDN Journal of Sociology*. 2021; 21 (3). (In Russ.).
- [14] Trotsuk I.V., Koroleva K.I. Neochevidnye ogranicheniya sotsiologicheskoy otsenki blagopoluchiya: rezultaty metodicheskogo eksperimenta [Non-obvious limitations of the sociological assessment of well-being: Results of the methodological experiment]. *Sotsialnaya Politika i Sotsiologiya*. 2020; 19 (1). (In Russ.).
- [15] Coan J., Gottman J. The Specific Affect (SPAFF) coding system. *Handbook of Emotion Elicitation and Assessment*. New York; 2007.
- [16] Ekman P., Friesen W. Facial Action Coding System: A Technique for the Measurement of Facial Movement. Palo Alto; 1978.
- [17] Shaw M. *Group Dynamics: The Psychology of Small Group Behavior*. New York; 1991.
- [18] Sheldon W. *The Varieties of Human Physique: An Introduction to Constitutional Psychology*. New York; 1940.