И.Н. Панарин. СМИ, пропаганда и информационные войны, 2012 - перейти к содержанию учебника

6.1. Г. Лассуэлл – теоретик СМК

 Одним из основателей теории массовой коммуникации является Гарольд Лассауэлл. Г. Лассуэлл выделял три основные функции социально коммуникативных процессов: контроль за средой, корреляция всех компонентов общества для его сохранения и развития, передача социального наследия другим поколениям. По его мнению в демократических обществах рациональные выборы ценностей зависят от просвещенности, которая, в свою очередь, зависит от коммуникаций, но особенно от равноценности внимания к ним среди лидеров, экспертов и массы рядовых людей.

 Лассуэлл Гарольд Дуайт (13.02.1902 – 18.12.1978), выдающийся американский политолог. Он активно использовал методы социальной психологии, психоанализа и психиатрии в изучении политического поведения и пропаганды; выявляя роль массовых коммуникаций в оформлении, распространении и воспроизводстве символики политической власти.

Лассуэлл одним из первых исследует проблему количественного контент анализа политической коммуникации.

 Политическую науку он рассматривал как орган самопознания и самосовершенствования человечества в процессе общекосмической эволюции. Ключевое значение по Лассуэлл, приобретает создание международного правового порядка, способного служить утверждению человеческого достоинства.

 Если оценивать реальное значение научных идей американского политолога, социолога в области исследования массовой коммуникации Гарольда Дуайта Лассуэлл, то корректнее делать это в осмыслении его вклада не только в историю американской коммуникологии и коммуникативистики 20 60 х гг. прошлого столетия, а как классика мировой науки.

 По нашему мнению, Г. Лассуэлл был основателем современной теории пропаганды (его 3 х томная фундаментальная «Пропаганда и коммуникация в мировой истории»). Он провел исследования текстов массовых коммуникаций при помощи метода контент анализа, для чего он проанализировал 6 миллионов слов в периодических изданиях. С 1948 года он стал всемирно известным благодаря опубликованию своей ранее описанной «пятивопросной» модели коммуникативного процесса: «Who says what in which channel to whom with what ef ects?»

 Гарольд Дуайт Лассуэлл родился в 1902 году в городе Доннельсон, штате Иллинойсе, в семье пресвитерианского священника; его мать была преподавателем высшей школы. В 1918 году в возрасте 16 ти лет он поступил в Чикагский университет, в котором именно к этому периоду уже сформировалась знаменитая «чикагская школа» социологии, в котором он был стипендиатом, и где в 1926 году он защитил диссертацию, получив степень доктора политических наук. Его научным руководителем был Чарльз Мерриам (1874–1955), стоявший на методологических позициях бихевиоризма, и подтолкнувший его не только к изучению политического поведения (а не политических идей) в политологии, но и к исследованию пропагандистских материалов при помощи количественного метода анализа документов – контент анализа.

 Диссертация Г. Лассуэлла, в которой он собрал и обобщил огромный эмпирический материал – новостные факты из массовых изданий Швейцарии, Англии, Германии и Франции, была посвящена контент анализу сообщений пропаганды во время первой мировой войны.

 В 1927 году он был назначен доцентом политических наук Чикагского университета и опубликовал свою монографию «Техника пропаганды в мировой войне». В книге оценивались техники пропаганды двух сторон военных действий. Г. Лассуэлл основывался на интервью официальных лиц и обработке архивных материалов. Он анализировал символы, которые использовались в пропагандистских сообщениях. Определение пропаганды звучало как «менеджмент коллективных представлений с помощью манипуляций значимыми символами». Его исследования пропаганды второй мировой войны уже основывались на контент анализе.

 Опыт первой мировой войны сформировал большую группу серьезных исследователей не только в области пропаганды, но и в сфере паблик рилейшнз. В США был создан Комитет Криля по имени его руководителя Джорджа Криля, который занимался интенсивным порождением пропагандистских материалов.

