

当代世界学术名著



新闻与传播学
译丛
大师经典系列

伊莱休·卡茨

Elihu Katz

[美]

保罗·F·拉扎斯菲尔德

Paul F. Lazarsfeld

/著

张 宁 /译 刘海龙 /校

人 际 影响

个人在大众传播中的作用

Personal Influence:

The Part Played by People in the Flow of Mass
Communications



中国人民大学出版社

人际影响

个人在大众传播中的作用

Personal Influence:

The Part Played by People in the Flow of Mass Communications

新闻与传播学
译丛
大师经典系列

[美]

伊莱休·卡茨

Elihu Katz

保罗·F·拉扎斯菲尔德

Paul F. Lazarsfeld

中国人民大学出版社

·北京·

著

张宁 / 译

刘海龙 / 校

伊莱休·卡茨

Elihu Katz / 撰写新版导论

埃尔默·罗珀

Elmo Roper / 撰写序言



图书在版编目 (CIP) 数据

人际影响: 个人在大众传播中的作用 / (美) 卡茨, (美) 拉扎斯菲尔德著; 张宁译. —北京: 中国人民大学出版社, 2015. 4

(当代世界学术名著·新闻与传播学译丛·大师经典系列)

ISBN 978-7-300-20915-9

I. ①人… II. ①卡… ②拉… ③张… III. ①传播效果-研究
IV. ①C912.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 039240 号

当代世界学术名著

新闻与传播学译丛·大师经典系列

人际影响

个人在大众传播中的作用

[美] 伊莱休·卡茨 保罗·F·拉扎斯菲尔德 著

张宁 译

刘海龙 校

Renji Yingxiang

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号 邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司) 010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 三河市汇鑫印务有限公司

规 格 155 mm×230 mm 16 开本 版 次 2016 年 4 月第 1 版

印 张 28 插页 2 印 次 2016 年 4 月第 1 次印刷

字 数 393 000 定 价 72.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

新闻与传播学译丛·大师经典系列

展江 何道宽 /主编

“当代世界学术名著”

出版说明

中华民族历来有海纳百川的宽阔胸怀，她在创造灿烂文明的同时，不断吸纳整个人类文明的精华，滋养、壮大和发展自己。当前，全球化使得人类文明之间的相互交流和影响进一步加强，互动效应更为明显。以世界眼光和开放的视野，引介世界各国的优秀哲学社会科学的前沿成果，服务于我国的社会主义现代化建设，服务于我国的科教兴国战略，是新中国出版工作的优良传统，也是中国当代出版工作者的重要使命。

中国人民大学出版社历来注重对国外哲学社会科学成果的译介工作，所出版的“经济科学译丛”、“工商管理经典译丛”等系列译丛受到社会广泛欢迎。这些译丛侧重于西方经典性教材；同时，我们又推出了这套“当代世界学术名著”系列，旨在选译国外当代学术名著。所谓“当代”，一般指近几十年发表的著作；所谓“名著”，是指这些著作在该领域产生巨大影响并被各类文献反复引用，成为研究者的必读著作。我们希望经过不断的筛选和积累，使这套丛书成为当代的“汉译世界学术名著丛书”，成为读书人的精神殿堂。

由于本套丛书所选著作距今时日较短，未经历史的充分淘洗，加之判断标准见仁见智，以及选择视野的局限，这项工作肯定难以尽如人意。我们期待着海内外学界积极参与推荐，并对我们的工作提出宝贵的意见和建议。我们深信，经过学界同仁和出版者的共同努力，这套丛书必将日臻完善。

中国人民大学出版社

“新闻与传播学译丛·大师经典系列”

总 序

新闻与大众传播事业在现当代与日俱增的影响与地位，呼唤着新闻学与传播学学术研究的相应跟进和发展。而知识的传承，学校的繁荣，思想的进步，首先需要的是丰富的思想材料的积累。“新闻与传播学译丛·大师经典系列”的创设，立意在接续前辈学人传译外国新闻学与传播学经典的事业，以一定的规模为我们的学术界与思想界以及业界人士理解和借鉴新闻学与传播学的精华，提供基本的养料，以便于站在前人的肩膀上作进一步的探究，则不必长期在黑暗中自行摸索。

