Наталья Фирсова

Предвестник исследований диффузии инноваций Габриэль Тард: «Общество — это подражание»

Рецензия на книги: Тард Г. Законы подражания/Пер. с фр. Ф. Павленков. Академический проект, 2011. 304 с.

Тард Г. Социальные законы/Пер. с фр. И. Д. Маркусона // Социология. Сост. В. Зомбарт. Едиториал УРСС, 2003. С. 81–88.

Габриэль де Тард был одним из самых известных социологов во Франции XIX века. Однако сегодня в трудах по истории дисциплины его имя упоминается значительно чаще в связи с его ожесточенной полемикой с Эмилем Дюркгеймом, нежели с предложенной им исследовательской программой.

Похоже, что предмет исследования Тарда в классической работе «Законы подражания (1890; рус. пер. — 1892) — распространение идей, изобретений и открытий — сыграл с исследователем злую шутку: его идеи, не найдя последователей в свое время, теперь открываются заново. Нам известны по крайней мере два направления социологической мысли, которые обращаются к трудам Тарда в поисках интеллектуальных истоков. Это акторно-сетевая теория (Actor-Network Theory, ANT) и исследования диффузии инноваций [Latour 2002, Kinnunen 1996].

Наталья Юрьевна Фирсова — социолог (МВШСЭН, 2003), аспирант факультета социологии НИУ ВШЭ, младший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ, ассоциированный сотрудник Лаборатории сравнительных социальных исследований НИУ ВШЭ. Научные интересы: экономическая социология, методология социологических исследований, диффузия инноваций, социология потребления и стиля жизни, субъективная свобода.

Б. Латур выдвинул предположение, что социология Тарда не получила развития по причине отсутствия технических средств для реализации исследовательской программы; иными словами, Тарду просто не повезло — он опередил свое время. Однако сейчас его идеи могут быть подвергнуты эмпирической проверке. Латур возводит к Тарду по меньшей мере два аргумента акторно-сетевой теории. Во-первых, разделение природы и общества не релевантно при изучении межличностного взаимодействия. Во-вторых, разделение на микро- и макро-уровни препятствует пониманию того, как образуется общество [Latour 2002: 118].

Мы изложим взгляды Тарда на социологию и те положения его работ, преимущественно „Законов подражания“ и «Социальных законов», которые представляют интерес с точки зрения современных исследований диффузии инноваций. В заключение мы сделаем вывод относительно справедливости причисления Тарда к основоположникам исследований диффузии инноваций.

Законы подражания

Из всех работ Тарда, пожалуй, именно «Законы подражания» вызвали наибольший интерес современников. Философ И. Тэн назвал эту работу ключом, которым можно открыть любой замок.

Действительно, Тарду удалось создать цельную и самодостаточную объяснительную схему. В самом упрощенном виде ее можно представить следующим образом. Есть два взаимоисключающих понятия: изобретение и подражание. С их помощью можно описать любые действия людей, общество, а также социальные изменения. Согласно Тарду, общество — это подражание, так как только благодаря подражанию общество поддерживает свою целостность. Изменения в обществе происходят с появлением и распространением изобретений и, как следствие, сменой ориентиров для подражания.

В «Законах подражания», как и во многих других работах, Тард, пытаясь освободить социологию от биологизма и органицизма, прослеживает развитие языка, религии, производства и потребления, искусства и политической жизни общества; проводит аналогии между социальными процессами и физическими, биологическими, химическими феноменами. В этой работе представлена целая россыпь идей, которые, возможно, были несколько преждевременны для периода, характеризовавшегося стремлением социологии и психологии к дисциплинарному самоопределению и обособлению. Именно вопрос, почему одни идеи, открытия и изобретения получают распространение, а другие предаются забвению, в числе

многих других в числе многих других вопросов пытался прояснить автор «Законов подражания».

Тард исходил из понятия социологии *(чистой социологии)*, как науки, открывающей законы, которые применимы ко всем обществам: настоящим, прошлым и будущим. Методом его исследования стала интерпсихология, или интерментальная психология (intercerebral psychology), которая «изучает происхождение сознательных отношений между несколькими, прежде всего, между двумя индивидами» [Tarde 2000: 19].

Стремясь определить факторы социальных изменений, Тард отказывается от существующих объяснений, основанных на индивидуальных поступках или капризах великих людей. По его мнению, социальные трансформации объясняются возникновением великих идей, которые он именует *изобретениями,* или *открытиями*. «Под этими двумя терминами я понимаю всякое нововведение или всякое дальнейшее улучшение предшествовавшего нововведения во всякого рода социальных явлениях: в языке, религии, политике, праве, промышленности, искусстве» [Тард 1892: 2]*.

