

УДК 303.4(075.8)

Л. А. Гумматова
доцент

Азербайджанського державного економічного університета

Б. А. Ахмедов

старший преподаватель кафедры философии

Азербайджанського державного економічного університета

ПОНЯТИЕ ДОСТОВЕРНОСТИ ИНФОРМАЦИИ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ОПРОСЕ И УСЛОВИЯ ЕЕ ДОСТИЖЕНИЯ

Несмотря на актуальность проблемы достоверности информации, в социологической литературе пока еще нет фундаментальных работ, специально посвященных ее монографическому исследованию. Методическая неразработанность проблемы ощутимо сказывается на качестве научно-социологической литературы. Так, например, в публикациях встречаются различные, порой даже противоположные определения понятия достоверности. В одних источниках достоверность социальной информации трактуется как «вопрос об искренности респондентов», в других – как ясность и обоснованность фактов. Некоторые ученые полагают, что достоверность есть совпадение, соответствие наблюдений различных наблюдателей относительно одного и того же объекта. Другие же определяют достоверность как адекватную регистрацию эмпирических данных. Однако глубокий анализ проблемы достоверности информации в социологии, да и самого термина достоверности, показывает, что приведенные определения не соответствуют научному содержанию данного термина.

Такого рода односторонние трактовки связаны, прежде всего, с несовершенством познавательного аппарата прикладной социологии. Так, например, в отличие от точных наук некоторые понятия в гуманитарных науках и социологии не обладают конкретной определенностью. Понятия, относящиеся к проблеме достоверности, также обладают различной степенью достоверности. Некоторые из них, такие, например, как «надежность» и «достоверность», «качество» и «точность», «искренность» и «верность», «обоснованность» и «объективность» используются как синонимы. Видимо, причиной таких определений стало то, что эти не очень точные по содержанию термины были перенесены из обычного разговорного языка в социологию. В словаре русского языка Ожегова вообще не проводятся смысловые различия между словами «надежность» и «достоверность» [5, с. 267]. Их английский («*reliability*») и немецкий («*Zuverlässigkeit*») эквиваленты в разговорной речи используются в смысле и надежности, и достоверности. В азербайджанском языке также не проводится смысловое различие между словами «*etibarlıq*» и «*müəbərlik*».

В марксистской гносеологии достоверность есть противоположная вероятности категория. Вероятность и достоверность представляют собой две характеристики доказательств знания. Отдельные выражения, концепции и теории выступают формами достоверного знания, если имеют достаточные основания их истинности. Одним словом, достоверность – это знание, не требующее дополнительного доказательства. Вероятностное знание же есть знание, нуждающееся в дополнительном доказательстве, поскольку имеются сомнения в его истинности.

И. Элез определяет достоверность как способ существования истины «для нас» и выделяет два аспекта в определении достоверности знания: определение истинности знания и веру, уверенность субъекта в этом [8, с. 55]. Первый аспект означает обоснование истинности знания и осуществляется обычно в форме либо практического подтверждения, либо логического доказательства. Второй аспект есть убеждение. Своим убеждением субъект выражает свое отношение к тому или иному положению. Это зависит, прежде всего, от логического обоснования и личности субъекта познания.

Поскольку вера есть субъективная характеристика, особо важное значение имеет рассмотрение данного аспекта в неразрывной связи с первым. Приведенные нами мнения социологов являются ошибочными именно ввиду их односторонности, опоры на один из этих аспектов.

Исследователь действительно может быть уверен в искренности выражений респондента, однако эта убежденность не исключает того, что эти выражения могут быть ошибочными. Такое положение имеет место в случаях, когда респондент дает интервью относительно вопроса, о котором не имеет понятия. Известно, что любая информация, получаемая с помощью метода опроса, отражается в сознании респондента. Так, если респондент неправильно понимает ту или иную проблему, то он вполне искренне может дать об этом ошибочную информацию. Однако выражения респондента могут быть неправильными и в случаях, когда исследователь их адекватно фиксирует. Независимо от того, являются ли мнения респондентов искренними или ложными, термины «правильный», «неправильный», «искренний», «неискренний» могут обозначать истинность или ложность этих высказываний. Многие выражения могут быть искренними, в тоже время ложными, или наоборот, неискренними, но истинными. Очевидно, неправомерно отождествлять понятия «достоверность», «искренность» и «правдивость». Нами в данной статье поставлена задача обобщить теоретические разработки вопроса надежности информации в социологическом исследовании.

