

芝加哥学派与公众意见研究

汤喜燕

【摘要】本文梳理了芝加哥学派与公众意见研究，指出：第一，芝加哥学派在公众意见研究领域成果丰硕，在卫普斯的组织下将公众意见研究纳入传播研究，并藉此让传播研究获得了大量的外来资金，使传播研究成为了一个真正的学术研究领域。第二，斯道弗的《美国士兵》是公众意见研究的一座里程碑，对战后美国主流传播范式的确立起到了多方面的作用。因而，认识芝加哥学派，中国学者需要更全面的视野。

【关键词】芝加哥学派；公众意见研究；卫普斯；斯道弗

【中图分类号】G206

一、芝加哥学派

芝加哥学派的兴起通常由1892年算起。这一年芝加哥大学在洛克菲勒的赞助下成立，诞生了全美第一个社会学系。至20世纪二三十年代，芝加哥学派达至其巅峰阶段。1935年，芝加哥学派内部发生了分歧与争斗。源于内部争夺权力的斗争使不少重要的学者离开芝加哥大学，这种“宫廷革命”的结果直接导致了哥伦比亚学派的兴起。此后，随着哈佛、耶鲁等其他学派的兴起，至二战结束后，芝加哥学派的霸权地位不复存在。经典意义上的芝加哥学派一般指兴起于十九世纪末，鼎盛于二战期间的芝加哥学派，粗略的时间段约为1892年—1945年。这也是目前被广泛指认的、经典意义上的芝加哥学派，也是本文采纳的对于芝加哥学派的界定。

二、公众意见研究（Public Opinion Research）

考兹（Michael J. Korzi）以为公众及公众意见的问题是随着民主国家的成立而到来的。1888年，布赖斯（James Bryce）在《美国公民》（The American Commonwealth）一书中首先提出应把公

众意见视为民主社会中最重要的一部分来加以理解。二十世纪初期，美国的公众意见研究基本是与布赖斯的出发点一致的：作为实现民主的手段。20世纪30年代公众意见研究出现转折。瑟斯通（L. L. Thurstone）与赖克特（Likert）的心理态度量表的创立以及科学抽样方法的确立，带来了所谓的“科学的公众意见”研究。至20世纪40年代，公众意见研究开始频繁参与社会管理。再后来，公众意见研究还渗透至商业领域。研究者利用调查分析工具去测试个人可用于分配的收入以及对于商品的期待等相关数据，经济学家与企业经营者则从这些数据来预测未来的商业走势。至此，公众意见研究已是一种典型的应用性研究。

三、芝加哥学派与公众意见研究
社会学中的公众意见研究的兴起，直接的刺激来自于外部基金。寻求外部基金展开研究的传统来自于芝加哥学派，这后来成为社会学与传播学研究基金来源的一种基本模式。在20世纪30年代中期，媒介研究与起源于心理学的民意调查技术完成联姻，公众意见研究与传播研究在社会心理学概念下的“说服

研究”这一点上完成了会师，公众意见研究成为传播研究的焦点。这里面，芝加哥学派起到了直接的推动作用。在芝加哥学派的公众意见研究中，卫普斯（Douglas Waples）与斯道弗（Samuel A. Souffer）是两位最为重要的学者。正因为有了他们的工作，不仅确立了公众意见研究在传播学中的重要地位，而且还影响了战后传播学研究的主流范式。

卫普斯（Douglas Waples, 1893-1978）

卫普斯是一个阅读研究方面的专家，但大众传播研究领域的学术创新是卫普斯的另一个重要学术贡献。1941年8月的第4周，在战争日益严峻的形势下，卫普斯在芝加哥图书馆研究院举办了一次大众传播与美国民主的相关议题的论坛。事后卫普斯专门对国家紧急形势下的报纸、广播及电影的相关研究成果进行了梳理分析。他将这些研究分成了四组，其中第一组即是公众意见的传播效果的研究，拉扎斯菲尔德的广播研究被当作重要的成果列于此组。拉扎斯菲尔德式的调查模式对于大众传播的影响，若没有卫普斯在图书馆学院组

织的一系列大众传播方面的活动，是很难想象的。正是在此意义上，贝雷尔森（Bernard Berelson）认为卫普斯是大众传播学学术研究领域的创立者（the birth）。

