

· 公民丛书 ·

民意、民调与民主

OPINION, SONDAGES ET DÉMOCRATIE

[法] 罗兰·凯罗尔/著
(Roland Cayrol)

何 滨 吴辛欣/译



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

· 公民丛书 ·

民意、民调与民主

OPINION, SONDAGES ET DÉMOCRATIE

〔法〕罗兰·凯罗尔/著
(Roland Cayrol)

何 滨 吴辛欣/译



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

民意、民调与民主/(法)凯罗尔著;何滨,吴辛欣译.
—北京:社会科学文献出版社,2015.5

(公民丛书)

ISBN 978-7-5097-6757-3

I. ①民… II. ①凯… ②何… ③吴… III. ①民意
测验(人文区位学)-社会调查-研究 IV. ①C91-03

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第262144号

·公民丛书·

民意、民调与民主

著者/[法]罗兰·凯罗尔(Roland Cayrol)

译者/何滨 吴辛欣

出版人/谢春林

项目统筹/祝得彬

责任编辑/刘娟

出版/社会科学文献出版社·全球与地区问题出版中心(010)59367004

地址:北京市北三环中路甲29号院华龙大厦 邮编:100029

网址:www.ssap.com.cn

发行/市场营销中心(010)59367081 59367090

读者服务中心(010)59367028

印装/三河市东方印刷有限公司

规格/开本:889mm×1194mm 1/32

印张:4.375 字数:94千字

版次/2015年5月第1版 2015年5月第1次印刷

书号/ISBN 978-7-5097-6757-3

著作权合同

登记号/图字01-2013-5069号

定价/49.00元

本书如有破损、缺页、装订错误,请与本社读者服务中心联系更换

版权所有 翻印必究

公民丛书第二辑序言

在社会科学文献出版社的大力支持下,《公民丛书》的第二辑终于问世。

本辑丛书包括七个专题,涵盖了社会与文化领域的多个热门议题。

在本辑丛书选题上,编者把巴黎政治学院近年来推出的“新辩论”(Nouveaux débats)和“质疑”(Contester)系列也纳入进来,取材视角更为宽广,当然,重点仍然放在全球化背景下的全球治理。与上一辑选题相比,本辑选题更加着眼于带有跨境特征的文化和社会问题。

二十一世纪的头十多年,世界格局正经历着根本性的结构变化,重心转移和态势演变正在加速。一方面,西方发展模式一家独大已经渐成明日黄花,新型国家崛起的道路也绝非平坦,南方国家的分化同样引人注目,搭车者、过坎者、挣扎者乃至失败者表现得复杂多样且波动起伏;另一方面,全球范围内的各类问题则表现为同步性和瞬时性、更大的互动性和更难以处理的交织性;政治国别边界的可渗透性急剧增大,也就

是更加脆弱化；非国家行为体——这不仅是政党社团和非政府组织，还包括富可敌国的跨国企业、应运而生的跨国社会运动、流派众多的宗教势力、国际媒体和专业团体——的行为举止越来越具有自发性和自主性，分别以各自的方式参与并影响着世界进程。这就意味着全球治理除了不言而喻的必要性之外，不仅是以国家行为体为主的各类相关制度之设计安排，而且更需要每个个体和群体作为全球社会的成员，特别是作为世界公民的意识感和责任观。本辑丛书的宗旨，在于帮助读者形成对世界事务的深刻认识和准确理解，从而为参与全球治理做出自身的贡献。

主编 许铁兵

2014年12月

从何说起

没有人能够预见谁将赢得下一届总统选举，也没有人能够预见谁将成为下一次立法选举的赢家。民调没有预知力，它仅限于记录即时的意愿，因此是无效力的，正如“专家”、记者或政治人物。

唯一显得可靠的预测是：在选举之夜，唯一真正的输家会是民调机构！选举的赢家和输家会一致攻击引起公愤的民调机构：民调^①机构又搞错了，欺骗了我们。人们把所有的问题都归咎于民调机构。在节目间里，某位出色的政治领袖刚刚抨击完民调，然后转身就向民调产品的创造者轻声说道：“抱歉，请您理解我，我丝毫没有抨击您的意思，我是一名忠实的民调用户，但这是游戏，不是吗？”这难道不是与1995年的情形一模一样吗？

