

施拉姆的学术遗产与美国传播学四大奠基人的神话

吴畅畅¹

摘要

既有的文献显示,在美国本土,传播学史研究除了施拉姆与罗杰斯的正统叙述外,还存在基于拓展或反思(并非挑战)施拉姆意义上的两派传播学研究治史理念。本文试图中和既有的两种截然相反的治史理念,重新整合有关美国传播学起源的历史著作或研究材料所引用的施拉姆或其他学者的口述录音、往来信件等一手材料,并结合四大奠基人的研究文献,及其自述文章,对施拉姆与四大奠基人的期刊论文与学术著作等材料进行整理与阐释,以此勾勒出二战前、战时以及冷战前期,施拉姆与四位奠基人的个人生活轨迹、学术经历以及政治立场,同传播学理论的建立与发展以及美国国内和国际政治局势等三个不同层面之间丰富且重叠的互动过程,进而由内向外地论证美国传播学作为一门脱胎于二战的社会科学,其问题意识与研究方法不是独立于历史和政治环境,其研究成果更难以完全摆脱国家、意识形态的左右或操控。

关键词

施拉姆、学术遗产、四大奠基人、神话、意识形态

作者简介

吴畅畅,华东师范大学传播学院副教授,电子信箱:wuchangchangpkk@163.com。基金项目:国家社科基金一般项目:西方新闻自由的本质研究及启示,项目编号:17BXW014。

DOI:10.13495/j.cnki.cjic.2019.08.004

The Academic Legacies of Wilbur Schramm and the Mythology of the Four Founding Fathers in Early Communication Studies of America

WU Changchang

Abstract

In the United States, according to previous studies, in addition to the narration by Schramm and Rogers, there are two other kinds of studies which extend or reflect instead of challenge the history view of Schramm. One is established by James Carey. With a ritual

view of communication instead of a transmission view, he argues that Chicago School and Lipmann should be the founders of American communication studies. The other study is called New Historicism. This article tries to neutralize the two totally opposite concepts of history narration, reintegrate the works of the beginning of communication studies in America and other first-hand materials including tapes and letters of Schramm and other scholars cited by researches. The study is also based on the work and the self-statements of four founding fathers, especially those of Lasswell and Lazarsfeld. The study aims at narrating the interaction on three different levels before and during WW II and the early years of Cold War: the personal life, academic experience and political stands of Schramm and four founding fathers; the establishment and development of communication theories; the domestic and international political situations, which further demonstrates inside-out that communication studies, as a subject of social science formed during WW II, its problems and research methods are not independent from historical and political environment, and it is hard for those research results to get rid of the control of state and ideology.

Keywords

Wilbur Schramm, Academic legacies, The four founding fathers, Mythology, Ideology

Author

Wu Changchang is an associate professor in Department of Journalism, School of Communication, East China Normal University. Email:wuchangchangpkk@163.com.

1982年5月,美国传播学者施拉姆造访中国人民大学新闻系,并做了一场学术报告。随后,该报告文字内容以《美国“大众传播学”的四个奠基人》为题刊发在《国际新闻界》上。文中施拉姆(Wilbur Schramm)将拉斯韦尔(Harold D. Lasswell)、莱文(Kurt Lewin,又译为“勒温”)、拉扎斯菲尔德(Paul Felix Lazarsfeld)与霍夫兰(Carl Hovland)视为传播学理论的创始人²,这一学术观点深刻地影响了国内三十余年间相继出版的传播学专著或教材³的基本构架。几乎每一位新闻传播学系的学生都能随口背出四大奠基人的名字及其学术贡献,可在上述教材和专著里存在一个问题始终没有得到有效回答,即施拉姆选择四位学术背景与传播学完全没有关系的学者作为奠基人的原因是什么?基本上,国内学术界毫无异议地将四大奠基人作为美国/传播学的发端,只有少数学者对此提出质疑。不过,相关文献的质疑并未深究施拉姆的选择缘由,而是以重建“传学”理论,进而清理出一条完整的学术演进链条⁴为目的。

既有的文献显示,在美国本土,传播学史研究除了施拉姆与罗杰斯(Everett M.

Rogers)⁵的正统叙述外,还存在基于拓展或反思(并非挑战)施拉姆意义上的两派传播学研究治史理念:一派由詹姆斯·凯瑞(James W. Carey)创立,他借助传播的仪式观而非传递观概念,指出芝加哥学派与李普曼应当是美国传播学研究的创始人⁶;另一派则被称为“新历史主义”⁷。新历史主义传播史学派兴起于上世纪90年代,以部分解密的洛克菲勒基金会或美国档案馆档案资料为基础,揭示了美国传播学在发端初期的问题意识、基本理论框架与研究重心,同施拉姆及其选择的四位奠基人所承接美国军方、情报机构项目之间的复杂关系。不过,他们依然承续而非挑战施拉姆或罗杰斯关于四位奠基人“相对独立的”专业自主性和知识体系的论述思路。相关历史细节的揭示,旨在为施拉姆建构的美国传播学理论体系背书,施拉姆的学术遗产,俨然成为一种遗忘史学,成为另一种意识形态的复制品。然而,在新历史主义传播史学阵营中,还有少数学者的研究显得大胆而激进,他们采取学术“政治化”的反思路径,将施拉姆对四大奠基人的选择,以及美国传播学建制化,放在美国从二战前到冷战时期的国内政治环境、国际、外交与军事战略背景下进行解剖,从根本上颠覆了施拉姆及其传播学体系的正统地位⁸。他们大多从对外宣传、心理战或文化冷战等一系列美国外交战略或地缘政治这一宏观历史背景,由外而内地进入对美国传播学构建过程的论述,反而脱离了传播学学科自身的形成与发展规律,因此在认识论层面上显得有些“削足适履”,甚至有粗暴武断之嫌。相较于新历史主义传播史学的激进派,北美传播政治经济学派由于秉承批判立场,而更加彻底决绝。丹·席勒(Dan Schiller)在《传播理论史:回归劳动》一书中直接越过施拉姆的四大奠基人学说,自立框架,重新叙述。

或许,读者会质疑,施拉姆肯定会阐述他为何选择拉斯韦尔等四人作为传播学奠基人的理由。的确如此,那么本文开篇提出的问题不就显得毫无必要了吗?与这一观点相反,问题非但没有在施拉姆这里得到有效的展开,答案反而被他“抽象化的”学术外衣包裹得密不透风,更没有通过新历史主义传播史学的叙述得到有效解决。纯粹的“客观”学术图景的描绘或者“传学”,完全属于国家正统思想和种族意识形态的产物,上述两种认识论都不利于我们向新的方向推进对施拉姆精心挑选四位学者作为传播学“祖辈”的深刻理解。因此,本文试图中和既有的两种截然相反的治史理念,重新整合有关美国传播学起源的历史著作或研究材料所引用的施拉姆或其他学者的口述录音、往来信件等一手材料,并结合四大奠基人(主要以拉扎斯菲尔德、拉斯韦尔)的研究文献,以及拉扎斯菲尔德、拉斯韦尔等人的自述文章,对施拉姆与四大奠基人的学术成果(期刊论文与学术著作)进行整理与阐释,

以此勾勒出二战前、战时以及冷战前期，施拉姆与四位奠基人的个人生活轨迹、学术经历以及政治立场，同传播学理论的建立与发展以及美国国内和国际政治局势等三个不同层面之间丰富且重叠的互动过程，进而由内向外地论证美国传播学作为一门脱胎于二战的社会科学，其问题意识与研究方法不是独立于历史和政治环境，其研究成果更难以完全摆脱国家、意识形态的左右或操控。

一、从贝雷尔森到施拉姆：经过变形的四大奠基人

施拉姆发表于1982年《国际新闻界》的那篇演讲稿，其基本内容直接来源于他1980年在阿卡普尔科召开的国际传播协会年会上所发表的演说、而后被收录进《传播年鉴4》的文章《美国传播学研究的起源》（Schramm, 1985: 73-82），但据考证，这并不是施拉姆关于“祖辈”一说的最早阐述。更早赋予四位学者以传播学“开创者”“奠基人”（Schramm, 1959: 7）地位的观点，可在施拉姆1959年发表在《舆论季刊》上反对贝雷尔森（Bernard Berelson）关于“传播学研究如今正走向凋零”这一悲观主义论断的文章中找到。

贝雷尔森和施拉姆的两篇文章都刊登在《舆论季刊》1959年春季号上。贝雷尔森厘清并归纳了1930年代中期至1950年代末间美国“四种主要的传播学研究路径”，并按照介入传播学研究的时间先后命名拉斯韦尔（20世纪30年代初）、拉扎斯菲尔德（30年代末）、勒温（30年代末）与霍夫兰（40年代初）为“创新者”（Berelson, 1959: 1-3）。从互文性的角度可见，贝雷尔森首先汇总了过去25年美国传播学研究的四种典型范畴、方法与代表性观点，随后施拉姆在反驳的文章中指认四位“奠基人”的地位。然而，以勒温1947年去世，拉斯韦尔回到政治学，拉扎斯菲尔德主导的应用社会研究所不再从事与传播相关的课题研究，霍夫兰则关心更为宏大的认知与机器仿真等议题并在1961年离世为论据，贝雷尔森确信，二战前和战时服务孕育出的四条主要研究路径在战后日渐势微。与贝雷尔森的判断截然相反，施拉姆认定继承四位创始人研究路径的大有人在。在他看来，拉斯韦尔、拉扎斯菲尔德、霍夫兰与勒温的学术传承谱系非但没有日渐暗淡，反而让美国传播学研究呈现一片繁荣之景。

在与贝雷尔森展开辩驳的基础上，施拉姆逐步阐明他选择四位奠基人的理由。1963年他编纂《人类传播的科学》，在导言中首次罗列四位奠基人的学术背景与贡献，并强调四人的影响力的逐渐融合、战后研究中心的兴建，佐证了传播学依然是一块“极度活跃的研究与理论领域”（Schramm, 1963: 1），再次反击了贝雷尔

森。施拉姆晚年出版的最负盛名的著作《美国传播研究的开端：亲身回忆》以集大成的形式，条分缕析地阐述了四位奠基人各自的学术经历与成果。直面“现实问题”、致力于“传播研究”，这是施拉姆归纳四位奠基人的“共性”，也是他写在纸面上的理由。施拉姆语焉不详的是，原本身处政治科学、社会心理学和社会学等社会科学领域的四位学者，在遭遇什么样的“现实问题”时致力于以“大众传播”为核心的“人类传播”研究，他们如何将自身原有的研究与传播问题相联系，并将兴趣放在传播“效果”上？