百余年前，梁启超呼吁：“国家欲自强，以多译西书为本；学子欲自立，以多读西书为功。”自近代起，许多学人倾力于西方典籍的译介，为中国现代社会科学和自然科学的建立贡献至伟。然而，由于中国新闻学与传播学的相对年轻，如果说梁任公所言西学著述“今之所译，直九牛之一毛耳”，那么新闻学与传播学相关典籍的译介比其他学科还要落后许多，以至于我们的学人对这些经典知之甚少。这与处在社会转型过程中的中国的社会经济文化发展的要求很不协调，也间接造成了新闻与传播“无学”观点的盛行。

从1978年以前的情况看，虽然新闻学研究和新闻教育在中国兴起已有半个世纪，但是专业和学术译著寥寥无几，少数中译本如卡斯珀·约斯特的《新闻学原理》和小野秀雄的同名作等还特别标注“内部批判版”的字样，让广大学子避之如鬼神。一些如弥尔顿的《论出版自由》等与本学科有关的经典著作的翻译，还得益于其他学科的赐福。可以说，在经典的早期译介方面，比起社会学、政治学、经济学、法学、心理学等现代社会科学门类来，新闻学与传播学显然先天不足。

1978年以后，尤其是20世纪90年代中期以来，新闻与传播教育



和大众传播事业在中国如日中天。但是新闻学与传播学是舶来品，我们必须承认，到目前为止，80%的学术和思想资源不在中国，而日见人多势众的研究队伍将80%以上的精力投放到虽在快速发展但是仍处在“初级阶段”的国内新闻与大众传播事业的研究上。这两个80%倒置的现实，导致了学术资源配置的严重失衡和学术研究在一定程度上的肤浅化、泡沫化。专业和学术著作的翻译虽然在近几年渐成气候，但是其水准、规模和系统性不足以摆脱“后天失调”的尴尬。

我们知道，新闻学产生于新闻实践。传播学则是社会学、政治学、心理学、社会心理学等学科以及新闻学相互融合的产物。因此，“新闻与传播学译丛·大师经典系列”选择的著作，在反映新闻学研究的部分代表性成果的同时，将具有其他学科渊源的传播学早期经典作为重点。我们并不以所谓的“经验学派/批判学派”和“理论学派/务实学派”划线，而是采取观点上兼容并包、国别上多多涵盖（大致涉及美、英、德、法、加拿大、日本等国）、重在填补空白的标准，力争将20世纪前期和中期新闻学的开创性著作和传播学的奠基性著作推介出来，让读者去认识和关注其思想的原创性及其内涵的启迪价值。

法国哲学家保罗·利科（Paul Ricoeur）认为，对于文本有两种解读方式：一种是高度语境化（hypercontextualisation）的解读，另一种是去语境化（decontextualisation）的解读。前者力图从作者所处的具体社会语境中理解文本，尽可能将文本还原成作者的言说，从而领会作者的本意；后者则倾向于从解读者自身的问题关怀出发，从文本中发现可以运用于其他社会语境的思想资源。本译丛的译者采用的主要是第一种解读方式，力图通过背景介绍和详加注释，为读者从他们自身的语境出发进行第二种解读打下基础。

“译事之艰辛，惟事者知之。”从事这种恢弘、迫切而又繁难的工作，需要几代人的不懈努力，幸赖同道和出版社大力扶持。我们自知学有不逮，力不从心，因此热忱欢迎各界读者提出批评和建议。

“新闻与传播学译丛·大师经典系列”