此外，卫普斯还尽其所能推动这项研究。1942年，在卫普斯的提议下，芝加哥大学成立了传播与公众意见委员会（Committee on Communication and Public Opinion）。这个委员会的研究活动始终围绕战争，以在战争的不同阶段为政府提供各种相应的传播策略为己任。此外，这个委员会还提供一年的研究生学历教育。学历教育课程涉及广泛，由五个方面的课程组成，其中包括公众意见的组织与控制、公众意见的测量两个专门针对公众意见研究的相关课程。它的学员培养的目的，在于提供全面支持战争需要的、能统一公众意见的专业人才。因而，宣传与说服是其研究与教学工作的中心。它的研究“不仅仅是了解公众而且还要操纵、动员公众，以支持战争的需要”这个委员会通过大量的人才培养帮助确立了在战争的中心阶段以及战后，媒介研究中意见相关的研究范式，即“其时称为心理战争（psychological warfare）的研究——为理解有效地宣传而服务”的研究。这正是公众意见研究的关键所在，也是后来屡被诟病的要害所在。

斯道弗（Samuel A. Souffer，1900-1960）

斯道弗于1930年获得芝加哥大学社会学博士学位，在芝加哥期间深受瑟斯顿（L. L. Thurstone）和奥根伯（William F. Ogburn）的影响。1935-1946年间在芝加哥大学社会学系担任教职。正是在此期间，斯道弗进行了他最为著名的关于美国士兵的研究。

为了应对战争的需要，华盛顿成立了军队信息与教育部（Army information and Education Division）。这个部有四个分支机构：信息、教育、决策（Orientation）及研究。研究机构负责对前三个机构运行所需要的信息进行

收集与咨询工作。1941-1945年，斯道弗在研究机构工作，拉斯韦尔是他的同事。在此期间，斯道弗进行了一系列的研究，设计了200份不同的问卷，调查了50万的美军士兵，成就了日后四卷本的皇皇巨著：《美国士兵》。斯道弗的研究就是公众意见的研究，只不过这个公众全部是来自军队。1949年《美国士兵》一书出版，此书在战后被美国社会科学家认为是一个“地标性”（landmark work）的成果。

这个研究，在三个方面影响了后来的传播研究。其一，奠定了公众意见研究领域对于态度的关注，以及为后来的态度测量确定了一系列的主题及理论框架。拉扎斯菲尔德专门对《美国士兵》进行过全面的回顾与分析。整理出了《美国士兵》中一些基本的研究主题，包括首要群体（the primary group）、参照框架（the frame of reference），以及角色与定位（role and position）等。这些主题在战后成为公众意见研究中以说服为主旨的态度研究中的关键主题，也是受众研究中的关键主题。其二，确立了传播研究用于社会管理的信心。斯道弗的研究目标是提升士气以赢得战争，斯道弗称他的研究为社会驱动（social engineering）的研究。如果说军队信息与教育部的其它三个分支机构的工作主要通过向士兵传达信息以求改变他们的态度与行为的话，斯道弗的工作则是收集士兵的信息，以使其他三个分支机构在训练士兵的时候更具成效。二战时著名的第82空降军的指挥官盖文（General James Gavin）将军说斯道弗“对于一个自由国家的公民赢得战争的胜利作出了里程碑式的贡献。”这样的结果确立了传播研究用于社会管理的信心，确立了以社会管理为目的的公众意见研究的地位与重要性。其三，《美国士兵》进一步完善了调查研究的方法。在这项研究中，斯道弗采访调查了50万的美军士兵，设计了涵盖许多主题的十二步调查步骤，让调查研究方法无论在样本的数量

上还是调查主题的范围上都达到一个史无前例的高度。拉扎斯菲尔德认为斯道弗的《美国士兵》代表了调查研究的第三阶段的起源。⁽²¹⁾这项成果连同后来出版的拉氏研究机构的相关出版物，在战时与战后，被不断地传播着，⁽²²⁾这帮助确立了战后调查研究方法在传播研究中的地位。

结语

芝加哥学派在卫普斯与斯道弗的努力下，进行了大量且有代表性的公众意见研究。综观这些研究，基本有如下特点：（1）战争动员、社会控制是根本目的；（2）信号传递是基本的传播观念；（3）调查与实验是基本研究方法。这正是日后被吉特林批评为“行政研究”的典型。⁽²³⁾但拉斯韦尔认为，这些被批评的公众意见对于民主依然具有贡献，这种贡献主要在于公众意见研究对于民主临测工具的完善。⁽²⁴⁾因而，不能简单地认定公众意见研究就一定背离民主，当然也不能忽略这些研究而认定芝加哥学派只是人文的、历史的取向的研究传统。⁽²⁵⁾对于芝加哥学派的认识，需要更全面的视野。

