

《社会调查教程》(第三版) 配套用书

ZHUANTI DIAOCHA JI
SHILI PINGXI

专题调查及 实例评析

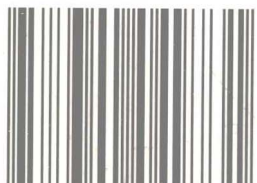
水延凯 等/编著

ZHUANTI DIAOCHA JI SHILI PINGXI

策划编辑/潘 宇
责任编辑/刘仲翔 潘 宇
版式设计/王坤杰

 COVER DESIGN
装帧设计 / 蒋宏工作室 · 海凝
JIANGHONG STUDIO

ISBN 7-300-04973-7



9 787300 049731 >

ISBN 7-300-04973-7/C · 223

定价：29.80元

《社会调查教程》(第三版) 配套用书

专题调查及实例评析

水延凯 等 编著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

专题调查及实例评析/水延凯等编著.

北京: 中国人民大学出版社, 2003

(《社会调查教程》(第三版) 配套用书)

ISBN 7-300-04973-7/C·223

I. 社…

II. 水…

III. 社会调查-教材

IV. C915

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 085266 号

《社会调查教程》(第三版)

配套用书

专题调查及实例评析

水延凯 等 编著

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) 010-62511239 (出版部)

010-62515351 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京金特印刷厂

开 本 787×965 毫米 1/16

版 次 2003 年 12 月第 1 版

印 张 26.5

印 次 2003 年 12 月第 1 次印刷

字 数 484 000

定 价 29.80 元

版权所有



差错 负责调换

前 言

1988年出版的《社会调查教程》，没有专题调查的内容。1996年出版的《社会调查教程》（修订本），根据读者建议增加了一章，即第十三章“几种专题调查”，分三节简略地论述了民意调查、市场调查和家庭调查。2000年11月，在中国人民大学出版社商讨出版《社会调查教程》（第三版）时，编著者根据读者意见希望充实专题调查内容，并添加一些实例；出版者则考虑高等院校教材要求，表示不宜增加篇幅。最后，根据总编辑周蔚华先生的建议，决定将第三版一分为二，即一本《社会调查教程》（第三版），基本上不增加篇幅；另出一本《专题调查及实例评析》，这就是本书出版的原由。

《专题调查及实例评析》是《社会调查教程》（第三版）的配套用书，其目的是帮助读者学习和应用社会调查的知识和技术。《专题调查及实例评析》的设计和撰稿，我们在主观上都力求体现实用性、理论性、知识性和方法性的特点。经与一些理论工作者和实际工作者反复探讨，我们最后选择了实用性较强的现有九个专题。在撰写书稿的过程中，编著者们在广泛搜集资料的基础上又精选了比较有代表性的20个实例进行简介和评析。另外，还加了一个附录。由于《专题调查及实例评析》的设计和撰写，带有初步探索的性质，再加上专题涉及面广，论述中肯定有许多不准确、不周全的地方；实例种类较多，对实例的选取、简介和评析，也肯定会存在着许多不恰当、不妥帖之处，因而它是否真正体现了上述特点，是否真正符合读者的实际需要，我们还没有很大把握。我们殷切地等待着广大读者、有关专家和实际工作者，特别是实例原作者的批评和指教！

本书的编著者是：

专题一 民意调查、专题二 市场调查：水延凯、水一波；

专题三 家庭调查：水延凯、柳祥珍；

专题四 妇女问题调查：罗芳提供初稿，水延凯改写；

专题五 社会保障调查：万明国；

专题六 企业调查：张传友、朱进；

专题七 第一至三节：张葆珺提供初稿，水延凯改写；实例一，李炳炎；实例二，水延凯；

专题八 社区调查：第一至三节和实例二、三，水延凯、赵晓平；实例一，水延凯；

专题九 社会分层调查：第一至三节和实例二、三，水延凯；实例一，水延凯。

全书最后由水延凯统稿、定稿。

此外，柳祥珍、水一波、赵雪滢为本书的撰写做了大量资料工作和文字输入工作。

本书的编著和出版，得到武汉大学罗教讲教授、中共武汉市委党校俞礼祥教授、中国人民大学出版社总编辑周蔚华、策划编辑潘宇、责任编辑刘仲翔和中共孝感市委党校图书馆的热情支持和具体帮助，特在此表示诚挚的谢意！

