

УДК 303.1

DOI 10.51691/2541-8327_2022_9_5

***СОЧЕТАНИЕ ФОКУС-ГРУППОВОГО И ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО
МЕТОДОВ В ПРИКЛАДНЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ЦЕЛЯХ****

Ларина Т.И.

К.социол.н., доцент

Российский университет дружбы народов

Москва, Россия

Аннотация: Методы эксперимент и фокус-группы являются независимыми способами достижения эмпирических целей в прикладных социологических исследованиях, но иногда возникают ситуации, когда их соединение в одном исследовании приобретает синергетический эффект и дает большой объем полезной информации для исследователя. В статье представлен пример программной части исследования, в рамках которого сочетаются два этих метода, а также показаны возможные позитивные эффекты такого совмещения. Основным эффектом является возможность осуществления воздействия на переменные и проверка логических гипотез по влиянию этого воздействия с сохранением естественности поведения участников групп.

Ключевые слова: эксперимент, фокус-группа, зависимая переменная, контрольная переменная, рандомизация.

***COMBINING FOCUS GROUP AND EXPERIMENTAL METHODS FOR
APPLIED SOCIOLOGICAL PURPOSES***

Larina T.I.

PhD in sociology., associate professor

* Статья подготовлена в рамках гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых - кандидатов наук «Разработка социологической методики диагностики группы риска экстремистского поведения среди молодежи» (МК-1466.2022.2)

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)
Moscow, Russia

Abstract: The methods of experiment and focus groups are independent ways to achieve empirical goals in applied sociological research, but sometimes there are situations when their combination in one study acquires a synergistic effect and gives a greater amount of useful information for the researcher. The article presents an example of the program part of the study, in which these two methods are combined, and also shows the possible positive effects of such a combination. The main effect is the possibility of influencing variables and testing logical hypotheses on the impact of this influence while preserving the naturalness of the behavior of group members.

Keywords: experiment, focus group, dependent variable, control variable, randomization.

В социальных науках метод эксперимента является одним из самых сложных, а метод фокус-групп – одним из самых популярных. Вопросы их совместного использования интересный методологический этюд, которые может принести синергетический эффект.

В данной статье сочетание методов будет показано на примере программы исследования, целью которого является выявление того, каким образом уровень эмоционального интеллекта и психотип обуславливают восприимчивость студентов к внушаемости на основе проведения методического эксперимента по восприятию fake-news.

Это исследование продолжает уже ранее реализованные авторские эксперименты, о результатах которых можно прочитать в опубликованных научных трудах [2,3]. Из релевантных исследований следует отметить исследование Вакуровой Н.В и Московкина Л.И, которые демонстрируют путем сочетания метода фокус-групп и эксперимента, каким образом происходит Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

искажение информации в группах [1]. Но в основном если данные методы и сочетают, то как правило не в параллельном плане, а последовательном, мы же делаем акцент именно на одномоментном использовании обоих методов.

Исследование строится на применении экспериментального подхода с использованием метода фокус-групп. Количество фокус-групп - 2. Контрольные переменные - психотип и уровень эмоционального интеллекта. Зависимая переменная - внушаемость. Группы будут рандомизированы по психотипу (в каждой по одному представителю каждого радикала, итого 8), но одна будет состоять из участников с высоким уровнем эмоционального интеллекта, а другая - с низким. Тема обсуждения будет касаться грамотности в медиапространстве, в ходе реализации фокус-групп будет применен стимульный материал, направленный на тестирование грамотности распознавания fake-news (провокация, заключающаяся в попытке повлиять на мнения участников по контрольному вопросу, эксперимент, обсуждение). Валидизировать переменные позволит индивидуальное тестирование до фокус-группы и после с целью отслеживания изменения или отсутствия изменения мнения по контрольному вопросу, диагностирования тем самым степени внушаемости. Результатом станут научно-практические рекомендации по выявлению студентов, которые могут быть подвержены внушению больше остальных, на основе знания их уровня эмоционального интеллекта и психотипа, а также научно-практические рекомендации по выработке у студентов навыков распознавания индикаторов fake-news в медиапространстве.

Задачи исследования:

1. Определить уровень эмоционального интеллекта участников фокус-групп на основе теста Шутте и акцентуированных радикалов по опроснику Б.В. Овчинникова и И.В. Тюрпиной.

2. При помощи онлайн анкетирования идентифицировать участников фокус-групповой дискуссии, которые способны отличить “fake-news” от реальной и которые не способны.

3. При помощи стимульного материала и проективных методик (проективные вопросы, ассоциативные вопросы, видеоматериалы, авторская методика “подсадная утка” [3]) осуществить попытку воздействия на установку участников группы в ходе фокус-группы.