 К примеру, в рамках США они распространили 75 миллионов разных буклетов. Миллионы материалов ушли также за границу. Интересным образом было также организовано информирование населения при отсутствии в то время мощных средств типа радио или телевидения. По стране был создан корпус из 75 тысяч человек, названных «четырехминутниками», которые должны были рассказывать полученные по телеграфу из комитета Криля тексты. Они выступали в школах, госпиталях, церквах. Тем самым за время войны было произнесено 755 тысяч подобных пропагандистских сообщений.

 Г. Лассуэлл писал, что в период первой мировой войны в 1918 году сбрасывалось на стороне противника до пяти миллионов листовок в месяц, достигая 150 миль за линией фронта. Немцы в свою очередь публиковали газету по французски, где в числе прочего печатали имена захваченных в плен французских солдат. Лассуелл обнаружил при этом ряд стратегий, которые использовали обе стороны:

 • стратегия разделения врага (например, попытка отделить Австро Венгрию от Германии),

 • стратегия деморализации врага (например, подчеркивание того, как много миллионов американских солдат высадились во Франции),

 • стратегия обвинения врага в зверствах (например, в отношении немецких солдат к бельгийским детям).

 В Чикагском университете Г. Лассуэлл стал читать курс «Общественное мнение и пропаганда», разрабатывая методы анализа, включая контент анализ.

В 1930 году была опубликована его монография «Психопатология и политика», в которой была предпринята первая масштабная попытка применения психоаналитической теории к анализу поведения политических лидеров.

 В этой работе он пытался найти объяснение, почему некоторые лидеры стремятся к тому, чтобы быть агитаторами, а другие – к тому, чтобы быть администраторами. Он пытался с помощью свободных ассоциаций и интервью понять политические мотивации. Политическая наука, по его мнению, не политические идеи, а политическое поведение. Сегодня эта область также получила очень серьезное развитие.

 В своей работе «Психопатология и политика» Г. Лассуэлл пришел к выводу, что причины многих политических и социальных явлений коренятся в индивидуальной психике, в самых глубинных и иррациональных ее пластах – в бессознательном, в подсознательно накопленных, скрытых политизированных чувствах, которые предопределяет политическое поведение и должны изучаться в аспекте политики. По его предположению, основой психоаналитического объяснения политического поведения является теория фрустрации, суть которой состоит в том, что бессознательные сексуальные мотивы (libido) с помощью «проекции», «замещения», «сублимации» (термины З. Фрейда) трансформируются в иные, в том числе и в политические желания.

По Лассуэллу, борьба за власть – это лишь компенсация детской травмы; власть помогает преодолеть низкое самоуважение; власть объясняется в терминах компенсаторной теории политики. В книге «Психопатология и политика» (1930) он исследует психологию «искателей» власти – индивидов, готовых на все ради ее получения, вплоть до убийства или самоубийства в случае потери властных полномочий и постов.

 Наиболее важные детерминанты политического поведения он видит в глубинных, бессознательных слоях психики личности. Он предлагает оригинальную типологию политических деятелей по двум критериям: 1) исполнение той или иной политической роли; 2) особенности детского психосексуального развития. Таких подтипа три: агитатор, администратор, теоретик.

 В 1936 году была опубликована его знаменитая книга «Кто достигает, что, когда, как», в которой он аргументировал свою главную идею о том, что политическая наука должна изучать власть, политическое поведение, политическую коммуникацию, распространение и воспроизводство политической символики, политическую пропаганду. В этом же году он был повышен в должности, став профессором Чикагского университета.

В 1938 году он ушел в отставку из Чикагского университета, дважды пытаясь безуспешно попасть в Нью Йорк. В 1939 году была опубликована его книга «Пропаганда мировой революции: Исследование Чикагской школы» (в соавторстве с Дороти Блументак). В 1939–1940 гг. Г. Лассуэлл был наиболее активным участником семинара по массовым коммуникациям, организованного Фондом Рокфеллера, и именно тогда, уже в 1939–1940 гг. описал процесс массовой коммуникации в виде однонаправленной «пятивопросной» модели: Who says what to whom via what channels with what ef ects?» (Кто говорит? – Что сообщает? – Кому? – По какому каналу? – С каким эффектом?) / правда, опубликована эта его «модель» была позже, в 1948 году.