水延凯

2003年6月26日于孝感

目 录



专题一 民意调查 1

第一节 民意调查概述 1

一、民意和民意调查的概念 1

二、民意调查的重要意义 3

第二节 民意调查的起源和发展 5

一、民意测验的起源 5

二、近代和现代的民意调查 6

三、中国民意调查的历史和现状 8

第三节 民意调查的方法和应该注意的问题 12

一、民意调查的程序和方法 12

二、民意调查中应该注意的问题 17

第四节 实例简介和评析 22

一、实例一：《中央人民广播电台全国 听众抽样调查》 22

二、实例二：《中国加入 WTO 民意调查 报告》 39

专题二 市场调查 50

第一节 市场调查概述 50

一、市场调查的概念 50

二、市场调查的类型 52

三、市场调查的意义 53

第二节 市场调查的产生和历史发展 54

一、市场调查起源于商品经济发展初期	54
二、市场调查学的产生和发展	54
三、中国市场调查的历史和现状	56
第三节 市场调查的内容、方法和应该注意的问题	60
一、产品调查	60
二、价格调查	62
三、分销调查	63
四、促销调查	64
五、企业形象调查	66
六、消费和消费者调查	68
七、市场供求关系与竞争态势调查	72
八、市场环境调查	73
九、市场调查中应该注意的问题	73
第四节 实例简介和评析	74
一、实例一：《海尔产品调查问卷》及其总分析报告	74
二、实例二：《京、沪、穗、深居民消费状况调查分析》	87
附录 商业调查国际准则	96

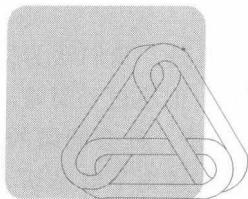
专题三 家庭调查	101
第一节 家庭调查概述	101
一、家庭的概念	101
二、家庭的特点和家庭调查的意义	103
第二节 家庭和家庭调查的历史发展	104
一、家庭演进的历史	104
二、不同社会形态下的家庭	106
三、现代美欧等国的家庭	107
四、中国家庭的变化	111
五、家庭调查研究的历史和现状	114
第三节 家庭调查的内容、方法和应该注意的问题	116
一、婚姻状况调查	116
二、家庭状况调查	119
三、婚姻、家庭问题调查	124
四、家庭生活的特点和家庭调查中应该注意的问题	125

第四节 实例简介和评析·····	127
一、实例一：《当代中国城市家庭研究》·····	127
二、实例二：《您对自己的婚姻满意吗?》·····	153
专题四 妇女问题调查 ·····	160
第一节 妇女问题调查概述·····	160
一、什么是妇女问题·····	160
二、妇女问题调查的重要意义·····	161
第二节 妇女问题的产生和历史发展·····	162
一、妇女问题的产生及其实质·····	162
二、妇女解放运动和妇女问题调查研究·····	163
三、近代以来的中国妇女运动·····	166
四、近代以来的中国妇女问题·····	168
第三节 妇女问题调查的内容和应该注意的问题·····	171
一、妇女问题调查的主要内容·····	171
二、妇女问题调查中应该注意的问题·····	175
第四节 实例简介和评析·····	176
一、实例一：《武汉市下岗（失业）女性再就业状况调查》·····	176
二、实例二：《低收入农村妇女增收致富调查》·····	185
专题五 社会保障调查 ·····	190
第一节 社会保障调查概述·····	190
一、社会保障的概念·····	190
二、社会保障调查的重要意义·····	191
第二节 社会保障的起源和历史发展·····	193
一、社会保障的起源·····	193
二、现代社会保障制度的诞生及其发展·····	193
三、中国社会保障制度的建立和改革·····	196
四、中国社会保障的现状和问题·····	198
第三节 社会保障调查的内容和方法·····	200
一、社会保障调查的基本内容·····	200
二、社会保障调查的方法和指标体系·····	207
第四节 实例简介和评析·····	209