4. По итогам фокус-групповой дискуссии повторно измерить социальную установку участников, сравнить попарно (у одинаковых психотипов) среди представителей групп с высоким и низким уровнем ЭИ.

Методы: Эксперимент с применением метода фокус-групп

Гипотезы:

1. Участники с низким уровнем эмоционального интеллекта, в целом, более подвержены внушаемости (изменению своей социальной установки), в отличие от участников с высоким эмоциональным интеллектом.

2. Представители со слабой нервной системой (истероиды, эмотивы – астеники, гипотимики) подвержены в большей степени внушаемости.

3. Эпилептоиды, паранойялы, шизоиды менее склонны к внушению ввиду особенностей психики.

4. Тревожные, в силу особенностей психики, в т.ч. боязни к переменам и конформизму, смогут изменить свою социальную установку в том случае, если некоторые участники группы открыто выскажутся о противоположной точке зрения. Т.е. тревожные подвержены внушению в силу социального давления.

Процедура: Исследование строится на применении экспериментального подхода с использованием метода фокус-групп.

Контрольные переменные – психотип и уровень эмоционального интеллекта.

Зависимая переменная – внушаемость.

Группы будут рандомизированы по двум признакам – эмоциональному интеллекту (высокий и низкий) и психотипам (в каждой группе по одному представителю каждого радикала, итого по 8 участников).

Первая группа – студенты с преобладающим низким эмоциональным интеллектом, по одной с выраженной акцентуацией каждого типа, которые способны отличить “fake-news”.

Вторая группа – студенты с преобладающим высоким эмоциональным интеллектом, по одной с выраженной акцентуацией каждого типа, которые способны отличить “fake-news”.

На этапе рекрутинга среди участников замеряется уровень эмоционального интеллекта, определяется их психотип на основе опросника Б.В. Овчинникова и И.В. Тюрпиной, а также идентифицируются участники, которые способны отличить “fake-news” от реальной с помощью онлайн анкетирования. В анкете респондентам будет предложено оценить на предмет истинности 8 новостей различной тематики (политика, общество, наука, спорт), половину из которых составляли реальные новости, а половину – фейковые. Затем участникам нужно указать, по каким критериям новость была классифицирована как реальная или фейковая. В выборку войдут материалы, опубликованные как в федеральных СМИ в Сети, так и в социальных медиа. В качестве фейковых будут рассматриваться новостные сообщения, истинность которых была опровергнута в публичном пространстве. При этом нужно исключить из выборки студентов-журналистов, т.е. респондентов, которых обучают грамотной работе с информацией.

Тема обсуждения будет касаться грамотности в медиапространстве, в ходе реализации фокус-групп будет применен стимульный материал, направленный на тестирование грамотности распознавания fake-news (провокация, заключающаяся в попытке повлиять на мнения участников по контрольному вопросу, эксперимент, обсуждение) с целью изменения ее на противоположную, а также применится стимульная методика – “подсадная утка” – в фокус-группе участвует человек, который будет “изнутри” влиять на установку участников группы [3].

По окончании фокус-групп будет вновь замеряться установка участников для подтверждения/опровержения поставленных гипотез по внушаемости психотипов с разными уровнями эмоционального интеллекта. Для четкого сравнения установок будет производиться индивидуальный тест, который позволит сравнить пары участников – например, участники с шизоидной акцентуацией с низким и высоким уровнем эмоционального интеллекта и т.д.

Результатом станут научно-практические рекомендации по выявлению студентов, которые могут быть подвержены внушению больше остальных, на основе знания их уровня эмоционального интеллекта и психотипа, а также научно-практические рекомендации по выработке у студентов навыков распознавания индикаторов fake-news в медиaprостранстве.

Сочетание метода фокус-групп и эксперимента в данном случае дает возможность осуществления воздействия на переменные и проверки логических гипотез по влиянию этого воздействия (метод эксперимента) с сохранением естественности поведения участников групп (метод фокус-групп).

Библиографический список

1. Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Условия передачи смысла и порождение нового в экспериментах на фокус-группе // Архивариус. 2016. №1 (5).
2. Пузанова Ж.В., Ларина Т.И., Гаспаришвили А.Т., Радкевич К.В., Захарова С.В. Личностные характеристики участников фокус-группового исследования как фактор повышения качества данных // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2021. №4.
3. Пузанова Ж.В., Ларина Т.И., Гудкова Я.А. Диагностика уровня конформности студенческой молодежи (результаты методического эксперимента)// Вестник РУДН. Серия «Социология». №3. 2022.

Оригинальность 97%