

ПУБЛИКА КАК СОЦИАЛЬНАЯ ОБЩНОСТЬ: ПИОНЕРСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ Г. ТАРДА

Автор: А. В. ЗАГРЕБИНА

ЗАГРЕБИНА Анна Валерьевна - кандидат социологических наук, доцент Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы.

Аннотация. Представлена характеристика социологической составляющей в творчестве Габриэля Тарда. Рассмотрены особенности его подхода к исследованию социального взаимодействия и эволюции социальных общностей и социальных связей от "эры толп" к "эре публики". Особое внимание уделено анализу Тардом роли прессы в формировании общественного мнения.

Ключевые слова: психологизм в социологии * социальные связи * публика * общественное мнение * массовая коммуникация.

Французский криминолог и социолог Габриэль Тард (1843 - 1904) считается одним из родоначальников социальной психологии [1]. Наряду с В. Вундтом, Г. Лебоном и С. Зигеле он в конце XIX - начала XX в. развивал новое в то время направление исследований, вошедшее в историю науки под именем психологии народов и толп. Рассмотрение состояния наук об обществе во Франции помогает выявить принципиально новые моменты, внесенные его исследованиями. Период Второй империи (1852 - 1870) стал "веком позитивизма" в истории французской общественной мысли. Однако, по свидетельству М. М. Ковалевского, "со смертью Конта, Милля, Бокля, Литтре и с прекращением издававшегося последним в сообществе с Вырубовым "Обзора положительной философии", позитивизм все более и более принимал во Франции и в Англии характер религиозного сектантства" [2]. Это обстоятельство способствовало формированию альтернативных направлений в области социальных наук, таких, как, например, органицизм, социал-дарвинизм и психологическое направление.

Обращение Тарда к психологии не было случайным. Многие ученые в то время проявляли интерес к данным, полученным новой тогда наукой - психологией. Тард использует психологические факторы при изучении особенностей поведения масс, также при рассмотрении других проблем, решение которых стало насущной необходимостью для французского общества второй половины XIX века. К этой теме ранее подходили Ипполит Тэн и Томас Карлейль. Великая французская революция, революции 1848, 1870 гг. дали богатый материал для исследования поведения масс, поставили много вопросов, как перед обществом, так и перед социологами. Используя психологические факторы в качестве объяснительных конструкций, Тард делает предметом научного анализа общественное сознание, начинает изучать взаимодействие индивидов, социальные связи и способы их образования. Он стремится выявить психологические причины неконтролируемого поведения толпы и преступного поведения индивида в толпе. Применение психологического подхода дало свои результаты: оно позволило исследователям обратиться к решению ряда проблем, которые остались бы проигнорированными в рамках позитивистской социологии.

Главными работами Тарда являются книги "Сравнительная криминалистика" (*La criminalite comparee*, 1886), "Законы подражания" (*Les his de l'imitation*, 1890),

"Социальная логика" (*La Logique sociale*, 1893), а также "Мнение и толпа" (*L'Opinion et la foule*, 1901). Историк социологии Арман Кювийе справедливо отметил, что Тарда привело в социологию "стремление бороться с органицизмом и социал-дарвинизмом, поскольку влияние этих направлений социальной мысли заметно усилилось во Франции к исходу XIX века" [3, p. 32].

Тард не создал школы в социологии, но оказал огромное влияние и на психологов, и на социологов, особенно в США. Под влияние его идей попали такие крупные деятели социологического психологизма, как Ч. Х. Кули (1864 - 1929), Э. Росс (1866 - 1951) [4]. Его идея об особой роли непосредственного общения между индивидами в формировании общественного мнения стала широко известна в США благодаря работам известного американского исследователя СМИ П. Лазарсфельда [4, p. 271]. По свидетельству ученика Лазарсфельда Э. Каца (Katz), [5, p. 266], работа "Мнение и толпа" в 40 - 50-е гг. XX века вызвала живой интерес американских социологов. Кац продолжал проверять эмпирически идеи Тарда и в конце XX века при изучении роли радио и телевидения в формировании общественного мнения [6].