编委会

断裂与延续：《人际影响》的影响

（代译者序）

在传播学术史的研究与探讨中，一般有两种相互对立的话语。其一是施拉姆（Schramm, 1997）建构起来，并被罗杰斯（2002）重申的以“四大奠基人”为传播学科源起的学术史话语。这一历史话语体系以传播效果为核心，将整个传播学术史大体划分为强效果论（“魔弹论”）阶段、有限效果论阶段和新强效果论阶段，诸多传播理论按其效果观以及提出的时间，在一个线性的时间轴上各居其位、各安其所。这无疑是一种主流的历史叙事（但也经常处于被批判地位），绝大多数传播学教材普遍采用这一说法——这既体现了它的主流地位，同时又反过来将其进一步强化。在这个谱系中，拉扎斯菲尔德以及传播学的哥伦比亚学派当仁不让地处于历史转折点的核心位置，被认为是“魔弹论”的终结者和有限效果论的重要开创者。而开启这一重要转折进程的，是拉扎斯菲尔德所领导的两项重要研究以及据此出版的两部著作——伊里县调查与《人民的选择》、迪凯特调查与《人际影响》。

与此同时，近十多年来兴起了重新评价与重写传播研究学术史的挑战。在这一话语体系下，“四大奠基人”被认为是施拉姆一手创造出的“神话”，其目的之一在于让传播学能够攀附上政治学、社会心理学等主流学科从而更快得到学界承认。在这一“神话”体系中，美国式的实证传统成为传播研究的主流，而以杜威为代表的芝加哥学派的更偏向于人文的路径，以及欧洲的批判主义的路径均被忽视，甚至受到贬抑（可见黄旦，2015；胡翼青，2007）。在对这种历史谱系的批判中，作为“美国传统”的重要代表，拉扎斯菲尔德以及哥伦比亚学派几乎成为众矢之的，受到猛烈批评。不过吊诡的是，这样的批判客观上却又使得哥伦比亚学派的学术影响力得到极大提升，至少进一



步证明了哥伦比亚学派的重要学术地位(刘海龙, 2010)。因为无论是支持者还是批评者都发现, 拉扎斯菲尔德和他的一系列重要研究, 始终是绕不过去的话题。

更值得注意的是, 再晚近些, 出现了对于上述批判的进一步反思与“批判”。此处所说的“批判”与批判者, 并非是简单地站在主流路径上与第二种历史话语展开论争, 而是认为上述相互对立的两大历史话语系统都有失偏颇, 有将其自身意识形态化的倾向。一方面, 施拉姆及其路径的追随者们对传播研究的框定有其狭隘之处; 但另一方面, 鼓吹芝加哥学派、批判传统等等其他路径的学者们, 出于确立自身正当性的需要, 往往在将哥伦比亚学派树为稻草人进行否定与批判时, 裁剪、修正了哥伦比亚学派的学术思想, 忽略了该学派一些重要的探索与贡献。换言之, 主流路径的研究者们对于传播学源流与发展的认识是一种有着自身目的的建构, 那么它的批判者们, 比如凯瑞 (James Carey), 同样也在建构, 并受到其所处情境的影响 (周葆华, 2008a; 方师师、於红梅, 2010; 孙藜, 2012)。

由此可以看出, 在对传播研究知识地图的谱绘中, 不同学者从各自立场和角度, 对于拉扎斯菲尔德和哥伦比亚学派有着不同的解读, 这也使得哥伦比亚学派的面孔似乎在逐渐变得模糊——大体近似, 但在一些重要的细部上却又众说纷纭。这也正是译介包括《人际影响》在内的哥伦比亚学派经典著作的价值所在, 它可以使我们在揭秘式的知识社会学视角之外, 能够更多地从传播研究的内部, 更为清晰地厘清哥伦比亚学派的成就与贡献, 以及它的不足与问题。

即使是哥伦比亚学派最严厉的批评者, 也不得不承认《人际影响》在传播研究学术史上的重要地位 (Gitlin, 1978)。该书基于拉扎斯菲尔德在 1944 年领导进行的迪凯特研究, 而就在四年前, 拉氏刚刚进行了著名的伊里县调查, 出乎意料地发现大部分选民所获取的竞选信息以及他们的决策依据, 并非如预想那般来自大众媒体, 选民们似乎更倾向于从其他个体那里获得信息, 并受到直接影响。由此, 拉扎斯菲尔德等人提出了“意见领袖”与“二级传播”的假设 (拉扎斯菲尔德、贝雷尔森、高德特, 2012)。但是, 什么样的人才意见领袖, 他们具有哪些