Понятие «надежность» более близко к понятию «вероятность», поскольку характеризует познавательные процессы, результаты которых носят вероятностный характер. Во всех сферах знания, основывающихся на предположениях и использующих эмпирические методы, оно выступает в качестве функционального понятия. В этих случаях надежность обозначает обеспечение с большей вероятностью нужного, прогнозируемого результата.

В работах некоторых авторов надежность понимается в прикладном смысле, а также в смысле вероятности сохранения полученного качества на протяжении определенного времени.

Несмотря на то, что на различных этапах исследовательского процесса понятие надежности несет различную смысловую нагрузку, оно всегда остается характеристикой преодоления определенных ошибок и нарушений. Поэтому в социологической литературе надежная социологическая информация определяется как безошибочная, не деформирующая познавательный образ объекта, а значит, пригодная для практического использования информация. Такая информация по своему качеству должна быть близка к достоверной информации.

Во всех случаях, когда актуализируется проблема надежности информации, возникает проблема ее логического обоснования, то есть определения степени соответствия полученной информации объекту. Однако обоснованность информации еще не означает ее достоверности. Достоверность есть характеристика гносеологического подхода к объекту исследования. Она определяет адекватность информации об объекте самому этому объекту. Достоверность есть доказательство объективности и истинности информации. В про-

цессе исследования она полностью не доказывается, но проверяется практически.

Если социолог в процессе исследования не имеет полного представления о достоверности получаемой информации, то для определения предела адекватности знания объекту он использует понятия «качество», «обоснованность», «надежность». Это позволяет ему избежать ряда нерешенных логических проблем и нести меньшую ответственность за достоверность полученной информации.

Этап сбора исходной информации для решения проблемы достоверности информации в социологии требует соблюдения ряда важных условий. Поскольку опрос является сложным по своей структуре и самым распространенным методом социологического исследования, проблема достоверности проявляется здесь наиболее ярко. Поэтому все условия и рекомендации по применению опроса направлены на решение этой важной проблемы.

Опираясь на приведенные выше положения о понятии достоверности, считаем, что условия повышения качества получаемой информации целесообразнее рассматривать в качестве условий повышения не достоверности, а надежности информации. Очевидно, что чем больше результаты социологических исследований будут использоваться в различных сферах общественной жизни, тем большую ответственность будет нести социолог за качество и глубину анализа социальной информации. Проблема получения надежной информации ставит перед ним определенные методологические и методические задачи и требования, лишь малая часть которых нашла свое отражение в социологической литературе.

Надежность полученной информации обеспечивается за счет строгого соблюдения принципов выбранного метода социологического исследования. Обеспечение надежности информации зависит не только от соблюдения правил использования того или иного метода или его модификаций, но и их обоснованного соответствия, взаимосвязи. Вместе с тем, необходимо различать показатели, обозначающие надежность данных, и факторы, влияющие на уровень надежности. В научной литературе выделяются три принципиальных критерия показателя надежности информации: правдивость, устойчивость и обоснованность данных [7, с. 4]. Что касается факторов, влияющих на уровень надежности, то они разнородны и прямо зависят от специфики метода получения исходной информации. В методе опроса к ним относятся условие анонимности, характер инструкций, деятельность интервьюера и т. д.

Как показывают многочисленные эксперименты по определению уровня надежности получаемой информации, в процессе применения измерительных инструментов к надежности необходимо придерживаться следующей последовательности этапов работы:

1. На этапе испытания методик по выбору (10-15 опросов) предварительное определение степени пригодности методов с последующим внесением в структуру методики нужных коррективов;

2. Проведение пилотажа методики, внимательная проверка конечных данных и результатов. На этом этапе целесообразно выбрать минимум 100 человек, отображающих малую модель реальной совокупности;

3. Совершенствование методики, приведение в порядок всех ее деталей, получение в итоге конечного совершенного варианта и проверка его устойчивости.

Факторы, от которых непосредственно зависит надежность данных, можно подразделить на внутренние и внешние. Внутренние факторы связаны с возможностями, относящимися к процедуре сбора данных, в частности, к коммуникативному процессу в составе с респондентом, интервьюером и исследователем. Большая вариация надежности связана с исследовательским инструментом – набором вопросов анкеты, интервью и др.

