

凸显与遮蔽：一个学派生成的机制分析

洪长晖

摘要：哥伦比亚学派在整个传播研究的发展过程中扮演了极其重要的角色，然而国内对这一学派的认知更多地还是停留在拉扎斯菲尔德、有限效果论、行政研究诸如此类的表述上。这一倾向不仅不符合哥伦比亚学派实际的情貌，而且还对中国传播研究的进一步开展有所误导。要扭转这一状况，探讨这一学派生成过程中的机制就显得尤为重要。

关键词：哥伦比亚学派；凸显；遮蔽；生成机制

作者简介：洪长晖，男，新闻学博士生。（浙江大学 传媒与国际文化学院，浙江 杭州，310028）

中图分类号：G206

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2011) 04-0007-04

中国学者刘海龙在一篇文章中曾提到，传播学在引进中国的过程中出现过一个“失踪者”的现象。他认为当年是施拉姆而不是席勒首先完成中国之行，对中国传播学的学术走向有着不容忽视的影响。^[1]非常有意思的是，依然是施拉姆这位当之无愧的传播学鼻祖，由于其亲自圈定了“传播学的四大奠基人”，一方面让后来者不再是茫无头绪地去追寻学科的源头，一方面又使得一些同样具有卓越贡献的学者或者学者的研究方向被有意无意地忽视了——至少是被搁置在了一个次要的位置上。

基于此，在传播学学科发展日益呼唤全景式描摹的今天，重新呈现出当年传播研究的面目就显得尤为迫切。本文拟对传播学研究中的哥伦比亚学派做一简单描述和回顾，力图展现在传播学史中被遮蔽的人物或方面。

遮蔽，其另一面则是凸显，这仿佛是一组二元对立的关系。在涉及哥伦比亚学派的时候，我们应该注意到，在这一“无形学院”（invisible college）内部，并不是每一位成员都是被遮蔽在传播学学术地图之外的，甚至有些人物已被推至高山仰止的地位，比如拉扎斯菲尔德；同样，这一学派的研究视野和成就中也有那么一部分被“确立”为传播研究的里程碑。因而，厘清这种凸显与遮蔽同时并存的关系，将有助于我们把握曾经发生在这个学派理论接受史上的关键环节与权力博弈。

一、拉扎斯菲尔德与默顿

拉扎斯菲尔德（Paul Lazasfeld），被认为在形成现代传播研究方面具有最重要的思想影响。在罗杰斯的传播学名著《传播学史》中，拉扎斯菲尔德占据了整整一章的内容，并且，就以他代表了整个哥伦比亚学派。毋庸置疑，拉扎斯菲尔德确实具有旁人很难比肩的成就，但这并不意味着他的光芒足以睥睨各大众生。事实上，他也从未这样做过，相反，他总是不忘提起他的好友默顿。那位和他一起到哥伦比亚大学的社会学家罗伯特·默顿（Robert Merton），那位和拉扎斯菲尔德“某种类似本来不相配的人”的默顿。在英国社会学界列出的1958—1967年间最有影响力的外国作者中，默顿和涂尔干及帕森斯并列榜首。^[2]在罗杰斯写作《传播学史》的过程中，也不忘提起这两位同时到达哥伦比亚大学，并在以后相当长一段时间里亲密合作的学者之间的友谊。然而，仅此而已。罗杰斯的书中仅仅几次提到默顿和拉扎斯菲尔德开展的诸如“广播项目”等合作研究，对于默顿本人对传播研究所作出的贡献，罗杰斯几乎没有给予只言片语的描述。

事实上,尽管默顿在1941年之前从未听说过传播研究这一领域,但他此前在社会学方面极具历史开创意义的成果却一直与“传播”息息相关。^{[3](21)}因此,要是说拉扎斯菲尔德将默顿引入传播研究领域应该不成问题,但要是说默顿的传播研究是依附于拉扎斯菲尔德则怕是不符合实际情况。因为默顿在1946年和1949年还出版了两部传播研究专著:《大众说服》、《影响力的类型》,这已然为他赢得了传播研究的声望。——虽然他似乎并不在意于此,并且在50年代逐渐离开了传播研究领域。