新历史主义传播史学派虽然巧于利用并综合部分解密的档案资料，侧重从学术交往的微观层面回答了上述问题，不过，他们忽略了施拉姆在1963年文章到后来的自传中回忆四人的学术贡献时，或多或少带有那么一丝由果（贝雷尔森梳理的传播学研究的四条主线）溯因（选择四大“奠基人”的理由）的“反历史性”的特征。施拉姆与他们的学术交往远不如他们四人彼此之间的合作那么熟稔密切，拉斯韦尔甚至在战后才第一次与施拉姆见面。并且，1941—1942年，施拉姆在华府知识圈里结识的不仅包括彼时还未被称为“奠基人”的社会科学家，还有来自其他学科领域的学者、智库成员或政府要员。因而，施拉姆选择他们作为传播学四大奠基人，更多依赖的并非他的直观认知，而是间接判断与刻板印象，例如他在华盛顿与洛克菲勒基金会组织的学术研讨会上通过其他间接途径了解四位奠基人的学术地位与研究情况（这些在施拉姆的自述中基本上被淡化）。

既然如此，如若重新理解施拉姆选择四大奠基人的理由，则需要从发现施拉姆和新历史主义传播史学派的叙述“盲点”入手。在美国正统社会科学的主导下，学科史叙事的政治性与情境化的逻辑往往被稀释，似乎根本不存在任何时间上的政治绵延；它被加冕为传播学的主流、一种共识——建立在遗忘基础上的共识——而显得顺理成章。因而，本文开篇提出的问题便能最终归结为：如同贝雷尔森所分析的那般，四位奠基人在二战结束后先后离开传播研究，施拉姆为何以及如何反贝雷尔森式的悲观叙述中重新接棒，奠定传播学作为一门学科在美国的学术地位？

二、二战期间华盛顿社交网络与施拉姆“传播的观念”的初见雏形：宣传、大众说服与态度改变

1917年，乔治·克里尔设立公共信息委员会，实施一系列反德的宣传战略，其过于花哨、喧闹和恶毒的政治正确手段导致公众集体罹患癔症。两次世界大战期间，不仅美国学术界围绕宣传在民主社会中的角色展开激辩⁹，宣传更成为引发公

众恐慌的替罪羔羊，在普通人的认知里，宣传与民主构成一组固若金汤的二元对立关系（Lerner，1963：12-20）。为避免重蹈覆辙，1939年在国会图书馆馆长的任职演说上，作为哈钦斯委员会的一员，阿奇保德·麦克里希祭出“民主宣传”与“真理战略”两大理念；在美国参战前夕，他与剧作家罗伯特·舍伍德一唱一和，重新确立了宣传的基调与目的：确认民主等传统价值高于一切，赢得听者心灵与精神的认同（Winkler，1978：9、18、40）。即便如此，罗斯福政府依然心存疑虑，迟迟不愿建立正式的宣传机构，直到1941年10月，战时统计局建立，麦克里希担任战时统计局局长。他就职时宣称，战时统计局“不会采取自吹自擂的宣传手法”，主要向公众提供“未经修饰和篡改”的政府防御措施、政策与行动等战时信息（Winkler，1978：22-23）。1941年前，施拉姆通过衣阿华大学的写作班早已结识麦克里希。两人曾沉醉于人文主义学科，在爱国主义的感召下主张人文价值的政治取向。相似的学术旨趣，尤其是麦克里希重建美国信息网络的战时方案，促使施拉姆在日本偷袭珍珠港8天后，主动向对方发出自荐信。1942年1月，施拉姆如愿奔赴华府，并被麦克里希任命为教育服务处处长，后者隶属于战时统计局五大部门之一的联络部（Cartier，1989：159）。

在华府，施拉姆的日常工作包括向学校、大学和社区传送战时信息，向教育机构提供有关战时服务的建议。这正是麦克里希希望的国内信息机构所承担的宣传任务之一。在华府工作15个月期间，施拉姆与其他大多数学者一样，出于对国家的“赤子之心”以及正义战争论的认知，“期待得到政府重用，而非恐惧被政府操纵”（Cartier，1989：69）。实际上，由于大批学者的主动加盟，战时的华府已转变成美国社会科学家的社交网络。这一网络由三个基本的研究机构组成，每个机构聘用了一批学者顾问：（1）美国陆军信息与教育部研究处；（2）战时新闻局；（3）美国农业部项目调查处（罗杰斯，1994/2002：12）。他们团结在美国战争目标之下，以跨学科的形式从事“言语之战”的对策研究（Chaffee，Rogers，1997：134-135）。然而，施拉姆不为其中任何一家机构工作。虽然他的社交主要局限于战时统计局的写作小组，以及统计局与之后的战时新闻局内部规划小组在国会大厦图书馆不定期召开的经验分享会里，不过，通过规划小组，施拉姆的人脉直接通往三大研究机构的负责人：塞缪尔森·斯托弗、伦西斯·利克特。借由他们，施拉姆了解和熟悉了霍夫兰，或担任战时统计局（随后战时新闻局）顾问的拉斯韦尔、拉扎斯菲尔德的战时研究成果。

据此，新历史主义传播史学派的代表人物之一杰奎琳·M·卡蒂埃（Jacqueline

Marie Cartier) 指出, 美国大众传播研究发端于1942年美国国会大厦图书馆的规划小组经验分享会 (Cartier, 1998: 171)。可贝雷尔森1959年的文章把美国大众传播研究的起源还往前推进了3年: 1939年9月至1940年6月间, 在国会大厦图书馆召开的洛克菲勒传播研讨班 (Berelson, 1959: 1)。洛克菲勒基金会人文学部副主任约翰·马歇尔召开传播研讨班, 与基金会1937-1939年资助拉扎斯菲尔德在普林斯顿大学的广播研究项目有关。“我们在1939年春达成一致, 同意每月召开一次会议”, 以保证拉扎斯菲尔德前期搜集的一手材料“在概念的层面上”更加明确和系统化 (Morrison, 1978: 357-358)。在邀请函中, 马歇尔首次使用“大众传播”一词, 尽可能囊括不同媒体的研究者, 希冀研讨班能够发展出一套“完备的学术规训”, 以切入“当前的大众传播研究” (Chaffee & Rogers, 1997: 135)。然而, 二战爆发后, 与会者开始围绕大众传播在战时以及现代社会中的功能等议题展开讨论, 最终形成两份备忘录: 完成时间分别为1939年12月与1940年7月。两份备忘录, 尤其是第二份名为《大众传播的研究》的备忘录, 已有意识地使用“大众传播”, 以替代李普曼——拉斯韦尔所提倡的进步主义“宣传分析”。施拉姆虽然没有亲身参加传播研讨班, 但他受命参与麦克里希振兴宣传大业的计划时, 也极力反对使用宣传一词, 自诩担负知识精英教育平民的工作。在他看来, “我们总是面对一堆难解的问题: 受众是谁? 他们如何使用信息? 他们有什么困惑、担心和兴趣? 什么样的传播可以感动普通人, 让他们不再抵制? ……这和宣传不是一回事……我所做的, 是面向军队和平民的教育工作” (Cartier, 1989: 168)。

倘若把两份备忘录放在更为宏大的政治与历史形势下, 则更有助于我们识别传播研讨班的成员 (主要是拉斯韦尔与主持马歇尔) 以战争之名统领研讨班议事日程的动因与过程, 明确他们希望通过大众传播创造出什么样的社会等智识诉求。1930年代末, 美国自由主义知识精英在宣传、民主、大众传播以及安全等问题上的焦虑, 导致他们倾向于把大众传播研究作为学术领域的崛起, 同大众传播作为宣传战武器的实用主义价值联系起来 (Gary, 1999: 89)。尤其是第二份备忘录, 严格来说, 它更像一份“意识形态宣言”, 动员学者进入“宣传战的壕沟”中; 它不仅秉持“崇实”等同于“求真”的客观主义立场, 更将之同社会工程理念并置一起, 强调“应用型知识能够保证公众舆论的管理更为理性与实效” (Gary, 1999: 102)。这种“应急心理”说, 倡导“政府对各类媒体 (以及最终所有公共讨论) 管控力度的加大”的必要性 (Buxton, 2003: 311-315), 回应了马歇尔召开研讨会 (临时变更) 的宗旨, 即“什么样的研究应当即刻启动……什么研究具有

即时性的意义并能获得即时性的回报”（Marshall, 1939）。若要获得“即时性的回报”，若“迫切需要那种立竿见影的效果，那么通过象征来控制民众可能就是完成一项急务的唯一捷径”。可“通过象征来控制民众”，或者说“以有意义的符号控制意见”（拉斯韦尔，1927/2003：22），实现“大众说服”，不还是“宣传”的题中之义？1939年12月1日第一份备忘录《公众舆论与紧急状态》出炉后，研讨班不少成员附议，他们认为，必须将公众的无知与无能状态视为“某种实在”，以积极地制造“共识”与“公众舆论”，从而“引导处于紧急状态中的（民主）社会”¹⁰。从目的论的角度，这也只是闪烁其词地重新转译了正在美国国会图书馆对同盟国和协约国的媒体宣传进行内容分析（1939-1940）的拉斯韦尔所持有的民主现实主义理念¹¹而已。施拉姆尽管对宣传充满戒备，但在回忆拉斯韦尔的学术经历时，没有提及洛克菲勒基金会及其资助的传播研讨班，唯独指明后者对美国传播学的三大贡献之一是其对宣传概念的丰富与深化。他援引拉斯韦尔名著中的观点，借此秘而不宣地认可宣传的工具论与实在论立场：“战时，国家以象征性与暴力性两种方式进入战场”；现代社会里，“宣传是无法更改的事实；民主必须适应而不是唾弃它”¹²。