① 民意测验，民意调查，以下简称为“民调”。——译者注

民调已成为西方代议民主社会环境的一分子。我们公布了很多的民调（甚至于说太多？）。人们竞相评论，有人喜欢，有人诋毁，有人抱怨从未被调查过……但人们是否了解民调是如何产生的呢？

作为政治学者和巴黎政治学院的教授和导师，本人在研究工作中大量使用民调结果。继而我成为民调学者，先是参与创办法国路易－哈里斯（Louis-Harris）民调所，此后多年一直作为机构的创始人兼主事之一。再后来，担任 CSA 民调所的总经理和监事会成员。因此，我既是民调的生产者，也是使用者。

面对再次袭来的批评民意调查的声浪，在我看来，对民意调查及其使用方法和在现代民主中的作用提出思考是有益的。读者在这本书中将会看到对这种专业技术和使用这种专业技术的行业的介绍，还会看到本人对这种专业技术在一个像法国这样的社会里的应用的评论。从介绍到评论，本人毫不犹豫地使用第一人称，以示对读者判断之尊重。

事实上，对于所要讨论的话题，我毫不隐瞒自己的观点：我是政治学者也是民调学者，同时还是一名热爱民主和关心如何提升社会行为体之责任感的公民。在一定条件下，我相信民调的科学贡献及其在民主社会发展中所起到的积极作用，尽管也会发生一些偏移，当然，我在后面会探讨这些问题。

某些大学教师可能由于不太了解的缘故，会教导学生们说，民意调查从本质上是一种主流意识形态的工具。在本书第五章中，我们将会探讨在一个像法国这样的国家里民调与民主关系问题。

但是，因为听到或读到蒙昧主义般的攻击谩骂让我恼火，我想先从回顾一个不能否认的事实入手，然后讲述三个小故事。

事实就摆在这里：民意调查是民主社会的产物，在极权体制里，它仍然是被禁止的。不论是斯大林时期的苏联，还是后斯大林时期的苏联；不论是皮诺切特时期的智利，还是维德拉时期的阿根廷；不论是越南，还是古巴；不论是第三世界专制独裁国家，还是东欧专制独裁政权；不论是（西班牙的）佛朗哥，还是（葡萄牙的）萨拉查，他们从未容许进行民意调查。公共舆论也不得存在。

故事一：从1980年起，我有幸几次去过皮诺切特统治下的智利。在那里，我遇到了一些社会学家同行，彼时彼地，社会学是被禁止的。但是，他们其中几位决定和他们的大学生一起秘密地进行民意调查活动。我有幸成为他们中一些人的顾问，我猜想其他人也这么做。他们被政治警察追捕、长期监视，调查员时不时地被逮捕。但是，慢慢地，智利的公共舆论有了发言权，虽然这种公共舆论看起来并不存在……在国际社会的压力下，“独裁政权”同意基督教民主党创办一家电台——合作电台（Radio Cooperativa）。人们是否知道多年来第一早间节目（《El computador》）一直播放一个调查问题的结果？人们是否知道在皮诺切特政权垮台前的最后九年间智利民众每个月都能知道，如果举行自由选举，结果会是怎样的以及皮诺切特主义者的得票率不足四成？人们是否能够想象得到这些秘密进行的民调（在民主过渡期间，民调得到了认可）所能够给予民主信仰的慰藉和支持以及对争取自由的斗争的贡献？

故事二：发生在齐奥塞斯库（Ceaurescu）掌权时期的罗马尼亚。人们是否知道被追捕的社会学家，我想到了后来与我结为朋友的帕维尔·康佩亚努（Pavel Campeanu）和斯泰法纳·斯泰里亚德（Stefana Steriade），凭借他们的智慧让当时也“不存

在”的罗马尼亚公共舆论有了发言权？他们利用电视进行调查，要求电视明星去各自的村庄，罗马尼亚是个由村庄组成的国家，去说服邻居坦诚地回答调查员的问题，向他们保证调查既不是为政党也不是为国家所做。慢慢地，调查样本具有了代表性。一些油印的资料在布加勒斯特流传，给出“正式的”结果，与实际结果对照，偏差只有40~60个点！

