

К ВОПРОСУ О ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ИСТОКАХ СТАНОВЛЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ГАЗЕТЫ

Л. А. БАРДЕНШТЕИН

В 60—70-е годы прошлого века впервые в крупных университетах США, а затем и в Европе были открыты факультеты журналистики, благодаря чему теория газетной журналистики в той ее части, которая касается вопросов профессионального мастерства и газетной техники, стала неотъемлемой принадлежностью системы высшего гуманитарного образования, а с другой стороны, и общая теория газеты, так или иначе, вошла в орбиту «университетской науки». Весьма знаменательно, что и социология в этот период (правда, несколько позже) входит в университеты США и Европы. Ведь историческую хронику американской буржуазной социологии отсчитывают с того момента, когда А. Вудфорд впервые за все время существования университетского образования был назначен профессором социологии Индианского университета (1885 г.). Дальнейшее сближение общей теории газеты с «социологической теорией», а затем с «аналитической социальной наукой», как называют современные позитивисты эмпирическую социологию, происходит уже на базе апробированной университетской науки, возведенной в ранг официально читаемых лекционных курсов. Процесс «конвергенции» общей теории печати в социологию связывается здесь прежде всего с первыми шагами социальной психологии, развивающейся на основе теории «малых групп». Бэдджот, Гумплович, Ратценхофер, Сэмнер и Смолл выделили группу как социологическую категорию, перенеся «социологические исследования от общества вообще к отношениям между специфическими группами в организованном обществе»¹⁾. При этом они опирались на принципиальные положения социал-дарвинизма, который рассматривает общество как модель эволюционного процесса. (Именно с этой точки зрения Сэмнер, например, рассматривает появление в обществе «сверхбогачей»-миллионеров как продукт «естественного отбора»). Реакционный подтекст социал-дарвинизма в данном случае предельно ясен.

На основе теории социальных групп так называемая «психологическая социология» конца XIX — начала XX веков приступила к изучению особых, специфических форм сознания — коллективного сознания, исходя при этом сначала из положений старой, «индивидуальной» психологии. Именно этот период имеет особое значение для интегра-

¹⁾ См. Г. Беккер, А. Босков. «Современная социологическая теория в ее преемственности и развитии». ИЛ, М., 1971.

тивной теории газетной журналистики, поскольку изучение «коллективного сознания» социальных групп повлекло за собой возбуждение интереса к научному анализу понятия «общественное мнение», путей формирования содержания того явления, которое обозначено им. При этом, естественно, неизбежен анализ факторов, формирующих общественное мнение, как проявление коллективного сознания тех или иных социальных групп. А газета к тому времени со всей очевидностью доказала в области практической, что она является как раз наиболее значительным таким фактором.

Первый из представителей «психологической социологии», обративший внимание на газету именно в данном плане, был Габриель Тард (1834—1904 гг.), автор книг «Законы подражания», «Социальная логика», «Социальные законы» (1890—1898 гг.). В своей книге «Законы подражания» Тард выдвигает в качестве исходного пункта развития общества («социального организма») психологию индивида. Он формулирует так называемый «психологический принцип подражания», согласно которому «если подражание — это ключ к социальным явлениям, то типичным социальным отношением является отношение «учитель — ученик» в ряду ситуаций»²⁾. Моделью мира для Тарда были «взаимоотношения двух индивидов, из которых один подражает другому»³⁾. За счет этого, по его мнению, и создается групповая, коллективная психология. Как же человечество движется вперед, если вся его мыслительная и иная деятельность заключается в подражании ближним, а если некому подражать, то в самоподражании, т. е. «воспроизведении в сознании своего собственного прошлого опыта», как это случилось с героем романа Дефо? Коллизия разрешается Тардом вполне идеалистически: гениальные одиночки, обладающие даром творческой, самостоятельной мысли, выдвигают идеи, стимулирующие развитие общества, а масса, в порядке психологического подражания, их подхватывает и осуществляет. Таким образом, в концепции Г. Тарда, в сущности, воспроизводится теория «героя и толпы», взятая на вооружение в свое время и русскими народниками. Правда, Тард проводит различие между понятиями «толпа» и «публика», различая их по принципу «степени организованности». «Толпа» в его толковании — иррациональная, неорганизованная масса, «публика» же — масса, рационально организованная. Дальнейшее развитие «психологической социологии» уточнит термины Тарда. Л. Ф. Уорд, Ф. Г. Гиддингс, Д. Болдуин выработали понятия «группы», «группового сознания» и их форм; Ч. Х. Кули впервые дал представление о ее структуре и классифицировал с психологической точки зрения социальные группы через понятие первичной и малой неформальной группы. (Исходным пунктом здесь, так же, как и у Тарда, является психология индивида)⁴⁾.