除了被打扮成教育或传播的宣传思想作为“注入成分”，施拉姆正在形成的传播的观念，与他正在发生的学术转型同步，即从战前的人文主义向社会科学与跨学科路径的转变。施拉姆的学术转型起始于他在衣阿华大学参加勒温的“夸夸其谈俱乐部”（“聊天活动”）的经历。回顾这段经历，施拉姆不仅强调“作为心理学家，勒温对我产生一定影响……或许与我对传播感兴趣有关”（Cartier, 1989：177），更有些许抱怨，“为什么衣阿华的新闻学没有更多地重用勒温？”（罗杰斯，1994/2002：10）¹³。与拉扎斯菲尔德不同，离开德国、远赴美国的勒温更像一位筚路蓝缕、不善社交的国外学者。1935年，完全依托研究生院院长、儿童福利研究所所长乔治·斯托塔德的担保，他进入衣阿华大学任教。不过，他接受的并非心理学系的教职。勒温受到衣阿华大学心理学系的排斥，很大程度上与该大学已成为全美行为主义学习理论的中心这一事实密切相关。

1933年，勒温赴美。他的“场论”所主张的内生性原则注定使他直面占支配地位的赫尔及其新行为主义模式。然而，1935年勒温提出经典等式 $B=f(P, E)$ ，1936年创立“社会问题心理学研究会”，1939年首次使用“团体动力学”与“社会空间”等概念，无一不表明，他的整体研究逐步转向，试图融合自身与赫尔各自所代表的两种心理学及其方法论。不过，勒温并非孤军奋战。1927年担任心理学

系主任的卡尔·西肖尔参与创建儿童福利研究所，勒温受雇于研究所后，发展出“实地研究”方法，延续并扩展了西肖尔的实验社会心理学传统（Malin, 2011: 304）。施拉姆奔赴华府之前，曾在西肖尔的心理实验室工作，并通过俱乐部结识勒温。勒温的场论到团体动力学，杂糅了格式塔心理学与实证主义的遗产，旨在探究“半物理性、半社会性和半精神性的”（Gergen, 1985: 538）环境下，个体意志作为人类行为的各种可能，以调解唯意志论与决定论的对立。相较之下，赫尔的新行为主义反而显得剑走偏锋。从1940年代末到1960年代，勒温秉持的调和式的研究取向逐渐取代赫尔的新行为主义，一跃成为美国心理学界的学术正统。施拉姆亲眼见证这一切，并悉数吸收了勒温的方法论，“用量化的方法检验质化的洞见”（Cartier, 1989: 177），以作为他挺进人类传播行为研究领域的基本原则，否则他怎会在首次正式提出传播学“四大奠基人”的著作《人类传播的科学》中收录勒温的得意门生里昂·费斯廷格（Leon Festinger）的文章《认知不和谐理论》？学界公认费斯廷格结合了勒温的内生性原则与经验主义心理学即假设——演绎形式，并融入到他的社会比较理论中。

1942年，斯彭斯出任心理学系主任，试图恢复经验主义与实证主义传统。1945年，勒温率学术团队离开衣阿华大学，在麻省理工大学成立“团体动力学研究中心”。在勒温和他的追随者所厘定的六大研究主题中，由里昂·费斯廷格等人负责的“传播”研究赫然在列。对此，施拉姆评价甚高。在他看来，从衣阿华大学到麻省理工大，勒温比其他任何人都更关注群体/组织传播现象，关注“谁在研究和使用的传播（媒体），以实现既定的社会变迁”（Schramm, 1988: 83-84）。流亡美国、家人死于纳粹集中营的经历，一定程度上影响勒温偏重于研究“权威领袖”，以及“专制的群体”的领导方式，并诉诸于民主制度；这里的“权威领袖”“专制”就是法西斯主义。其中最著名的，当属他与第一位博士生雷纳德·利皮特在1938-1939年进行的有关“独裁、民主和自由放任的领导”的两次实验¹⁴。实验结果对施拉姆的吸引力不言而喻：“相较于从民主转变为专制，专制转型为民主需要耗费更多时间。对个体而言，专制是外在强加的，而民主则是习得”（Schramm, 1988: 80）。

二战爆发后，勒温还一直与美国社会科学界所建造的战时学术机器保持联系。勒温积极参与并在其中发挥核心领导力的机构之一，便是“士气与领导研究委员会”。另一位走入施拉姆视野，同样从事士气研究的，则是卡尔·霍夫兰。

霍夫兰，这位本土学者在赫尔（Clark Hull）统领的耶鲁小组，也就是洛克菲

勒基金会资助的“人类关系研究所”中原本备受瞩目，例如，他参与了赫尔主持的《机械学习的数学——演绎理论》一书的编撰工作。然而，1942年，霍夫兰离开耶鲁小组，以专家身份受邀加入五角大楼的士气部门。在斯托弗的说服下，他最终选择领导美国陆军研究处的实验小组。施拉姆认为，霍夫兰以说服和态度研究为主的战时研究，已经显示出他的学术轨迹的改变。1943年他与陆军电影局以及卡耐基基金会合作完成的影片《我们为何而战》的效果评估实验，让他一举成名。二战结束以后，实验结果编辑成书《大众传播实验：二次世界大战中的心理学研究》，收录在斯托弗主编的《美国士兵》四卷本系列中。然而，霍夫兰创造了“内在过程”概念，用以描述行为心理学所回避的个体内在心理结构（如记忆、意识），并动用控制实验法等研究方法确证人类行为的可变性。透过效果评估实验，霍夫兰考察了在受到控制的外部变量或自变量输入（媒体宣传与报道），与个体的回应、态度改变作为因变量输出之间所发生的心理过程。他跳脱出行为主义的窠臼，向认知心理学的研究方向靠拢。继拉扎斯菲尔德《人民的选择》之后，霍夫兰再次揭示了实现传播效果的条件的复杂性。

霍夫兰的学术转型，不妨视为赫尔主义流派内部分裂的起源，也是症候。1950年代前后，赫尔因其深奥的理论术语的数量化而陷入体系难以持续的困境。赫尔理论的困境，折射出心理学研究的主导范式的“认知主义革命”即将来临。当1952年赫尔出版《一种行为系统》时，“他的学生及其支持者领悟到整个规划具有深深的缺陷，围绕赫尔理论的一片欢腾转为失望甚至绝望”（高觉敷，1987：256）。彼时，霍夫兰早已在认知心理学领域内耕耘数年；而对于从一开始就不那么认同赫尔学派的施拉姆而言，也不会感到失望或绝望。毕竟，1944年担任衣阿华大学新闻学院院长的第一年，施拉姆便与《挫折与进攻》的第一作者西尔斯共事，有机会了解后者作为坚定的勒温主义支持者的立场，以及勒温对霍夫兰所产生的影响。因此，在1962年专门写给《心理学年鉴》的文章《大众传播》里，施拉姆对罗森博格与霍夫兰等人在1960年出版的著作《态度的形成与改变：对态度组件的一致性的分析》给予高度评价：“此书代表了赫尔的行为主义传统与勒温的格式塔心理学的汇流，在传播学理论的发展史上占据重要位置”（Schramm，1962：262）。

1945年霍夫兰返回耶鲁大学后，在洛克菲勒基金会的资助下，主持“传播与态度改变”项目，继续出版数部有关说服传播的专著¹⁵。二战期间，奥斯本将军领导的陆军研究处对霍夫兰的实验项目极为满意，从机制上保障了霍夫兰能够在战后继续其说服实验。在战时陆军研究处看来，弗兰克·卡普拉电影《我们为何而战》

所蕴含的马基雅维利主义的调性，在霍夫兰反清教主义式的方法论革新的强烈烘托下，即控制实验法对“恐惧诉求”、单面还是双面信息等多个自变量的控制，能够最大程度地实现公共关系之父伯奈斯所设想的“设计共识”理念（Sproule, 1997: 199）。与其说由管理人员主控的研究项目旨在提高士兵的精神面貌，毋宁认为从项目中孕育而来的四卷本丛书，提升了美国社会科学家的整体士气。丹尼尔·勒纳（Daniel Lerner）的评论可为印证，丛书的出版，激励他们“使用类似控制实验法的经验主义方法，透过结构化的观察与搜集所得到的数据，检验各种假设”（Sproule, 1997: 203）。除了对霍夫兰的方法论念念不忘外，陆军研究处下设的另外两个小组的研究者，从霍夫兰领导的服务于军队士气的产学研一体化的项目中，也获得不少理论创建的灵感。就连曾经被招募到战时霍夫兰实验小组参与焦点访谈的默顿，在1950年的著作里也展示了诸如初级群体、参考群体与非正式沟通网络等概念如何脱胎于战时研究¹⁶。以勒温与霍夫兰为代表的社会心理学研究，无论是否获得政府或者基金会支持，证实了华生的刺激——反应模式与魔弹论的化约主义。他们意在从宏观层面构建出“刺激——意志的个体——反应”这样一则有关人类传播的新理论公式，以呼应战后社会科学的整体发展趋势。

拉斯韦尔对协约国宣传信息的内容分析、勒温有关提振国内与军队士气的研究，以及霍夫兰的说服与态度改变实验，这些学术成果都处理人类传播的两大议题：宣传与大众说服——马歇尔、以及施拉姆直接称之为“大众传播”，最终指向传播效果研究。若无战时的政策引导或私人基金会的穿针引线，他们根本没有机会直面这些“现实世界”的问题，更不会从各自的领域转入尚未成型的传播研究中。1942年1月底，施拉姆写给同事的一则长达19页、针对高校和学校的信息传播现状的备忘录，综合几位彼时还未冠名为“奠基人”的学者的研究成果，证明了罗杰斯关于“1942年是施拉姆传播的观念形成的关键时刻”的论断。施拉姆设想的传播研究，从一开始就被赋予了工具论的内核，它应当成为国家意识形态的管理工程的重要组成部分。施拉姆就职的战时统计局与战时新闻局，把他拖进了国家决策层，极大地改变了他的学术轨迹，促使他往行政导向的社会科学研究者转型（Glander, 1990: 269）。

并且，施拉姆特别强调了受教育精英的思想应当同国家意志保持一致，国家必需迂回包抄，精妙布局，才有可能影响前者，进而形成有关国家政策的全国性共识（Glander, 1996: 379-380）。他绘制的传播网络蓝图，以等级分明、贵族制的社会秩序，受过良好教育的知识精英管控传播过程（Glander, 1990: 274）为先决条