Объектом социальной науки, согласно Тарду, должны стать социальные факты, сходные, много раз повторяющиеся. Определяя социальные факты как индивидуальные поступки, он проводит разграничение с социальной философией, в ведении которой он оставляет факты несходные, новые, исторические в собственном смысле. Всякое сходство, по Тарду, происходит от *подражания*, причем подражание понимается достаточно широко: «Всякие сходства социального происхождения, замечаемые в мире общественном, представляют прямое или косвенное следствие подражания во всех его видах: подражания-обычая или подражания-моды, подражания-симпатии или подражания-повиновения. Подражания-обучения или подражания-воспитания. Подражания слепого или подражания сознательного и т. д.» [Тард 1892: 14].

Как же связаны между собой изобретение и подражание? «Если мы разложим социальные факты на их составные элементы, то найдем в каждом из них, даже в самом простейшем, различные комбинированные изобретения, молнии гения, накопленные и превращенные в обыденные источники света. [...] В общественном отношении, все оказывается изобретениями и подражаниями; подражания — это реки, вытекающие из тех гор, что представляют

* Часть статьи написана до 2011 года, когда монография «Законы подражания» была переиздана. По этой причине автор здесь и далее приводит цитаты по изданию, опубликованному в 1892 году. Также автор счел возможным сохранить оригинальную пунктуацию, заменив орфографию на современную *(прим. ред.)*.

собой изобретения» [Тард 1892: 3]. Иными словами, изобретение распространяется посредством подражания и только таким способом получает социальную значимость.

Можно сказать, что «социальным», по Тарду, является все, что распространяется посредством подражания. Поэтому анализ социальных явлений необходимо проводить на микроуровне.

Но подражание, являясь исключительно социальным феноменом, не рассматривается изолированно от природы. Тард считал подражание *частью универсального закона повторения*. В качестве аналогий подражания он приводит наследственное повторение в органической жизни и волнообразное движение в мире неживой природы. Идея универсального закона повторения получает развитие в другой работе Тарда — «Социальной логике» [Тард 1996]. В ней он также раскрывает и два других понятия, важных для понимания подражания: верования («верование означает [...] не веру в религиозном смысле, а только согласие ума с какой-нибудь мыслью» [Тард 1996: 501]) и желания, которое приравнено к понятию воли у Шопенгауэра.

Каков же механизм подражания? Если подражание не является бессознательным подражанием самому себе, то есть привычкой, оно возникает в результате воздействия одной личности на другую: «Всякое действие любого из нас внушает окружающим нас людям, свидетелям этого, почти неотразимое желание подражать нашему действию; и если эти последние иногда противятся такому стремлению, то это потому, что оно тогда нейтрализуется в них антагонистическими воздействиями, возникшими из представившихся им воспоминаний или из внешних впечатлений (читай: верований. — Н. Ф.)» [Тард 1892: 80]. Стремление подражать Тард объясняет гипнотизмом, в частности гипнотизмом обаяния личности. Возможно, поэтому его обвиняли в мистицизме.

Здесь также необходимо подчеркнуть, что особое место в понимании подражания Тард отводил коммуникации, разговору: «Волнообразное, так сказать, распространение подражания, этого мало-помалу уравнивающего и цивилизующего начала, *одним из самых могущественных агентов которого является разговор* (курсив наш. — Н. Ф.). Это утверждение объясняет необходимость того двойного стремления, которое мы замечаем при первом взгляде на эволюцию разговора, а именно, с одной стороны, численное увеличение пригодных друг для друга собеседников и сходных между собой реальных разговоров, а с другой стороны, именно в силу этого увеличения, переход от сюжетов узких, интересующих только небольшую группу людей, к сюжетам все более и более отвлеченным и общим. Но если эта двойная наклонность и одинакова везде, то она не мешает течению *эволюции* разговора быть

настолько же отличным друг от друга в различных нациях, при различных ступенях цивилизации, насколько русло Нила или Рейна разнится от русла Ганга или Амазонки» [Тард 1999: 329]. Ранее, в «Законах подражания», Тард утверждал, что изобретения появляются тем скорее, чем чаще и полнее происходит обмен идей между индивидами.

Рассмотрим теперь, каким образом Тард теоретизировал распространение изобретений. Центральный вопрос, которым задается исследователь: «по каким причинам некоторые из нововведений (какой-нибудь десяток из сотни неологизмов, мифологических идей, промышленных изобретений и т. д.) быстро усваиваются многими и распространяются в массе, подражающей их авторам? И почему другие, громадное большинство, девяносто из ста, осуждены на забвение?» [Тард 1892: 145].