一、实例一：《社会政策研究的过程视角——以北京市农村社会养老保险制度为例》	209
二、实例二：《2002年全国城镇劳动力就业和社会保障状况调查问卷》	216
专题六 企业调查	225
第一节 企业调查概述	225
一、企业的概念	225
二、企业的类型	226
三、企业调查及其重要意义	226
第二节 企业的产生及其发展	227
一、企业是生产力发展到一定阶段的产物	227
二、西方企业的发展历程和现状	227
三、中国企业发展的历程和趋势	231
第三节 企业调查的内容和方法	236
一、企业生产经营状况调查	236
二、企业管理调查	237
三、企业人力资源调查	238
四、企业文化调查	239
五、企业景气调查	240
六、企业调查的方法和应该注意的问题	240
第四节 实例简介和评析	244
一、实例一：《内部分化与流动——一家国有企业的二十年》	244
二、实例二：《2003·中国企业经营管理者成长与发展专题调查报告》	256
专题七 犯罪调查	269
第一节 犯罪调查概述	269
一、犯罪的定义	269
二、犯罪和犯罪人的分类	272
三、犯罪调查的重要意义	273
第二节 犯罪的起源及其历史发展	274
一、犯罪的起源	274

二、犯罪的历史发展·····	275
三、当代中国的刑事犯罪·····	277
第三节 犯罪调查的内容和方法·····	281
一、犯罪现象调查·····	281
二、犯罪原因调查·····	288
三、犯罪预防调查·····	291
四、犯罪调查的方法和应该注意的问题·····	293
第四节 实例简介和评析·····	295
一、实例一：《对 877 名外来农民犯罪的调查与思考》·····	295
二、实例二：《关于我国目前娼妓问题的调查报告》·····	301
 专题八 社区调查·····	 313
第一节 社区调查概述·····	313
一、社区的概念·····	313
二、社区的类型·····	314
三、社区调查及其重要意义·····	315
第二节 社区的形成及其历史发展·····	316
一、社区的形成和主要形态·····	316
二、城镇化——社区发展的总趋势·····	320
三、中国城—镇—乡体系的现状及其发展趋势·····	328
第三节 社区调查的内容、方法和应该注意的问题·····	332
一、社区规划调查·····	332
二、社区建设调查·····	334
三、社区管理调查·····	336
四、社区调查的方法和应该注意的问题·····	338
第四节 实例简介和评析·····	339
一、实例一：《寻乌调查》·····	339
二、实例二：《海中居民委员会调查报告》·····	349
三、实例三：《村庄调查提纲》·····	362
 专题九 社会分层调查·····	 366
第一节 社会分层调查概述·····	366
一、社会分层的概念·····	366

二、社会分层调查及其重要意义·····	368
第二节 社会分层及其理论的发展·····	369
一、社会分层的起源及其发展·····	369
二、近代以来中国社会分层的变化·····	373
三、社会分层的理论和方法·····	378
第三节 社会分层调查的内容、方法和应该注意的问题·····	382
一、社会阶层状况调查·····	382
二、五等分、七等分、八等分调查法·····	384
三、社会阶层流动调查·····	386
四、社会分层调查中应该注意的问题·····	388
第四节 实例简介和评析·····	393
一、实例一：《英国工人阶级状况》·····	393
二、实例二：《关于城市社会阶层划分的几个问题》·····	408