件，这正是拉斯韦尔的宣传理念、拉扎斯菲尔德的广播研究、霍夫兰的说服实验以及勒温的团体动力学说所共同预设的重要前提。这说明，施拉姆战前与战时在华府与四位“奠基人”，或者说远比施拉姆更受到政府重视的决策精英的或因私或因公的人际交往，让他保留了学术生涯早期受到傅诺曼、怀特海影响而形成的新人文主义遗产¹⁷，随后一并引流到方兴未艾的传播研究领域。新人文主义关于民主、自由和社会共识的价值判断，并入社会科学的路径，尤其是勒温——霍夫兰的实验社会心理学与拉斯韦尔的信息传播模式，框定了施拉姆概念化人类传播的最初尝试，进而确认了美国传播研究的基本方向与主题。

三、伊利诺伊大学“传播”研究所的成立：字面上的学术依据之下，还有什么？

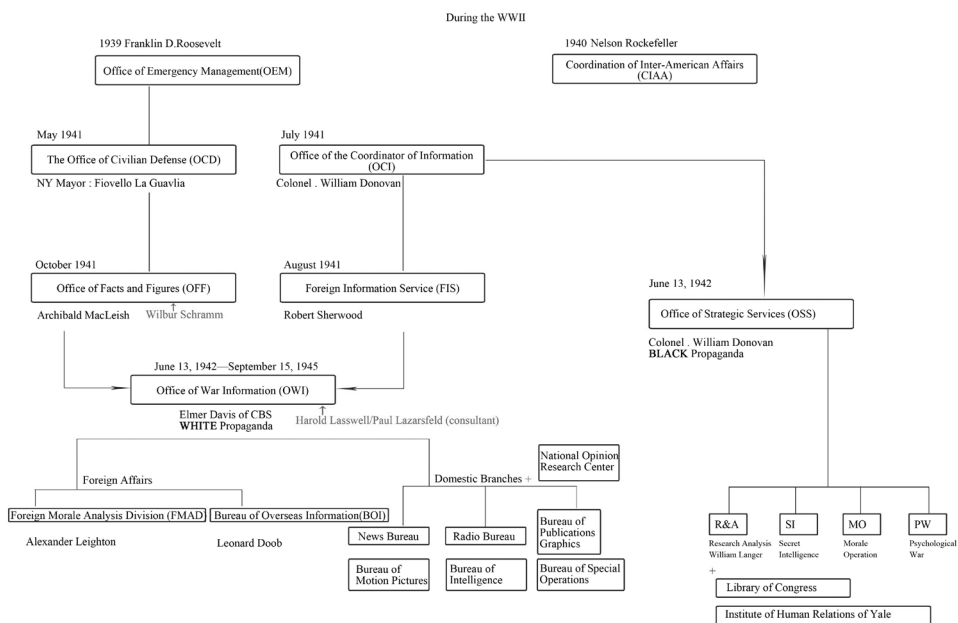


图1：二战期间华盛顿信息情报机构图

1942年施拉姆离开华盛顿，1943年返回衣阿华大学后，便积极启动一系列学术社交、学科建制与公共“外交”行动，试图终结传播研究领域内学术割据的情况，将作为独立学科的传播研究整合进行为科学之中（Buxton，1996）。施拉姆在华府就职的战时统计局，从建立之初就备受媒体质疑与抨击，被戏称为嬉闹玩耍局¹⁸，

与它竞争资源的，则是信息协调局。不过，在信息协调局内部，执掌黑色宣传口径、史上被称为“疯狂比尔”的威廉·多诺万陆军上校同舍伍德之间的矛盾，导致信息协调局重组为多诺万主导的战略情报处，即中央情报局前身，而舍伍德的对外信息服务处从信息协调局分离出来，1942年6月同战时统计局合并成战时新闻局。秉持心理战即白色宣传战略的战时新闻局，与战略情报局一起争夺海外宣传的监护权（参见图1）。新闻局内部复杂的办公室政治，让施拉姆感觉“乱七八糟”“自顾不暇”（Cartier, 1989: 174），加之衣阿华大学邀请他接棒已离职去密苏里大学的莫特、出任新闻学院院长一职（罗杰斯，1994/2002: 25），1944年，施拉姆再次回到衣阿华大学，正式领导新闻学院，并首次启动大众传播学博士生项目，课程包括心理学、社会学、经济、政治科学等“界外”学科（Chaffee & Rogers, 1997: 138）。此时，他着手于将战时项目的特定议题及其研究方法，运用于传播领域的革新计划，“战后，我们将肩负传播研究的重任”（Glander, 1990: 276）。1947年春，施拉姆在衣阿华大学的同事斯托塔德担任伊利诺伊大学校长，后者有意邀请施拉姆出任校长助理一职。对此，施拉姆提出交换条件，即在大学创建独立的传播（而非新闻）研究所（罗杰斯，1994/2002: 473-474）。于是，1947年（被公认为冷战正式开始的一年），传播研究所在伊利诺伊大学成立，并于1948年正式招收全美第一批传播学博士。这被传播史学家公认为是美国传播学建制化的开端。

施拉姆新官上任，几乎把全部时间都花在传播学博士课程培养上。施拉姆在研究所成立两年内，相继引进拉扎斯菲尔德、全美舆情研究中心主任哈特等人作为研究所的访问学者，雇佣1963年成为全美心理学会主席的奥斯古德等著名社会心理学家，担任研究所专职研究员¹⁹。1948年，获洛克菲勒基金会资助，施拉姆召开一场为期三天的学术会议。拉扎斯菲尔德、霍夫兰、贝雷尔森、赛伯特等施拉姆在战时新闻局或国会大厦图书馆结识的学者受邀集聚一堂，在阿勒顿公园围绕大众传播学（而非新闻学）如何具备学术主体性、学科建设、博士培养以及未来发展等议题，建言献策（McAnany & Schramm, 1998: 113）。他们的建议成文后，由施拉姆编辑成书《现代社会的传播》。1949年，施拉姆再次编辑出版《大众传播》，此书用于施拉姆博士研究课程的必读书目，他在每一章节之前均附上简要评述与导读。虽是论文集，可它不仅缩窄了传播研究的领域，即“大众传播”，并且它收录的文章基本上按照控制、过程/渠道、受众、内容、效果这一拉斯韦尔的5W模式进行分类²⁰，目的在于借助其他领域的学术成果将大众传播理论系统化和结构化。作为研究所硕士和博士培养的教科书，《现代社会的传播》与《大众传播》清楚地表明施拉

姆这位“学术企业家”将大众传播研究“自觉地”（Pooley, 2008: 45）建设成独立学科并赋予其学术身份的雄心，尽管这一“独立”学科从一开始纯粹属于战时问题意识导向。

如何理解普利（Jefferson Pooley）对施拉姆的形容——“自觉地”？施拉姆在两本书中所收录的共计55篇文章，大多脱胎于二战期间政府战略宣传、军事或情报项目；施拉姆在《现代社会的传播》的序言中提出的不下二十个关于大众传播的问题，基本上在二战期间或多或少得以研究。对于施拉姆而言，要建立成型的、“科学的”大众传播学，需要小心地隐藏（而非去除）包裹在这些文章之中的政治内核，进行“政治消毒”。如此看来，施拉姆的“自觉”，首先体现在他通过去政治化的和“辉格党主义”的方式，在方法论的层面上自我合法化，将大众传播学顺理成章地归类在强调客观、实用原则和工具论的社会科学的范畴中。再者，他以传播研究所的成立与1948年开幕研讨会的召开为契机，联络同好，迫切地希冀集体性的研究力量能够形成，使大众传播与大众媒体“最大限度地服务于公共利益”（Schramm, 1954a: 4-6）。

辛普森（Christopher Simpson）援引受聘于社会科学研究所的两位主流社会科学家艾伯特·彼得曼与伊丽莎白·克劳福德1960年代向美国军方提交的一份报告，指出二战的爆发推动了美国主流社会科学家与政府精英之间形成新型的协同目标：维持经济、赢得战争、打击纳粹与重建世界秩序。不过，这些社会科学家核心群体并不包括施拉姆，不仅仅因为他在二战期间的华盛顿并没有如拉拉斯菲尔德或霍夫兰那般主持或参与大型项目，而只是在情报处针对教育机构和生活社群分发和搜集信息、制定日常宣传计划。更重要的是，1947年以前，传播学（或者说大众传播学）尚未成型并进入政府和其他学科的视野里。眼见二战结束、冷战开启，在“强烈的爱国主义情感”²¹的驱动下，施拉姆个人很期待与其他主流社会科学家一道，以“恰当的专业化形式”（辛普森，1994/2017: 110）共同承接事关国家战略安全的横向项目；并且，让由他所开创的传播学作为独立学科（而非其他社会科学的附庸）“光明正大地”准入政府和相关部门或情报机构在冷战期间开展的各种项目，反过来在政府资金和政策红利的保障下，还能继续巩固传播学的学科主体位置，才是施拉姆迫不及待地舍弃既有的新闻学、建立传播研究所并大张旗鼓地开展一系列“学术活动”的真正意图。

实际上，这样的判断可以在部分新历史主义传播史学家或持批判立场的理论家的叙述或披露的档案材料中得到验证。达拉斯·斯迈思（Dallas Smythe）在著作中

曾指出,当他翻查《美国名人录》有关施拉姆的条目时,竟然发现他从1943年以来就已担任政府心理战的学术顾问,他的客户涵盖美国陆军、空军,以及陆军作战研究处军事机构(Smythe, 1994: 57)。格兰德(Timothy Richard Glander)以一系列的解密的政府高层档案表明,不仅传播研究所在成立初期与1950年代,受到中央情报局的秘密资助(Glander, 1990: 279);研究所成立之后,施拉姆更相继接到国务院与新闻署以及国防部的邀约,以传播学者的身份参与事关美国国家冷战推广与宣传计划的课题,并担任要职。悖论的是,正由于施拉姆参与了中央情报局、美国军方的心理战项目,导致1950年代以来施拉姆的相关著作至今尚未解密(辛普森, 1994/2017: 125)。例如,我能找到的施拉姆最早提及“心理战”的文章,已经是发表于1960年《美国政治与社会科学年鉴》上针对戴尔这位相继在战时新闻局、美联社、哥伦比亚广播公司、全国广播公司任职的媒体从业者1959年著作《墙壁上的武器:重新思考心理战》的简短评论(Schramm, 1960)。随着传播学科的建立,以及施拉姆介入意识形态宣传和文化冷战的政府/横向课题的程度日益加深,尤其是1953年参与美国新闻署的创建,施拉姆通过编辑和撰写论著,不仅逐步显示其作为“时代思潮、研究范式和大众传播知识的主要播种者”(Chaffee, 1974: 1)的意义,更逐渐把大部分精力投放在“国际传播”研究领域上,从而将拉斯韦尔的5W传播模式扩展至国际层面。