В поисках ответа Тард разделяет причины распространения нововведения (изобретения) на два вида: логические и сверхлогические[1]. К логическим причинам, или *логическим законам подражания*, он относит непосредственно связанные с содержанием нововведения. Логические законы объясняют, почему одни нововведения распространяются, а другие — нет, насколько осознанна потребность в нововведении и насколько оно совместимо с существующими знаниями и представлениями. «Под влиянием причин логических, человек принимает нововведение потому, что он находит его полезнее или истиннее других, т. е. согласнее с целями и принципами, ранее принятыми, тоже в силу подражания. В этом случае дело идет единственно о самом изобретении или открытии... независимо от доверия или недоверия к личности его носителей или к месту и времени его возникновения» [Тард 1892: 146].

Распространение нововведений может происходить как в форме логических поединков, так и в форме логических союзов. Под логическими поединками Тард понимает такое распространение нововведения, которое вытесняет существующие идеи или привычки, или происходит одновременно с распространением другого нововведения, удовлетворяющего той же потребности, что и первое. Тард разделяет логические поединки на индивидуальные и общественные: «Лишь с завершением процесса индивидуального поединка начинается поединок общественный. Каждому акту подражания предшествует колебание индивида, потому что каждое изобретение или открытие, стремясь распространиться, встречает препят-

1 В русском переводе этот ряд причин назван нелогическими. Но в соответствии с содержанием этих причин нам кажется точнее английский перевод — extralogical [Tarde 2000: 33], которым мы пользуемся.

ствие, которое до́лжно устранить и которое заключается в идее или привычке, усвоенной каждым отдельным лицом из публики» [Тард 1892: 170].

Логическим союзом, или накоплением, Тард называет распространение нововведений, которые не противоречат друг другу, взаимно поддерживают друг друга или стремятся к соединению. Он предлагает различать изобретения и открытия, способные накапливаться бесконечно (хотя при этом могут и заменяться, как, например, слова того или иного языка), от тех, что, достигнув определенной степени накопления, должны быть заменены. В науке примером первых являются наблюдения и опыты, а примером вторых — научные теории, которые, совершенствуясь, заменяют «устаревшие».

Тардом были сформулированы также сверхлогические законы подражания, обнаруживающие закономерности в распространении нововведений. При равных логических условия, по утверждению Тарда, «1) образцы внутренние вызывают подражание прежде образцов внешних и 2) пример личностей, классов и местностей, признаваемых высшими, берет верх над примерами личностей, классов и местностей низших. [...] Подобная преобладающая роль принадлежит: 3) то настоящему, то прошедшему» [Тард 1982: 199–200]. Первый из сверхлогических законов означает, что подражание верованиям и желаниям предваряет подражания внешнего характера. Например, вкусам подражают прежде, чем роскоши[1]. Второй сверхлогический закон заключается в том, что нововведения, которые начинают распространяться от находящихся выше в социальной иерархии, будут приняты всеми с большей вероятностью, чем те, что появились в среде стоящих ниже в социальной иерархии. Тард также отмечает, что социальная дистанция имеет значение для распространения нововведения: подражать с большей вероятностью будут тому, кто находится ближе из занимающих более высокое положение. В демократических обществах с уменьшением расстояния между классами роль социальной вершины как образца для подражания смещается от аристократии, отличительной чертой которой Тард считал «инициаторский, если

1 Этот пример Тарда, пожалуй, не самый удачный. В качестве контрпримера можно привести стиль жизни нуворишей, которые подражают прежде всего внешним атрибутам буржуа или аристократов, то есть собственно роскоши. Тард и сам приводит подобные контрпримеры, среди них — свидетельство Ф. М. Достоевского о том, что после нескольких лет, проведенных на каторге, он стал внешне походить на арестантов: «Их привычки, идеи, обычаи сообщились мне и сделались моими по внешности, хотя не проникли в мою душу». Цит. по [Тард 1892: 214].

не творческий характер» [Тард 1892: 225], к жителям столичных городов. Отношение «образец — копия» из одностороннего становится взаимным. И наконец, в третьем сверхлогическом законе Тард различает подражание своему и древнему (обычай), а также подражание новому и чужому (мода). На различных примерах исследователь прослеживает своего рода цикл, началом которого является распространение нововведения через подражание-моду, затем — постепенный переход нововведения в разряд привычного, и далее распространение посредством подражания-обычая [Тард 1892: гл. 7]. Следует также отметить, что Тард относит действие сверхлогических законов только к тем случаям, когда их действие не нейтрализуется — целиком или отчасти — действием логических законов. Видимо, учитывая это обстоятельство и наличие исключений из сверхлогических законов, Тард чаще именует их сверхлогическими влияниями.

Тард находит подтверждение сформулированным им законам подражания в изучении статистических данных, например о распространении потребления кофе и табака в европейских странах; но, к сожалению, не приводит их в своей работе. Он использует статистические данные в сфере промышленности и торговли для исследования распространения нововведений и критикует государственные органы Франции за то, что они не собирают в достаточном объеме данные о религиозной принадлежности, имуществе и эмоциональном состоянии людей, а также об изменениях в словоупотреблении [Тард 1892: 105; Kinnunen 1996: 434].