参考文献与注释

- 阿兰·库隆：芝加哥学派[M]。郑文彬译。北京：商务印书馆，2000：17
- Korzi, M. J. (2000). Lapsed Memory? The Roots of American Public Opinion Research, *Polity*, 33(1), pp. 49-75
- Truman, D. B. (1945). Public Opinion Research as a Tool of Public Administration, *Public Administration Review*, 5(1) Winter, p. 63
- Fink, K., Lutz, R. G. (1949). Business Forecasting Through Public Opinion Research, *The Public Opinion Quarterly*, 13(2), Summer, pp. 325-328
- Pooley, J., Katz, E. (2008). Further Notes on Why American Sociology Abandoned Mass Communication Research. *Journal of Communication*, 58, p. 769-771
- Waples, D. (1941). Press, Radio and Film in the National Emergency: Some Papers on Current Emergency, *The Public Opinion Quarterly*, 5(3), p. 463
- Berelson, B. (1979). Douglas Waples, 1893-1978, *The Library Quarterly*, 49:1, p. 1.
- Wahl-Jorgensen, K. (2004). How not to find a field: New Evidence on the Origins of Mass Communication Research, *Journal of Communication*, September, pp. 552-553. p. 553, p. 553
- Ryan, J. W., (2010). Samuel and The American Soldier, *Journal of History Biography* 7(Spring), pp. 100-112
- Ryan, J. W., (2010). Samuel and The American Soldier, *Journal of History Biography* 7(Spring), pp. 100-104
- 前两卷的第一作者为斯道弗。
- Ryan, J. W., (2010). Samuel and The American Soldier, *Journal of History Biography* 7(Spring), p. 102

（下转第68页）

心下一代工作的深度宣传报道？深圳商报根据市关工委的推荐，从2010年2月3日起至2011年6月17日，推出“深圳市关心下一代工作品牌巡礼”系列报道，每月选一个专题，每次用一个整版，重点宣传推广深圳市各级关工委在长期工作实践中探索和总结出来的14个工作品牌，推动全市关心下一代工作不断开拓创新和发展。

2011年12月，这些报道被深圳市委组织部、深圳市关工委和深圳商报社汇编成《力赢未来——深圳关心下一代工作品牌巡礼》一书，由深圳报业集团出版社正式出版。

4. 推出《双阳同晖耀基层——深圳市基层关工委“五好”创先争优活动纪实》大型特刊

2012年1月7日，全国关心下一代工作会议在深圳市召开的当天，《深圳商报》在T1-T12版推出12个版的《双阳同晖耀基层——深圳市基层关工委“五好”创先争优活动纪实》大型特刊。

这期特刊的T1版为封面“导读”版，除特刊各版内容“导读”外，还刊发了评论《活力的源泉》；T2版为“专访”版，刊发专访《中国关心下一代工作委员会主任顾秀莲：关心下一代功德无量》和《广东省关心下一代工作委员会主任张帼英：深圳关工委特别活跃》；T3-T12版分别刊发了2011年深圳市基层关心下一代工作委员会“五好”创先争优活动涌现出来的10个先进典型，每个先进典型1个整版。这些先进典型是全市1260个基层关工委的优秀代表。他们“急党政所急”，是党委、政府教育青少年的参谋和助手；他们“想

青少年所需”，是青少年可亲、可信、可敬、可学的良师益友；他们“尽关工委所能”，是与各方共同推进关心下一代工作的倡导者、合作者。“一名党员一面旗帜，一个基层党组织一座战斗堡垒。”这就是全市基层关工委关心下一代工作科学发展、持续发展强有力的组织保证。

四、注重常态栏目，努力发挥长效机制作用

《深圳商报》注重关心下一代宣传报道的常态化建设，将关心下一代宣传报道的四大品牌均作为常设专题专栏，在做好关心下一代日常报道的基础上，不定期推出四大品牌的后续专题专栏，努力发挥四大品牌的长效机制作用。

