

当代世界学术名著

人

新闻与传播学
译丛
大师经典系列

保罗·F·拉扎斯菲尔德
Paul F. Lazarsfeld

[美] 伯纳德·贝雷尔森 / 著
Bernard Berelson

黑兹尔·高德特
Hazel Gaudet

唐茜 / 译 展江 彭桂兵 / 校

人民的选择

选民如何在总统选战中做决定 第三版

The People's Choice

How the Voter Makes up His Mind in a Presidential
Campaign (3rd edition)

The People's Choice
How the Voter Makes up His Mind in a
Presidential Campaign (3rd edition)

人民的选择

第三版

选民如何在总统选战中做决定

保罗·F·拉扎斯菲尔德 Paul F. Lazarsfeld

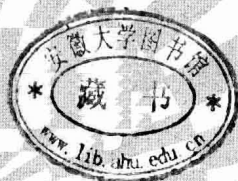
黑兹尔·高德特 Hazel Gaudet / 著

唐茜 / 译 展江 彭桂兵 / 校

中国人民大学出版社

·北京·

新闻与传播学
译丛
大师经典系列



图书在版编目(CIP)数据

人民的选择——选民如何在总统选战中做决定/(美)拉扎斯菲尔德,(美)贝雷尔森,(美)高德特著;唐茜译. —北京:中国人民大学出版社,2011
(当代世界学术名著·新闻与传播学译丛·大师经典系列)
ISBN 978-7-300-14909-7

I. ①人… II. ①拉…②贝…③高…④唐… III. ①总统-选举-研究-美国
IV. ①D771.224

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第260331号

当代世界学术名著

新闻与传播学译丛·大师经典系列

人民的选择

选民如何在总统选战中做决定

第三版

保罗·F·拉扎斯菲尔德

[美] 伯纳德·贝雷尔森 著

黑兹尔·高德特

唐茜 译 展江 彭桂兵 校

Renmin de Xuanze

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)

010-62511398(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 涿州市星河印刷有限公司

规 格 155mm×230mm 16开本

版 次 2012年6月第1版

印 张 13.25 插页2

印 次 2012年6月第1次印刷

字 数 177 000

定 价 39.80元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

“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，学术的繁荣，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，而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魅。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”画线，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。我们自知学有未逮，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

译序

有学者统计，从1937年在美国普林斯顿大学创建广播研究所，一直到1949年告别传播研究转向其他领域，传播学经验性研究大师保罗·F·拉扎斯菲尔德（Pawl F. Lazarsfeld）总计出版了超过35部（篇）与广播和印刷媒体有关的著述。^①《人民的选择》就是其中之一，但这一部显得更加与众不同。

《人民的选择》是拉扎斯菲尔德等人针对美国选民的选举行为，在俄亥俄州伊利县历时7个月所做的一项调查的结晶。由于后期数据的统计和整理异常烦琐，以至于调查结果直到4年后才得以出版。1944年，拉扎斯菲尔德等人又回访了部分选民，并于1948年对《人民的选择》第一版的内容做出修订，出版了第二版。20年后（即1968年），《人民的选择》第三版面世（该版本已被译为德语和西班牙语）。读者面前的这本中文版就是依据英文第三版翻译的。

本书被称为传播学经典之作，主要是因为其在理论和研究方法两方面的创新。在理论上，《人民的选择》的主要贡献“是深入考查了总统

^① 参见 [美] 彼得·西蒙森、加布里埃尔·韦曼：《哥伦比亚的批判研究：拉扎斯菲尔德与默顿的〈大众传播、流行品位与组织化社会行为〉》，载 [美] 伊莱休·卡茨等编，常江译：《媒介研究经典文本解读》，20页，北京，北京大学出版社，2011。



竞选中媒体的政治宣传所起的作用。调查发现清楚地表明，这些宣传激活了由社会类别关系决定的潜在的既有倾向；强化了那些因受社会属性的限制而较早做出的决定；甚至使少数人由一方转到另一方。但是改变过程要真正起作用，还要受很多限制，它主要发生在那些先做出暂时性的选择但又不坚定的选民身上，这种人对竞选宣传不太感兴趣，而且处在由他们所属的社会群体所产生的多重压力之下。”^①