属性,他们与他们的追随者之间是怎样的关系,二级传播的具体过程如何展开,受到研究时间、经费等各方面的限制,这些问题并没有在伊里县调查中得到确认与检验。因此,拉扎斯菲尔德迫不及待地想要展开一项新的研究,对这些意外得来却悬而未决的假设进行检验。

此时,拉扎斯菲尔德出众的运筹能力又一次得到验证,他成功地从一家出版商麦克法登出版公司那里拉来了赞助,这使得迪凯特调查能够顺利实施。赞助商本只想让哥伦比亚大学应用社会研究所调查一下读者的期刊阅读行为及取向,以帮助其更好地打开市场,但拉扎斯菲尔德却由此确证了意见领袖的存在,以及他们的基本属性和影响流程,打开了传播研究的一个重要领域。这种“管理研究”最为批评者所诟病的地方之一,就在于这种研究路数对经济势力与政治势力的依附,而这种依附势必会损害学者本应持有的独立性与批判性,使他们沦为“学术行政官”和“研究技术专家”(米尔斯,2005:60),并进而影响到知识生产过程,使得学者的研究成为维护既有体制与秩序的策略工具。对于这一批评,卡茨在本书的导言中作了简单回应,认为迪凯特研究在总体上是以社会科学家的旨趣为导向的,它并未完全受限于资助者简单的商业用途,而是进入了对人类行为的普遍性问题的探讨之中。直到晚年,卡茨依然坚持认为尽管接受了资助,但早期哥伦比亚传播学者们的方法与结论是有借鉴意义的,当下的研究不应当完全抛弃以前的范式与方法,也不应该对以前的研究一味否定,这样势必会影响到传播学科的合法性,而是应在继承的基础上建立新的研究范式与路径(刘新传、公文,2011)。

应该说,学者们对哥伦比亚学派学术传统的批评确实击中要害,但卡茨的辩解亦非全无道理。就拉扎斯菲尔德本人而言,尽管将接受各方资助作为应用社会研究所乃至他本人的生存发展之道,但就学术旨趣而言,他并没有将仅为赞助者服务作为研究的根本目标。受到罗伯特·默顿及其中层理论(middle-range theory,又常译作“中距离理论”)的巨大影响,拉扎斯菲尔德没有满足于对若干变量的描述与归纳,而是希望将研究对象置于相对更为广泛与复杂的网络中,得出对人类行为的一定程度的抽象概括。在这点上,将拉扎斯菲尔德与霍夫兰及其耶鲁学派做



一番比较,就会发现二者间的重要差别(胡翼青,2012:96~97,152~153)。迪凯特调查中,拉扎斯菲尔德在完成雇主委托任务的基础上“夹带私货”,加入了对公共事务领域影响流动的调查,正是其理论努力的体现之一。迪凯特研究从1945年完成数据采集工作,到1955年《人际影响》出版,用了10年的时间。在这期间,拉扎斯菲尔德尝试让应用社会研究所中的不同成员来进行理论架构,但对他们所做的工作都不甚满意,其间更是经历了与米尔斯的决裂。直到当时还是博士研究生生的卡茨接手,尝试用当时社会学领域中日渐盛行的小群体研究为框架对数据进行整理分析,才使得整个研究在一定程度上具备了理论抽象的可能。因此,拉扎斯菲尔德欣然将卡茨列为了本书的第一作者。卡茨的努力主要集中在本书的第一部分,从中我们可以看出,卡茨围绕着个人在传播过程中所扮演的角色这一核心,梳理分析了小群体研究领域中的数百项研究,这与中层理论所要求的综合大量前人研究进而得出抽象概括的研究理路相一致,体现出默顿及其中层理论的巨大影响,以及拉扎斯菲尔德和卡茨的理论追求。因此,简单地将拉氏的研究斥为只为雇主利益服务,并进而质疑其理论努力,是不切合实际的。

