

〔日〕 佐藤彰 铃木荣 船津好明 著

民意调查

周金城
张蓓菡

译



M Y D C
M Y D C
M Y D C
M Y D C
M Y D C

中国对外经济贸易出版社

民 意 调 查

〔日〕佐藤彰 铃木荣 船津好明 著
周金城 张蓓茵 译

中国对外经济贸易出版社

民 意 调 查

〔日〕佐藤彰 铃木荣 船津好明 著

周金城 张蓓菡 译

*

中国对外经济贸易出版社出版
(北京安定门外大街东后巷28号)

新华书店北京发行所发行

一二〇一工厂印刷

*

787×1092毫米 32开本 6.625印张 147千字

1989年12月第1版 1989年12月第1次印刷

印数：1—2500册

ISBN 7—80004—096—8/C·1

定价：3.00元

序 言

日本民意调查协会会长

立教大学名誉教授

小山荣三

我国的民意调查是与GHQ^①促进日本民主化的一系列政策相关联，接受美国指导发展起来的一门学问，其技术和方法也受到美国的深刻影响。不过目前已获得了很大进步，正如哥伦比亚大学的哈伯特·帕逊教授在芝加哥召开的国际民意调查会议上所指出的：“日本的民意调查仅次于美国，居世界第二位。”

最近，无论是普通公民还是政治家都渐渐开始关心民意调查了。这不仅表现在民意调查经常成为人们谈论的话题，更重要的是作为对民意的预测，民意调查在选举时已具备了预言性的意义。以总理府为首的政府各部门、大报社、通信社、NHK（日本放送协会——译者注）等都亲自进行民意调查，地方政府和企业团体也委托民间的专门机构进行民意调查，并把调查结果作为施政和经营的参考。由《朝日新闻》、《每日新闻》、《读卖新闻》及其它一些东京和地方的主要报纸组成的民意调查联盟和NHK常在宝贵的版面中腾出相当的篇幅，有时作为头版新闻报道民意调查的结果。广播和电视也经常在黄金时间作全国性报道。这是因为在从前新闻只

① GHQ是General Headquarters的缩写，即第二次世界大战结束后占领日本的联合国军司令部。

是报道社会性事件，而在今天，正如盖洛普所说：“国民在思考什么？”也开始成为新闻了。

普通公民是通过报纸、广播、电视的新闻报道得到关于民意的情报的，而且民意调查结果经常以百分比表示，所以对于大多数人来说，片面的认为进行调查是项简单的工作，很少有人考虑为了取得这些数字所付出的努力。实际上所发表的数字只是浮在海面上的冰山的一角，在海水的下面，还隐藏着为取得这些数字所进行的周密准备、计划、实施、整理等繁琐工作——大量的时间、费用和劳力。而能想到这一点的人就更少了。

现代民意调查的基本原则包含着这样一个目的，即“以随机抽样的访问调查”为核心，了解全部国民在某一時点上的代表性意见或全社会的情况，并探讨如何把它反映到政策上去。

显然，赋予民主主义原则的强大的政治动力是从民意的基础上产生的。民意，即绝大多数国民的见解和意见，是决定社会和政治问题的最后判决。但正如布莱斯所说，民意政治的明显缺点在于难以掌握民意本身。然而，最近发展起来的科学的民意调查法，立足于心理学、社会学和数理学的基本理论，借助计算机，已能够绘制时刻变化着的国民意向的“气象图”，随时敏捷地开出意见分布及其结构的“诊断书”。而且民意调查技术也适用于市场调查。因此，具有对民意调查的有关知识及其对此的理解能力，最终也就会具有对人们行为的有关知识和理解能力。

为了使从事调查的人们及关心调查的学生掌握最实用的有关调查设计的技术，本书对民意调查的原则和标准进行了全面详细地介绍。该书的每一位作者都曾在总理府广报室负

责过民意调查，本书就是他们从实际工作的角度出发，各自分担自己擅长的部分而写成的，无偏重理论之嫌，从而使本书具有独特的结构，是民意调查工作者、调查员及诸位学生的必备书。

目 录

序 言	(1)
第一章 民意调查及其历史	(1)
第一节 民意与民意调查	(1)
一、民意	(1)
二、测定民意的各种方法	(2)
三、民意调查的范围和种类	(6)
第二节 民意调查的历史	(8)
一、各种社会调查的发展	(8)
二、盖洛普的成功与失败	(9)
三、民意调查在我国的发展与现状	(12)
第二章 调查的设计	(15)
第一节 调查程序概要	(15)
第二节 调查设计要点	(16)
一、明确调查目的	(16)
二、分解课题和决定调查事项	(17)
三、以往调查结果的研究	(18)
第三节 制定调查实施计划	(19)
第三章 抽选样本	(21)
第一节 选择调查对象的各种方法	(21)
第二节 抽样调查原理	(22)
一、全面调查的优点和缺点	(22)
二、总体与样本	(24)