Однако, несмотря на то что Тард сделал множество интересных наблюдений и выявил ряд важных закономерностей, в целом ему не удалось создать инструментального аппарата для научных исследований: в его время для этого не было необходимых технических средств. В то же время Тард предпринял попытку наметить программу эмпирического анализа распространения нововведений, согласно которой исследователю необходимо стремиться «1) к тому, чтобы посредством записывания действий и результатов получить кривую возрастания, стояния на одной высоте или упадка новой или старой потребности, по мере того как она распространяется и укрепляется или отвергается и искореняется; 2) к тому, чтобы посредством удачных сближений полученных таким образом рядов... указать на препятствие. Или на большее или меньшее содействие, которое оказывают друг другу эти разнообразные распространяющиеся или уже окрепшие потребности или идеи... не пренебрегая в то же время и влиянием, которое могут оказать на них пол, возраст, темперамент, климат, время года, естественные условия» [Тард 1892: 113–114].

Социальные законы

«Законы подражания» пока являются единственной их всех работ Тарда, включить которую в библиографию с недавних пор считается хорошим тоном среди исследователей диффузии инноваций. Однако нам представляется, что не меньший интерес для теоретизирования в рамках этого научного направления представляет более поздняя работа Тарда — «Социальные законы» (1898; рус. пер. — 1906). В предисловии к первому изданию «Социальных законов» Тард отмечает, что эта работа, представляющая собой квинтэссенцию курса лекций, прочитанных им в Свободном коллеже социальных наук в 1897 году, прочерчивает внутренние связи между его основными работами, изданными к тому времени посредством аргументации более общего порядка [Tarde 2000: 5][1]. В «Социальных законах» Тард вводит и отличные от подражания социальные механизмы: противоположение и приспособление.

Обосновывая неочевидное на первый взгляд существование социальных законов, Тард использует яркие и запоминающиеся аналогии с другими науками: «Когда поверхностный наблюдатель бегло проходит по музею истории с его пестрыми и причудливыми картинами и знакомится со всеми народами, так непохожими друг на друга, — его первое впечатление таково, что немыслимо к явлениям социальной жизни применять какую-либо общую формулу или какой-нибудь научный закон и что мысль построить социологию есть химера. Но такое же впечатление производил на первых пастухов, наблюдавших небесный свод, сверкающий звездный хаос и многообразие метеоров на небе, и на первых земледельцев, желавших проникнуть в тайны растительной жизни, обилие различных растительных и животных форм. Им показалась бы величайшей глупостью мысль объяснить небо и лес несколькими логически связанными между собой понятиями астрономии и биологии» [Тард 2003: 81]. Для того чтобы установить эти законы, наука, по мнению Тарда, должна исследовать *повторение*, *противоположение*, *приспособление* [Тард 2003: 82]. В качестве примера повторения Тард приводит общие индивидам одного и того же рода черты, противоположения: столкновение между живыми организмами и взаимную борьбу всех существ, приспособления — творческие взаимные воздействия явлений. Повторение феномена обеспечивает его воспроизводство.

Тард подвергает критике тенденцию, которую он находит у Вико, Монтескье и современных ему эволюционистов, — «втиснуть со-

1 Русский перевод «Социальных законов» не полон, поэтому мы вынуждены обращаться в том числе к английской версии.

циальные факты в законы развития, в силу которых они должны, в общем и целом, с незначительными отклонениями, повторяться» [Тард 2003: 82]. Тард противопоставляет концепции однолинейного развития, как бы мы назвали ее сегодня, собственное видение: «Эти мнимые законы полны исключений и... развитие языка, права, религии, политики, хозяйства, искусства, морали идет не единым широким путем, но целым сплетением путей, с бесчисленными скрещениями» [Тард 2003: 83]. Тарду близок скорее подход экономистов и лингвистов того времени, которые замечают отношения между последовательными и одновременными фактами, *повторяющимися* в пределах изучаемой ими области (например, совпадение человеческих действий в покупках и продажах, производстве и потреблении) и позволяющими формулировать законы. Любопытно, что в данном контексте он причисляет лингвистов и экономистов, в частности А. Смита, к «специалистам социологии».