 Во время второй мировой войны Г. Лассуэлл становится руководителем Отдела по изучению военных коммуникаций библиотеки Конгресса США. Здесь он проводил контент анализ пропаганды двух сторон. На эти цели Фонд Рокфеллера выделил грант в 85 тысяч долларов. Частично этот грант также финансировал подготовку технического персонала на случай того, что США примут более активное участие в пропагандистской деятельности. В рамках Министерства юстиции также было подготовлено 60 сотрудников, которые должны были проводить контент анализ 39 иностранных газет, оставшихся за пределами внимания основного проекта.

 С 1947 года Г. Лассуэлл включился в известный проект RADIR (Revolution and Development of International Relations). Были проанализированы 20 тысяч передовых статей наиболее влиятельных газет пяти наций, чтобы устанавливать изменения в дискурсах политических элит этих стран.

 После войны, в 1946 году он был назначен и работал до 1972 года профессором Школы права в Йельском университете, а также с 1952 года – там же – профессором политических наук. В 1970 г. он получил звание заслуженного профессора и до 1972 года работал в таком качестве в Городском университете в Нью Йорке.

В 1972 году он получил звание заслуженного профессора Темпльского университета (Школы права), а также статус профессора международных отношений в Колумбийском университете в Нью Йорке, где и работал до 1976 года. В 1976 78 гг. он был избран Президентом Центра политических наук, Нью Йорк. 18 декабря 1978 года Гарольд Лассуэлл умер в Нью Йорке.

 Под влиянием чикагской школы социологии при изучении социальных феноменов Гарольд Лассуэлл предлагал создать единую интегрированную политическую науку, ориентированную не только на чисто теоретические «библиотечные», а в первую очередь – на полевые исследования, что позволило бы ей более соответствовать потребностям политической практики. Так, в 1927 году он шесть месяцев участвовал с Элтоном Мэйо, профессором Гарвардского университета, теоретиком PR и одним из основателей доктрины «человеческих отношений» – в его знаменитом «Хоторнском эксперименте».

Согласно Г. Лассуэллу, в ХХ в. все науки являются политическими, поскольку они позволяют понять процесс и механизмы осуществления политики или предоставляют конкретные теоретические подходы и эмпирические данные, необходимые для принятия рациональных политических решений. По его мнению, политология и коммуникативные науки должны использовать не только методы эмпирической социологии, социальной психологии, но и психоанализа и психиатрии в изучении массовых коммуникаций, политической коммуникации, политического поведения и политической пропаганды.

 Г. Лассуэлл рассматривал коммуникацию как сложный процесс, имеющий свои социальные функции, внутреннюю структуру и общую направленность: «как любой процесс коммуникация может быть рассмотрена с точки зрения структуры и с точки зрения функции, иначе говоря, с позиции структурного и функционального анализа». Поскольку коммуникации пронизывают все формы жизни, функции социальной коммуникации очень схожи с процессами сигнализации и управления в живом организме и в животном мире, и важнейшей ее «эу функцией» является поддержание равновесия любой системы.

 Важно отметить, что важнейшим «вкладом» Г. Лассуэлла в работу семинара по массовым коммуникациям (сентябрь 1939 – июнь 1940) – этого первого в мире исследовательского центра, целью которого было изучение коммуникаций, и организованного Фондом Рокфеллера, был его анализ таких трех важнейших (и универсальных) социальных функций массовой коммуникации, как: 1) обозрение окружающего мира: «медиа расширяют горизонты познания индивида» – информационная функция; 2) корреляция с социальной структурой и «ответственностью» общества, воздействие на него и его познание через обратную связь – корреляционная функция, проявляющаяся также в объяснении и интерпретации информационных сообщений, в обеспечении поддержки существующим властям и господствующим нормам; 3) «трансмиссия» культурного наследия – познавательно культурологическая функция, функция преемственности культуры. Значение этих функций массовой коммуникациии в обществе Г. Лассуэлл «описал» в 1948 году.