三、分配法与随机抽样法·····	(24)
第三节 随机抽样法·····	(25)
一、简单随机抽样·····	(26)
二、等距抽样·····	(27)
三、二阶段随机抽样·····	(29)
四、分层随机抽样·····	(33)
五、二相抽样·····	(40)
第四节 抽样理论及其应用·····	(40)
一、总体与样本的关系·····	(41)
二、高斯曲线及其性质·····	(46)
三、平均数的抽样误差·····	(48)
四、比率的抽样误差·····	(50)
五、二阶段抽样的抽样误差·····	(52)
六、估计·····	(53)
七、样本容量的确定·····	(59)
第四章 调查表的设计·····	(63)
第一节 提问的类型·····	(63)
一、问卷调查法及其提问类型·····	(63)
二、问卷调查法的各种补充提问方法·····	(68)
第二节 提问的构成·····	(73)
一、态度的各种属性·····	(73)
二、通过配套提问测定态度·····	(74)
第三节 调查表设计要领·····	(77)
一、提问的设计及其排列·····	(77)
二、调查表的整体结构·····	(83)
三、调查表的检验——试点调查·····	(90)
第五章 调查的实施·····	(92)

第一节 各种调查实施方法及其存在的问题·····	(92)
一、各种调查实施方法及其特征·····	(92)
二、调查实施方法与回收率·····	(96)
三、不同调查实施方法所引起的回答差异·····	(100)
第二节 个别交谈法要领·····	(102)
一、调查员的选定·····	(102)
二、调查员的培训·····	(104)
三、采访要领·····	(105)
第三节 民意动向及其因素分析调查的 实施计划·····	(108)
一、倾向分析·····	(108)
二、考赫特分析·····	(110)
三、陪审团调查·····	(111)
四、专家调查法·····	(113)
五、实验群与对照群·····	(114)
第六章 调查结果的汇总分析和撰写调查报告·····	(120)
第一节 调查表的审核、编码和制定汇总 计划·····	(120)
一、调查表的整理和审核·····	(120)
二、编码·····	(121)
三、制定汇总计划·····	(123)
第二节 汇总方法·····	(125)
一、手工汇总·····	(125)
二、机器汇总·····	(129)
第三节 调查结果的表达方法·····	(133)
一、百分比表达调查结果的要领·····	(133)
二、交叉汇总·····	(137)

三、类型化与尺度化·····	(146)
第四节 调查结果的审核·····	(161)
一、样本代表性的审查·····	(162)
二、差异的显著性检验·····	(169)
三、相关关系研究·····	(181)
四、与其它调查结果的比较研究·····	(188)
第五节 撰写调查报告·····	(190)
一、调查报告的内容·····	(191)
二、调查结果的记述·····	(192)
附表 1 随机数表·····	(194)
附表 2 百分比抽样误差一览表·····	(196)
附表 3 χ^2 表·····	(198)
后记·····	(199)

第一章 民意调查及其历史

第一节 民意与民意调查

一、民意

据说现代意义上的“民意”一词最早出现于18世纪中后叶尼凯尔 (Jacques Necker) 使用的法语 *opinion publique* (英语 *public opinion*)。人们对它的理解各不相同。有人说“舆论 (即民意——译者注) 支持我”，把它比作御旗，应无条件服从；也有人说“不要被舆论所蛊惑！”把它比作“流言蜚语”。但这都只是对民意的评价中较突出的用法，抛开这种评价，对民意的本质含义我们还是不明确。

不同的人给“民意”以不同的定义，以致有人说：“民意的定义和下定义的人一样多。”不过本书并不打算讨论民意的本质或定义，只是觉得有必要让读者事先对本书中经常出现的这个词有较深的理解。

民意一词具有多种含义，其本质含义已由“民意”这个词巧妙地表达出来了。即所谓“民意”，①“指由很多人支持的意见、看法”，同时，“这种意见、想法不能为社会所忽视”。在现代市民社会或大众社会的社会体制中，持这种看法的人在增加。同时对“能否为社会所忽视”这一问题，很难进行客

① 卢梭 (Jean Jacques Rousseau) 在 1744 年给友人的信中使用过“民意” (*opinion publique*) 一词，不过第一次在公开场合使用“民意”这个词的还是尼凯尔。