四、《大众传播的过程与效果》的出版与再版:国际传播研究背后的政治动力学

要了解施拉姆从大众传播向国际传播这一研究旨趣的转变,不妨从对比他1954年为其编辑的《大众传播的过程与效果》所撰写的第一章《传播的工作原理》同该书1971年再版时重新写作的导论《人类传播的本质》两份文本入手。在1954年的这篇文章里,施拉姆借鉴了香农在1949年正式出版的《通信的数学理论》里所创建的数学模式,重新定义传播(过程)至少应当具备的三大要素:信源、讯息/信号与终端(Schramm, 1954a: 2-3)。他相信,人类传播的效果有赖于信源(编码者)与终端(译码者)之间的“一致”或“共同理解”,这基本上复制了香农关于通信零失误的前提是“信源率与通道容量的匹配”(Shannon, Weaver, 1971: 107-108)论断。实际上,施拉姆对香农——韦弗传递模式的转述,一度在1950年代成为大众传播研究的两大流行范式之一(Chaffee, 1974: 4)。

1953年,施拉姆受美国新闻署邀请,编撰一本“教材”以供机构里从事“心理战或政治战职员”(Schramm, 1954a: 2)阅读、研究与评估之用。借此,他不再

局限于大众传播，而是扩展至国际传播层面。他毫不隐讳地强调，作为新的学术焦点的国际传播，与大众传播（施拉姆又称之为社会传播）甚至人际传播，在面对目标受众和有效性等问题上，具有理论的同源性。于是，以香农的文化或经验领域的“一致”说为纲，保障（美国）大众媒体在第三世界国家或地区产生理想的“国际传播”即对外宣传的效果便成了施拉姆最关心的事情。在《传播的工作原理》一文中，施拉姆逐条阐释保障（对外）传播效果的四条法则，由此总结到，信息发送者、情境、接受者的个人情况与所在群体是影响（对外）传播能否产生理想效应的决定因素。他以美军散发的投降传单如何影响北朝鲜俘虏最终投靠美方为例说明这多因一果的关系，更通过叙述北朝鲜政权接管大众传播体系的过程，以显示作为民主国家的美国与独裁者运用大众媒体的显著差异（Schramm, 1954b: 17、25）。不仅如此，施拉姆专门辟出一章放在这本教材的最后，名为“如何获得国际传播效应”，拉斯韦尔原载于《保卫自由世界》特刊的文章《苏联宣传的战略研究》²²被收录其中。苏联/北朝鲜的宣传，与美国的传播，被施拉姆有意地设置成独裁与民主、“坏”与“好”的二元结构，作为其理论体系的首要原则，以淡化和取消社会主义与资本主义的意识形态对抗。因此，他的国际传播，或与之同义的跨文化传播范式，着眼于“如何实现对外（苏联与共产主义、第三世界国家或地区）宣传与文化同化效应”，或者说，如何在对外和跨文化传播过程中，完成“民主、平等、自由、实用主义、个人主义”等“美国品质”的宣传，以形成与共产主义或欠发达国家或地区的“政治专制、迷信、社会分裂”等“特性”的对照，进而实现普世性的“人类传播”。1950年代后期，施拉姆的著作中已经普遍使用“好人”与“坏人”这一组最浅显易懂的价值判断，来诠释和检验各种传播行为²³。

对社会主义国家的宣传体制的分析，在施拉姆的著作中并不鲜见。他利用香农模式最核心的一面，坚信作为美国传播体制的“另类”镜像，苏联共产主义宣传模式的高效完全源于较低的熵值、过多的冗余（重复）以及共产主义把关人的稳定性与尽责（Schramm, 1955: 139）。所以，拉斯韦尔的文章尽管不是首发，却因分析了苏联宣传体制具有的三大功能：灌输核心，锻造联盟与夺取权力，使用非一致性、易变性来形容苏维埃政权宣传体制的特点，深得施拉姆欢心，被他果断收录进教材。《大众传播的过程与效果》出版后一年，传播研究所美国新闻署签订合作协议1A-W-362，出版《宣传理论的四篇工作文件》，其中一篇就是由他主笔的《论苏联“心理战”概念》（Kumata & Schramm, 1955）。相较之下，1951年施拉姆先后发表《苏维埃化的传播情况》《红军占领城市》以及《逃离共产主义：关于

朝鲜难民的报告》²⁴等著作或文章。1954年，施拉姆与拉斯韦尔几乎同时间发表文章《苏维埃化的国家的传播情况：以朝鲜为例》（Schramm, 1951: 757-766）。这些著述，源于施拉姆1950年10月受到空军大学下属的人类资源研究机构主任雷蒙德·鲍尔斯的邀请，与其他社会科学家一道前往朝鲜，在与南北朝鲜公民进行200余次正式访问与100余次非正式访问，与1300名左右的囚犯、1400余名难民进行实地采访后所积累的一手资料。因而，它们更似纪实报告，侧重于北朝鲜宣传机构的描述、宣传漏洞与弊病的剖析。无论持有哪种论调，施拉姆援引同时期的苏联或北朝鲜的宣传体制与模式，作为例证和镜像式的例外情况，用以论述如何产生对非西方国家或地区的跨文化传播效果。

二战期间，施拉姆征用拉斯韦尔的5W模式、霍夫兰——奥斯古德的个体学习模式，从事他对大众传播的研究；冷战初期，施拉姆引介香农——韦弗模式，在国际传播领域开疆辟土、壮大声势，他甚至提出“大众传播的模式就是人类传播”这一高度一般化的论断。这究竟体现了施拉姆传播理论研究的断裂，还是延续？伊利诺伊大学档案馆保存着一份1947年题为《传播与洲际战争》的文件，作者不详，但考虑到该文件置于1947年施拉姆筹建的传播研究所之下，它的起草、提议与想法，到最终成文，施拉姆介入的可能性较大。该研究项目申请预算25.5万美元，其核心要旨是，倘若一场战争（冷战）即将到来，赢得人心的战略应当拓展至跨洲、跨国的层面。整个计划细分成六部分，其中有两项尤为引人注目：测定国内舆论态势、检视苏联及其同盟国的宣传战略与体系²⁵。并且，霍夫兰、贝雷尔森等人作为传播研究所的访问学者，均被罗列在项目申请书的具体参与者之中（Glander, 1990: 283-285）。考虑到1950年代冷战局势的加剧，1954年，积极想要成为“未来的士大夫”的施拉姆在向美国新闻署这一著名冷战机构遴选“传播与心理战”相关参考资料时，延续了7年前传播研究所成立伊始时“传播与洲际（赢心）之战”计划的标准，也就不足为奇了。被精心挑选出来的拉扎斯菲尔德、霍夫兰关于国内舆情监测的研究，以及拉斯韦尔详细阐述苏联宣传体制的文章，分别从对内与对外两个角度，赋予并合理化了施拉姆的传播研究从“洲际战争”过渡到“国际传播（心理战）”这一转变所具有的实用性和意识形态色彩：名义上的“政治消毒”过程，反而为施拉姆“重新政治化”的努力张目，非黑即白的二元论世界观更显示出他在冷战期间对（不同）意识形态（及其之间张力）的高度敏感。

然而，到了1971年，《大众传播的过程与效果》再版（修订版）时，拉斯韦尔与拉扎斯菲尔德的两篇文章就已被替换成我们现在都熟悉、也是他们在传播研究领

域中的代表作品：《社会传播的结构与功能》与《大众传播、流行趣味与组织化的社会行动》。与1954年第一版文集的序言《传播的工作原理》相比，1971年版序言《人类传播的实质》显示出已经领衔斯坦福大学传播研究十余年的施拉姆显明的“往回撤”的学术旨趣，以及建诸之上的清晰宏大的学术概括能力。首先，施拉姆把传播定义为人类个体之间的传播过程，即传者与受者的社会互动与社会关系，第一版里香农通信模式的三大元素悄然转变成拉斯韦尔5W模式中的传者、讯息与受者（Schramm, 1971: 12、15、17）；同时，施拉姆只讨论人际传播与大众传播两种类型，“国际传播”已经从他的论述或者目录中被去除，有关朝鲜或苏联的例证也被替换为北美和欧洲。其次，他综合了拉斯韦尔、霍夫兰等人的观点，尤其是拉扎斯菲尔德与卡茨的“二级传播”论，以一种相对柔和、不那么煽动性的语言，不仅证明魔弹论这样的传播模式，在1952-1971年间无论在理论还是实践层面上，都已经得到极大的改良与修订，更在梳理与比较大众传播在现代社会与传统社会中的功能的差别——以往的民主与专制、好与坏的对立的修辞一概消失不见——的基础上，首次概括了大众传播的四大社会功能：告知、教育、说服与娱乐。这些“新的变化”，体现了施拉姆对1950年代宣传研究“重传者（讯息）轻受众”这一单向过程的抛弃，更表明他的这版“修订”是对第一版过于显性的政治目的的一次学术纠偏。

五、“施拉姆悖论”与“转型的”拉扎斯菲尔德：反共主义者对“休假的马克思主义者”的“高估”？

施拉姆在1971年修订版《大众传播的过程与效果》的序言《人类传播的实质》结尾，专门辟出一节讨论拉扎斯菲尔德和卡茨的“二级传播”，并援引拉扎斯菲尔德和默顿的观点，宣扬“民主社会”的大众媒体更有可能起到维持现状而非社会变革的效用（Schramm, 1971: 52），以说明大众传播研究应当从强效果论转向有限效果论。然而，若仔细翻查拉扎斯菲尔德和默顿这篇发表于1948年的文章《大众传播、流行趣味与组织化的社会行动》，却会发现，两位作者基本上没有提及“民主”或“民主社会”等限定词，只是讨论了商业化媒体与流行的社会趣味之间的关系。不似政治科学家拉斯韦尔的大刀阔斧，按照拉扎斯菲尔德的学生卡茨的解释，拉扎斯菲尔德赴美后，他的文章或著作中基本上不会出现民主、专制这样的字眼，更不会轻易表达对政治问题的个人好恶²⁶。他的同事，也是他的前妻玛丽亚·亚霍达的判断却与卡茨相左，“如果可以的话，他宁愿身处政治，而非社会研究中”（Morrison, 2008: 184）。虽然相反，这恰恰是同一个人在不同制度和环境下云泥