Назвать Тарда социологом можно лишь с известными оговорками: сам он определял свою цель в науке как создание интерментальной психологии. Тард считал, что социология не должна ориентироваться на биологию в качестве теоретико-познавательного образца, что ее содержанием является психология, но не индивидуальная, а интерментальная, то есть та, которая занимается изучением сознательных отношений в группах из нескольких индивидов [7], или, как он также именует ее, "интер-психология", отличная от психологии индивида. Поэтому предмет социологии у него практически совпадает с предметом социальной психологии.

Большое влияние на становление подхода Тарда к определению предмета социологии оказали его дебаты с Дюркгеймом. Еще в 1906 г. М. М. Ковалевский, характеризуя их полемику, четко уловил ее основную суть: Тард поставил в вину Дюркгейму "желание приискать для социальной науки какие-то особые законы, ей исключительно свойственные" [8, с. 14]. Он критиковал социологизм Дюркгейма, считавшего, - что социальные явления необходимо объяснять с помощью других социальных явлений. Попытка Дюркгейма установить характерной особенностью социальных фактов их внешний по отношению к человеку (и принудительный) характер казалась Тарду далекой от истины. Если Дюркгейм считал очевидным, что "материя социальной жизни не может объясняться чисто психологическими факторами, то есть состояниями индивидуального сознания" [9, с. 399], иными словами, любое объяснение социального через психологическое является заведомо ложным, а целое часто обладает свойствами, отличными от тех, которыми обладают составляющие его части [10, с. 271], то Тард, в свою очередь, настаивал на том, что общего социального духа, отличного от духа каждого индивида в отдельности, не существует. Социальный дух, по его мнению, как и дух индивидуальный, включает в себя "идеи и душевные состояния, рассеянные по различным мозгам" [11, с. 314]. Дюркгейм же рассматривает "коллективные представления" в качестве обладающей самостоятельным бытием первоосновы социальной жизни. Не случайно ключевое для социологии Дюркгейма понятие "социального факта" было им определено как "коллективное душевное состояние", означающее соединение в социальной жизни многообразных проявлений "индивидуального сознания" отдельных людей.

Предметом социологического анализа Тарда стали психические механизмы формирования "общественности", главным из которых является *подражание*. Его теория подражания опирается на искусственную и достаточно произвольную мыслительную конструкцию. Согласно его подходу, все подобию и сходства в природном и социальном мире связаны с повторяемостью, которая возводилась им в ранг общемирового закона. В физическом мире проявлениями повторяемости оказываются колебательные и волновые движения; в биологическом мире - наследование; социальном мире - подражание.

Его концепция является идеалистической в том смысле этого понятия, что все основополагающие события социальной жизни переносятся в ней в область обществен-

ного сознания, акцент делается на психологических механизмах социальных процессов и явлений. Тард создает особый ракурс видения социальной жизни общества - она рассматривается им через призму психологических факторов (желания, верования, идеи). Именно в этой области, именуемой современной наукой общественным сознанием, по его мнению, и происходят все события, которые могут быть интересны для социологии. Такой взгляд, ограничивая предмет социологии, способствует выделению и тщательному исследованию духовной стороны жизни общества [12]. Поэтому учение Тарда послужило отправной точкой для развития современной западной социальной психологии в гораздо большей степени, чем для развития социологии. Однако его идеи оказались актуальными и для социологии.

Одним из центральных предметов исследований Тарда являются социальные связи и способы их образования. Он справедливо отмечает, что анализ общества неотделим от анализа социальной связи, и переход от средневекового феодального общества к индустриальному обществу знаменует трансформацией социальных связей. Актуальность этих исследований для современной социологии заключается в том, что он исследовал трансформацию социальных связей в ходе модернизации общества и стремился выявить признаки формирования новых социальных связей, которые будут характерными для общества будущего.

В современной социологической науке принято выделять два вида социальных связей, которые возникают в двух видах групп: первичные группы с тесными, эмоциональными, личными взаимосвязями, и вторичные группы с доминированием безличных, инструментальных связей. Тард выделяет связи, по-видимому, не относящиеся к этим двум типам, и называет их социальными. Он интерпретирует их как связи между сознаниями индивидов. Подобные связи объединяют людей в некую социальную общность, которую он называет публикой, выделяя её в противовес всем остальным видам общностей: экономическим, политическим, кровнородственным и т.д.