在沿用了伊里县调查中所采用的“小样本反复研究法”(panel study)的基础上,迪凯特调查又加入了“滚雪球法”(snowballing)和“指认”(designation,包括了自我指认与相互指认)的方法来进行社会关系测量,以期能够更加精确地抓住人际关系网络中的意见领袖。这是迪凯特研究在方法上的创新之处。在数据分析中,拉扎斯菲尔德和卡茨构建了“生命周期”(life-cycle)、社会经济地位和“合群性”(gregariousness)三个指标,以探求意见领袖的属性与特质。具体而言,在日常生活用品购买领域,生命周期是决定一个女性能否成为意见领袖的最重要因素——“大家庭妻子”(即45岁以下,已婚并育有两个或两个以上子女的女性)更容易成为这方面的意见领袖,合群性亦有一定影响,但社会地位在这一领域中对于能否成为意见领袖几乎没有什么作用;在时尚领域,与购物领域相似的是,生命周期是意见领袖的决定性因素——“女孩”(即单身的小于35岁的年轻女性)是主要的时尚意见的输出者,但与前者不同的是,在这一领域中社会地位与合群性这两个指

标都在发挥作用,不过值得注意的是,当影响在不同社会地位的女性间流动时,中间社会阶层的女性与高社会阶层的女性在成为意见领袖方面的比例相当,而不是人们容易想象到的那样简单地自上而下流动;在电影观看领域,同样是生命周期要素最为关键——当需要寻找一位电影“专家”时,所有年龄层次的女性都转向了“女孩”群体,而社会地位要素和合群性要素与获得电影意见领袖地位之间的联系很弱。然后,麻烦来了:在公共事务领域,前三个领域中几乎都属于决定性变量的生命周期要素在决定谁能成为这一领域的意见领袖方面作用十分有限,而社会地位成为最重要的决定因素,这一领域中的影响也更为频繁地由较高层级向低层级人群流动,而不是相反,呈现出明显地“垂直(向下)流动”的特征。

由上可以看出,公共事务领域的加入,使得拉扎斯菲尔德和卡茨对于意见领袖的概括陷入了无法“确认”的境地。尽管在上述前三个领域中都存在着明显的意见“水平流动”的特点,但正如吉特林所言,如果沿续伊里县调查的传统,以政治生活为核心考察对象的话,那么对于意见领袖特性以及意见流动的归纳,与《人际影响》“勉强”得出的结论就可能是完全相反的(Gitlin, 1978: 219 - 220)。如果进一步追问的话,拉扎斯菲尔德所选择的这三个变量是否恰当呢,其他社会领域中的影响流动又会是哪些变量起主导作用呢,男性群体中的意见领袖又由哪些因素决定呢……这样一来,确实如批评者所说,《人际影响》中对于意见领袖和意见的人际流动过程的概括没有什么确定性与规律性可言,仍相当粗糙,并不能算作真正的中层理论(胡翼青, 2012: 93~95)。其中,也确实可以看到赞助者对研究的巨大影响,这是“管理研究”终究难以回避的问题。因此丹·席勒(Dan Schiller)十分尖锐地批评说,拉扎斯菲尔德的研究必须符合赞助厂商的目标,这使得迪凯特调查在指标选择与建构上就已经对女性进行了侮辱与伤害(比如将年长于35岁的单身女性排除在调查之外,因为她们“通常已经被排除在婚姻市场之外”),这种对研究对象进行“剪裁”的操作方法自然不可能带来普遍性的结论,而且阶级、性别、种族等等结构性要素在这项研究中消失无踪或无法掌握,因此迪凯特调查以及此后哥伦比亚学派的研究路径模糊、



回避了传媒生产与传播行为背后的真问题——作为劳动者的“人”以及隐藏于传播行为背后的政治、经济的结构性力量，这使得美国传播研究走入了狭窄的巷道（席勒，2012：81~84）。