Исследование, а соответственно и его инструменты должны касаться факторов, проявляющихся в виде объекта социального интереса респондента. Если к респонденту

обращаются с вопросами, к которым он равнодушен и которые лежат вне сферы его внимания, то его реакция к этим вопросам будет совершенно неожиданной. Вероятно, ответ на подобные вопросы будет проявлением мгновенной рефлексии респондента, мало связанной с его реальными мыслями. Естественно, предложить какой-либо формальный критерий для определения уровня интереса респондента к содержанию и отдельным вопросам анкеты трудно. Однако, во всяком случае необходимо иметь определенные представления об изучаемом контингенте людей, их взглядах и мировоззрении. Обращаясь к явлениям, имеющим социальную значимость для респондента, исследователь получает возможность получения более глубокой и надежной информации.

Факторы, от которых зависит надежность, в определенной степени связаны с требованием использования во время опроса адекватных выражений и символов. Сама анкета из-за формальных неточностей может быть в той или иной степени трудна для восприятия. Трудность опроса зависит от двух основных факторов – содержания самого вопроса и особенностей, связанных с образованием, эрудицией, словарным запасом и т. д. респондента.

Для вычисления многомерных сложностей вопроса самой анкетой можно составить достаточно дифференцированную систему. Оценка трудности восприятия вопроса подразумевает минимум четыре измерения, каждое из которых рассматривается в отношении нескольких параметров. Во-первых, трудности определяются структурными параметрами вопроса: длиной вопроса (вопросы, включающие более 20 слов, принято считать трудными) и сложностью его грамматической структуры (как правило, формулировки, включающие больше одного простого предложения, считаются трудными). По каждому из критериев трудности вычисляются штрафные баллы.

Второе измерение подразумевает оценку, связанную с пониманием задачи, указанной в вопросе: вопрос имеет несколько альтернатив (например, более 4-5); на деле он состоит из двух отдельных вопросов и с логической точки зрения сложен (например, используется двойное отрицание и т. д.).

В следующем измерении рассматриваются признаки, доказывающие трудность восприятия альтернатив или вариантов ответов, предложенных исследователем: используются термины и выражения, редко употребляемые изучаемой группой; в вариантах ответов имеются такие понятия, в которые респонденты вкладывают смысл, отличный от понимания исследователя; употребляются понятия, отвлекающие внимание.

Наконец, последнее измерение определяет трудности формирования респондентом соответствующего ответа: напоминание давних событий; представление гипотетической ситуации; вычисление (например, затрат времени и денег на какое-либо занятие и т. д.), сравнение и обобщение многочисленных наблюдений и др.

Таким образом, в целом для оценки сложности вопроса предлагается 12 оснований или причин. В простой форме каждый из критериев обладает двумя альтернативами: имеется или нет трудность, соответственно, штраф. Однако при глубоком подходе к данному вопросу сложность может быть иногда оценена по трем-четырем позициям. В принципе, указанные 12 критериев могут быть дополнены.

Преодоление указанных трудностей служит созданию относительно совершенного исследовательского инструментария, значительно влияющего на повышение надежности информации. Наряду с этим, оценка качества исследовательского инструмента интервьюером также имеет большое значение. Бессмысленно требовать от интервьюера высококачественной работы, предоставив ему некачественные инструменты.

Плохо составленная анкета не позволяет интервьюеру точно выполнять работу. В таком случае интервьюер бывает вынужден как-то выходить из положения, прибегать к изменению формулировки вопросов, навязыванию своей мысли, порой даже к фальсификации. Э. Ноэль пишет об этом

следующее: «Чем более совершенна структура анкеты, тем менее она подвержена влиянию интервьюера» [4, с. 230].

Интервьюер влияет на качество информации не только через анкету. Польские социологи, изучавшие влияние интервьюера на ход и результат исследования, исходили из той мысли, что интервьюер является важным компонентом в коммуникативной цепи опроса [3, с. 234]. Относительно уровня и направления влияния интервьюера, опасности этого влияния и, соответственно, условий работы интервьюера нет единого мнения. Считаем, что основным условием преодоления данной проблемы, отрицательно влияющей на надежность информации, является подготовка качественного исследовательского инструментария и правильное им пользование.

