

Теория коммуникационного процесса Г. Лассуэлла.

Гарольд Дуайт Лассуэл [13](#)
[февраля 1902](#), [Доннеллсон, Иллинойс,](#)
[США](#) — [18 декабря 1978](#), [Нью-](#)
[Йорк, США](#)) —
американский [политолог](#), один из
основоположников современной
политологии^[1],
представитель [бихевиоралистского](#)
[подхода](#) в [политической науке](#)^[1] и один
из основателей [Чикагской школы](#)
[социологии](#), теоретик
междисциплинарного подхода к
исследованию поведения личности в
различных сферах деятельности.
Был почётным профессором права
Йельского университета, одним из
директоров Центра политических наук
в Нью-Йорке, возглавлял
Американскую ассоциацию
политических наук.



Модель Лассуэлла (1948)

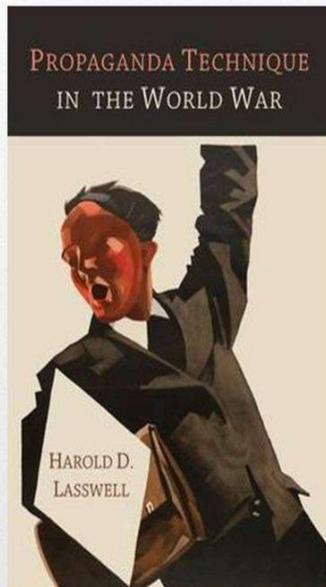


- Американский исследователь Г. Лассуэлл выделил четыре основные функции средств массовой информации:- наблюдение за миром (сбор и распространение информации),- "редактирование" (отбор и комментирование информации).- формирование общественного мнения- распространение культуры.
- Он активно использовал методы социальной психологии, психоанализа и психиатрии в изучении политического поведения и пропаганды; выявлял роль массовых коммуникаций в оформлении, распространении и воспроизводстве символики политической власти

- Его теорию пропаганды относят к первым настоящим теориям массовой коммуникации, в центре внимания которых оказались именно масс-медиа. Идеи Лассуэлла о роли пропаганды как об основной функции СМК несколько десятилетий господствовали и в исследовательских, и в практических подходах к массовой коммуникации.
- Термин «пропаганда» возник еще в средневековье и связан с миссионерской деятельностью католической церкви по распространению этой веры (лат. *propaganda* от гл. *propagare* – распространять) В современном понимании пропаганда – это распространение определенных (политических, культурных и т.д. взглядов и идей с целью их внедрения в общественное сознание). Это идейное воздействие на широкие массы населения
- В связи с СМК пропаганда обратила на себя внимание во время Первой мировой войны, когда остро стал вопрос, как с помощью массового информирования убедить или заставить тысячи или миллионы людей воспринять даже самые экстремальные точки зрения.
- Руководители государств понимали, что ставки высоки, и поэтому в тщательно разработанных пропагандистских кампаниях использовались все средства: новости, фотографии, кинофильмы, грампластинки, книги, проповеди, плакаты, радиопрограммы, щитовая реклама и листовки.
- Анализируя последовательность действий, направленных на доведение новостей до аудитории, Лассуэлл выделил два рода специалистов.
- 1. Управленцы (инженеры, техники и другие служащие), связанные с технической стороной процесса переработки информации.
- 2. Манипуляторы (контролеры), влияющие на содержание информации – редакторы, цензоры, пропагандисты.
- Для характеристики специалистов последнего рода Лассуэлл ввел особое словосочетание – «gatekeeper» или привратник.

В 1927 г. была опубликована его работа «Propaganda technique in the World War» («Техника пропаганды в мировой войне»), в которой на примере военной пропаганды Первой мировой войны делались заключения о технологиях эффективного информационного воздействия.

Позднее, продолжая работать в данном направлении, Г. Лассуэлл предлагает теорию «волшебной пули» («magic bullet»).



Теория «волшебной пули» исходит из того, что в обществе массовая коммуникация выполняет функцию компенсации и замещения разрушенных социальных связей и в силу этого оказывает на каждого индивида ничем не опосредованное влияние, которому он не в состоянии противостоять. Индивиды не просто не в силах противостоять воздействию, но реагируют на него в общем одинаковым образом. Единая система стимулов порождает единую систему реакций ⇒ массовая коммуникация полностью подчиняет себе общество.

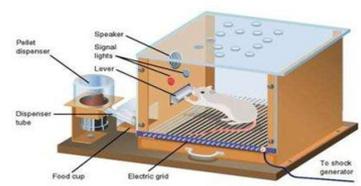


Теории пропаганды (30-е гг. 20 века)

На формирование теорий «волшебной пули» оказали влияние:

Бихевиоризм

- Основатель бихевиоризма – Джон Б. Уотсон.
- Все поступки человека – это обусловленная реакция на внешние стимулы.
- В основе теорий пропаганды лежит бихевиористская схема «стимул – реакция» (S→R).
- Считается, что под влиянием медиасообщений (стимулов) люди действуют нужным коммуникатору образом (реакция).



Классификация массовой коммуникации по Лассуэллу (1902-1978)

- Кто сообщает?
- Сообщает что?
- По какому каналу?
- Кому сообщает?
- С каким эффектом?

**Who (says)
What
(to) Whom
(in) What Channel
(with) What Effect**

Lasswell Harold. Structure and Function of Communication in Society. NY, 1948

В основе теории «волшебной пули» лежали предположения, которые теперь отвергаются теоретиками.



Г. Лассуэлл, назвал средства массовой коммуникации «новыми молотом и наковальней социальной солидарности».