Тард вслед за С. Миллем предлагает обратиться для объяснения экономических, лингвистических и прочих законов к психологии. Но не к психологии отдельных индивидов. Тард предлагает искать основные социальные факты в *интерментальной психологии,* «т. е. той, которая изучает происхождение сознательных отношений между несколькими, прежде всего между двумя индивидами. Разнообразные группировки и комбинации этих основных социальных фактов и образуют затем так называемые простые социальные явления, составляющие предмет специальной социологии» [Тард 2003: 84]. По утверждению Тарда, взаимные отношения двух индивидов составляют единственное и необходимое основание социальной жизни и первоначально они заключались в подражании одного индивида другому. «Поскольку мы живем социальной жизнью, во всей нашей речи, в поступках, в мышлении мы подражаем другим, за исключением случаев, когда мы вводим что-либо новое, что случается, однако, редко; но и тогда легко доказать, что наши новшества, большей частью являются комбинациями прежних примеров и что они остаются чужды социальной жизни до той поры, пока не вызывают подражания» [Tarde 2000: 23].

Тард говорит о подражании не только на уровне межличностной коммуникации, но и на уровне общества. Полемизируя с предшественниками в лице Э. Ренана и И. Тэна, он предлагает избегать таких понятий, как «народный дух», «расовый дух», «дух языка» или «дух религии» в объяснительных схемах, приписывая им соотнесенность с определенными формами правления, учреждениями и пр. «Бесполезно было указывать этим теоретикам на глубину тех преобразований, которые вызывает распространение прозелитической религии, языка, учреждения, вроде суда присяжных, далеко за пределами народа и расы, несмотря на непреодолимые препятствия,

которые должен бы противопоставить этому распространению дух других наций и других рас» [Тард 2003: 85]. А «народный дух» он трактует как продукт индивидуальных особенностей индивидов; такой подход можно назвать вслед за Й. Шумпетером методологическим индивидуализмом. «С течением времени придется открыть глаза и признать, что дух народа или расы не является всеопределяющим, господствующим над отдельными личностями фактором, но просто удобной этикеткой, безымянным синтезом тех личных особенностей, которые одни только реальны, одни только истинны и которые постоянно бродят внутри каждого общества, благодаря беспрестанным заимствованиям, благодаря плодотворному обмену примерами между соседними обществами» [Тард 2003: 85–86].

Объясняя *противоположение*, Тард отталкивается от экономического понятия конкуренции. То, что экономисты считают конкуренцией между потребителями (это явление еще существовало в XIX веке) или производителями, он рассматривает как конкуренцию желаний и верований: «Если распространить ее на все лингвистические, религиозные, политические, художественные, моральные формы социальной жизни, то можно будет убедиться, что истинные социальные противоречия следует искать внутри самого индивида, а именно: всякий разкогда он „колеблется“ принять или отвергнуть новое выражение, новый религиозный обычай, новую идею, новую школу искусства. Вот это колебание, эта маленькая внутренняя борьба, которая в каждый данный момент миллионы раз воспроизводится в жизни народа, есть бесконечно малая и бесконечно плодотворная противоположность в истории; в социологии она приводит к глубокому и спокойному перевороту» [Тард 2003: 86].

По мнению Тарда, наука, которую основал О. Конт, это еще не социология, а «философия истории»: для него вся история человечества ведет к господству эпохи его позитивизма. Эволюционисты значительно продвинулись вперед в этом направлении: формулируя законы лингвистического, религиозного, экономического, политического, морального, эстетического развития, они подразумевают, что эти законы применимы не только к народам, которые имеют привилегию называться историческими, но ко всем народам, которые существовали и будут существовать. Однако взгляды школы Г. Спенсера Тард также считает ошибочными, так как в конечном счете последователи Спенсера приходят к выводу, что «хотя человек и двигается сам, но им руководит эволюция» [Тард 2003: 87]. Замечая в эволюционном развитии народов схожие черты, Тард тем не менее считает источником эволюции научные открытия и промышленные изобретения, «которые, непрерывно накопляясь, взаимно извлекая пользу друг из друга, образуют целую систему; существующая между ними весьма реальная диалектическая связь,

не лишенная, правда, извилин, смутно отражается в связи между народами, способствовавшими ее созданию» [Тард 2003: 87]. Тогда элементарным социальным *приспособлением*, по Тарду, являются отношения между двумя индивидами, один из которых учит, а другой учится, один приказывает, а другой повинуется, один производит, а другой покупает и потребляет, или в отношениях двух человек, которые сотрудничают в одном деле. Однако этим не ограничивается понятие приспособления, так как Тард предлагает искать его в гении изобретателя, не всякого, а лишь того, чьи изобретения приобрели социальное значение, то есть получили распространение. Ведь для того, чтобы получить распространение, идея изобретателя должна быть в гармонии с существующими потребностями и способом их удовлетворения. Таким образом, Тард возвращает внимание социологии, как зарождающейся науки, к человеку: «В основе каждой ассоциации между людьми лежит первоначально ассоциация идей одного и того же человека» [Тард 2003: 88].