拉扎斯菲尔德等人发现，大众传媒对人们的社会行为的影响并没有想象得那么强大，这项发现被认为是开了“有限效果”范式的先河。在这里需要提醒读者的是，要对“有限效果”这个概念保持警惕。正如彼得·西蒙森（Peter Simonson）和加布里埃尔·韦曼（Gabriel Weimann）所说，有限效果并不意味着“没有效果”，也不等于“弱效果”。有限效果意指“出于社会目的的宣传”只有在有限的条件下方能取得强大的说服效果。在大多数情况下，既有的社会及心理机制会保护受众免受大众传播的直接影响，从而将媒介产生的迅即性与整体性效果降至最弱。拉扎斯菲尔德认为，只有当媒介信息与其他沟通模式互为补充，只有当媒介没有被另一种流通范围更为广泛的媒介挑战，只有当媒介吸纳并传播既有价值、信念和感知时，其影响力才最大。^②

除此以外，这项研究还收获了“意外发现”，就是我们熟悉的“两级传播流”和“意见领袖”的概念，这项“意外发现”在之后迪凯特的研究中得到了进一步证实。

在研究方法上，《人民的选择》采用的是固定样本方法。早在1938年，拉扎斯菲尔德就对这一方法有所钻研，并在《公众舆论季刊》上发表了题为“‘固定样本’作为一种测量舆论的新工具”（*The ‘Panel’ as a New Tool for Measuring Opinion*）的论文。在此之前，拉扎斯菲尔德把它运用到对女性杂志受众的研究上。直到1940年，逐渐成熟的固

① [美] 希伦·A·洛厄里、梅尔文·L·德弗勒著，刘海龙等译：《大众传播效果研究的里程碑》，84页，北京，中国人民大学出版社，2004。

② 参见 [美] 彼得·西蒙森、加布里埃尔·韦曼：《哥伦比亚的批判研究：拉扎斯菲尔德与默顿的〈大众传播、流行品位与组织化社会行为〉》，载 [美] 伊莱休·卡茨等编，常江译：《媒介研究经典文本解读》，32页，北京，北京大学出版社，2011。

定样本方法才被运用到像伊利县调查这样的大型研究中。

“《人民的选择》向我们展示了一个创造性的调查设计是如何应用于纵向研究的。许多重要的社会行为都是一个在一段时间内发生的过程，典型的实验和调查方法只能对某一时间点进行研究，《人民的选择》中的固定样本设计通过在整个过程中跟踪相同的受访者克服了这些局限和不足，这一设计有效地回答了反复调查会不会造成影响的问题。在这个调查中，答案是否定的。”^①

后来，固定样本方法又被运用到另一项有关总统选战的调查研究中，所形成的成果《投票：总统选战中意见形成的研究》出版于1954年。拉扎斯菲尔德因在方法论上的贡献，被后来的社会学家称为“工具制造者”。埃弗雷特·M·罗杰斯（Everett M. Rogers）就此评价道：“从根本上说，拉扎斯菲尔德是一个制造工具的人，只有在第二位的意义上他才是一个传播学学者。”^②

本书共分为十六章。前两章是总论，介绍研究方法和调查所在地的基本情况。第三、四两章介绍共和党与民主党选民在社会属性和意识形态上的差异。第五、六、七章介绍各种差异是如何决定这些选民的投票兴趣、做决定的时间以及态度的转变的。第八、九、十、十一章介绍大众传媒的政治宣传对选民做决定所产生的影响，并做了总体上的比较。第十二、十三、十四章分别介绍选民对获胜者的预期、选民所能接触到的媒介的实质、选民对大众媒介的选择性接触及其影响。第十五、十六章介绍社会群体的属性以及个人在群体中的影响。

拉扎斯菲尔德在本书中提出的概念和理论有它们自己的历史和社会语境，此外，本书是针对美国民主传统中的公民投票行为进行的研究。从这一点来说，本书的研究发现并不完全与中国现行体制下的政治传播形态契合。但是，在中国当下的传播实践中，拉扎斯菲尔德及其原创概