 Впоследствии, начиная с 60 х гг. 20 века, анализ основных социальных функций массовой коммуникации был дополнен К. Райтом (развлекательная), Д. Мак Квейлом (мобилизационная), Р. Клоссом (рациональная – информирование, обучение; иррациональная – давление, манипулирование, реклама, пропаганда; социальная психотерапия – релаксация) и др.

 Г. Лассуэлл считал, что коммуникации присущи любому феномену социальной жизни, пытался дать целостное описание массово информационных процессов и их циркуляции, а введя в структуру коммуникативного процесса такой его важнейший элемент, как «эффект» (неотделимый от анализа аудитории и канала), он – одним из первых в американской коммуникативистике – поставил вопрос об управлении массовым сознанием (массовыми представлениями, ожиданиями, иллюзиями, заблуждениями). Он пришел к выводу, что социологический анализ именно массовых иллюзий, ожиданий и представлений полнее всего раскрывает природу и специфику общественного сознания и общественного мнения, чем изучение его систематизированных духовных образований (идеологий). Поэтому он считал особенно важным изучение «реального», «практического», «массового», «разлитого» сознания.

 Модель Г. Лассуэлла, разработанная им в 1939 40 гг. и опубликованная в 1948 г., сегодня «хрестоматийно» называется линейной, «однонаправленной», бихевиористской (коммуникация понимается как прямое воздействие на реципиента, который выступает лишь в качестве объекта, реагирующего на воспринимаемую информацию по принципу: стимул реакция); ее критиковали не только за «линейность», «направленность» в одну сторону, но также и за отсутствие в ней такого важнейшего элемента, как цель (анализ цели предполагает связь результата с намерениями коммуникатора, в том числе – с идеологическими).

 Все это так, но в после войны, в 40 е годы, когда в научный оборот коммуникологии и коммуникативистики лишь входили кибернетическая модель коммуникативного процесса с обратной связью Н. Винера, модели «двух» и «n ступенчатого» «потоков информации», «пятивопросная» модель Г. Лассуэлла была теоретически и практически востребованной для описания процессов различных видов массовых коммуникаций, в том числе – пропагандистских, рекламных, маркетинговых коммуникаций, политического пиара, пиар кампаний, рассчитанных на массовую аудиторию; она весьма широко использовалась в практике СМК, СМИ и в социологии массовой коммуникации.

 В соответствии с этой моделью, ставшей схемой для построения учебных курсов и хрестоматий по массовой коммуникации, в ней изучаются: 1) коммуникатор (инстанция, организующая и контролирующая процесс массовой коммуникации); 2) сообщения (контент анализ); 3) технические средства; 4) аудитория (ее количественно описываемые социальные и социально психологические характеристики; 5) результаты (изменения в сознании аудитории).

 Следует отметить, что в 1967 году на Международной конференции в Индии в своем докладе, посвященном сравнительному анализу социальных процессов, Г. Лассуэлл дополнил эту свою знаменитую «пятивопросную» формулу модель коммуникативного процесса следующими элементами»: «кто, с какими намерениями, в какой ситуации, употребляя какую стратегию, достигает какой аудитории, с каким результатом».

 Впервые Г. Лассуэлл использовал метод контент анализа для изучения сообщений пропаганды периода первой мировой войны уже в середине 20 х гг. (например, в 1925 году он проанализировал содержание немецких школьных учебников на предмет выявления в них ссылок на национальных военных героев, вклад Германии в науку, «неполноценность» иностранцев и т. д.), систематизировал свои исследования о сущности пропаганды, политических мифов и значении использования контент анализа в своей докторской диссертации (1926) и в монографии «Техника пропаганды в мировой войне» (1927), а позже – в многочисленных публикациях по проблемам пропаганды и контент анализа середины 40 х гг. В сотрудничестве с С. Пул и Д. Лернером он исследовал более 20 000 редакционных статей в наиболее престижных газетах американских и зарубежных газетах.