在社会学的学科谱系里,默顿是以提出“中层理论”(theories of the middle range)而知名的,其最为人称道的作品应该就是那部《社会理论与社会结构》。非常有意思的是,这部作品中有关大众传播的部分就是他与拉扎斯菲尔德合作的。现在看来,这种合作似乎多少影响了学界对默顿传播研究成就的认知与评价。不过,按照西蒙森和韦曼(Simonson & Weimann)的说法,与拉扎斯菲尔德相比,默顿更善于使用优雅流利的散文化语言和简明扼要的分析性概念,将媒介置于更广阔的社会系统和历史背景中加以研究。^{[3](22)}这两位作者更举出了拉扎斯菲尔德与默顿合作的《大众传播、流行品位与组织化社会行为》一文,正是在这篇哥伦比亚学派的经典文献中,默顿扮演了“审稿编辑”的角色,为拉扎斯菲尔德的演讲稿整理成适合发表的论文,更重要的是,他还增补了长达四页的章节,题为“大众传媒的社会功能”,连拉扎斯菲尔德本人也认为默顿续写的部分每个观点在当时看来都很新颖。^{[3](23)}也正是基于这种贡献,西蒙森和韦曼就毫不吝啬地称默顿是北美从文化视角考察传播问题的鼻祖之一。

足以让人费解的是,在施拉姆钦定的传播学四大奠基人中,拉扎斯菲尔德位列其中,而默顿却被排除在外。——仅仅是名额的限制,还是另有隐情?

二、效果研究与受众研究

复旦大学的周葆华博士认为,从20世纪30年代开始,由拉扎斯菲尔德及其同事所构成的“哥伦比亚”学派通过一系列实证研究和方法创新成为传播研究的重镇,使传播研究聚焦于“效果研究”^[4]。诚然,哥伦比亚学派作为传播研究重镇自是不遑多让,但是,它真的把传播研究聚焦于“效果研究”吗?

且来看看哥伦比亚学派是如何“聚焦”效果研究的。首先自然是拉扎斯菲尔德和贝雷尔森等于1940年主持的伊里调查项目。这次就总统选举宣传的调查形成了一项成果,即《人民的选择》一书,其副标题为“在总统竞选期间,选民如何决定自己的投票选择”。这项成果位列其后洛厄里等人选定的“大众传播效果研究的里程碑”之一。^[5]换言之,哥伦比亚学派内部确实对效果研究给予了足够的关注。

其次让哥伦比亚学派以效果研究知名的恐怕要归因于几次论争。其中最著名的至少有两次,一次是发生在米尔斯和拉扎斯菲尔德之间旨在把人文主义重新带回社会学的论战。赖特·米尔斯就是著名的《社会学的想象力》一书的作者,当时和拉扎斯菲尔德都任职于哥伦比亚大学社会学系,在20世纪40年代同样关注于媒介社会学的研究,他对拉氏的研究从理论到方法都做了彻头彻尾的批判。——有意思的是,在整个传播学史中同样看不到米尔斯的身影。在这次论战中,拉扎斯菲尔德就被同属米尔斯阵营的约翰·雷克斯描述为“历史的罪人”。^{[6](34)}霍洛维茨则将米尔斯与拉扎斯菲尔德的学术争论归纳为学术视野的差异,前者专注于社会变迁,后者醉心于制度维系。^{[7](262)}另一次则是发生在拉扎斯菲尔德去世以后,社会学家托德·吉特林于1978年发表《媒介社会学:主导范式》,正是在这篇文章中,吉特林把拉扎斯菲尔德的“效果研究”和主导范式画上了等号,认为拉氏等人所做的是研究媒介内容所导致的短期的、个人化的、可测量的观念与行为的“效果”。

正是如此,在内外两个层面上,哥伦比亚学派完成了对“效果研究”的“聚焦”。但是,显而易见地,这种聚焦实际上是一种“被聚焦”。因此,西蒙森和韦曼就指出,“在哥伦比亚研究机构内部,‘效果’也不过是诸多学术概念之一。……如果非要说出40年代该研究机构中存在的‘大众传播研究的最大兴趣’,答案绝不会是效果或说服研究,而是受众分析,即应用调查研究和焦点小组访谈的方法考察