Влияние идей Тарда на исследования диффузии инноваций

Интерес к теме распространения нововведений и его влияния на социальные изменения прервался на период около 40 лет после кончины Тарда в 1904 году. Причиной тому мог послужить целый ряд обстоятельств. Во-первых, методологические инструменты для подобных исследований не были предложены Тардом и разработаны значительно позже — с появлением технических средств для их реализации и соответствующих эмпирических данных. Во-вторых, Тард обладал несомненными литературными способностями [Lepenies 1992] и «совершенно недисциплинированным умом» [Latour 2002: 118], что, с одной стороны, позволило ему избежать догматизма, а с другой, объясняет, почему он не оставил школы последователей. Действительно, в век растущей специализации Тард вовлекал в свои работы все доступное ему знание, с легкостью переходя от одной проблемы к другой и используя в качестве путеводной нити аналогии. В-третьих, доминирующей фигурой во французской социологии на долгое время стал Дюркгейм, интеллектуальный противник Тарда. Однако необходимо заметить, что Дюркгейм переиграл Тарда не в интеллектуальном споре, основная ось противостояния которого — «реализм — номинализм»[1], а на поле

1 В открытых публичных дебатах, состоявшихся в 1904 году, Тард следующим образом сформулировал свою позицию: «Существуют только индивидуальные действия и взаимодействия. Все остальное — это метафизика

институализации социологии как науки во Франции. Это стало возможным благодаря «широкому» дюркгеймовскому определению социологии как науки, которое позволило наиболее талантливым представителям философии, истории, права и лингвистики занять посты в самых влиятельных университетах Франции и выработать социологическую ориентацию в каждой из этих дисциплин. В то же время Тарда исследователи его творчества считают изолированным от академического круга [Clark 1973: 68, 98]. Однако он получил, не имея докторской степени, звание профессора современной философии в Коллеже Франции в 1900 году и читал различные курсы в нескольких университетах. Можно сказать, что Тард считался наиболее известным социологом во Франции того времени *вне* университетской системы.

Однако работы Тарда, переведенные на английский язык, нашли последователей в академических кругах США, например среди представителей Чикагской школы. Идеи Тарда оказали влияние на В. Парето, Р. Парка, Э. Берджесса, Э. Росса, Ч. Эллвуда, Дж. Болдуина, Дж. Дьюи, Ч. Кули, Ф. Гиддингса [Lukes 1992: 303; Kinnunen 1996: 436]. Работы Тарда приводятся в списках избранных произведений различных школ и направлений в «зеленой библии» студентов социологических факультетов американских университетов, составленной Парком и Берджессом, — «Введение в науку социологию» [Park & Burgess 1972].

Неудивительно, что первые эмпирические исследования процесса диффузии инноваций появились в США. Одним из самых показательных стало социологическое исследование распространения семян гибридной кукурузы среди фермеров двух поселений в штате Айова [Ryan & Gross 1943]. В 1940–50-е годы интерес к исследованиям диффузии инноваций рос одновременно и независимо среди различных дисциплин, причем ученые не были осведомлены о результатах коллег. Лишь с появлением работы Э. Роджерса «Диффузия инноваций» в 1962 году, в которой обобщались выявленные закономерности в распространении инноваций, предлагалась общая модель диффузии инноваций и выдвигались аргументы в пользу необходимости концептуализации процесса диффузии, стало очевидно, что результаты исследований, полученные в рамках различных дисциплин, являются скорее комплементарными, чем противоречивыми.

Роджерс причислял работы Тарда к истокам исследований диффузии инноваций [Rogers 2003: 40–41]. Многие обобщения, сделан-

---

и мистицизм» [Lukes 1992: 313]. Подробнее о содержании интеллектуального поединка Тарда и Дюркгейма см.: Lukes 1992, p. 302–314.

ные Роджерсом, согласуются с положениями теории о подражании, хотя и описаны с использованием других терминов. Например, «подражание» Тарда соответствует современному понятию «освоение инновации». Многие заключения, сделанные Тардом скорее интуитивно, позже нашли подтверждение в эмпирических исследованиях.

Процесс распространения нововведений, описываемый Тардом с использованием различных примеров, будучи изображен графически, соответствует S-образной кривой, что согласуется с современными представлениями о протекании процесса диффузии инноваций. Тард указывал на важность индивидуального решения об освоении инновации или отказе от ее освоения для изучения процесса диффузии. Ключевое слово в теории Тарда — «подражание» — подразумевает, что большинство, осваивая нововведение, копирует действия уже освоивших его. При этом Тард подчеркивал важность коммуникации. Таким образом, согласно Тарду, распространение нововведения является *социальным* процессом. Тард предположил, что чем более нововведение соответствует принятым ранее идеям и принципам, тем вероятнее его широкое распространение. Эта интуиция нашла подтверждение в более поздних эмпирических исследованиях. Подтвердилось наблюдение Тарда и о том, что нововведение значительно легче распространяется в однородных группах, нежели от одной группы к другой [Тард 1892: 348]. Тардом также было замечено, что одним из основных мотивов освоения нововведения является стремление к более высокому статусу; и, соответственно, нововведения, уже принятые большинством, теряют свою привлекательность в качестве символа статуса для высших социальных слоев, освоивших нововведение в числе первых.