观的判断，相反，我们很容易客观地测定一种意见或看法支持者的多少，因此，现在较普遍的看法侧重于把“民意”看作是“由很多人支持的意见或看法”。

二、测定民意的各种方法

现代意义上的“民意”一词，是伴随着现代社会的诞生而诞生的，但搜集民意的工作在很早以前就开始了。例如，传说古希腊学者、政治家亚里斯多德曾在市内漫步，与市民谈话，有时还躲藏在人群聚集的广场的木桶中，了解民众的心声。

日本也流传着北条时赖的盆栽树和水户黄门漫游记的故事。暂且不谈这些故事的真实性，至少它表明封建时代的统治者也曾深入到百姓中去体察民意。可以说江户时代设立的“目安箱”，是把这种努力作为一种制度确立下来的一个范例。

目前以国家和地方政府为中心，都在开展民意调查工作。其方法大致有以下几种：

1. 窗口公听法

现在，县、市镇村的县民室、市民室等经常受理投书、怨情咨询和陈情。国家行政机关和地方政府也设有各种咨询员，受理各种怨情。通过这些怨情和陈情，我们能管见当时民意的一个侧面。可是，窗口公听法对怨情和陈情的受理，其主要目的在于解决以怨情和陈情的形式出现的具体问题，而由此掌握民意的总体动向只是次要的事情。

从方法上讲，窗口公听法是“被动的”，“无组织的”，收集起来的情况也多局限于具有特定倾向的人，缺乏对全体居民的代表性，而且涉及个人利害关系的比较多，因此，作为掌握民意总体特征的方法，还是很不够充分的。

2. 公听会法

社会各方面都广泛举办公听会。到1971年为止，国家每年都举办“一内阁日”，政府各部也以“××部一日”的形式召开公听会。此外，各县、市、镇、村也以各种名义开展公听活动。

公听会法是指大臣、知事、市镇、村长等行政首长深入基层，与当地居民代表进行交谈，以加深相互间的思想交流。居民代表的确定一般尽量保证分布在农林业者、工商业者、工人等各个阶层，公听会所讨论的内容也多是国民普遍关心的或涉及当地居民共同利害关系的问题。

可是，这样收集起来的情况多限于各阶层的领导，人数也非常有限，不能保证代表全体居民的呼声。因此，公听会法也不足以成为掌握民意总体特征的具有代表性的方法。

3. 评论员制度

评论员制度为社会各界所广泛采用，除国家和县设立的国政评论员、县政评论员外，还有电台、电视台的节目评论员，各种商品的评论员等等。

所谓评论员(monitor)最初是指“进行忠告、劝告的人”。这种方法要求评论员随时发表意见，或回答一定的问题。评论员的人数和挑选方法有许多，人数一般为几十到几百。挑选方法要求不偏重于某个特定阶层，而且意见的质量要达到一定的标准。因此，在这里看不到投书和怨情中常见的个人利害问题和特定倾向，与窗口公听法和公听会法相比，可以说是一种有组织的掌握民意动向的方法。

但评论员(monitor=提出忠告、劝告的人)制度，顾名思义，其主要目的在于收集对行政或经营活动有益的意见，作

为掌握民意动向的方法，还不能说是十分完善。

4. 民意调查

以上3种方法，各自具有不同的特点。但不管是哪一种，其主要目的都在于解决具体的怨情问题，或把每一条具体意见作为行政或经营活动的参考，因而，它是微观的方法。

与此相反，民意调查是一种概括性地掌握总体倾向的方法，这里看不到每条具体意见的质的区别或每一种情况的特殊性。因而，是一种宏观的方法。

5. 宣传报道的内容分析

上述各种方法都以某种方式通过与大众的接触来直接把握民意。此外还有一种方法，即通过对宣传报道的内容进行分析，间接地了解民意的动向。

毫无疑问，在现代社会，以报纸为首的各种宣传工具左右着民意，反过来又起着反映民意的作用。因此，人们经常通过分析宣传报道的内容来掌握民意的动向。这种方法叫作“内容分析(content analysis)”。

内容分析视分析对象的不同而不同，一般可作如下分类：

(1) 题材分析

这种方法主要对宣传报道的主题进行数量分析。对报章新闻的这种分析很早以前就开始了，也叫“报纸分析”。这方面具有代表性的是莫托的研究。

莫托把1910年到1940年间美国的10大报纸按10年为一组，对各个年度最初1周的所有新闻版面进行了统计研究。根据调查结果，他认为1910~1940年的30年间，报章新闻的内容没有多大变化。但如果仔细观察就会发现，国际新闻栏、体育栏显著增加，在大众志向、民意动向方面也可得出