之别的“表演”。例如，拉扎斯菲尔德在来美国后不久的一次公开演讲上主动承认自己是“休假的马克思主义者”（Morrison, 1988: 191），不过1969年的长篇自述却丝毫没有提及这一形容²⁷。

本章的主旨是，讨论一个核心问题：拉扎斯菲尔德，作为不管是休假隐遁还是投诚变节的马克思主义者，为何深受施拉姆的赏识？这份赏识，在如下事实中显得格外不同：施拉姆本身不是社会主义者，他唯独对马克思的传统不感兴趣。相反，在被施拉姆冠名的“四大奠基人”里，只有拉扎斯菲尔德有过社会主义的实践经历；也只有他来美后，无论在战中还是战后，承接了基金会和商业机构的各类项目，而其他三位与施拉姆的研究项目大多来自于政府和智库。施拉姆笔下的拉扎斯菲尔德，与他从奥地利社会主义体育生青年团的组织者到美国战后社会科学实证化发展趋势的中坚人物的转型，毫无关系；施拉姆强调的，唯有从奥地利中学教师向美国哥伦比亚大学社会学系主任、克托莱教授的角色转变。这一转变，与施拉姆本人从英国文学教师转变为社会科学研究者的学术轨迹，基本一致。

尽管存在些许细节上的差异，学术倾向与实践构想的大体趋同，对回应施拉姆为何赏识拉扎斯菲尔德的问题，或许是最佳答覆。所以，除了将文集《大众传播》第二版专门献给拉扎斯菲尔德外，在施拉姆的自传中，当谈及拉扎斯菲尔德时，他便援引了后者赠书时的题词，“施拉姆惠存，他总是高估自己的朋友”²⁸，对拉扎斯菲尔德的赞许和“自豪感”不言而喻。可稍显讽刺的是，通篇阅读完拉扎斯菲尔德带有回忆录性质的文章《社会调查历史上的一段小插曲：一部回忆录》后，这一通常被视为自谦的题词似乎没有那么简单。在长达六十多页的文章里，没有一处提及施拉姆；哪怕对自己在传播研究中的贡献，拉扎斯菲尔德也是一笔带过。这些论据，是否隐含着拉扎斯菲尔德对被（施拉姆）冠以传播学“四大奠基人”之一的不以为然？诚如他对莫里森所说，“你瞧，我对什么传播研究一点兴趣都没有”²⁹，这种不以为然、与施拉姆的“不合拍”，倒是很符合了他的“导向线索”（Lazarsfeld, 1982: 30-34）原则，即施拉姆不能（事实上也没有）如林德、斯坦顿为其扫清进入美国主流学术界的各种外在或人为障碍。

尽管拉扎斯菲尔德“潜藏的”政治底线与施拉姆存在根本分歧，尽管他时隔若干年后拒不承认传播研究的丰富经历，但施拉姆似乎毫无介怀，反而与罗杰斯，通过严谨的学术考据，以编年体的方式各自记录了拉扎斯菲尔德达于学术地位的巅峰的历程，特别凸显了他对传播学科的学术贡献。只不过，与拉扎斯菲尔德自述所表露的希腊式的心态有所不同，施拉姆树碑立传的风格，显得更像是希伯来式的。他

们倾向于从学术环境或者社会环境（媒体化）及其改变的角度，来阐述拉扎斯菲尔德的学术生涯，有意地绕过了他自身的政治立场，尤其是曾经的奥地利马克思主义者（或奥地利社会民主党员）的身份。因而，我们需进一步厘清施拉姆在叙述上的“绕行”或“掩耳盗铃”，如何服务于他借力打力，自诩为抽象而客观、实则实用主义的学术精神的使命承担者，最终构建传播学术主体的目的。

对于依然固守着“文化保守”姿势的拉扎斯菲尔德而言，当社会主义已成为“幻影”，而美国消费社会在二战后逐步形成，为了防止更为激进化的政治运动的出现，政治主权转变成消费主权诉求，相应的，民主的内涵也从政治自由转变成消费平等³⁰时，他惟有迅速转移到广播网络与政治选举民意的调查项目中。社会心理学的的应用，从维也纳时期（对社会主义）“新人”的锻造，转向（资本主义制度下）精英对大众/受众的文化引导工程；从对报纸角色的讨论，转向对广播（以及之后电视）所具有的政治宣传和商业营销的潜能的调查。拉扎斯菲尔德在维也纳所提出的购买香皂与政治投票之间在方法论层面上的“等值”理念不仅得以复苏，他更积极进取地利用美国消费主义与消费主权等话语，成功地将奥地利社会民主主义在一个意识形态完全迥异的社会里“转换声部”（Gitlin, 1978: 244），从而积极促进它与实证主义社会科学、行政与市场营销研究之间的“融合”。方法论的革新最终推动他重新思考如何能够在现代资本主义商业制度下，制作和决定听众/受众收听/看的节目内容，引导他们的“文化”趣味。从《广播与印刷品》一书到《普通美国人的传播行为分析》，明白无误地表明，拉扎斯菲尔德尝试借助政治或第三方力量，以精英主义的方式，推动商业广播影响并重整大众文化、锻造消费主义时代“新人”。他侧重的，是传播效果的有效性（effectiveness），而非无效。

事实上，施拉姆比同时代其他任何社会科学研究者都更关心传播的有效性。他对传播如何有效的看法，并不是当代中最具代表性的，但从长远处看，却可能是最经久的。早在二战期间，施拉姆已经向华府情报机构提交过在全国建立教育广播网络以服务战时宣传的设想。并且，他确认了在国内心理战过程中首先影响受教育阶层及其认知的重要性（Glander, 1990: 147），这里的“受教育阶层”就是全美2000万大学生，以及4000万亲朋好友。彼时，施拉姆相信，国内宣传“就是社会控制的工具”（Kumata & Schramm, 1955: 37）。然而，二战结束，国内战时动员无往不利的有效性，似乎在拉扎斯菲尔德的诸多研究的映照下，露出了马脚。1955年，基于迪卡特县调研的成果，卡茨与拉扎斯菲尔德出版《个人影响》。尤其当卡茨在导言中勾勒了强效果论——有限效果论的发展线索后，它便成为了美国大

众传播效果研究史的标准叙述。拉扎斯菲尔德从广播听众调查到后来的选民的民意测验中，一直坚持用非理性、亟待接受教育等语词来形容大众的社会心理学特征。所以，只有首先辨识出“舆论领袖”的身份，设计出特定方法说服他们，才有可能说服和塑造更大的人群。在格兰德看来，这才是拉扎斯菲尔德团队对“二级传播”进行概念化的直接动因（Glander, 1990: 107-108）。它延续了施拉姆内在固有的文化精英和专家技术治国论的智识偏好。早在《个人影响》出版前一年，施拉姆在《大众传播的效果与过程》一书的导言里就已梳理出影响大众传播效果的四大因素，其中包括个人性与（参照）群体（Schramm, 1954a: 25）。这与拉扎斯菲尔德提出有限效果论倚赖的两大前提即选择性与人地关系，几乎如出一辙。

在古典意义上，施拉姆与拉扎斯菲尔德殊途同归，拥戴并维护了一种知识精英统治的社会等级和“贵族制”（政治）愿景，这是他们之间存在“家族相似性”的前提条件。在此基础上，（国内关于选举和市场调查的）大众传播的有限效果论与（国际或对外）宣传和说服的强效果模式并存于两人的理论框架里，罗伯特·巴贝（Robert E. Babe）称之为“施拉姆悖论”（Babe, 2015: 113）。与其说是悖论，毋宁认为它恰好构成了大众传播效果研究的一体两面：两者在冷战期间美国新闻署与军方的国家安全诉求的维度上，保持一致性，而非自相矛盾。从国内选民的民意测验中所发现的个人影响的因素的存在，旨在更有效地帮助政府机构在中东或东南亚地区发掘、培养与训练地方精英，以实现对外宣传的有效性。传播研究中扩散理论的崛起，正是“施拉姆悖论”的最佳诠释。例如，撰写《传播学史》的罗杰斯与休梅克（Pamela J. Shoemaker）1962年合著出版《创新扩散》一书，起源于在衣阿华州两个社区的农民中推广杂交玉米种子的社会实验，他们提出的S曲线虽然被当作一项宏大理论的搭建工作，亦或被视为对拉扎斯菲尔德二级传播论的深化。然而，实质上，理论框架或研究发现中的“创新者”与“领导者”正是美国空军宣传项目所需要影响的对象。作为一度激进的奥地利马克思主义者，拉扎斯菲尔德对身处消费社会中的非理性大众的幻灭，反过来验证了他在无往不利的资本主义美国（而非社会主义俄国）中承担“社会工程师”与心理学家双重角色的合理性，施拉姆一厢情愿的赏识（而非高估）正来自于此。他在自传中引用默顿的一句话评价拉扎斯菲尔德，“他采用一种人文主义的方式使用数据”（Schramm, 1988: 63），点到为止却又严肃狡黠地为他们两的家族相似性做了最好的注脚。

六、作为“未来的士大夫”的施拉姆及其学术遗产

在施拉姆这里，学术与政治似乎统一成一副完满和睦的肖像，毫无张力。1947

年，施拉姆创建美国第一家传播研究所，彼时却是他一生中参与政治最积极、最投入的时期，学术的面孔左顾右盼之下，政治的面孔屏息静气。二战期间华府的社会科学家网络，为战后美国传播研究从整体上设定了问题意识，确立了分析框架。包括施拉姆在内的社会科学家为冷战期间的政府宣传部门、军方或国防部等机构提供咨询建议、参与对外或对内宣传效果的民意/间调查，则进一步加固和深化了认知心理、传播效果与国际传播等研究的“偏向”。传播研究的孕育与成型，尤其是施拉姆在二战期间“传播的观念”的养成，“理论的贫困”似乎从来都不是问题，这与施拉姆所选择的四位奠基人受过的严格的学术训练以及对建立宏大（有关人类传播）理论的学术兴趣密不可分，更离不开四位奠基人在参与政府机构和基金会项目时所获得的一手资料的基础上运用“抽象的经验主义”的能力。然而，传播研究的学术地位的确立，必须以施拉姆的政治洗涤工作为前提。作为自赋的“未来的士大夫”，施拉姆不仅要积极地参与全球现代化的建设工程，更需要运用自身的新人文主义功底，驱逐各种政治幽灵，从而让传播研究看上去不像受到怨恨、仇视或虚荣等缺乏冷静超然的情绪所鼓动：四位研究者的方法论创新——内容分析、控制实验法、小样本连续研究法与民意测验，以调和的形式主义与科学自然主义的混杂形式，为传播研究提供了政治消毒与净化的实用工具。

