

УДК 51:37

А.А.Обрезкова (4 курс, каф. МО), В.В.Краснощеков, к.т.н., доц.

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ И СТАТИСТИКА

Цель данной работы – доказать, что выводы «усредняющей» статистики как науки не всегда достоверны и безмерно субъективны. Более того, бесспорно существование прямой зависимости между статистикой и стереотипизацией человеческого сознания.

Существует два образа человека: человек средний и человек индивидуальный. Однако статистика оперирует лишь категорией первого усредненного объекта и, фактически, отражает характеристики массового сознания. Человек индивидуальный, в свою очередь, не укладывается в рамки статистики. Таким образом, статистические данные, особенно, если речь идет о средних величинах, не учитывают меньшинство, качественно превосходящее большинство, определяющее массовое сознание. Получается, что статистика лишает самоценного человека права на существование. Объектом исследования и влияния данной науки является лишь человек, «не меряющий себя особой мерой», ощущающий себя как все и довольный собственной неотличимостью. Лишь в случае использования для исследования подобного статистического материала наука признается «достоверной» для большинства. Если база статистического исследования фальшива или давно устарела, то при всей математической правильности дальнейших вычислений говорить о достоверности не приходится. Классическим примером ошибочного статистического прогноза является анализ результатов опроса относительно исхода президентских выборов в США в 1936 г., который свидетельствовал в пользу А.М.Ландона, в то время как президентом стал Ф.Д.Рузвельт. Опрос проводился по телефону либо письменно, и таким образом охватил лишь состоятельные в то время круги населения и деловых людей [1].

Каким образом статистика манипулирует сознанием людей? Статистика, скорее, даже не манипулирует сознанием, а уменьшает мыслительную и аналитическую способность как коллективного, так и индивидуального сознания. Люди вынуждены ограничиваться в своем мировоззрении, как правило, определенным кругом вопросов – именно это способствует созданию «общего мнения». Статистика подталкивает человека при анализе определенных изменений к «наиболее правильному ответу», одобренному большинством. Люди становятся, таким образом, сообществом «одного правильного мнения».

В качестве примера подобной манипуляции можно привести результаты всевозможных опросов. В выпуске новостей говорится о том, что 76% опрошенных – поддерживают проводимые городским правительством реформы, 10% – нет, 14% – не уверены в ответе. Данное психологическое воздействие материализуется в формировании стиля поверхностных оценок, опирающихся на мнение большинства. «Человек толпы» воспримет информацию следующим образом: в городе все хорошо – волноваться не стоит – на следующих выборах необходимо поддержать проводимый курс. Задастся ли средний человек вопросом о том, каков был статистический материал данного исследования, чье именно мнение оглашено в новостях? Ответ однозначен – нет. Таким образом, созданная статистикой псевдореальность строит будущее толпы.

Безусловно, это воздействие не окажет влияния на человека умного и образованного, обладающего собственным мнением, так как статистика, может «осреднить» лишь того, кто и не является индивидуальностью. Таким образом, существует прямая зависимость между влиянием статистических результатов и «качеством» целевой группы. Именно поэтому следует осторожно относиться к результатам статистического исследования. Наука, усредняющая многогранный мир человека, подгоняющая под шаблон его мысли и образы,

ставящая его на поток одинаковых кукол-марионеток, не может дать полностью объективной картины мира. Статистика словно говорит самобытному человеку: ты не прав – не плыви против течения – большинство против – вероятность мала – не пытайся – живи спокойной жизнью – не поднимайся над толпой – будь как все. Таким образом, статистические выводы становятся «научной» базой для жизненной философии «здорового смысла».

Разве солдаты, самоотверженно защищавшие Родину в годы Второй мировой войны, прислушивались к статистике, определяющей двухпроцентную вероятность их выживания – и то лишь в случае своевременной атаки с тыла? Разве не понимали они, что, с точки зрения статистики, орудия немцев в 10 раз чаще достигают цели, продовольствие закончится в 5 раз быстрее, чем у противников? Что случилось бы с нашим миром, если тогда мы, прислушиваясь к статистике, или к страху перед будущим, отсиделись в войне «нейтральными», как Швейцария? Каков был бы наш мир, если мы в 1812 не пошли против статистики, которая говорила – СДАВАЙТЕСЬ! – так будет проще.... Статистика не только усредняет, она прикрывает трусость и неумение думать самостоятельно, дает им рациональное (в психологической терминологии) оправдание.

Если рядовой человек является объектом-потребителем, реципиентом статистических данных, то кто-то служит их творцом в целях манипуляции общественным сознанием. Тем, кто занимается политикой, дипломатией или экономикой, безусловно, приходится опираться в своих решениях на результаты статистического исследования – и даже не потому, что следует им доверять, а либо для уверенности в собственных силах, либо в целях циничной манипуляции.

С другой стороны, всегда ли мы поступаем согласно здравому смыслу (результатам статистики)? Едва ли. В большей мере человек индивидуальный и самобытный опирается на интуицию – ему не нужна статистика. Статистика же перебивает чутье, сбивает с истинного пути, пути, неожиданного и непредвиденного конкурентами. Недаром в последние годы появились статьи, показывающие, что в большинстве случаев решения, принятые на основе дорогостоящих исследований маркетологов, опирающихся на тщательно проделанный статистический анализ, уступают в эффективности решениям, принятым руководителями по интуитивным соображениям, как следствие инсайта.

Можно подтвердить факт весьма кратковременной устойчивости статистического материала следующим примером. Фирмой, специализирующейся на производстве одежды массового потребления, проведено социологическое исследование. Цель исследования – определение наиболее популярного цвета в сезоне. Статистический подсчет, основанный на анализе мнений 1000 потенциальных покупателей, показывает, что наименее популярным является желтый цвет. Компания на основе данного исследования определяет политику в этом отношении на следующий сезон: снизить процентное соотношение желтой одежды в общем объеме производства. Через неделю на экранах телевизоров появляется «всеми признанный» (признанный массой, толпой) «эталон (шаблон) вкуса в моде» во всем желтом. Мнение толпы резко меняется. Желтый цвет становится модным. Однако компания, взявшая за производственную базу устаревший статистический материал, не соответствующий реальности, терпит крах. Стоит ли доверять статистике?

Выводы: несмотря на очевидную необходимость статистических исследований, не следует слепо доверять их результатам. Статистические данные могут использоваться, и используются, для манипуляции общественным сознанием. Более того, преклонение перед статистикой, запечатлевшей «общий миг» «усредненного человека с потока», способно остановить движение человека к совершенствованию, ограничить развитие личности.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Вероятностные разделы математики / Под ред. Ю.Д.Максимова. – СПб.: Иван Федоров, 2001.