席勒的批判对于反思哥伦比亚学派的研究路径与范式当然不无裨益，但是否如他所言，只有从批判的政治经济学的路径入手，才有可能从根本上揭示传播与影响/效果的根本动因，才有真正的学术价值？其实倒也并不尽然，至少同为批判学派的文化研究路径下的学者就不会完全赞同。更何况，如果研究都只能在某一种所谓“绝对正确”的路径下展开，那学术的思想探索也未免太无趣了。对已经意识形态化的所谓主流路径进行范式批判当然有其必要，但同时也要避免新的意识形态化。从《人际影响》对于意见领袖与意见流动的归纳概括上看，确有未能普遍化与规律化之憾，但这并不构成全然否定此项研究的理由，因为一方面，不同于霍夫兰等人或是后来流行并占据主导地位的高度精细化的经验量化研究，理论取向的探索与推测才是拉扎斯菲尔德以及当时的哥伦比亚学派的追求，而不仅仅是对变量关系的证实（胡翼青，2012：95~96）；另一方面，从思想史的角度看，《人际影响》最大的意义还并不完全在于其对意见领袖和二级传播，乃至所谓“有限效果”的具体理论阐述，而在于其为传播研究开创了一条全新的路径，这条路径在一定程度上具有较为丰富的可能性，只是在传播研究此后的发展中，被后来的“主流路径”的研究者们作了筛选与裁剪，并被批评者们贴上了“标签”予以了固化。从这点上看，《人际影响》的第一部分，即卡茨所撰写的理论基础部分，可能较聚焦于数据分析并对意见领袖与意见流动过程进行具体描述的第二部分，更为重要。

在《人际影响》的第一部分中，卡茨由大众传播过程的四个中介变量入手，指出另外还存在一个重要的但尚未被充分研究的中介变量——人，或者说人际关系。在这点上，以我们的后知之明来看，《人际影响》及其后哥伦比亚学派进行的新药扩散的研究甚至可以视为现在很流行的社会网络分析的先驱。以此为视角，卡茨对当时逐渐盛行的小群体研究进行了梳理，提出了“初级群体（primary group，又常被译作首属群体）的再发现”的论断，并将之作为架构《人际影响》全书理论体系的

基础。通过对“霍桑实验”、《美国士兵》以及“扬基城系列研究”的简单回顾,卡茨指出,这些研究不仅发现了初级群体确实存在的可靠的经验证明,还进一步提示我们,初级群体将个体联结起来,构成了个体行动的情境,因此必须将关系/情境因素与个体行动有机联系起来加以分析,才有可能更为清晰地揭示人类行为背后的普遍动因与模式。从传播思想史的角度看,这一理论基点的确定,其意义有以下两方面:

其一,明确地将哥伦比亚学派的研究与大众社会理论以及霍夫兰等人拉开距离。在施拉姆所构建的历史叙事中,四大奠基人被笼而统之地归入一个“主流”路径之下,他们大体上均强调科学化的经验量化研究,均以效果问题为核心,基本都是有限效果论的开创者。这一“神话”式的建构很容易让人们注意到四大奠基人之间的相似之处,但他们之间的差异,甚至是对立却往往被忽视。实际上,细究文本我们可以发现,虽然拉扎斯菲尔德和霍夫兰的研究确实都以“效果”为核心,但二者的效果观和研究路径实则有着根本性的差别。霍夫兰继承了其老师华生的行为主义心理学的衣钵,在其劝服研究中更多地从个体心理学的视角出发,将个体与其社会联系隔离开来,并试图通过对促成个体态度改变的少数具体变量进行测量,来推知一般大众的普遍情况,强调的是方法论上的纯粹性而排除其他,追求的是变量间因果关系的精确描述以及对个体行为的准确预测(柯林斯、马科夫斯基,2006:14)。从这点上讲,尽管霍夫兰的研究否定了大众社会理论下的强效果观,但从根本上看,霍夫兰对“人”的认识与大众社会理论是完全一致的,即将人视为原子化的、彼此隔绝孤立的存在,并继而很自然地采用了个体主义的研究视角。同时,这也使他的研究带有强烈的“刺激—反应”色彩,个体处于被动接收的地位,其主体性与能动性几乎完全消失不见。而拉扎斯菲尔德则与此截然不同,在《人际影响》中,两位作者不厌其烦地强调个体不是与社会相隔离的,而是无时无刻不处于与其他人的相互影响之中,处于社会群体之中,传播研究应将人置于复杂而多变的情境中,去追踪影响的流动。因此,迪凯特调查摆脱了对人的“原子化”的认识方式,对人际关系、社会结构和权力关系予以了更多的整体性的关注,从而重新获得了典型的涂尔干式传统(莫里森,2004:220;周葆华,