最后一个故事发生在今天的摩洛哥。在这个有点没完没了的民主过渡期内，我和几位朋友成为发起民意调查的倡导者。人们也是老生常谈，认为“摩洛哥不存在公共舆论”。但是下面这些就是公共舆论，白纸黑字地登在杂志头版上。公共生活不再局限于王宫的决策、政党之间的博弈和市民饭后的谈资。在一项大范围的调查中，摩洛哥的官员既可以表达他们对已开启的民主进程的满意和信心，也可以表达他们对改革进程缓慢的急迫心情。然而，人们仍然大失所望：2009年夏天，《Tel Quel》杂志当期所有印刷品在印刷厂被查缴、捣毁，原因是杂志刊登了一项民调结果，这是杂志与法国《世界报》合作进行的一项调查，对国王穆罕默德六世在位的前十年进行回顾总结。不合常理的是，对该政权形象而言，民调结果是很好的，但是原则问题是：民调不能提君主制度。最终，一个在哈桑二世治下的摩洛哥尚不存在的新的参与者诞生了，这激起了周边国家的羡慕。

在世界各地，民调都被公认为一种主要的认知工具，有时甚至是民主化的工具。问题不再是（如果曾经是的话）了解人们究竟是“赞成”还是“反对”民调，而在于确认民意调查为何、何以和在何种条件下能够对研究者和社会科学以及公民和民主有益。

目 录

引 言 001

第一章 民意调查的成功 001

起源 003

当今市场 006

谁是用户 009

民调的贡献 016

第二章 沿革与创举 021

公共舆论 025

代表性 027

第三章 民调是一门行当 033

确定受调群体 035

随机抽样法 036

配额抽样法 040

设计调查问卷	043
明晰和通俗易懂	043
中立性	046
用词和问题甄选	047
实地调查及其方法	054
互联网介入	060
统计处理和结果报告	063

第四章 选举：民调机构掌握选情动态 065

从诞生前的历史到广为认可	067
民调等于选举	071
测量误差和“厨艺”	074
民调和选战	086
民调和选民	090

第五章 民调与民主 095

1977年7月19日法律及其修订	099
民调对民主的贡献	103
从“布尔迪厄式”的批判中要记住什么	105
舆论学的地位	114

参考书目 119

第一章

民意调查的成功

谨以此书向我的那些已逝去的朋友们——将民调运用于社会学研究的先驱学者弗雷德里克·邦 (Frédéric Bon)、乔治·拉沃 (Georges Lavau)、阿尼克·佩舍龙 (Annick Percheron)、马里-弗朗·图瓦内 (Marie-France Toinet) 致敬!

我们今天所见到的民意调查形式相对来说是比较新近的产物，它们出现于 20 世纪 30 年代后期。此后，不论从民调在社会科学中的应用，还是在媒体和政治、经济和社会生活中的影响来看，民调都获得惊人发展。

起源

民意调查起源于美国。在谈到民意调查的先驱者时，人们往往会提到一家报纸，从 1824 年起，这家报纸就开始在密西西比河的轮船上公布一项面向旅客所做的总统选举投票意愿调查。人们还会提到 1923 年由《芝加哥论坛报》(Chicago Tribune)所做的调查，这家报纸引入电话调查的手段，以弥补在街头调查中所遇到的白人中产阶级代表性不足的问题。

然而，真正意义上最早的民调机构是由美国人埃尔默·罗珀(Elmo Roper)、乔治·盖洛普(George Gallup)和阿契博尔德·克罗斯利(Archibald Crossley)1935 年创办的。1935 年 7 月，《财

富》(Fortune)杂志推出了第一个季度晴雨表,这个晴雨表是罗珀根据一项问卷调查编制的。这项问卷调查面向全美3000名受访者进行,调查内容是对时事的看法。几周后,盖洛普在普林斯顿创立了美国公共舆论研究所(American Institute of Public Opinion)。不久,美国公共舆论研究所就赢得让它声名鹊起的首战:在很长时间里,在美国,甚至在法国,人们都用“盖洛普”来指代民意调查。据说,盖洛普的第一个调查问题于1935年10月20日刊登在包括《华盛顿邮报》(Washington Post)在内的全美60多家报纸上一个叫做“美国在表述”(America speaks)的专栏中,如下:“您是否觉得政府用于经济复苏和重建的开支过多(实际调查结果显示60%的被调查者回答是)、与所需大体相当(31%)或过少(9%)?”