 Известно, что основные процедуры контентанализа связаны с переводом качественной информации (содержания сообщений массовой текстовой информации) в количественные показатели, на язык счета. В качестве смысловых, т. е. качественных единиц анализа Г. Лассуэлл предложил понятия, «изучение элит» (персоналий политических лидеров и деятельности правительств), достижения в экономике (это применялось им в контент анализе советских газет для книги «Пропаганда мировой революции», 1939), символы, поскольку «символические отношения организуют отношения между людьми». Выделяя в качестве основных смысловых единиц понятия, термины и символы возможно, по его мнению, обнаружить не только некоторые закономерности в использовании пропагандистских стереотипов, но и главные мотивы и даже скрытые намерения коммуникаторов. Так, используя символ как важнейшую аналитическую единицу контент анализа, Г. Лассуэл во время второй мировой войны применил этод метод для анализа текстов американской газеты «Истинный американец» и доказал, что она является профашистской, что послужило основанием для ее запрещения».

 Огромное значение в научных исследованиях Г. Лассуэлла имеют проблемы пропаганды, ее сущности, особенностей и структуры конструктов пропагандистских материалов. Уже в 1927 году он определяет пропаганду как «управление коллективными аттитьюдами (установками) посредством манипулирования значимыми символами». Она не может быть «плохой» или «хорошей» и квалифицироваться в терминах этики. Пропаганда есть попытка изменить воззрения людей; она есть «массовое убеждение»; ее цель – насаждать политическую мифологию. Пропаганда для него – это политика и вид оружия – более «экономного», чем традиционные: это «инструмент тотальной политики вместе с дипломатией, экономическими мероприятиями и вооруженными силами. Ее цель заключается в экономии материальных затрат на мировое господство». Как верно сказано, в 2012 году это очень актуально.

 Действительно, во время второй мировой войны СМИ стали использоваться как технологии психологической войны. В наставлении вооруженным силам США – «Введении в психологическую войну» – появились понятия «белой» пропаганды (рассчитана на «своих», распространяется и признается источником или его официальными представителями), «серой» пропаганды (не идентифицирует специально свой источник) и «черной» пропаганды (направлена на «врага», выдается за исходящую из иного источника, чем подлинный).

 Пропаганда как управление значимыми символами предполагает, по мнению Г. Лассуэлла, распространение прежде всего политических мифов и стереотипов. Политический миф он определяет как «совокупность социальных убеждений, включающих устойчивые представления об идеальном типе власти в рамках конкретного общественного устройства». Политический миф – это не только «иррациональное», принимаемое на веру, аксиоматически, бездоказательно. Г.

 Лассуэлл полагает, что политический миф реализуется в политических доктринах и идеологиях и отражается в структуре политического сознания через такие понятия, как «креденда» и «миранда», в связи с чем пропаганда всегда обращена как к разуму, так и к чувствам реципиентов.

 • «Креденда» (доверие) – это сфера рационального сознания, более соответствующая политическим доктринам; это уставы, конституции, декларации, договоры, обращенные к разуму и обеспечивающие доверие к власти на когнитивном уровне.

 • «Миранда» (мираж, сверхъестественное) – это нечто схожее с религией; это совокупность мифов, ритуалов, символов; она содержит такие коммуникативные средства, как лозунги, флаг, гимн, лидер (герой) движения, невербалику и рассчитана на эмоциональное восприятие, на пробуждение чувств лояльности индивида к власти.

 Посредством пропаганды, «креденды» и «миранды» осуществляется политическое управление обществом, политическая коммуникация, реализуется язык власти. При этом функция языка власти имеет рациональные цели (политическая семантика – т. е. содержание и стиль высказываний) и эмоциональные эффекты (политическая синтактика).

 Сегодня результаты научно исследовательской деятельности Г. Лассуэлла представляют собой классическое наследие не только для политологов, политических психологов, социологов, но и для специалистов по информационной войне