Нам представляется, что перечисленные соответствия представлений Тарда с современным состоянием теории диффузии инноваций позволяют считать Тарда ее основоположником. Или по меньшей мере одним из основоположников, в числе которых Роджерс называет также Г. Зиммеля (зиммелевский концепт *чужака* близок к понятию инноватора, который в числе первых осваивает нововведение, демонстрируя таким образом девиантное поведение относительно норм и правил социальной системы) и британских и германо-австрийских диффузионистов начала XX века (две антропологические школы, схожим образом в противовес эволюционизму объяснявшие социальные изменения в различных обществах как результат распространения культурных нововведений из одного центра) [Rogers 2003: 42–43], которые ввели термин «диффузия» в социальные науки, заимствовав его из физики.

Не только теория диффузии инноваций претендует включить Тарда в число своих основоположников. Латур «открыл» Тарда как

предвестника акторно-сетевой теории, переиздав его труд «Монадология и социология» (*Monadologie et Sociologie)*, не переведенный пока на русский язык [Latour 2002]. С. Московичи признает за Тардом разработку теории естественных и искусственных толп, в которой первые служат элементарной энергией для образования вторых, создающих, в свою очередь, общественные и политические институты [Московичи 1998: 196; Тард 1999]. С. Джинер считает, что Тард внес первоначальный решающий вклад в теорию массовой культуры [Giner 1976: 60]. Также французский исследователь причисляется к основателям социальной психологии.

Подражание предлагается считать основным механизмом институционального изоморфизма. П. Димаджио и У. Пауэлл пересматривают тезис М. Вебера о «железной клетке» рациональности при капитализме. Авторы аргументированно продемонстрировали, что в организациях механизмы бюрократизации смещаются от форм, определяемых рыночной конкуренцией, к формам, которые носят принудительный, *подражательный* или нормативный характер [DiMaggio & Powell 1983]. Подражательные процессы при изменениях в организациях возникают вследствие неопределенности как внутренних целей, так и внешнего окружения. Моделью для подражания при этом служат наиболее успешные организации. В качестве объяснения авторы приводят «скорее универсальность подражательных процессов, нежели существование подтверждённых свидетельств того, что копируемые модели повышают эффективность» [DiMaggio & Powell 1983: 152].

За рамками описанной выше схемы остаются акторы, которые впоследствии конструируют копируемые модели. Н. Флигстин полагает, что теории рационального выбора в экономике и политологии показывают, почему акторы производят институты. «Теория помогает объяснить, как происходит конструирование социальной жизни в поддающихся экспликации направлениях. Эгоистичные акторы заинтересованы в инновациях, и часто их успешные стратегии быстро копируются другими акторами» [Флигстин 2002: 143].

Суммируя вклад Тарда в исследования диффузии инноваций, прежде всего необходимо отметить его убежденность в том, что социальные науки должны изучать социальные изменения, а не статичное состояние общества [Barry & Thrift 2007: 512]. Таким образом, Тард не только обосновал актуальность изучения диффузии инноваций, но и поместил ее в центр внимания социологии. Многие идеи Тарда впоследствии нашли эмпирическое подтверждение в исследованиях в рамках различных дисциплин [Katz 1999: 147, Rogers 2003]: протекание процесса диффузии в виде S-образной кривой, важность межличностной коммуникации для принятия решения об освоения инновации, распространение инновации сверху вниз

по социальной иерархии и предвидение ускорения процесса диффузии в будущем — если упомянуть только основные.

В то же время мы по-прежнему можем наблюдать недостаток теоретизирования в области диффузии инноваций: идеи Тарда, изложенные в его наиболее популярном труде «Законы подражания», получили распространение, однако его теоретизирование в этой области почти не нашло последователей [Katz 1999]. В качестве исключений последнего времени можно привести работу Деринга и Майера, в которой они, отталкиваясь не столько от критики идеи Тарда о распространении инноваций «сверху вниз», а скорее от ее идеологически нагруженных трактовок, предлагают уделять больше внимания активной роли агентов изменений, в частности агентов, совершающих интервенции в такие области, как здравоохранение и образование [Dearing & Meyer 2008]. Стоит также упомянуть работу Э. фон Хиппеля о роли конечных пользователей как успешных инноваторов [von Hippel 2005] и статью Дж. Коливас и Ст. Йонсона, вклад которой состоит в разграничении собственно диффузии инновации и ее институализации [Colyvas & Jonsson 2011]. Остается надеяться, что возвращение к наследию Тарда и его критическое изложение будут стимулом не только к последующим эмпирическим исследованиям, но и к дальнейшему теоретизированию в области диффузии инноваций.

