

特邀文章

「一切媒介研究都是效果研究」： 紀念卡茨教授

韓樂

我2008年進入賓大傳播學院的博士項目學習，第一學期就選了卡茨教授的媒介研究經典文本 (Canonic Texts) 的研討課。作為一個年輕的學科，什麼樣的文本能夠被列入「經典」，仍是會有許多爭議和探討的空間。由還在世的傳播學的奠基者來上這門課，的確是再適合不過了。他的語速很慢，除了和同學們輪流進行的導讀，還不時間話當年，為我們講述一些掌故。這種來自歷史見證人的講述，也讓這門課有了不一樣的趣味。

當時在我們學院，博士生們往往會給自己和同門打上一個研究取向的標籤，我是「效果」(influence/effects)，他是「文化」(culture)。前者往往是指那些實證定量的研究，而後者則是「文化研究」的各種流派和衍生，多是質化研究。而卡茨教授在第一堂課上，就講了一句「一切媒介研究都是效果研究」。這一句話看似簡單，實則道出了學科所有爭論和流派其實同為一家的本質，為身處不同研究取向陣營的學者提供了對話的可能。

一年級的下學期我又選了他的另外一門課，「創新擴散」(diffusion of innovation)。這門課的標題借用了羅傑斯著名的創新擴散理論，將卡茨與拉扎斯菲爾德的「人際影響」(personal influence) 延展開來，讓我

韓樂，加州大學舊金山分校煙草控制研究與教育中心博士後研究員。研究興趣：煙草工業新興產品的傳播策略、用戶和公眾對新興煙草產品的風險認知、社交媒體和集體記憶。電郵：Le.Han@ucsf.edu

《傳播與社會學刊》，(總)第59期(2022)

們看到這個理論對於今天的社會網路研究的深遠影響。記得他談到羅傑斯的理論時，曾經開玩笑說自己比羅傑斯活得長，但是沒有他「有名」。那個期末的作業我寫的是基督教在中國留美學生群體中的傳播，雖然這並不是我的博士研究主題，卻沒想到這個題目引起了作為猶太人的他的巨大的好奇。

一個人的學術生命可以有多長？我在博士第一年選擇卡茨教授的課，是因為覺得他經歷了傳播學發展的各個階段，研究上又涉獵廣泛，就是這個學科的活歷史，像他這樣的高齡，說不定哪天就退休了，到時就再也沒有機會聽他的課了。然而直到我博士畢業那年，他才正式退休，結束了每年往返美國和以色列的生活。

卡茨教授的廣泛著述讓他無論從哪一個層面都能夠影響到一個傳播學者的研究路徑。他和拉扎斯菲爾德合著的《人際影響》(*Personal Influence*)無疑是整個傳播學的一塊基石。對我影響非常深遠的，還有他和塔瑪·列貝斯(Tamar Liebes)合著的《意義的輸出》(*The Export of Meaning*)，以及和丹尼爾·戴揚(Daniel Dayan)合著的《媒介事件》(*Media Events*)，可以說這兩本書分別影響了我兩個不同階段的學術走向。前者啟發了我對於不同文化背景的受眾研究的思考，而媒介事件則直接影響了我的博士論文研究中對於微博上所發生的各類公共事件的分類和定義，以及新媒體在構築集體記憶和身份認同中的作用。

每次見他，總覺得自己是在見證歷史。去他辦公室和他討論期末作業的時候，見他轉身在電腦上敲字發郵件，總有一種不太真實的感覺，好像是兩個不同的時代交匯於眼前。如今他也走進了歷史，成為我們每個人的記憶中的一部分，但是只要是身在傳播學，他就是所有人的老師。可以說卡茨教授也真的是以自己的一生成為了我們所有傳播學學者的 *personal influence*。

本文引用格式

韓樂(2022)。「一切媒介研究都是效果研究」：紀念卡茨教授。《傳播與社會學刊》，第59期，頁257-258。