① [美] 希伦·A·洛厄里、梅尔文·L·德弗勒著，刘海龙等译：《大众传播效果研究的里程碑》，84页，北京，中国人民大学出版社，2004。

② [美] 埃弗雷特·M·罗杰斯著，殷晓蓉译：《传播学史：一种传记式的方法》，299页，上海，上海译文出版社，2002。



念和研究方法的影子似乎已经随处可见，从“意见领袖”到“两级传播流”概念，乃至“有限效果论”，都得到了普遍运用。

例如，在今天的互联网时代，在国内的网站上——尤其是微博——赫然出现了一批“意见领袖”。这些“意见领袖”通过两级传播流甚至是多级传播流影响着中国的舆论环境，在总体上发挥了推动社会进步和改革的作用。再如，在一个多元化或日趋多元化的社会中，党报的传播效果之所以有限，就在于既有的社会和心理机制影响着人们对媒体的选择性接触，一旦党报上的某一言论或其刊载的某一事件符合人们的普遍认识，或者与人们的普遍认识相抵触，它就会产生强大的舆论效果，这很好地诠释了“有限效果论”的内涵。

在《大众传播效果研究的里程碑》中，希伦·A·洛厄里（Shearon A. Lowery）和梅尔文·L·德弗勒（Melvin L. DeFleur）将本书列为美国经验主义传播学术史上的第三个里程碑，并予以如下评价：“《人民的选择》是社会科学史上最成熟的调查研究之一。在大众传播理论的发展中，它的地位无可争议。它迫使传播理论学家们重新思考大众社会的概念、媒体影响无所不能的观念、社会属性的作用以及人际联系的重要性，在大众传播研究的历史中，没有哪个研究能有如此大的影响。”^①

罗杰斯认为：“《人民的选择》是拉扎斯菲尔德在美国的第一部闻名的著作、媒体效果研究的经典之作，标志着选举研究的新学科的开始。”^② 丹尼斯·麦奎尔认为：“《人民的选择》是“首次对大众传播在竞选活动中的效果所作的严密研究”^③。社会学家戴维·L·西尔斯评价道：“《人民的选择》简朴而且简练，它将永远成为经典，在理论和方法

① [美] 希伦·A·洛厄里、梅尔文·L·德弗勒著，刘海龙等译：《大众传播效果研究的里程碑》，85页，北京，中国人民大学出版社，2004。

② [美] 埃弗雷特·M·罗杰斯著，殷晓蓉译：《传播学史：一种传记式的方法》，303页，上海，上海译文出版社，2002。

③ [英] 丹尼斯·麦奎尔、[瑞典] 斯文·温德尔著，祝建华译：《大众传播模式论》（第2版），56页，上海，上海译文出版社，2008。

论上都做出了重要的贡献。”^①

本书给中国传播学界和民意调查实务界提供的方法论上的范例也是不言而喻的。有鉴于当前中国大众传播实践欣欣向荣的景象，恰当的、易操作的传播研究方法更需要我们去探索。特别是在今天的互联网时代，发达的科技和工具为我们在数据整理和统计分析上提供了拉扎斯菲尔德所处的时代尚不具备的便利条件。因此，在传播研究方法上借鉴和吸取西方学界在研究方法上的创新，有利于中国传播学者针对本土经验，创造出基于本土语境的理论，这也是翻译本书的旨趣所在。

展江 彭桂兵

2011年11月2日

^① David L. Sills, "Paul F. Lazarsfeld: 1901—1976", Biographical Memoirs, vol. 56 (Washington D. C.: National Academy Press, 1987), 263.