那么，我们如何突破既有的两种相对极端的解释框架，重新理解施拉姆的学术遗产，即挑选四位奠基人组成传播学研究最原初的领导者？首先，需要承认：认知心理学，以及建立在此基础上的国际/对外传播（宣传）研究，构成了施拉姆同四位奠基人之间的“家族相似性”，尤其是施拉姆同拉扎斯菲尔德之间。拉斯韦尔的5W模式预设的“刺激——反应”（S-R）行为主义模式，曾一度引发施拉姆同勒温——霍夫兰的激烈反弹。勒温的团体动力学机制、霍夫兰在说服研究中引进的四组自变量，启发了施拉姆在讨论传播的有效性时引入参考群体和个体性等自变量，与拉扎斯菲尔德时隔一年在《人民的选择》中提出的二级传播模式，以及1955年《个人影响》中单独挑拣出来进行讨论的选择性和人际关系两种因素，一脉相承。原来的行为主义模式在认知心理学渐成主流的情形下，演变成“刺激——意愿——反应”公式（S-O-R）。当刺激等于传播者、大众媒体时，似乎“意愿”元素的加入，使得大众传播研究步入“有限效果论”时代，这是西尔斯——贝雷尔森——施拉姆——拉扎斯菲尔德坚守的历史叙述线索。然而，施拉姆与四位奠基人各自承接基金会、情报和宣传机构以及美国军方或公开或机密的各类项目，探索在何种条件下，哪些信息、文本和产品，对哪一类人群最为有效，最终产生态度改变和行为转化。相对精细的自变量的设计，最终导向可以预测而非不可预计、必然性而非

偶然性的因变量，不仅实现了乔姆斯基（Noam Chomsky）所断言的大众媒体具有“社会控制”功能（赫尔曼，乔姆斯基，1995/2011），更为“美国政府和整个西方工业文化胁迫目标群体建立了合理性解释”（辛普森，1994/2017：134）。

正是施拉姆同四位奠基人在各自的传播研究中，不约而同地聚焦于意愿与个体认知，由此才能在对内宣传（提高士气）与对外宣传（国际传播与比较研究）上汇流到一块。勒温——霍夫兰有关士兵士气的研究，推动施拉姆在战后探求广播的时政新闻的传播效应，以及电视对儿童的教育功能。拉斯韦尔关于协约国媒体宣传资料的内容分析，直接影响施拉姆在战后进入朝鲜，开展社会主义、共产主义媒体体制的比较研究，甚至不惜动用香农的信息论“论证”苏联的宣传体制的有效性。而拉扎斯菲尔德与施拉姆，为了满足资助机构有关国家安全的政治诉求，曾一度摘下此前隐藏的政治面具，通过发放调查问卷、追访受众，从而向第三世界国家或地区的民众推广和推销美国形象。很难说，他们的研究项目及其发现，被列为美国军方、国防部或其他信息宣传部门的绝对核心内容。不过，施拉姆与四位奠基人，抱持同样的理念：无论是发掘当地代理人、培养地方精英，有助于美国民主形象的被认同与被接受，还是普及大众媒体或推广新技术、新知识，必须着力于寻找到当地的“创新者”“早期采用者”，以实现美国版本的现代化工程为终极目的：倡导民主和自由，避免专制政体导致的人道主义危机与“理性的毁灭”。

当前，从学术与政治的角度，重新梳理施拉姆与传播学四位奠基人之间的关系，进而重新阐述施拉姆选择四位奠基人的“理由”，有其必要性和紧迫性。过于抽象化的学术归纳与概括这种韦伯主义式的价值中立背后隐藏的，对施拉姆而言，不是新教，而是自由民主意识形态。由此形成的学术神学所具有的独断与自满，恰好是对权力和科层制中操纵性与控制性人际关系的掩饰（麦金太尔，1981/1995：108-109）。不过，将传播研究史全然政治化，更会得出一种近乎异端邪说式的阴谋论。美国传播研究发展史被视为完全丧失了学术独立，施拉姆的建制化实践与理论搭建的努力受到冷落，伴随产生的一种非理性的政治狂热与亢奋，不正是韦伯所厌弃的“虚荣政治”（韦伯，1919/2005）？本文从寻找施拉姆与四位奠基人的理论共性出发，在档案解读和文献校勘的帮助下，发现彼此之间社交网络形成的偶然性（即二战与麦卡锡时代的到来），建立在偶然性基础之上施拉姆命名四位奠基人的政治必然性（对民主社会与专制社会的想象），以此中和上述两种认识论的极化倾向，推进我们对美国传播研究早期发展的深入理解。

（责任编辑：孙彤昕）

注释 [Notes]

1. 本文在写作过程中先后得到冯建三、王维佳、宫倩、殷鹏、白红义、洪宇、金萍华、唐旻、沈虹、王洪喆等师友无偿提供的资料与文献帮助，并受到吕新雨与赵月枝两位教授的悉心指导，在此一并表示感谢。本文有删节。
2. 具体参见威尔伯·施拉姆：《美国“大众传播学”的四个奠基人》，王泰玄记录，《国际新闻界》1982年第2期。
3. 这些专著包括国内1980至1990年代出版的传播学专著：戴元光、邵培仁、龚伟的《传播学原理与应用》（1988），范东生、张雅宾的《传播学原理》（1990），张咏华的《大众传播学》（1992），张隆栋主编的《大众传播学总论》（1993），张国良《现代大众传播学》（1998）以及现在被国内新闻传播院校普遍作为传播学教材的郭庆光的《传播学教程》。
4. 最典型的观点当属黄旦的《美国早期的传播思想及其流变——从芝加哥学派到大众传播研究的确立》，载《新闻与传播研究》2005年第12卷第1期。文章质疑了施拉姆所提出的四大奠基人的理论路径，不过没有就施拉姆为何选择该四人的原因进一步展开。也可参见伍静的《中美传播学早期的建制化历程与反思》，2007年复旦大学新闻学院博士论文。
5. 可参见E. M. 罗杰斯著、殷晓蓉译，《传播学史：一种传记式的方法》，2002，上海：上海译文出版社。
6. 可参见詹姆斯·凯瑞著、丁未译，《作为文化的传播》，2005，北京：华夏出版社。
7. 传播学新历史主义流派人物主要包括Jefferson Pooley、Emile G. Mc Anany以及Jacqueline Marie Cartier，可分别参见David W. Park, Jefferson Pooley (Eds.)(2008), *The History of Media and Communication Research: Contested Memories*. Peter Lang Publishing Inc. Emile G. Mc Anany(2014). *Wilbur Schramm: Beginning of the Communication Field*, in *Communication Research Trends*. Vol.33 No.4. Jacqueline Marie Cartier(1989). *Wilbur Schramm and the Beginnings of American Communication Theory: A History of Ideas*. PHD dissertation, University of Iowa. 关于美国传播学“旧史”与“新史”的总结与评述，可参见Jefferson Pooley(2008). *The New History of Mass Communication Research*. In David W. Park, Jefferson Pooley (Eds.). *The History of Media and Communication Research: Contested Memories*(p.43-70). Peter Lang Publishing Inc.
8. 这其中的两位代表人物分别是Timothy Richard Glander和Christopher Simpson，可分别参见Timothy Richard Glander(1990). *Education and the Mass Media: The Origins of Mass Communications Research in the United States, 1939-1955*. PHD dissertation, University of Illinois, Urbana-Champaign. Christopher Simpson(1994). *Science of Coercion: Communication Research & Psychological Warfare 1945-1980*. Oxford University Press. 此书中译本已出版，

- 可参见2017年华东师范大学出版社一版。
9. 有关这场辩论的详情,具体可参见Timothy Richard Glander, *Education and the Mass Media: The Origins of Mass Communications Research in the United States, 1939-1955*第二章。
 10. 这是研讨班成员哥伦比亚大学社会学系林德教授的观点,具体可参见Brett Gary, *Communication Research, the Rockefeller Foundation, and Mobilization for the War on Words, 1938-1944*. p.133; 必须指出,研讨班上反对宣传的成员大有人在,双方的争论持续了整个研讨班。
 11. 李普曼、拉斯韦尔有关宣传与民主关系的观点的综述,可参见Timothy Richard Glander, *Education and the Mass Media: The Origins of Mass Communications Research in the United States, 1939-1955*第二章;以及Brett Gary, *The Nervous Liberals, Propaganda Anxieties from World Wars I to the Cold War*第一、二章。
 12. 这些话均引自拉斯韦尔的《世界大战中的宣传技巧》,具体可参见Wilbur Schramm, *The Beginnings of Communication Study in America*, p.34-35。
 13. 译文有改动。
 14. 关于实验详情,请参见罗杰斯,《传播学史》,第346-351页。
 15. 其中包括1953年的《传播与说服:关于态度改变的心理学研究》,这本书中文版已经面世,可参见张建中等译,北京:中国人民大学出版社,2015年。
 16. 具体可参见Robert Merton, Paul Lazarsfeld(Eds.)(1950). *Continuities in Social Research: Studies on the Scope and Methods of "The American Soldier"*. New York, NY: Free Press.
 17. 这一影响在施拉姆的自传以及罗杰斯的《传播学史》中几无涉及,罗杰斯凸显和放大了科学训练之于施拉姆的影响。
 18. Allan M. Winkler, *The Politics of Propaganda: the Office of War Information, 1942-1945*, p. 23; 可参见Michael Darrock, Joseph Dorn, Davis and Goliath: the OWI and Its Gigantic Assignment. In Harper's Magazine, February 1943, p.229.
 19. 这其中,也包括20世纪后半叶执北美传播政治经济学研究之牛耳的斯迈思。
 20. 具体可参见Wilbur Schramm(ed.)(1948). *Communications in Modern Society*. Urbana: University of Illinois Press; Wilbur Schramm(Ed.)(1949). *Mass Communications*. Urbana: University of Illinois Press.
 21. 罗杰斯,《传播学史》,494页。对此,格兰德提出自己的批评,请参见Timothy Richard Glander, *Education and the Mass Media*第六章。
 22. 拉斯韦尔的这篇文章*The Strategy of Soviet Propaganda*原载于*Proceedings of the Academy of Political Science*1951年1月特刊“保卫自由世界”(The Defense of the Free World), Vol.24, No.2, pp.66-78. 在该文中,拉斯韦尔强调,苏联围绕总政策、总路线工具性地展开宣传。随后文章还被收录进勒纳编辑的《战争与危机中的宣传:美国政策的相关文献》