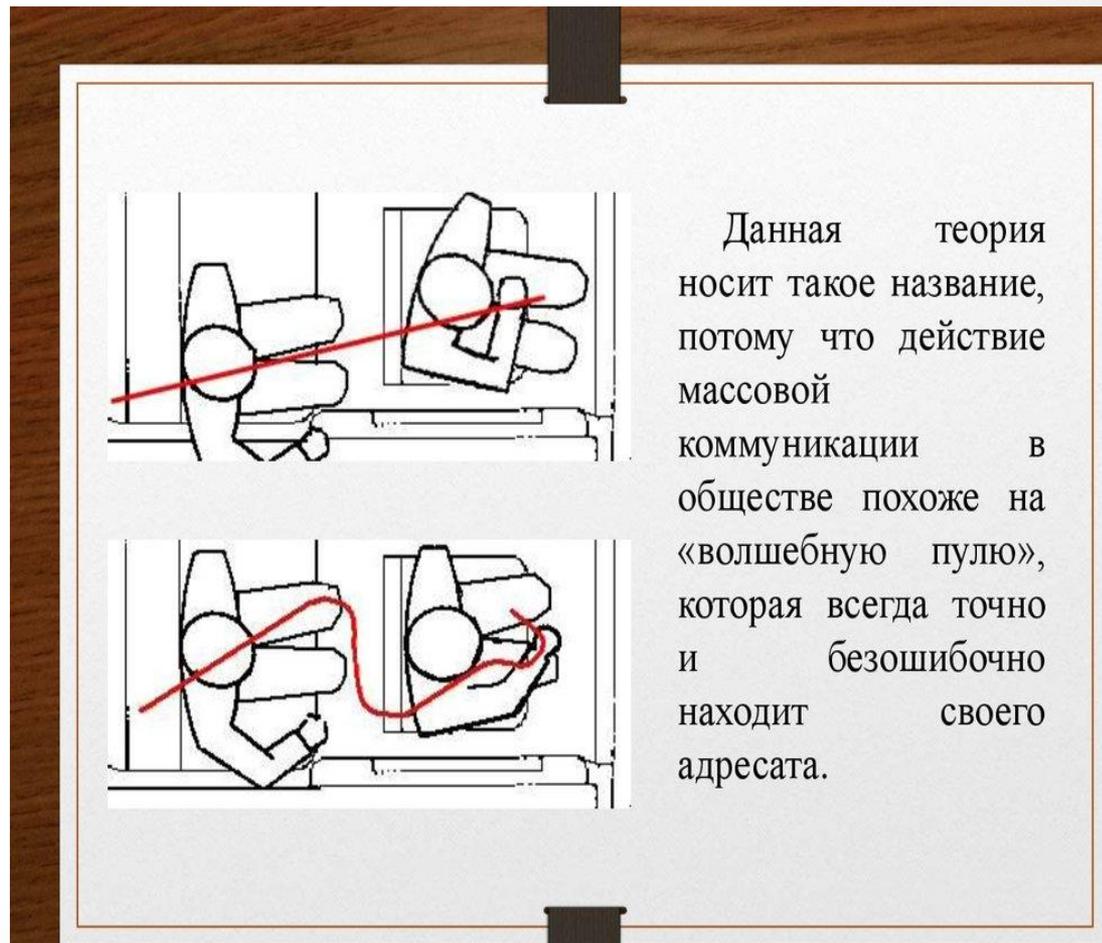
Лассуэллу принадлежит и первая теория воздействия массовых коммуникаций на аудиторию, в которой получили развитие идеи бихевиоризма о «стимуле-реакции»[2]. Для обозначения прямого воздействия пропаганды на индивида Лассуэл использовал образ «инъекции» («подкожного впрыскивания»): медиа и пропаганда всемогущи, могут делать с индивидом что угодно, вводя некий символ (стимул), они вызывают определенные последствия (реакции).

Позже он предложил еще одну метафору — «магической пули» (magicbullet), и его теория воздействия масс-медиа обозначается либо как теория «инъекции», либо «магической пули», отражая представление о беспредельной силе и магическом проникновении сообщений СМК в сознание аудитории, которая не в состоянии противостоять воздействию массовой коммуникации, всегда отвечая на него ожидаемым образом.

- Теории волшебной пули и подкожной инъекции. Согласно этим теориям, средства массовой информации управляют обществом, поскольку средства информации имеют прямое, непосредственное и мощное воздействие на тех, кто обращают внимание на их содержание. Воздействие СМИ на людей подобно пуле или подкожному впрыскиванию. Возрастные, демографические, культурные особенности не оказывают никакого модифицирующего воздействия на восприятие аудиторией передаваемых сообщений.

Выражение «шприц для внутривенных инъекций» используется

для того, чтобы создать визуальный образ последовательного стратегически спланированного внушения или «внедрения» информации в человеческое сознание, он ведёт к губительной ошибке, которую могут совершить журналисты, пренебрегая такими вещами, как свободная интерпретация и различное толкование. А ведь именно эти аспекты являются ключевыми в процессе коммуникации.



Основные минусы теории Лассуэлла

- *Очевидные минусы данного подхода кроются в том, что: 1) мы не можем всерьез воспринимать такую модель коммуникационного действия, понимая, что это слишком однобоко и упрощенно; 2) мы не учитываем контекст и роль тех, кто участвуют в процессе коммуникации; 3) в рамках такого подхода и определения нам сложно понять «с каким эффектом?». Отношение к используемому субъектами символу, выражающему четкую позицию, и отношение самого субъекта к тем или иным объектам эмпирической реальности, также сложно проследить или тем более верифицировать.*
- *Также большим минусом можно считать, что она однонаправленна. Теоретики также указывают на то, что каждый человек индивидуален и имеет свои вкусы и предпочтения, поэтому восприятие информации может быть разным.*