2008b: 15)。

其二，从《人际影响》中，可以解读出哥伦比亚学派与芝加哥学派之间可能存在的承袭关系。在詹姆斯·凯瑞（Carey，1997）看来，这两个学派是割裂而且对立的，四大奠基人以及后来的研究们抛弃了芝加哥学派的民主理想与传统，走到了维护既有规制的保守一面，因此，美国传播研究的传统是断裂的。凯瑞的这一叙述极具影响力，在很大程度上被奉为对美国传播研究史的经典解读。不过，这也带来了新的问题：芝加哥传统是如何以及为何失却的呢，哪些人、哪些力量促成了这样的断裂，它又是为何在20世纪60年代以后逐渐开始被学者们所关注从而“再度发言”的呢……在对这些问题的追问中，学者们逐渐发现，哥伦比亚学派与芝加哥学派的对立，似乎也是一种凯瑞等人所建构的“神话”。

在《人际影响》中，一眼即可发现卡茨对芝加哥学派的重要概念——初级群体——的借用，并将之作为全书的理论基点。当然，名词上的简单挪用并不意味着一定存在着沿袭或继承关系，因为完全可能存在着意义上的误读与歪曲——确实也有学者是这样认为的（严功军，2015）。要厘清究竟是继承还是误读，就必须回到原始文本进行细致阅读、分析。

在《人际影响》中，卡茨认为，初级群体对于身处其中的个体而言，其影响首先在于使得个体与群体保持一致——由于群体规范与压力的存在，个体想要获得并维持与他人的紧密联系，就必须使自己接受群体整体的意见和价值观。这并非是一个理性计算的结果，人们在不自觉中遵循着这样的传统，个体由此受到群体内他人的根本性影响，从而使群体能够保证整体一致性。其次，群体具有“提供现实”的功能，它是环境意义的提供者（因为环境自身无法进行自我解释），由此个体完成了对于现实的建构，并与群体内他人共享并保持一致。最后，在初级群体中，人们通过互动完成价值共享。此时，个体的意见和态度在与群体内其他成员的互动之中产生，并在这种互动中得以维持，因此初级群体成为一个“参照群体”（reference group），其成员从中获得解释、意见和影响，然后形成他们对于外部世界的反应。在此基础上，卡茨将初级

群体与人际网络中的影响流动联系起来,探讨了当个体面对群体外部流入的影响企图时,群体共享规范对个体反应所起到的作用,分析了对人们面对面接触产生了实质影响的不同因素,以及初级群体网络与大众媒介之间存在的关联,由此完成《人际影响》的整体理论建构。