比如，“深圳关心下一代工作品牌巡礼”这一常态化栏目，只要各级关工委有新的工作品牌，均组织记者进行报道并放在这个栏目中。2012年4月9日A11版和2012年8月17日A15版分别推出了《深圳关心下一代工作品牌巡礼之十五》和《深圳关心下一代工作品牌巡礼之十六》报道，先后对深圳市教育局关工委的工作品牌“朝阳读书”活动和罗湖区关工委的工作品牌“法官警官进校园”活动作了整版报道。

又如，《深圳“五老”故事》专栏，在百篇《深圳“五老”故事》系列报道结束七个多月、《托起朝阳——深圳“五老”故事》一书出版四个月之后，《深圳商报》于2010年8月23日再次推出该专栏，刊发了1个整版的长篇综述——《深圳有一群让人感动的长者》，作为献给深圳市关工委成立十周年的“礼物”。之后，该专栏继续不定

期刊发专栏稿件，如2012年5月31日的《凡有网吧的地方就有老人的身影全市“五老”网吧义务监督工作表彰大会召开》和6月28日的《“五老”监督员受表彰》等。

近四年来，《深圳商报》仅《深圳“五老”故事》系列报道就拿出了34个版面来宣传报道。通过这种形式，向全社会报道了“五老”的先进思想、感人事迹，宣传了“五老”参与关心下一代工作的积极意义，使关心下一代工作和“五老”精神家喻户晓，深入人心，发扬光大。自从这组报道推出以来，“五老”这一独特群体受到社会各界前所未有的关注，“五老精神”为深圳文明增添了光彩。全国人大常委会原副秘书长、中国关心下一代工作委员会主任顾秀莲称赞说“这组报道做得很好！”深圳市关工委主任刘秋容对《深圳商报》大力支持、宣传关工委工作表示感谢，专程登门给《深圳商报》赠送了“心系关工委、倾情鼓舞”的牌匾。

广大市民也对这组报道给予了极大的赞誉。有市民说：“感谢《深圳商报》推出这组报道，它使全社会对关工委工作有了一个充分而全新的认识。”“近年来，许多人只知道深圳这座文明城市有义工、无偿献血者等文明群体，其实，深圳3万多‘五老’，是深圳一支独特的‘银发义工’队伍，这也是深圳文明建设的一支生力军，是这座城市宝贵的精神财富。”

（作者简介：周斌，深圳报业集团副总编辑兼《深圳商报》副总编辑；张平照，《深圳商报》编委）

（上接第40页）

Lazarsfeld, P. F. (1949). The American Soldier - An Expository Review. The Public Opinion Quarterly, 13(3), pp.377-401
 Samuel, A. S., Edward, A. S., Leland, C. D., Shirley, A. S., and Robin, M. W. (1949). Studies in Social Psychology in World War, Vol. 1. The American Soldier: Adjustment during Army Life. NJ: Princeton University Press. p.30
 Ryan, J. W. (2010). Samuel and The American Soldier. Journal of History Biography 7, (Spring), pp.100-104
 转引自 Ryan, J. W. (2010). Samuel and The American Soldier. Journal of History Biography 7, (Spring), p.101
 Ryan, J. W. (2010). Samuel and The American

Soldier. Journal of History Biography 7, (Spring), p.101
 (21) Lazarsfeld, P. F. (1968). Foreword, in Rosenberg, M., The Logic of Survey Analysis, NJ, London: Basic Books Inc., Publishers
 (22) Poolley, J., Katz, E. (2008). Further Notes on Why American Sociology Abandoned Mass Communication Research. Journal of Communication, 58(8), p.771
 (23) Gitlin, T. (1978). Media sociology: The dominant Paradigm. Theory and Society, 6(2): 205-253
 (24) Lasswell, H. D. (1957). The Impact of Public Opinion Research On Our Society. The Public Opinion Quarterly, 21(1), pp.33-38
 (25) 自凯瑞提出回到芝加哥学派后，国内对于芝加哥学派的认识有不少是循着凯瑞的路径，将芝加哥学派作为人

文的、历史的研究传统对待的。可参见黄旦. 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[J]. 新闻与传播研究, 2005(12); 吴飞. 传播学的反思要正视觉芝加哥传统——兼评胡翼青的再度发言: 论社会学芝加哥学派传播思想 [J]. 当代传播, 2008(5); 胡翼青. 再度发言——论社会学芝加哥学派传播思想[M]. 北京: 大百科全书出版社, 2007

（作者汤喜燕：浙江工商大学人文与传播学院讲师）