很有趣的结果。

(2) 人物分析

所谓人物分析，即指对电影、戏剧、故事中出场人物的性格、职业、地位、目标等进行的分析，通过这种分析来掌握所处时代的社会风气和社会规范。

关于这方面的例子，我们可以看看劳文沙尔 (L·Lowenthal) 对 40 年间《星期六邮政晚报》等美国有代表性的大众周刊杂志所登载故事的主人公进行分析研究的结果，见表 1。

表1 对大众周刊杂志所载主人公的分析(人物分析) 单位: %

	1901—14年	1922—30年	1940~41年
政治家	46	28	25
实业家、工程师、学者等	28	18	20
演员运动员等	26	54	55
合 计	100	100	100

结果表明，在 1901 年~1914 年期间，政治家占了近一半，相反，在 1922 年以后，电影、体育界人士超过了半数，而政治家、实业家、学者等大幅度减少。借用劳文沙尔的话来说就是：“过去的英雄是生产的偶像，而当今的英雄则是消费的偶像”。

(3) 观点分析

所谓观点分析，即对观点和主张进行的详细分析。它比起题材分析又更进一步。为了争取 3 个公司的 5 个下属单位职员的罢工权，1975 年 11 月到 12 月举行了争取罢工权的罢工，第 2 年又进行了春季大罢工，表 2 是对 6 大报纸就这次罢工所发表社论的论调进行分析的结果。首先，根据是批评

表2 关于罢工社论的观点分析*

报纸名称	关于1975年争取罢工权的罢工				关于1976年“春季”大罢工			
	批评 政府 (1分)	中立 (2分)	批评 工会 (3分)	平均 分数	批评 政府 (1分)	中立 (2分)	批评 工会 (3分)	平均 分数
朝日新闻	7	1	—	1.13	—	3	—	2.00
每日新闻	—	6	3	2.33	—	2	1	2.33
读卖新闻	2	5	—	1.71	—	2	—	2.00
产经新闻	—	—	9	3.00	—	—	1	3.00
日本经济 新闻	—	1	5	2.83	—	—	3	3.00
东京新闻	1	8	1	2.00	—	1	1	2.50
合 计	10	21	18	2.16	—	8	6	2.42

* 表中数字表示每种社论的高数。平均分数是根据宾栏()内的计分标准计算出来的。

引自辻村明著《民意与政治力学——政府、报刊、民意的三极关系》(日本人研究会编《日本人研究—No.4特集 什么是民意》)

政府还是批评工会对社论进行分类，批评政府给1分，批评工会给3分，中立给2分，然后根据其平均得分，把论调的倾向数量化。

结果表明，在争取罢工权罢工问题上批评政府色彩浓厚的《朝日新闻》、《读卖新闻》两大报纸，在春季大罢工问题上改变了态度，采取了中立的论调，整个报界对工会的批评语气也加强了。当时以国有铁道公司为中心，举办了为期8天的谋求罢工权罢工，国民因此而加强了对工会的批判，这和上述倾向是一致的。

三、民意调查的范围和种类

通过对各种测定民意方法的比较，我们对民意调查的轮

廓有了一定的了解。为了进一步弄清楚民意调查所指为何，现将其本质特征整理如下：

1. 所谓“民意调查”是指对人的意识(意见、态度)进行的调查，行动和实态并不是该调查的目的。

现在，我国举办以人口普查为主，包括家计调查、零售物价调查在内的多项统计调查。其调查内容包括调查对象个人，家庭属性或家庭消费支出实态，明显区别于民意调查。

2. 民意调查直接调查一般群众的意见。在测定民意的的方法中，上面谈到过报章论调分析的例子。与此不同的是，民意调查以普通群众为对象，从他们那儿直接掌握民意的动向。

3. 作为一种调查方法，民意调查采用的是有组织的、统计学的调查方法。虽然行政咨询、投书、公听会等也听取一般群众的意见，但民意调查与它们的不同之处在于它是一种采用统计方法的调查。

以上三点可以说是民意调查的本质特征。现行各种调查中，属于民意调查者主要有以下几种

(1) 选举预测调查——民意调查之所以象今天这样盛行，在很大程度上得益于美国的总统选举预测调查。我国目前最流行的民意调查，就是每次选举时宣传机构竞相进行的选举预测调查。这种调查，要向选民了解其所支持的政党，在这次选举中准备投谁的票，然后结合以前的各种调查数据，利用电子计算机对调查结果进行处理和研究，从而预测各党派当选者人数。

(2) 时事问题调查——即对“物价”、“公害”、“雇用”“公务员的罢工权”、“是开发还是保护自然”等政治问题或政治形势进行的调查。除宣传机构外，国家和各都道府县的行