第三版序言

自我们首次对人民如何做出选择进行研究至今，已超过 25 年了。这段时期，哥伦比亚大学的一批社会学家逐步发展了从那次研究中得出的观点，其他研究中心的同行也接手了一些主题，并加以拓展。相关社会科学学科的成员们涉及我们的工作，有时是以批评性的方式。我们有意在新版序言中评论这些发展的一部分。

在第二版序言中，我们也试图强调这种延续性的观点，在那时，我们似乎主要是在澄清固定样本（panel）研究的本质。既然固定样本成为社会研究方法的既定组成部分，那么我们就能够评价其在广泛范围内的发展。诸如，在第一次报告中某些只是试探性地表达出的观点现在已经从经验上得到验证。此外，当初没有在研究中进行分析的许多原始数据已经被采用。当时，我们没有时间和金钱探索两项重要论题：多种变量间的互动以及重复访问同一受访者可能产生的影响。继承哥伦比亚二手资料分析的传统，自起初的研究以来，这种必要的工作一直在持续。我们现在利用这个时刻将之呈现出来以便于讨论。序言之末，我们将试图追踪在早期研究中所提出的一些预测的结果。我们将看到迄今为止有多少众所周知的如第二版序言中概括的“有必要进一步的研究”成为现实。



我们从上面提到的第一个论题开始。那些在起初的文本中有点边缘的并且是推测性的观点在多大程度上得到了跟进？最后一章将给出诸多很好的例证。

个人影响

在1940年大选期间，大众媒介的作用被证明是非常小的，这主要——如有人事后推测的那样——因为大部分论点要么是为支持要么是为反对罗斯福而构想的，并且经过前两次选战而显得乏善可陈。然而，在研究的过程中，我们为人与人之间大量的互动而倍感惊讶，尤其是在关键的几个月里。但由于我们的主要努力方向在于能够建立更加规范的传媒角色，研究不允许我们非常具体地为这种印象提供证明。当时我们能做的就是列出一系列的假设和推测，反复思考着我们已经识别的“意见领袖”（opinion leaders）。他们是一些看起来对议题持有兴趣并且擅长表达的选民，他们不仅能够给出政治性的建议，甚至还竭力改变其他人的想法。我们发现这些意见领袖存在于所有职业群体中，他们绝非都是富有者或者最优秀的人，但他们实际上是怎样影响他人的决定的呢？我们为这些问题而着迷。

尽管我们在1940年的研究中并没有仔细考察个人影响的实质，但却间接提到了“两级传播流”（two-step flow of communications）的概念。使用这个概念，我们意指大众传媒往往通过两个过程向受众传递信息。意见领袖读报或听广播后，会将过滤后的少量的观点和信息，传递给那些不太活跃的人群。这些初步的假设通过在伊利诺伊州迪凯特（Decatur）的一项调查得到验证，并发表于伊莱休·卡茨（Elihu Katz）^①和保罗·拉扎斯菲尔德的《个人影响》（*Personal Influence*）一书中。^②

^① 伊莱休·卡茨（1926— ），美国宾夕法尼亚大学安娜伯格大众传播学院教授，一生大部分时间在研究传播，主要关注公共领域内媒介、谈话、意见和行动之间的相互影响。其著作有《个人影响》、《大众传播的使用》、《意义输出》和《媒介事件》等。——译者注

^② Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld, *Personal Influence*, Glencoe, Ill.: The Free Press, 1955.

卡茨继续对研究成果进行深层次挖掘，他竟得出了一个出乎意料的结论，即意见领袖的作用并非我们想象的那样具有独立性或者说可以被忽视。长期以来，农村社会学家已经注意到这一中间媒介在农业创新技术的推广过程中所起的作用。^①卡茨在此基础上对这个比较作了详细说明，他和两个同伴——詹姆斯·科尔曼 (James Coleman)^② 和赫伯特·门泽尔 (Herbert Menzel)^③ 将研究带入一个全新领域：内科医生所采用的医疗革新技术的模式研究。^④

由于战争的影响，我们不可能在 1944 年进行对第二次选举投票的研究，但 1948 年在纽约州埃尔米拉 (Elmira) 一项新的固定样本研究中，早期的一些推测得到进一步证实。研究结果于 1954 年在《投票》(Voting)^⑤ 一书中出版，其中题为“对投票决定的社会心理学分析” (The Social Psychology of the Voting Decision) 的一章，囊括了对选民投票的整个决定过程的研究。