В той же мере социальная связь в публике отличается от связей в социальной сети. Понятие социальной сети как структуры, состоящей из социальных объектов (людей или организаций) и связей между ними (социальных взаимоотношений), стало широко использоваться с середины XX века. С помощью этого понятия описывается сложность и многообразие социальных связей в модернизированных обществах. Некоторые современные исследователи рассматривают Тарда как одного из основоположников анализа социальных сетей [13]. Однако в рамках социальной сети описываются связи между людьми, которые более или менее знакомы друг с другом. В рамках же публики, по его мнению, связи возникают между людьми, которые не только не знакомы лично, но даже не подозревают о существовании друг друга.

Тард считает неизбежным уход в прошлое "самой старинной из всех социальных групп" - толпы [14, с. 265], и приход на ее место публики как особой общности, которая "отличается гораздо меньшим легковерием", чем толпа, хотя также и она подвержена психологическому внушению [14, с. 294 - 296]. Процесс формирования избирательной публики связан с изменением социальной жизни, когда более востребованным, даже необходимым, становится общение членов общества или группы посредством общих сведений и возбуждений. В идеалистической концепции Тарда основополагающие события социальной жизни общества являются производными от событий, которые происходят в области интерментальной психологии, то есть в сфере существования общих для многих индивидов желаний, страстей, верований, идей, убеждений. Именно это положение позволило ему выделить общность, в основе которой лежит связь между сознаниями людей.

Тард проводит анализ социально-психологических истоков того общества, которое приходит на смену средневековому традиционному обществу. Его идеи о том, что в обществе публики, которое приходит на смену обществу толпы, изменятся механизмы управления, нашли подтверждение в трудах более поздних исследователей. А. Турен отмечает, что в обществе постиндустриальном, то есть программируемом, реализация власти, управление происходят через предвидение и модификацию мнений, об-

разов действия, поведения людей, моделирование индивидуальности и культуры. В программируемом обществе традиционные формы социального контроля заменяются новыми механизмами управления людьми. Материальная индустрия заменяется индустрией культурной [155, pp. 284, 289]. В модернизированном обществе на первый план выходят культурные связи, те, которые, по мнению Тарда, существуют между индивидами в рамках публики.

В индустриальном обществе социальная жизнь приобретает новые, характерные для этого типа общества, черты. Тард считает, что появление средств массовой информации способствует возникновению и распространению особого рода психологических связей, не подразумевающих физических контактов между теми индивидами, которые их вызвали. Подобная связь состоит в одновременности убеждения многих индивидов в том, что определенная идея или желание разделяются в данный момент огромным количеством других людей [14, с. 209]. Социальную группу, в которой индивиды связаны между собой такими связями, то есть *публику*, Тард определяет как группу индивидов, соединенных чисто умственной связью и разделенных физически. Хотя публика является воображаемой группой, образованной с помощью внушения посредством СМИ, тем не менее, ее существование оказывает значительное влияние на социальную и политическую жизнь общества.

Индивиды, принадлежащие к одной публике, могут не иметь личных контактов, но читать одни и те же газеты или книги. Достаточным основанием для отнесения индивида к данной публике, как к некоторой воображаемой общности, является осознание им того, что объединяющая публику идея или желание разделяются в данный момент многими другими людьми. Публика формируется вокруг средства массовой информации только тогда, когда читатели одной и той же газеты начинают увлекаться идеей или страстью, пропагандируемой в этой газете.

Пресса оказывает большое психологическое воздействие на сознание граждан государства, способствует появлению и развитию совсем нового вида интеграции - интеграции умов не посредством личного общения, а через общую причастность к одному и тому же источнику информации. Тард отмечает, что тенденцией индустриального общества является замена оратора, как источника информации, на газету или другое печатное издание. Люди предпочитают прочитать известие в газете, вместо того, чтобы выслушивать речь, как это было в античности и в средние века.

В индустриальном обществе появляется множество разновидностей публики, которые стремятся заменить или заслонить собой все остальные социальные общности - религиозные, экономические, политические. Деление общества на публики Тард считает чисто психологическим делением. Это деление соответствует различному состоянию умов членов общества.