受众规模及相关人口统计特征，揭示听众与读者的个性特点，以及研究受众通过使用大众传媒满足了何种需求”。^{[3](17)}而作为哥伦比亚学派效果研究的代言人拉扎斯菲尔德，其合作者兼好友默顿给出的评价却是：“纵观他整个的职业生涯，他视为自己的‘道德义务’的是证实经常将定量方法和定性方法结合起来在社会科学中的价值和必要。”^{[6](34)}可见，在默顿那里，拉扎斯菲尔德完全是以其方法追求确立其学术地位的。而且拉扎斯菲尔德本人也在与默顿合作的一篇文章中称宣传分析之类的效果研究为“手枪指着脑袋的情况下所做的研究”，^[8]或许也可以看出拉氏本人对由基金主导的应用型效果研究的态度。

更为重要的是，拉扎斯菲尔德的第二任妻子、同时也是拉氏广播研究项目的参与者之一的赫佐格（Herta Herzog），直接就将自己的研究真正地“聚焦”在受众分析上。其最著名的作品就是1944年发表的那篇《我们究竟对日间肥皂剧听众了解些什么？》（What Do We Really Know About Daytime Serial Listeners?），显然我们仅从这篇论文的标题就已经可以看出其研究领域的指向。

由是，我们可以基本上得出这样的结论：效果研究虽然是哥伦比亚学派媒介研究的一个重要关注点，但绝非其研究之焦点或全部，受众分析如果不是更占据核心位置的话，也应当是与效果研究处于平起平坐的地位。但是，问题马上接踵而来：为什么不管是拉扎斯菲尔德还是整个哥伦比亚学派又都是以“效果研究”的面目示人呢？

三、行政研究与批判研究

众所周知，自从拉扎斯菲尔德发表《论行政和批判的传播研究》（Remarks on Administrative and Critical Communications Research）一文，经验与批判的分野似乎就从此确立。国内在早期介绍传播学的过程中，也几乎削足适履般地将美国的传播研究贴上了行政研究（经验学派）的标签，而以批判研究（批判学派）为欧陆的传播研究命名。而事实上，当年发生在拉扎斯菲尔德与阿多诺在广播项目研究时的冲突也增强了这样一种印象：拉氏所代表的行政研究路数与阿多诺倡导的批判研究水火不容。

这种“误识”由来已久，却完全不合实情。要知道，拉氏于1941年发表这篇《论行政和批判的传播研究》，其中已然呼吁要将行政研究和批判研究一起纳入美国传播研究中。罗杰斯甚至认为，拉氏之所以邀请阿多诺参与到广播项目研究中来，就是想要看看批判学派和经验学派能否在一个共同研究事业中进行合作。^{[7](247)}更进一步地，前文提到的西蒙森和韦曼就将拉扎斯菲尔德与默顿合作的那篇论文《大众传播、流行品味与组织化社会行为》解读为一篇关于大众传播的批判性文献，虽然他们也承认这篇文章同样依然是有限效果论的典范之作。^{[3](13)}拉扎斯菲尔德本人对大众传播的功能分析中有一个非常突出的贡献，就是提出了大众传播的负面麻醉功能，这岂不是又一个批判视野下的发现？

赫佐格对家庭主妇收听日间肥皂剧的研究，也不仅是开创了受众研究中“使用与满足”传统的先河，而且她对消费主义为大众社会中羸弱个体提供虚假满足的“恶行”也大加谴责，以至于泰玛·利比斯（Tamar Liebes）觉得应该将她的著作置于法兰克福学派的范式中。^{[3](41)}

要而言之，哥伦比亚学派的传播研究虽然大多数是遵循了行政研究的路数（拉扎斯菲尔德的作品尤其如此），但其内部的复杂多样已然无法单纯借助一个“行政研究”的标签就可以涵盖，这种多样性在默顿、米尔斯、赫佐格的研究中体现得尤为突出。而按照罗杰斯的描述，哥伦比亚学派的传播研究就几乎可以与行政研究直接画上等号。那么，是罗杰斯的曲解，还是另有原因呢？