不仅《人民的选择》中的一些根本观点已得到确立，固定样本分析方法本身也得到了系统性的归纳，短期变化分析成为一系列专门研究。本书在第二版序言中阐释的态度转变表格成为这些研究的起点。但选民在每次受访后态度的转变，在总体样本所分成的各个组群中有所不同，对这些“受条件限制的转变”的分析成为固定样本研究的第二步骤。这一问题特别需要通过研究那些打算投票但并没有那样去做的选民而得到详述，它也是与理解选举预测相关的实践性主题。威廉·格拉瑟 (Wil-

① Elihu Katz, "The Two-step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis," *Public Opinion Quarterly*, XXI (1957-58), 61-78.

② 詹姆斯·科尔曼 (1926—1995)，美国社会学家，数学社会学先驱。著有《数学社会学导论》、《医学创新：一项扩散研究》、《社会理论的基础》等。——译者注

③ 赫伯特·门泽尔 (1921—1987)，纽约大学社会学教授。早年在威斯康星大学获得博士学位，1965 年进入纽约大学任教，在此之前在哥伦比亚大学和嘉尔顿学院任教。他是《医学创新：一项扩散研究》的合著者之一。——译者注

④ James S. Coleman, Elihu Katz, and Herbert Menzel, *Medical Innovation: A Diffusion Study*, New York: The Bobbs-Merrill Co., Inc., 1966.

⑤ Bernard Berelson, Paul F. Lazarsfeld, and William N. McPhee, *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago: University of Chicago Press, 1954.



liam Glaser)^①对固定样本在此阶段的分析已有著述。^②一旦总体转变和受条件限制的转变被阐明,最后该通过第三步——各个变量之间的变化是怎样互相关联的——对社会过程做完整成熟的分析。换言之,态度不仅随时间转变,在转变之时也对他人产生影响。分析多种变量间的互动成为接下来一系列研究的主要任务。

《人民的选择》一书资料实际上包含着此类分析的原始材料,但在第二版的时候,某些技术尚不能使用。直至我们可以利用早期数据,研究方法才可算有所发展。如今,我们有机会总结关于这些“互动关系”分析的主要结论。

与时间相伴的互动^③

1940年,威尔基(Willkie)^④成为一位新的政治人物,持各种政治倾向的每位选民都必须决定是否投他的票。人们对威尔基的印象自然和自己的投票意愿紧密相连。表1是从1940年俄亥俄州伊利县所有团体选民对威尔基的意愿和态度的基本信息中得出的统计。它被称为十六格表(sixteen-fold table),从表1可以看出,在选战初期,全国代表大会(8月)刚过,选民态度和投票意图之间的关系并不如两个月后紧密,持分歧态度的人数(反对威尔基的共和党人、支持威尔基的民主党人)从59下降到42,这从表1的总数中可以看出。

① 威廉·格拉瑟,哥伦比亚大学社会学教授。主要研究方向是跨国医疗体系的比较分析。其著作有《舆论和国会选举》、《社会背景和医疗组织:对医院的跨国研究》、《给医生付费:薪酬制度及其影响》等。——译者注

② William Glaser, "Intention and Voting Turnout," *American Political Science Review*, LII (1958), 1030-40.

③ A detailed analysis can be found in S. M. Lipset, P. F. Lazarsfeld, A. H. Barton, and J. Linz, "The Psychology of Voting: An Analysis of Political Behavior," in G. Lindzey, ed., *Handbook of Social Psychology*, Cambridge, Mass.: Addison-Wesley Publishing Co., Inc. 1954, pp. 1150-64.