Тард считает, что публика как социальная группа становится характерной чертой индустриального общества. Для более ранних этапов общественной жизни такой характерной группой являлась толпа, то есть группа индивидов, находящихся в непосредственном физическом контакте друг с другом. Тард рассматривает толпу в качестве социальной группы, существовавшей уже на ранних этапах развития общества. Толпа, представлявшая собой самую древнюю после семьи форму объединения людей, в современном цивилизованном обществе постепенно заменяется публикой. То есть, "эра толпы" в цивилизованном обществе сменяется "эрой публики". По мнению Тарда, публика представляет собой окончательное состояние всех возможных в обществе социальных групп (религиозного, экономического, политического, национального характера), в публику преобразуются также партии. Тард не описал механизмы превращения всех перечисленных социальных общностей в публику, он лишь упоминает это как некую данность. Более того, что понимал Тард под партией, также неизвестно - в своих трудах он об этом не говорит. Из его рассуждений следует, что при расширении любой социальной общности до определенных размеров, когда большинство ее членов уже не может иметь личных контактов и, соответственно создавать первичные или вторичные связи, образуется та специфическая социальная общность, которую он на-

зывает публикой. Преобразование партии и других социальных общностей в публику Тард считал исторически неизбежным. Вопрос о том, всегда ли это так, мог бы стать предметом отдельного исследования, выходящего за рамки данной статьи.

Появление публики делает социальную жизнь более интенсивной. Это возможно благодаря тому, что, в отличие от толпы, публика бесконечно растяжима. Увеличение интенсивности социальной жизни Тард считал общей тенденцией и потребностью индустриального общества, а так как эту потребность наилучшим способом удовлетворяет публика, именно ее он рассматривал в качестве социальной группы, которой будет принадлежать будущее.

Тард указал еще на один фактор, который, по его мнению, способствует замещению толпы публикой в индустриальных обществах. В толпе неизбежно подавляется индивидуальность, в то время как публика предоставляет наиболее широкие возможности проявить себя индивидуальным характерам и мнениям. Публика непрерывно изменяется, в ней происходит общение идей и страстей, в ней в полной мере могут проявиться индивидуальные различия, у публики есть мнение - таковы, по мнению Тарда, отличительные характеристики социальной группы будущего.

Необходимым условием появления публики является наличие вдохновителя, создателя, в роли которого могут выступать, например, журналисты, писатели, политики. Между генератором идеи или мнения и возникающей вокруг него публикой существует постоянная связь, поэтому на публике отражается индивидуальность ее создателя. Например, журналист постоянно воздействует на публику через газету, которую регулярно читают входящие в эту публику индивиды, тем самым формирует их мнения, ожидания, определяет характерные черты этой публики.

Публика могла появиться только на определенном этапе развития общества. В качестве необходимых предпосылок появления публики Тард выделяет, во-первых, достижение определенной степени духовного развития общества, то есть духовную и общественную эволюцию. Во-вторых, появление публики связано с развитием технических возможностей для создания чисто духовных связей. Решающее значение в начале формирования публики принадлежит изобретению книгопечатания, которое позволило передавать на расстояние идеи и образы. Массовое издание Библии имело следствием создание нового социального образования, или социальной общности, состоящей из людей ежедневно ее читающих. Аналогичным путем создавалась публика и в XIX веке, объединяя читателей какого-либо журнала или книги. Интенсивный рост публики приходится на время Великой французской революции, что связано с развитием журналистики. Тард отмечает, что именно в годы революции имело место огромное распространение газет, "пожираемых с жадностью". Увеличению численности публики способствовало также появление железных дорог и телеграфа. Соединение этих технических изобретений позволило расширить аудиторию для ораторов и проповедников.