Библиография

1. *Гофман 2002* — *Гофман А. Б. Два периода в развитии французской социологии/История теоретической социологии. В 4 т. Т. 3. Разд. 3. Гл. 1./Отв. ред. и составитель Ю. Н. Давыдов. Москва: Канон, 2002.*
2. *Кон 2001* — *Кон И. С. Психологическая социология конца XIX — начала XX в.//История социологии в Западной Европе и США. М.: Норма, 2001. С. 56–78.*
3. *Московичи 1998* — *Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс/Пер. с фр. Т. П. Емельяновой. Москва: Центр психологии и психотерапии, 1998.*
4. *Тард 1892* — *Тард Г. Законы подражания/Пер. с фр. СПб.: Ф. Павленков, 1892. Переиздание: Тард, Г. Законы подражания. Пер. с фр. Ф. Павленков. Академический проект, 2011.*
5. *Тард 1996* — *Тард Г. Социальная логика/Пер. с фр. СПб.: Социально-психологический центр, 1996.*
6. *Тард 1999* — *Тард Г. Мнение и толпа/Пер. с фр. Психология толп. М.: Институт психологии РАН, 1999.*
7. *Тард 2003* — *Тард Г. Социальные законы/Пер. И. Д. Маркусона. // Социология. Сост. В. Зомбарт. Едиториал УРСС, 2003.*
8. *Флигстин 2002* — *Флигстин Н. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений/Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу/Сост. и научный редактор*

В. В. Радаев. Москва: РОССПЭН. 2002. С. 119–156.

9. **Barry, Thrift 2007** *Barry A., Thrift N. Gabriel Tarde: Imitation, Invention and Economy // Economy and Society. 2007. Vol. 36, № 4. P. 509–525.*
10. **Clark 1973** *— Clark T. N. Prophets and Patrons: The French University and the Emergence of the Social Sciences. Cambridge: Cambridge University Press, 1973.*
11. **Colyvas, Jonsson 2011** *— Colyvas J. A., Jonsson, S. Ubiquity and Legitimacy: Disentangling Diffusion and Institutionalization // Sociological Theory. 2011. № 29 (1). P. 27–53.*
12. **Dearing, Meyer 2008** *— Dearing J. W., Meyer G. Revisiting diffusion theory // A. Singhal & J. W. Dearing (Eds.), Communication of Innovations: A Journey with Ev Rogers. New Delhi: Sage, 2008. P. 29–60.*
13. **DiMagio, Powell 1983** *— DiMagio P. J., Powell W. W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields // American Sociological Review. 1983. Vol. 48. № 2. P. 147–160.*
14. **Giner 1976** *— Giner S. Mass Society. London: Martin Robinson, 1976.*
15. **Von Hippel 2005** *— Von Hippel E. Democratizing Innovation. Cambridge, MA: MIT Press, 2005.*
16. **Katz 1999** *— Katz E. Theorizing Diffusion: Tarde and Sorokin Revisited // The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences. 1999. № 566. P. 144–155.*
17. **Katz et al. 1963** *— Katz E., Levin M. L., Hamilton H. Traditions of Research on the Diffusion of Innovation // American Sociological Review. 1963. № 28. P. 237–253.*
18. **Kinnunen 1996** *— Kinnunen J. Gabriel Tarde as a Founding Father of Innovation Diffusion Research // Acta Sociologica. 1996. № 39 (4). XX. P. 431–450.*
19. **Latour 2002** *— Latour B. Gabriel Tarde and the End of the Social // P. Joyce (ed.) The Social in Question. New Bearings in History and the Social Sciences. London: Routledge, 2002. P. 117–132.*
20. **Lepenies 1992** *— Lepenies W. Between Literature and Science: the Rise of Sociology. Translated from the German by R. J. Hollingdale. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.*
21. **Lukes 1992** *— Lukes S. Émile Durkheim. His Life and Work: a Historical and Critical Study. L: Penguin Books, 1992.*
22. **Park 1972** *— Park R. E. Sociology and the Social Sciences // Park Robert E., Burgess Ernest W. (eds.) Introduction to the Science of Sociology Including the Original Index to Basic Sociological Concepts. Chicago: The University of Chicago Press, 1972. P. 1–57.*
23. **Rogers 2003** *— Rogers E. M. Diffusion of Innovations, fourth edition, NY: The Free Press, 2003.*
24. **Ryan, Gross** *— Ryan R., Gross N. C. The Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities // Rural Sociology, 1943 Vol. 8. № 1. P. 15–24.*
25. **Tarde 2000** *— Tarde G. Social Laws: an Outline of Sociology. Translated from French by Howard C. Warren. K: Batoche Books, 2000.*