专题一

民意调查

第一节 民意调查概述

一、民意和民意调查的概念

民意调查，亦称民意测验、舆论调查。然而，什么是“民意”？什么是“民意调查”？学者们的看法并不完全相同。有的认为，“民意又称民心、公意、公共舆论、公论等”。“民意只能由人民自己来说明，通过民意测验取得确凿的数据即70%以上的人数意向量才能认定”^①。“民意测验同舆论调查并非完全等同。舆论是一种集合意识，包括公共舆论、阶级（阶层）舆论、团体舆论、群体舆论、上层舆论、下层舆论；民意则是全体人民的意见和愿望的总和，全体人民共同意志的体现。由此决定了舆论调查与民意测验在范围上的差别”^②。“民意永远是公正的，而且永远以公共利益为目标。”^③有的认为，民意测验是“了解公众舆论趋向的一种社会调查”^④。有的认为，“民意调查研究就是用科学的方法、客观的态度，以人们的意见、观念、习惯、行为和态度为调查研究的主要内容，有效地收集和分析有关的信息，从而为管理决策部门制定有关的战略和策略提供基础性的数据和资料”^⑤。有的认为，“民意测验……是一种了解公众对某些政治、经济、社会问题的意见和态度的调查方法，其目的在于通过对大量样本的问卷调查来精

① ②③ 刘建明：《社会舆论原理》，122、127、327～328页，北京，华夏出版社，2002。

④ 《中国大百科全书·社会学》，194页，北京，中国大百科全书出版社，1991。

⑤ 柯惠新等：《民意调查实务》，8页，北京，中国经济出版社，1996。

确反映社会舆论或一般民意动向”^①。

上述关于“民意”和“民意调查”的看法，都各有道理。但是，我们认为，《中国大百科全书·社会学》把“民意”解释为“公众舆论趋向”，似乎过于简略。《社会研究方法教程》把“民意”理解为“公众对某些政治、经济、社会问题的意见和态度”是正确的，但不够完整、准确，对于调查目的的论述则不够贴切、妥当。《民意调查实务》把“民意”解释为“人们的意见、观念、习惯、行为和态度”是基本正确的，但把客观的“习惯、行为”列入主观的“民意”之中，似乎欠妥。至于“科学的方法、客观的态度”和“有效地收集和分析有关的信息”等论述，虽适用于科学的民意调查，却不适用于非科学的民意调查。然而，作为“民意调查”的定义，是不能把非科学的民意调查排除在外的。此外，关于民意调查的目的是“为管理决策部门制定有关的战略和策略提供基础性的数据和资料”的论述，似乎偏窄。《社会舆论原理》把“民意”理解为“全体人民的意见和愿望的总和”，或“70%以上的人数意向量”，而且认为“民意永远是公正的”，这是不全面、不正确的。因为，“全体人民的意见和愿望”是民意，一部分群众的意见和愿望也是民意；公正的意见和愿望是民意，不公正的意见和愿望也是民意。如果否定70%以下人数的意见和愿望以及某些不公正的意见和愿望也是民意，那么民意调查的意义和作用就一定会大打折扣。

我们认为，民意调查（或民意测验、舆论调查）是通过了解公众对当前社会热点问题的感受、愿望、倾向、评价、态度和思想观念来把握民心、民意及其发展趋势的一种调查研究方法。这里，有几个基本要点：

（1）民意调查的对象，是“公众”。这个“公众”，可以是一个国家的全体公民，也可以是某个阶级或阶层的成员，还可以是某个社区、团体、组织或单位的成员。这说明，民意有狭义和广义之分。狭义的民意，是指广大人民群众的感受、态度、意见、愿望、思想观念和行为趋向；广义的民意，则是指不同人口规模公众的感受、态度、意见、愿望、思想观念和行为趋向。民意调查中所说的“民意”，应该是指广义上的民意。

（2）民意调查的时限，只是“当前”。因为，社会热点问题是不不断转换的，民意更是不断变化发展的。这就是说，民意有根本民意和当前民意之分。根本民意，特别是广大人民群众的根本民意，往往是社会发展规律的具体体现，是人民意志的集中反映，因而它永远是客观的、公正的、正确的。当前的民意，包括人民群众的当前民意，由于受当时当地主客观条件的局限，则可能是客观的也可能