四、学派生成的机制探讨

行文至此，我们从上述三组关系的比照分析中已经可以发现，作为一个学术汇聚点，哥伦比亚学派在其形成过程（或者应该说是“呈现”过程）中，整个学派的形貌已经被有意无意地型构了，型构的

方式也很简单：凸显与遮蔽。问题在于：是什么样的力量导致了这样的策略出现，或者说，在这“凸显与遮蔽”的背后是一种什么样的机制在起作用？

依笔者看来，首先是该学派开展研究所依附的背景所决定的。我们知道，一方面哥伦比亚学派集中进行传播研究的阶段也正是“二战”爆发的时候，所以该学派所进行的研究中有不少就是直接为军方服务的，比如默顿对军事训练影片效果的研究，默顿等人对购买战争债券宣传的研究都属于这类中的杰出成果；另一方面哥伦比亚学派传播研究的资金来源有很大一部分与基金会有关，像广播项目研究（包括应用社会研究局）就和洛克菲勒基金会有着密不可分的关系。这样的背景就使得该学派的研究始终给人一种印象，专注于效果，隶属于行政研究。从这一意义上看，前面提到的或凸显或遮蔽倒也情有可原。

其次，不能忽略的是传播学在学科创建过程中的命名策略。众所周知，虽然哥伦比亚学派在传播研究领域取得了极为突出的成就，包括拉扎斯菲尔德和斯坦顿（Frank Stanton）都说“没必要去证明传播学作为一个具体学科的合法性，也没必要为其勾勒势力范围”，但依然不能否认的是，在哥伦比亚学派盛行之时，传播学尚未成为一个独立的学科。其后，施拉姆在创立传播学时，无论是对学科奠基人的选择，还是对学科研究重点的选择，都必然有所取舍。这种取舍当然不是随意的，不过也很难说是全面的和完全正确的，然而，一旦选定就必然对后面的学术史描述产生重大影响。

最后，传播研究方法对学派的生成及外界认知同样具有形塑作用。传播学在学科归属上被列入社会科学范畴，因而也就决定了它对研究方法的重视。而我们都知，像拉扎斯菲尔德就是一个“工具制造者”（他制造了类似节目分析仪这样的测量仪器），一位典型的方法论者。由此可见，对拉扎斯菲尔德的凸显其实就是对研究方法的凸显。而像焦点小组访谈（赫佐格的研究就使用了这种方法）这样的研究方法又具有一定的误导性，让人误以为研究的目标是效果而不是受众。

由此可见，哥伦比亚学派的形成过程是多种力量综合作用的结果。而通过这种对学派面目及其背后生成机制的分析，有助于我们发现在凸显与遮蔽的策略背后，整个学术研究的走向和它所被接纳、收编的过程。

参考文献：

- [1] 刘海龙. “传播学”引进中的“失踪者”[J]. 新闻与传播研究, 2007(4): 29-35.
- [2] 【波兰】什托姆普卡. 默顿学术思想评传[M]. 林聚任译. 北京: 北京大学出版社, 2009: 16.
- [3] 【美】伊莱休·卡茨等. 媒介经典文本解读[M]. 常江译. 北京: 北京大学出版社, 2010.
- [4] 周葆华. 转型年代: 效果研究的聚焦与哥伦比亚学派的兴起[J]. 国际新闻界, 2010(4): 37-42.
- [5] 【美】洛厄里等. 大众传播效果研究的里程碑[J]. 刘海龙等译. 北京: 中国人民大学出版社, 2009: 47.
- [6] 【美】莫里森. 寻找方法: 焦点小组与大众传播研究的发展[M]. 柯惠新等译. 北京: 新华出版社, 2004.
- [7] 【美】罗杰斯. 传播学史: 一种传记式的方法[M]. 殷晓蓉译. 上海: 上海译文出版社, 2005.
- [8] 【美】罗伯特·默顿. 社会理论和社会结构[M]. 唐少杰等译. 北京: 译林出版社, 2006: 764.