而在库利的初级群体思想中,最引人注目的无疑是他将初级群体看作“人性的养育所”,即在与初级群体内他人交流的过程中,个体的人逐渐发展起自我,“形成‘社会本性’(social nature)与个体思想”,从而完成社会化。因此,传播,尤其是初级群体内的传播,是“社会人”形成的基础,使人成为人,使人与社会融为一体、密不可分。库利将初级群体视为“人”产生与发展的根本,这一思想在《人际影响》中确实并未得以体现,但这是否就意味着卡茨与拉扎斯菲尔德是在误用或曲解库利的概念呢?其实不然。因为除了强调初级群体对于人的社会化过程的根本性意义外,库利也提出了初级群体的其他一些特征与功能,而这往往是《人际影响》的批评者们所忽视的。库利认为,在初级群体中,“亲密关系的结果,是在精神上使个体与普遍整体融合在一起,因此特定个体的特定自我,至少在目的上,就是与群体的普遍生活和目标相一致”。群体内当然可以存在着多样性与竞争,群体也允许每个人有不同的情感,“但是这些情感……处于(群体的)共同精神的规制(discipline)之下。个体可以有自己的愿望,但他的愿望的首要目标,是与群体内他人的期望相一致,个体忠诚于(群体的)普遍标准与规则”。在此,我们完全可以看出,在库利对初级群体的剖析中,同样强调个体与群体保持一致,遵从群体的共享规范。此外,库利亦论及了初级群体的“提供现实”与价值共享的功能,认为正是在初级群体中,人们体认并获得了社会中占主导地位的思想、价值观与行为规范,从而把自己一体化到社会整体之中(库利,2013,第3章)。

由上可见,《人际影响》并未明显地误读与曲解库利的“初级群体”的概念,只是由于研究取向、研究目标与研究方法的不同,卡茨与拉扎斯菲尔德更多关注了外部世界(大众媒介)与群体的互动、群体内的人际互动行为及影响流动过程,而库利则更为强调初级群体对个体自我的形成及社会化的意义。因此,与其说《人际影响》的作者们歪曲了库利



与芝加哥学派的思想,甚至由此质疑《人际影响》的理论意义及其对历史和现实的启发价值,毋宁说是不同的学者们都以初级群体为基点,沿着不同的方向与维度进行思考与探索。在这里,《人际影响》体现出了对于芝加哥学派思想的继承与发展,而不是歪曲、割裂、对立。

《人际影响》还反映了在传播研究形成初期,该领域与更广大的社会学以及其他社会科学的密切合作,大量社会学家和社会学理论与传播研究产生了重要的“化学反应”。但是近年来,传播研究与社会学可以说是渐行渐远。卡茨(Katz, 2009)发表了《社会学为何抛弃了传播研究》,提醒学界注意这一现象。其后他又与批评者普利(Pooley and Katz, 2008)一起发表了《再议社会学为何抛弃大众传播研究》,修正了部分看法。这两篇文章从另一个侧面说明了《人际影响》发表前后传播研究与社会学的关系,以及社会学,包括芝加哥学派社会学在其中扮演的重要角色。

《人际影响》往往被认为是开启“有限效果论”的重要著作之一(甚至卡茨本人也这么认为),但实际上,在这本书中,并未对大众媒介的影响效果做出明确的回答。一方面,作者认为意见领袖往往比其追随者更多地接触大众媒介;但另一方面,我们也可以质疑说,接触并不等于受到影响,“信息流”也不一定等同于“影响流”。此外,拉扎斯菲尔德与哥伦比亚学派也往往被认为开启了聚焦于媒介与短期态度转变的研究路数,并影响了后来的研究者。确实,在《人际影响》的一开始,卡茨就强调说大众媒介研究的最重要旨趣,是去探究一个较短的特定时间段内,大众媒介在试图影响(通常是改变)意见或态度方面的有效性,亦即要研究大众媒介“宣传运动”(campaigns)的影响。不过需要注意的是,在书中的不同地方,作者也数次强调,传播效果绝不仅止于短期影响,按照拉扎斯菲尔德的区分,以四种类型的大众媒介的“刺激”和四种类型的受众“反应”为指标,可以划分为16种不同的效果类型(Lazarsfeld, 1948)。另外,由于筑基于“初级群体”这一极具学术价值与活力的概念基础之上,《人际影响》在人际互动、群体规范、价值共享、意义赋予等方面的讨论,实则为后来的研究提供了多元而富于弹性的可能路径,其中就包含与社会网络研究、文化研究、公共领域、参