④ 温德尔·威尔基(1892—1944),美国政治人物、律师、共和党人。曾代表共和党在1940年参加美国总统选举,与民主党的罗斯福竞选美国总统,最后失败。1941年和罗斯福总统夫人埃莉诺·罗斯福共同创建非政府组织自由之家,1942年曾访问中国。——译者注

表 1 个人对威尔基的支持与其投票意图的转变共存
(1940 年选举, 俄亥俄州伊利县)

	政党 对威尔基的态度	第二次访问				总计
		+	+	-	-	
		+	-	-*	+**	
第一次 访问	(++) 支持威尔基的共和党人	129	3	1	2	135
	(+-) 反对威尔基的共和党人	11	23	0	1	35
	(-+) 支持威尔基的民主党人	1	0	12	11	24
	(--) 反对威尔基的民主党人	1	1	2	68	72
	总计	142	27	15	82	266

* 原书如此。疑为“+”，指支持威尔基的民主党人。——编者注

** 原书如此。疑为“-”，指反对威尔基的民主党人。——编者注

随着选战的展开, 如果人们有调和不同态度的倾向, 他们会向哪一方流动呢? ——是根据他们投票的意图而调整某些意见还是以其他的方式进行? 从 24 组具有如下特征的例子中可以概括出问题的答案: 在第一次访问时, 支持威尔基的民主党人和反对他的共和党人并没有跟从、模仿大多数人的意见, 而是持有“分歧”态度。然而, 在第二次访问时, 他们却“趋于一致”, 态度和意见开始匹配。这种表现如表 2 所示。可以看出, 这些虽小但很关键的小组中的大多数人都持有自己的投票意图, 并适时调整自己对威尔基的观点。那些政党的忠实人士对这位新杀出的政治人物的意见较之态度方面更不易改变。在表 3 中显示了另外一组值得注意的人群, 这些人本在第一次受访时态度一致, 但第二次却表现出态度不一致的模式。

表 2 在两次访问中态度趋于一致的选民反应模式

		第二次访问	
		++	--
第一次 访问	+-	11	1
	-+	1	11

表 3 在两次访问中态度不一致的选民反应模式

		第二次访问	
		+ -	- +
第一次 访问	++	3	1
	--	1	2



对人们态度的转变可以给出两种阐释。其一，它们指出了选民在整个过程受到的在研究中所提及的两种因素以外的其他因素影响的程度。如果表1的第一和第四行的第二和第三组*数据庞大，我们可以知道即使实现了暂时性的一致，外部因素仍会影响两种态度之间的关系。同时可以看出，两种基本变量中的一个更易于受到“冲击影响”（shock effect）。从现实事例可知，人们对威尔基的态度并不如其投票意图那样稳定。^①

这种分析提出了一种普遍的方法，这种方法形塑和阐明了一系列态度的相对强度和深度的旧观念。从《人民的选择》一书资料中可知，数据对于以下论题具有可操作性：投票意图；对罗斯福的支持；对威尔基的支持；对第三任期的态度；关于从政和从商经验哪个对于一个总统而言更重要的不同观点。关于这五个问题，我们可以建立类似于表1的10个十六格表。那么我们就可以仿效表2，把推理的过程转化成表示每一组两个变量间的“相对强度”的指数。

这个指数的细节在这儿可以忽略不计，只要说这个指数考虑了每个变量各自的稳定性，以及一个变量的变化受另一个变量的变化的影响越大，其指数就会越大，这样就够了。

正如预料，我们发现个体态度都或多或少地和同组其他成员的态度有关。而且在第二次访问中表现出来的关联程度更高。随着选战活动的进行，选民们逐渐形成了趋于一致的态度模式。评价多种态度之间的互相影响的指数，我们可以确定每一种态度在建立最后的模式方面的相对重要性。

按照态度出现的重要性明确排序：每一个变量都比上一个变量弱而比下一个变量强。这种复杂的态度聚集在一起就构成了对本政党的忠诚，因此，投票意图远比单一的选举问题有力（见表4）。也就是说，在1940年大选期间，选民个人的投票并不是由其对某一选战问题的特

^① An insightful discussion of such interaction tables has been provided by Donald Campbell, "Quasiexperiments and Research Design," in Chester W. Harris, ed., *The Measurement of Change*, Madison, Wis.: University of Wisconsin Press, 1963. 其数学方法在以下书中得到进一步发展: James Coleman, *Introduction to Mathematical Sociology*, New York: The Free Press, 1965, Chapter X.

* 作者的表述间接证实表1第三组数据“-”下应为“+”而非“-”。——编者注