1936年,美国总统选举期间,几乎没有观察家认为罗斯福会连任。美国《文摘》(Literary Digest)杂志公布了一项“稻草投票”的调查结果,这是美国媒体的惯例。杂志通过邮寄的方式向250万美国选民征集他们的投票意愿,这些选民将填写好的调查回执寄回杂志社:读者可以自由地回答,他们大量地参与,“稻草投票”的结果显示罗斯福将败选。与此同时,盖洛普、克罗斯利和罗珀面向由4000~5000选民组成的样本进行代表性民意调查:结果显示罗斯福赢得连任。选举民意调查的可信度由此诞生。

自1936年起,盖洛普公司跨过大西洋,在伦敦创立了英国舆论研究所。从1938年起,这家舆论研究所的主要调查结果陆续发布在自由派日报《News Chronicle》上。在法国,正是效仿盖洛普的模式,两位受过高等教育的年轻人——社会学家让·施托策尔(Jean Stoetzel)和记者兼对外政策研究员

阿尔弗雷德·马克斯（Alfred Max）于1938年开始开展民意调查。同年，施托策尔创立法国公共舆论研究所（IFOP，伊福普），不久后，阿尔弗雷德·马克斯也加入。伊福普迅速占据市场优势。

伊福普的初试牛刀之作是一项有关慕尼黑协定的民调。1938年9月，法国总理达拉第（Daladier）和英国首相张伯伦（Chamberlain）与纳粹德国签订了关于捷克斯洛伐克的慕尼黑协定。次月，伊福普面向一个小范围的样本做了这项民意调查。一些民调史学家断言民调结果表明微弱多数的法国人赞成慕尼黑协定。经过研究档案后，克里斯特尔·佩尔菲特（Christel Peyrefitte）确认37%被调查的法国人反对慕尼黑协定，并指出“反对慕尼黑协定的人”并不像人们所想的那么少。然而，让·施托策尔引证说民调显示多数法国人反对慕尼黑协定。

然而，“尽管多数法国人‘随时准备为格但斯克赴死’，但在最年轻的年龄组，这种意向较弱。对于来年来说，这是一个不祥的预兆”，施托策尔如此写道。这恐怕能说明记忆发生偏差。首个民调结果出现波动的情况，可能与它没有在报纸上发布有关。

相反地，阿尔弗雷德·马克斯和他的公共舆论研究中心，在乔治·盖洛普的直接帮助下，于1939年7月首次在法国媒体上发布了民调结果。这项有关外国政要在美国、英国和法国的民望和形象的民调由盖洛普在美国和英国的公司所做，调查结果发布在《巴黎晚报》上。

由于第二次世界大战的原因，很快伊福普公司进入漫长的休眠期，直到1944年8月才得以苏醒。在法国光复日当天，伊福普公司就在巴黎进行了（战后）首个民调。此后，伊福普一

枝独秀，这种情况一直持续到了1963年。在近20年的时间里，在法国，伊福普一直是民意调查的同义词。此外，正是让·施托策尔创造了法语里“民调”（sondage）这个词语。

从一开始，有关民调领域的某些特征就已经确定。民调首先关注的是时事，尤以政治为先，在大选期间，尤为引人注目。民调机构与大报社签订协议，授权后者独家发布民调结果。民调与大学也建立了紧密的联系。民调机构普遍以私营企业的形式存在，但却是由社会学者和社会心理学者直接创立，例如，美国著名社会学者和社会心理学者保罗·拉扎斯菲尔德（Paul Lazarsfeld）、高尔顿·奥尔波特（Gordon Allport）和哈德利·坎特里尔（Hadley Cantril）（1938年对奥逊·威尔斯的广播剧《宇宙的战争》节目的影响力进行研究），而在法国，让·施托策尔本人就是大学教员，是巴黎索邦大学的社会心理学教授。

在这一点上，人们会嘲笑洛伊克·布隆迪奥（Loïc Blondiaux）的分析：“（民调）这种方法最初并不源自学术领域。不是实验室的产物，但留有实验室的烙印。”不过，布隆迪奥承认，“只是在1935年到1945年期间，民调机构与大学教员之间才逐渐建立起联系”。

当今市场

从全球范围来看，今天的调查市场规模预计达320亿美元[根据欧洲舆论与市场调查协会（Esomar）统计的数据]。不过，显而易见的是，占据市场份额的主要是市场调查，民意调查所占的比例仅为5%~10%。欧洲占据49%的市场份额，北美地区为30%，亚太地区为14%，拉美地区为5%，以及中东地区为2%。