- (Propaganda in War and Crisis: Materials for American Policy) 中, New York, NY: Arno Press, 1972, p.26-38.
23. 具体可参见Wilbur Schramm(1957). Responsibility in Mass Communication(p. 305), New York: Harper and Row; Wilbur Schramm(1956). The Soviet Communist Theory of the Press, in Fred S. Siebert, Theodore Peterson, Wilbur Schramm, Four Theories of the Press(p. 105-146). Urbana: University of Illinois Press. 也可参见中文版, 西伯特等著、展江等译, 《传媒的四种理论》, 北京: 人民大学出版社, 2008年, 第四章。
 24. John W. Riley, Wilbur Schramm(Summer, 1951). Flight from Communism: a Report on the Korean Refugees. The Public Opinion Quarterly, Vol.15, No.2, p.274-286; 以及他为其他相关著作所撰写的评论, 代表性的有Wilbur Schramm(winter, 1957-1958). Review on How the Soviet System Works: Cultural, Psychological, and Social Themes, Bauer Raymond. The Public Opinion Quarterly, Vol.21, No. 4, p.558-560。
 25. Inter-Continental Warfare 1947, “Communication and Inter-Continental Warfare”, University of Illinois Archives, Institute of Communication Research, 13/5/1 Box 1; 以及Schramm to Commanding General, Fifth Army, concerning psychological warfare personnel, J 1950-51, University of Illinois Archives, Institute of Communication Research, 13/5/1.
 26. 具体可参见彼得·西蒙森等著, 《哥伦比亚的批判研究: 拉扎斯菲尔德与默顿的〈大众传播、流行品味与组织化社会行为〉》, 载伊莱休·卡茨等编, 常江译, 《媒介研究经典文本解读》, 2011年, 北京: 北京大学出版社, 第26页注释①。
 27. 具体可参见Paul Lazarsfeld(1982). An Episode in the History of Social Research: A Memoir, In Patricia L. Kendall. The Varied Sociology of Paul F. Lazarsfeld. New York, NY: Columbia University Press.
 28. Ibid, p.44.
 29. David Morrison(1978). The Beginning of Modern Mass Communication Research. European Journal of Sociology, Vol.19, No.2 p.349。拉扎斯菲尔德在哥大的学生兼同事巴顿(Allen Barton)回忆, 他曾声明对传播研究从未报以太多兴趣, 传播仅是人类行为与选择研究的一部分, 具体可参见 Allen Barton(2001). Paul Lazarsfeld as Institutional Builder. International Journal of Public Opinion Research, Vol.13, No.3, p.251.
 30. 可参见Todd Gitlin(1978). Media Sociology, The Dominant Paradigm. Theory & Society, 6(2), p.241-245.

参考文献 [References]

阿拉斯代尔·麦金太尔(1981/1995)。《德性之后》(龚群译)。北京: 中国社会科学出版社。

- 高觉敷主编(1991)。《西方社会心理学发展史》。北京:人民教育出版社。
- 爱德华·S. 赫尔曼, 诺姆·乔姆斯基(1995/2011)。《制造共识:大众传媒的政治经济学》(邵红松译)。北京:北京大学出版社。
- 哈罗德·拉斯韦尔(1927/2003)。《世界大战中的宣传技巧》(田青等译)。北京:中国人民大学出版社。
- E. M. 罗杰斯(1994/2002)。《传播学史:一种传记式的方法》(殷晓蓉译)。上海:上海译文出版社。
- 马克斯·韦伯(1919/2005)。以政治为业。载《学术与政治:韦伯的两篇演说》(冯克利译)。北京:生活·读书·新知三联书店。
- 辛普森(1994/2017)。《胁迫之术:心理战与美国传播研究的兴起》(王维佳等译)。上海:华东师范大学出版社。
- Berelson, B(1959). The State of Communication Research. *The Public Opinion Quarterly*, 23(1), 1-2.
- Buxton, William(1996). The Emergence of Communication Study: Psychological Warfare or Scientific Thoroughfare? *Canadian Journal of Communication*, 21(4). <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/961/867>
- Buxton, William (2003). From Radio Research to Communications Intelligence: Rockefeller Philanthropy, Communications Specialists, and the American Policy Community. In Braman, S.(Ed.). *Communication Researchers and Policy-making*(pp.295-346). Cambridge, UK: MIT Press.
- Babe, R. E.(2015). *Wilbur Schramm and Noam Chomsky Meet Harold Innis: Media, Power and Democracy*. London, UK; Lanham, MD; New York, NY; Boulder, CO: Lexington Books.
- Chaffee, Steven H.(1974). The Pathways of Proteus. In Chaffee, Steven H.(Ed.). *Contributions of Wilbur Schramm to Mass Communication Research*. The Association for Education in Journalism.
- Chaffee, Steven H. & Rogers, Everett M.(Eds.)(1997). *The Beginnings of Communication Study in America: A Personal Memoir*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Cartier, J. M.(1989). *Wilbur Schramm and the Beginnings of American Communication Theory: A History of Ideas*. PhD dissertation, University of Iowa, Iowa.
- Gary, B.(1999). *The Nervous Liberals, Propaganda Anxieties from World Wars I to the Cold War*. New York, NY: Columbia University Press.
- Gergen K. J.(1985). Social Psychology and the Phoenix of Unreality,
- Glander, Timothy Richard(1990). *Education and the Mass Media: The Origins of Mass Communications Research in the United States, 1939-1955*. PhD dissertation, University of Illinois, Urbana-Champaign.

- Glander, Timothy Richard(1996). Wilbur Schramm and the Founding of Communication Studies. *Educational Theory*, 46(3), 373-391.
- Gitlin, Todd(1978). Media Sociology, The Dominant Paradigm. *Theory & Society*, 6(2), 205-253.
- Kumata, H. & Schramm, W.(Eds.)(1955). *Four Working Paper on Propaganda Theory*. Urbana, IL: University of Illinois.
- Lerner, D.(1963). *Sykewar: Psychological Warfare against Germany, D-Day to VE-Day*. New York, NY: George W. Stewart, Publisher.
- Lazarsfeld, P.(1982). An Episode in the History of Social Research: A Memoir. In Patricia L. Kendall (Eds.). *The Varied Sociology of Paul F. Lazarsfeld*. New York, NY: Columbia University Press.
- Morrison, D.(1978). The Beginning of Modern Mass Communication Research. *European Journal of Sociology*, 19(02), 347-359.
- Morrison, D.(1988). The Transference of Experience and the Impact of Ideas: Paul Lazarsfeld and Mass Communication Research. *Communication*, 10(2), 185-209.
- Morrison, D.(2008). Opportunity Structures and the Creation of Knowledge: Paul Lazarsfeld and the Politics of Research. In Park, D. W. & Pooley, J.(Eds.). *The History of Media And Communication Research: Contested Memories*(pp.179-203). New York, NY: Peter Lang.
- Mc Anany, E. G. (1998). Wilbur Schramm, 1907-1987: Roots of the Past, Seeds of the Present. *Journal of Communication*, 38(4), 109-122.
- Malin, B. J.(2011). Not Just Your Average Beauty: Carl Seashore and the History of Communication Research in the United States. *Communication Theory*, 21(3), 299-316.
- Marshall, J., Letter to Grane. A. G., 13 July, 1939. RF. RG 1.1. Series 200. Box272. Folder 3241. Rockefeller Foundation Center.
- Pooley, J.(2008). The New History of Mass Communication Research. In David W. Park, Jefferson Pooley(Eds.). *The History of Media and Communication Research: Contested Memories*. New York, NY: Peter Lang.
- Schramm, W., & Riley, J. W.(1951). Communication in the Sovietized State: as Demonstrated in Korea. *American Sociology Review*, 16(6), 757-766.
- Schramm, W.(1954a). Foreword. In Wilber Schramm (Ed.). *The Process and Effects of Mass Communication*(pp.1-7). Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Schramm, W.(1954b). How Communication Works. In Wilber Schramm(Ed.). *The Process and Effects of Mass Communication* (pp.8-25). Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Schramm, W.(1955). Information Theory and Mass Communication. *Journalism Quarterly*, 32(2), 131-146.
- Schramm, W., Riesman, D., & Bauer, R. A.(1959). The State of Communication Research: the

- Comment. *The Public Opinion Quarterly*, 23(1), 6-17.
- Schramm, W.(1960). Book Review, Dyer Murray, *The Weapon on the Wall*. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 09.
- Schramm, W.(1962). Mass Communication. *Annual Review of Psychology*, 13(1), 251-284.
- Schramm, W.(1963). Communication Research in the United States. In Schramm, W.(Ed.). *The Science of Human Communication*(pp.1-12). New York, NY: Basic Book.
- Schramm, W.(1971). Nature of Communication between Humans. In Schramm, W. (Ed.). *The Process and Effects of Mass Communication*(pp.3-53). Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Schramm, W.(1985). The Beginning of Communication Research in the United States. In Dan Nimmo(Ed.) *Communication Yearbook4*. New Brunswick, CAN: Transaction Books.
- Schramm, W.(1988). *The Beginnings of Communication Study in America: A Personal Memoir*. Newbury Park, CA: Sage.
- Shannon, C. & Weaver, W(1971). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Smythe, D.(1994). Counterclockwise: Perspectives on Communication. In Thomas Guback (Ed.). p.57, footnote 7. Boulder, CO: Westview Press.
- Sproule, J. M.(1997). *Propaganda and Democracy, The American Experience of Media and Mass Persuasion*. London, UK: Cambridge University Press.
- Winkler, A. M.(1978). *The Politics of Propaganda: the Office of War Information, 1942-1945*. New Have, CT: Yale University Press.