Таким образом, возможны поправки с учетом внутренних факторов, влияющих на надежность информации. Однако существуют и внешние факторы, не связанные с процедурой самого опроса. Низкий уровень надежности в некоторых случаях объясняется социальными, социально-психологическими, психологическими особенностями респондента: его возрастом, полом, образованием, общительностью и т.д. При наличии нужной информации степень зависимости информации от этих факторов можно изучить статистическим методом.

Учет основных факторов дает определенную информацию для полного понимания смысла собранного материала. Например, половой фактор имеет существенное значение – женщины имеют более точное мнение при оценке того, чем предпочитают заниматься в свободное время, мужчины же более конкретны в оценке различных характеристик работы.

На основании анализа факторов, влияющих на надежность получаемой информации, можно сформулировать ряд общих условий:

- необходима проверка непротиворечивости получаемой информации по соответствующим признакам;
- необходима обязательная проверка устойчивости используемой методики, на основании чего делается строгий и окончательный вывод;
- необходим максимальный учет различных факторов, способных влиять на надежность в интерпретации информации;
- необходима проверка и коррекция содержания измененных характеристик с помощью дополнительного эксперимента и опросов и т.д.

Таким образом, конкретное социологическое исследование есть сложный процесс сбора, анализа и передачи эмпирических данных. Как и в любом случае, связанном со сбором информации, в этом процессе также неизбежны определенные нарушения, ошибки, фальсификации. Поэтому проблема достоверности социальной информации всегда выходит на первый план. Это достаточно сложная проблема и не может быть однозначно решена применительно к тому или иному исследованию.

Литература

1. Бабич Н. С. Достоверность социологических опросов потребителей: проблема получения ретроспективной информации / Н. С. Бабич, И. В. Батыков // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 20. – С. 14-18.

2. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования / И. Ф. Девятко. – М. : КДУ, 2009. – 296 с.

3. Мягков А. Ю. Обеспечение анонимности в социологическом опросе (Аналитический обзор зарубежных исследований) / А. Ю. Мягков // Социологические исследования. – 1999. – № 5. – С. 107-114.

4. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демографии / Э. Ноэль. – М., 2005. – 272 с.

5. Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. – Изд. 4. – М. : Мир и Образование, 2012. – 640 с.

6. Панина Н. В. Избранные труды по социологии : в 3 т. / Н. В. Панина. – Том I / Сост. ред. Е. И. Головаха. – К. : Факт, 2008. – 472 с.

7. Саганенко Г. И. Надежность результатов социологического исследования / Г. И. Саганенко. – Изд. 2-е. – М. : URSS, 2017. – 200 с.

8. Философская энциклопедия / Под ред. Ф. В. Константинова. – Т. 1. – М. : Советская энциклопедия, 1960. – 716 с.

Анотація

Гумматова Л. А., Ахмедов Б. А. Поняття достовірності інформації у соціологічному опитуванні та умови її досягнення. – Стаття.

Стаття присвячена актуальній проблемі – аналізу умов достовірності інформації у соціологічному опитуванні. У ній наводяться підходи до визначення понять достовірності, надійності, імовірності, проводиться грань між ними, а також виявляються труднощі при проведенні опитування та визначаються загальні умови і фактори, від яких залежить забезпечення надійності одержуваної інформації.

Ключові слова: поняття достовірності, достовірність інформації, соціологічне опитування, умови достовірності.

Аннотация

Гумматова Л. А., Ахмедов Б. А. Понятие достоверности информации в социологическом опросе и условия ее достижения. – Статья.

Статья посвящена актуальной проблеме – анализу условий достоверности информации в социологическом опросе. В ней приводятся подходы к определению понятий достоверности, надежности, вероятности, проводится грань между ними, а также выявляются трудности при проведении опроса и определяются общие условия и факторы, от которых зависит обеспечение надежности получаемой информации.

Ключевые слова: понятие достоверности, достоверность информации, социологические опросы, условия достоверности.

Summary

Ahmedov B. A., Hummatova L. A. Concepts and conditions for the reliability of information in a sociological survey. – Article.

The article explores a topical theme- the analysis of the conditions for authenticity of information in sociology survey. The approaches to the definition of the concepts of authenticity, reliability and probability are illustrated, distinction between these conceptions is drawn, the difficulties of conducting a survey are displayed and general conditions and factors, on which the reliability of acquired information depends, are determined in given study.

Key words: sociology survey, concepts of authenticity, authenticity of information, conditions for authenticity.