^① 袁方等主编：《社会研究方法教程》，327页，北京，北京大学出版社，1997。

是不客观的，可能是公正的也可能是不公正的，可能是正确的也可能是不正确的。正由于当前民意具有“两可性”和不确定性，才产生了及时调查了解的迫切需要。

(3) 民意调查的主题，是社会热点问题。民意调查的主题，不应该是一般的政治、经济、社会问题，而应该是公众比较关心、比较熟悉的社会热点问题。例如，商品质量问题、服务态度问题、贫富差距问题、失业和下岗问题、生活质量问题、生态环境问题、社会治安问题、腐败问题，以及国内外重大事件或突发事件等。因为，只有这样一些已成为或将成为舆论焦点的问题，才有进行民意调查的需要和可能。反之，如果选择那些公众不关心、不了解的问题进行民意调查，那么被调查者就没有回答问题的兴趣和可能，就不可能搜集到有研究价值、有社会意义的资料和信息。

(4) 民意调查的内容，是公众当前对社会热点问题的“感受、愿望、倾向、评价、态度、思想观念”。这就是说，公众的主观状态——既包括感性方面的情绪和感受、意向和愿望、未来的行为倾向，又包括理性方面的判断和评价、态度和决断、价值和思想观念——是民意调查的主要内容。当然，在民意调查中，也会询问被调查者的性别、年龄、民族、文化程度、职业、住址、家庭状况、过去的行为和习惯等客观情况。但是，它们不是调查的主要内容，而只是作为统计分析的客观依据，作为描述和解释被调查者主观状态的客观事实而做的一些必要的调查。

(5) 民意调查的目的，是把握民心、民意及其发展趋势。古今中外的历史反复证明，民心不可侮、民意不可违。民心向背、民意顺逆，是一切事业成败的关键。因此，兴办一切有关人民群众的经济、政治、文化、社会事业，处理一切有关人民群众切身利益的问题，都应该了解民心、民意，都应该研究民心、民意及其发展趋势，并按照绝大多数人民群众的心意和根本利益去工作、去努力。这正是一切政治、经济、文化、社会工作者经常进行民意调查的根本目的。

二、民意调查的重要意义

科学的民意调查，具有多方面的社会功能和重要意义：

(1) 民意调查是社会发展趋势的预测器。人民群众是历史的主人，社会发展趋势归根到底是由人民群众的意志和愿望决定的。因此，科学的民意调查是社会发展趋势的预测器。实践证明，一种社会制度是否有利于生产和社会发展，一项方针政策是否能贯彻执行，一个领导班子或领导干部是否能得到群众拥护，一个地区或单位是否会顺利前进……一切社会现象，都是民意调查可以预测的。人们

通过民意调查，及时把握了人民群众的意向和愿望，就有可能正确预测社会发展的基本趋势。

(2) 民意调查是发扬政治民主的好形式。江泽民在《全面建设小康社会 开创中国特色社会主义事业新局面——在中国共产党第十六次全国代表大会上的报告》(以下简称《十六大报告》)中指出：“人民当家作主是社会主义民主政治的本质要求……共产党执政就是领导和支持人民当家作主，最广泛地动员和组织人民群众依法管理国家和社会事务，管理经济和文化事业，维护和实现人民群众的根本利益”。科学的民意调查是反映民意、民心的好形式，因而它也是党和政府联系群众、动员群众参政议政，参与国家经济、文化、社会事务管理的一种好形式。

(3) 民意调查是制定正确决策的奠基石。《十六大报告》指出：“正确决策是各项工作成功的重要前提。要完善深入了解民情、充分反映民意、广泛集中民智、切实珍惜民力的决策机制，推进决策科学化民主化。各级决策机关都要完善重大决策的规则和程序，建立社情民意反映制度，建立与群众利益密切相关的重大事项社会公示制度和社会听证制度……”科学的民意调查，是真实、准确、及时反映民情民意的有效方法，因而它应该成为一切党政机关、企事业单位正确决策的基石。