Появление прессы, связанное с изобретением печатного станка, изменило социальную жизнь общества. Это обусловлено тем, что пресса стала важным инструментом воздействия на общественное сознание. С помощью прессы появилась возможность приобщить большое количество людей к любым идеям, которые могут исходить, например, от парламента или от журналистов. Тард выявлял взаимосвязь между развитием прессы и изменениями в политической и культурной жизни. Полвека спустя, уже в 1960-е годы, к этой же теме обратился известный канадский исследователь роли развития средств массовой коммуникации в формировании культуры массового общества Г. М. Маклюэн. В формировании культуры современного западного мира он выделяет такие важные факторы, как изобретение древними греками (усовершенствованного вслед за финикийцами) фонетического алфавита ("фонетическая технология"), а также изобретение Гутенбергом книгопечатания. Эти открытия позволили затем прийти к технологиям массовой трансляции текстов. Маклюэн показал, что рождение в начале XX века электрических средств коммуникации открыло путь к формированию коммуникационных сетей в период развития электронных технологий: "Алфавит (и его

расширение в виде книгопечатания), обусловив возможность распространения власти, то есть знания, и, ослабив племенные узы, взорвал тем самым племенное человечество и превратив его в скопление обособленных индивидов. Электрическое письмо и электрическая скорость мгновенно и последовательно обрушили на человека интересы всех других людей. И теперь он опять становится племенным. Род человеческий снова становится единым племенем" [16, с. 194 - 195].

По Тарду, до появления прессы единственным воплощением национального духа был король, монарх, верховный правитель нации и государства. Каким бы он ни был сам по себе, важно было то, что он воплощал собой, важна была идея королевской власти, позволяющей существовать государству как таковому. В средние века монарх устанавливал единство нации, в конце же XIX века он всего лишь выражает это единство. Тард отмечает, что в современном ему европейском обществе национальное мнение устанавливается с помощью прессы и помимо монарха.

Изучая механизмы и предпосылки появления публики, Тард уделяет особое внимание формированию мнения публики, или общественного мнения. Он полагает, что существование публики без мнения невозможно [14, с. 282] и определяет общественное мнение как кратковременную, более или менее логичную совокупность суждений, которые отвечают задачам современности и воспроизведены во многих экземплярах в определенной стране и в определенное время. Формируясь, общественное мнение вступает во взаимодействие с традицией и разумом, которые являются, по Тарду, двумя другими ответвлениями общественного духа. Общественное мнение, в зависимости от выражающих его главарей, теснит или традицию, или разум. Его источником является индивидуальное мнение, которое преобразуется в общественное благодаря устному или письменному провозглашению какой-либо идеи - с помощью прессы или выступлений ораторов. Для формирования общественного мнения важны те же факторы, что и для формирования публики - технические возможности распространять идеи и мысли на большие расстояния и среди большого количества людей за короткое время. В частности, Тард подчеркивает роль печатной прессы в создании общего мнения у многих разрозненных ранее индивидов или групп. Люди, объединенные одним мнением, осознают сходство своих идей, что позволяет им ощущать свое единство в рамках, например, нации.

Тард выявляет роль коммуникаций в общественной жизни. Исследуя механизмы образования социальных связей и общественного мнения, он обращается к изучению еще одного вида коммуникации - разговора. Разговор является важным фактором социальной жизни, способствует формированию и распространению идей, мнений, потребностей. Обладая большим психологическим воздействием, разговор влияет на восприятие людьми феномена власти, на формирование отношения к политической жизни, экономических потребностей. Общение играет роль катализатора мысли, распространяя психологическое воздействие властных органов на человеческие умы, так как любые события общественной жизни и действия правительства становятся значимыми для граждан в процессе их обсуждения. Клубы, салоны, лавки, какие-либо места, где ведутся обсуждения политических идей, Тард назвал "настоящими фабриками власти". Позднее эта идея получала неоднократное подтверждение. В частности, известно, что распространение идей, пропагандируемых рекламой, наиболее эффективно происходит посредством разговоров. Например, когда в США возникла необходимость убедить домохозяек покупать более дешевое мясо, были опробованы многие средства: реклама по телевидению, беседы с различными специалистами, но только те домохозяйки стали покупать более дешевое мясо, которым это посоветовали их подруги. Общеизвестна роль общения в мюнхенских пивных при установлении нацистского режима в Германии в начале 30-х годов XX века.