Идея Тарда о дифференциации неорганизованной (иррациональной) и организованной (рациональной) массы имеет еще один важный выход — в область теории газеты, поскольку «рационализацию» массы он тесно связывает именно с влиянием средств массовой информации, в частности, газетой. Тард рассматривает газету как одно из средств «социализации» личности, приобщения ее к коллективному, групповому сознанию. Он специально анализирует влияние газеты на суждения индивида, рассматривая результаты этого влияния как последовательную смену индивидуального «информационного процесса» коллективным, групповым. При этом он (уже тогда!) приходит к выводу, что

²⁾ См. Г. Беккер. А. Бэсков. Указ. соч.

³⁾ Там же.

⁴⁾ См. Г. М. Андреева. Современная буржуазная эмпирическая социология. И. С. Кон. Позитивизм в социологии.

газетная информация в буржуазной печати построена в расчете на заведомо заниженный уровень умственных способностей читателя, как члена той или иной «рационально организованной группы». Тард считает, что индивид, изолированный от влияния группы, имеет гораздо более обширные возможности для развития самостоятельного, творческого мышления, поскольку над ним не довлеют «стандарты», созданные рациональным путем: с помощью средств массовой информации, рекламы и т. п. Как видим, исследования Тарда, равно как работы продолжателей его линии в социологии, дали впоследствии возможность приступить к разработке теории «стереотипизации мышления», играющей серьезную роль (в плане методологии) для современной теории газеты.

Деятельность Г. Тарда в социологии хронологически принадлежит концу прошлого века и предшествует началу новой эры в буржуазной науке. Наступление империалистической стадии развития капитализма сопровождается усилением в ней апологетической тенденции, отождествляющей понятие исторического прогресса с прогрессом капиталистической экономики. Именно поэтому социологи отказываются от понимания своей науки как теории общественного развития, ставя во главу угла изучение лишь реально существующих в реальном обществе отношений с целью их всемерной стабилизации.

В начале XX века вызревает идея идеологической нейтральности социологии, теоретической формой которой является обоснование эмпирической сущности социологии, иначе говоря, «теория эмпиризма». В работах В. Дильтея, Ф. Тённиса, Г. Зиммеля разрабатываются основы так называемой «понимающей» или аналитической социологии. Главным средством гуманитарного познания объявляется не причинное объяснение, а анализ формы индивидуальной или групповой психологии.

Теннис впервые разделил социологию на **чистую** (теоретическую), дающую «общие понятия и типы», **«прикладную»** (применение этих понятий и типов к большим общественным явлениям) и **эмпирическую**. В центре этих «социологий» находится не анализ исторического процесса, а типология социальных отношений, изучаемая **формально**. Г. Зиммель же считал, что формальный анализ типологизированных общественных отношений должен проводиться в абсолютной изоляции от его конкретного содержания.

Прячась за щит строгой объективности и научной последовательности, буржуазные социологи начала века выполняли, сами порой того не подозревая, идеологическую установку правящего класса: наука не должна вникать в суть явлений, поскольку это чревато разоблачением внутреннего механизма возникновения неизбежных и вечных пороков капитализма; она должна лишь способствовать укреплению существующих отношений и по мере сил «заштопывать» прорехи буржуазной демократии. В русле этих задач шло и развитие взглядов одного из первых «великих эмпириков» социологии — Эмиля Дюркгейма (1858—1917 гг.), основателя теории структурно-функционального подхода к обществу. Он выдвигает идею, сводящую пороки капитализма к понятию «дисфункции», социальной патологии, устранимой с помощью научного анализа и его выводов. При изучении такого рода явлений («Самоубийство», 1897 г.) Дюркгейм впервые сочетает теорию с конкретным, статистико-эмпирическим исследованием. Большое внимание уделяет Дюркгейм изучению соотношения коллективного сознания и индивидуальной психики. Коллективное сознание по Дюркгейму есть **социальный факт**, а это означает в свою очередь «любой образ мыслей,

действий и чувствований, находящийся вне индивида и одаренный принудительной силой, которой он принуждается к ним»⁵⁾).