(4) 民意调查是鉴别领导干部的试金石。《十六大报告》指出：“要认真贯彻领导干部选拔任用条例，注重在改革和建设的实践中考察和识别干部，把那些德才兼备、实绩突出和群众公认的人及时选拔到领导岗位上来。”实践证明，群众最了解干部的德才状况和实际政绩，“群众公认”是考察和识别干部的重要环节。科学的民意调查，是反映民意、民心的重要方法，因此它也就成为鉴别领导干部德才状况和真实政绩的试金石。

(5) 民意调查是克服官僚主义的清醒剂。《十六大报告》指出：“我们党的最大政治优势是密切联系群众，党执政后的最大危险是脱离群众。”“要以立党为公、执政为民为根本目的，发扬党的优良传统和作风……着力解决党的思想作风、学风、工作作风、领导作风和干部生活作风方面的突出问题，特别是要防止和克服形式主义、官僚主义。”要密切联系群众，克服形式主义、官僚主义，就必须了解社情民意。从这个角度看，科学的民意调查是克服形式主义和官僚主义的清醒剂。

(6) 民意调查是社会预警系统的探测针。任何社会灾乱都是有预兆的。人民群众是一切社会灾乱的直接受害者，他们对于社会灾乱往往具有超前的敏感性。因此，科学的民意调查是社会预警系统的探测针。无论是“大跃进”的无限疯

狂，还是“文化大革命”的十年浩劫；无论是官员腐败的日趋严重、贫富差距的急剧扩大，还是“黄、赌、毒”的日益泛滥等，一切影响社会稳定的灾乱的发生，都是有许许多多前兆的。如果社会预警系统完善，通过民意调查及时了解了人民群众的心声，及时察觉了社会灾乱的预兆，许多社会灾乱是完全可以防止、避免或减轻的。

(7) 民意调查是引导社会舆论的风向标。民意调查本来是了解民意的一种方法。但是，民意调查结果一旦公之于世，它反过来又会对民意的变化、对社会舆论的动向产生一定影响。正因为如此，许多竞选的政治人物，许多涉及群众切身利益政府机构、社会政策、社会组织，许多相互竞争的企业、产品、大众传媒等一切希望获得公众认可和好评的个人或组织，往往都利用民意调查的结果来引导社会舆论朝有利于自己的方向发展。这样，在许多情况下民意调查就成了引导社会舆论的风向标，也有可能变成某些个人或组织有计划地影响社会舆论、制造社会舆论的工具。

(8) 民意调查是学术研究的轻骑兵。社会调查是了解社会情况、认识社会本质、揭示社会发展规律的根本方法，也是社会科学进行学术研究的根本方法。社会科学里一切重大学术课题的研究，往往需要进行长期、艰苦、周密、反复的社会调查。民意调查为其自身特点所决定，一般不适于作为社会科学重大课题的调研方法，但却非常适合作为“短”（即问题简短）、“平”（公众关心、熟悉的问题）、“快”（即时间效益要快）课题的调查研究方法。从这个意义上说，民意调查是社会科学学术研究的轻骑兵。

第二节 民意调查的起源和发展

一、民意测验的起源

民意测验萌芽于原始社会共同生活的客观需要。例如，在古代易洛魁人和印第安人的部落中，就盛行议事会制度。酋长要决定重大问题，就召集部落成员会议广泛听取意见，在最后做出决定时往往根据部落成员呼声的大小来测验决定符合民意的程度。古希腊人则用各种贝壳做选票来了解臣民的意向。到原始社会末期，氏族首领仍非常重视民意。据传说，尧、舜时代选举继任酋长，必须召开氏族评议会，遍咨四岳、群牧，直到最后“询谋佥同”，新酋长才算当选。^① 这些

^① 参见白乐天主编：《中国全史》，第1卷，21页，北京，光明日报出版社，2002。