В рамках своей концепции Тард доказывает роль коммуникации в процессе образования социальных связей и, соответственно, социальной жизни общества. Современный французский социальный психолог С. Московичи отмечает пионерскую роль Тарда в социологии, так как тот выдвигает в качестве гипотезы примат средств ком-

муникации над всеми инструментами власти. То влияние, которое Тард предвещает прессе, относится не в меньшей степени к радио и телевидению [17, с. 202].

В настоящей статье мы рассмотрели основные идеи Тарда, которые, как нам кажется, не утратили актуальность и сегодня. Одно из центральных положений теории Тарда состоит в том, что мысль может объединять людей и создавать новые социальные образования. Мысль представлена Тардом как социальная сила. Социальная связь рассматривается Тардом как связь между сознаниями индивидов, то есть как связь психологическая. Без такой связи невозможно появление публики, что и пытается доказать Тард. Он же первым обратил внимание на трансформацию социальных связей в индустриальном обществе, которое приходит на смену средневековому феодальному обществу. С повсеместным распространением публики изменяются механизмы управления общественным сознанием, а значит и всей жизнью общества. Появляется новый вид власти - власть прессы. Возможность быстро распространять идеи среди неограниченно большого количества людей, является, по мнению Тарда, революционным достижением индустриального общества, открывающим новые горизонты для управления умами людей и всем обществом в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Berthelot J.-M.* La construction de la sociologie. Paris: Press Universitaires de France, 1991; *Bouthoul G.* Histoire de la sociologie. Paris: Press Universitaires de France, 1961; *Karpf F.B.* American social psychology: Its Origins, Development, and European Background. New York, 1972; *La Pierre R. T., Farnsworth P.R.* Social psychology. New York, 1949; *Загребина А. В.* Феномен подражания: традиции и перспективы исследования // Вестник. Ученые записки СПбГИПСР. 2004. Т. 4. С. 25 - 30.
2. См.: Вступление // *Ковалевский М. М.* Современные социологи. М.: URSS, 2008 (репринтная перепечатка с первого издания книги от 1905 г.).
3. *Cuvillier A.* Manuel de Sociologie. Tome premier. Paris: Presses Universitaires de France, 1967.
4. *Овчаренко В. И., Грицанов А. А.* Социологический психологизм: критический анализ. Минск: Вышейш. шк., 1990.
5. *Katz E.* L'heritage de Gabriel Tarde. Un paradigme pour la recherche sur l'opinion et la communication // *Hermes*. 1992. V. 11 - 12. P. 265 - 274.
6. *Katz E.* Media Mutiplication and Social Segmentation // *Ethical Perspectives*. 2000. V. 7. N 2 - 3. P. 122 - 131.
7. *Тард Г.* Социальная логика. СПб.: Соц.-психол. центр, 1996; *Тард Г.* Социальные законы. СПб.: Изд. В. И. Губинского, 1906.
8. *Ковалевский М. М.* Сочинения в двух томах. Т. II. СПб.: "АЛТЕЙЯ", 1997.
9. *Дюркгейм Э.* О разделении общественного труда. Метод социологии. М.: Наука, 1991.
10. *Дюркгейм Э.* Социология. М.: Канон, 1995.
11. *Тард Г.* Трансформация власти // Социальные этюды. СПб.: Типогр. Ю. Н. Эрлих, 1902.
12. *Загребина А. В.* Этика ученого-социолога: Г. Тард о тенденциях развития некоторых аспектов духовной жизни общества // Проблемы деятельности ученого и научных коллективов. Международный ежегодник. Вып. XX. Материалы XIX сессии международной школы социологии науки и техники / Под ред. проф. С. А. Кугеля. СПб., 2005. С. 160 - 163.
13. *Letonturier E.* Sociologie des reseaux sociaux et psychologie sociale: Tarde, Simmel et Elias // *Hermes*. 2005. V. 41. P. 41 - 50.
14. *Тард Г.* Мнение и толпа // Психология толп. М.: Ин-т психологии РАН, КСП+, 1998.
15. *Touraine A.* Critique de la modernite. Librairie Atheme Fayard, 1992.
16. *Маклюэн Г. М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.: "Гиперборея", "Кучково поле", 2007.
17. *Московичи С.* Век толп: исторический трактат по психологии масс. М.: Центр психологии и психотерапии, 1996.