Мнение социальной группы, выраженное в той или иной форме, обладает признаками принудительности, являясь социальным фактом, поскольку группа в целом может думать иначе, чем тот или иной ее член. Этот вывод Дюркгейма, несомненно, важен для разработки принципов общей теории буржуазной газеты, ибо он в конце концов свелся к идее «манипулирования сознанием», идее, которая духовно питает сейчас и буржуазную прессу и всю систему «массовых коммуникаций» и «массовой культуры».

Большое значение для развития процесса, в результате которого газета попадает в поле зрения буржуазной социологии и становится предметом социологического анализа, имели работы Макса Вебера (1864—1920 гг.). М. Вебер создал так называемую «теорию социального поведения», где в соответствии со своим подходом к обществу как результату взаимодействия индивидов, дал формальную классификацию действий человека в обществе, определил «тип» его социального поведения в соответствии с особенностями принятых в индивидуальной психологии типов психики человека (рационально-целое, ценностно-рациональное, аффективное, традиционное поведение). Поэтому его анализ буржуазного общества представляет собой, по сути дела, исследование лишь одной стороны жизни этого общества — **духовной**. Отсюда интерес Вебера и к «формам духовного производства», в частности, к газете и, естественно, ее социологическому анализу. Вебер «...формулирует социологические законы информационного процесса и показывает значение анализа содержания газет»⁶⁾.

Поскольку социологический интерес к газете впервые возник в сфере социальной психологии в связи с изучением факторов, влияющих на поведение индивида в группе, значительный промежуток времени социологическое изучение газеты происходило именно в русле данной проблематики, так сказать, внутри отраслевой «социологии общественного мнения» («public opinion sociology»). Изучение «социального поведения» членов различных групп в период выборов, исследование их реакции на торговую рекламу (основные направления социологии «public opinion») с неизбежностью привели их к анализу газеты как основного и ведущего средства массовой информации.

Интерес теоретиков «социологии общественного мнения» к газете имел, несомненно, позитивное значение. Газета начинает рассматриваться как специфически «социальный» факт, как неотъемлемая часть социальной системы, оказывающая известное влияние на ход духовной жизни общества. Принципиально важное положение о газете как элементе идеологической надстройки общества было высказано Марксом и Энгельсом еще в 60—70-е годы прошлого века, в разгар их деятельности в качестве первых теоретиков и практиков рабочей печати. Буржуазная же социология пришла к признанию социальной значимости газеты и необходимости ее специального социологического изучения под влиянием ряда факторов, заявивших о себе в начале нынешнего века. Речь идет прежде всего о становлении эмпирической социологии в связи с новыми задачами, поставленными перед буржуазной наукой последней стадией развития капитализма. И если теоретики эпохи «протосоциологии» лишь **обратили внимание** на социальную значимость газеты и впервые сделали ее предметом социологического исследования,

⁵⁾ Цит. по И. С. Кош. Позитивизм в социологии, стр. 148.

⁶⁾ Х. М. де Мело. Современная панорама исследований в области средств массовой информации. «Демократический журналист», 1969, № 5.

когда она еще была столь широко распространена и сильна, то уже в первые два десятилетия XX века развитие газеты становится настолько бурным, что появляются предпосылки выделения социологических исследований газеты в самостоятельную отрасль социологии. К тому же в этот период рядом с газетой вырастают совершенно новые колоссы: кино, радио, наконец, телевидение. Появляются реальные очертания мощного социального института — так называемые системы социальных средств массовых коммуникаций (mass media and communication), используемого буржуазией в качестве инструмента внутренней и внешней политики, торговой рекламы, идеологической обработки населения и всего того, что вскоре получило хлесткое название «brain washing», т. е. «промывание мозгов».

Таким образом, чрезвычайно быстрое и широкое развитие газеты, журнальных изданий, кино, радио, телевидения, огромный практический интерес буржуазии США и других крупных капиталистических стран к эффективному их использованию в целях наживы, пропаганды и, в целом, поддержания стабильности капиталистической системы, достаточно высокий уровень эмпирических исследований в области, из которой выделилась впоследствии социология средств массовых коммуникаций — в социологии общественного мнения (работы Гэллага, Лазарсфельда и др.) — все это привело в конце 20-х годов к становлению и развитию «социологии средств массовых коммуникаций», а в ее составе и социологического изучения газеты во всех основных аспектах ее функционирования в обществе.

