

CAIZHENGBU GUIHUA JIAOCAI

QUANGUO ZHONGDENG ZHIYE XUEXIAO CAIJINGLEI JIAOCAI

财政部规划教材

全国中等职业学校财经类教材

徐迎建 钟秉盛/主编

SHEHUI DIAOCHA YU
TONGJI ZHISHI

社会调查与 统计知识



中国财政经济出版社

财政部规划教材
全国中等职业学校财经类教材

社会调查与统计知识

徐迎建 钟秉盛 主编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

社会调查与统计知识/徐迎建, 钟秉盛主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2007.1
财政部规划教材. 全国中等职业学校财经类教材

ISBN 978 - 7 - 5005 - 9621 - 9

I. 社… II. ①徐…②钟… III. ①社会调查 - 专业学校 - 教材②社会统计 - 专业学校 - 教材 IV. ①C915②C91 - 03

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 003572 号

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

清华大学印刷厂印刷 各地新华书店经销

787 × 1092 毫米 16 开 12.75 印张 257 000 字

2007 年 1 月第 1 版 2007 年 1 月北京第 1 次印刷

印数: 1—5 060 定价: 21.00 元

ISBN 978 - 7 - 5005 - 9621 - 9/C · 0068

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

编写说明

本书是财政部规划教材，由财政部教材编审委员会组织编写并审定，作为全国中等职业学校财经类教材。

社会调查与统计知识是政府宏观调控、企业经营管理和人民日常生活不可或缺的工具，也是培养各类各层次财经类人才必备的基础知识。为了适应社会经济发展对人才需求的变化，以及为了更好地实现中等职业技术学校培养目标，满足社会需求和学生需求，我们编写了《社会调查与统计知识》教材。

在本教材编写的过程中，我们力求突出以下特点：

一、按照岗位业务流程和学生职业生涯发展规律构建教材内容

社会调查工作的岗位业务流程一般分为调查工作的准备→调查工作的组织和资料搜集→调查资料整理→调查资料分析→调查报告撰写四个步骤。通过对岗位群的分析我们发现，作为财经类中职学生，对社会调查与统计知识的技能在岗位运用的职业生涯发展可分以下几个阶段：（1）根据企事业单位的实际需要，从事设计简单的调查方案，运用一定的调查方法，为企事业单位的发展搜集资料等工作；（2）运用计算机等技术，对调查资料进行审核、编码、录入、编辑、筛选，并通过统计图、表的形式显示数据的工作；（3）运用统计分析方法，结合了解和掌握有关党和国家的方针政策、企业市场内外运动情况、相关的经济理论知识，对调查资料进行分析研究，揭示调查资料中隐含的内在规律和本质联系的工作；（4）辅助或实际撰写调查新闻、消息、函件和调查分析报告，为企事业单位的领导进行决策提供正确的咨询意见。基于对岗位业务流程与学生职业生涯发展规律的认识，在教材的组织结构上，我们按照社会调查的工作程序及技能点的安排顺序，遵循纵向组织原则，先简后繁，循序渐进；同时在编写教材过程中，努力将技能的展开顺序与学生的职业生涯发展顺序结合起来。

二、体现职业教育本质，努力贯彻“学以致用”原则

当前，中等职业学校毕业生的就业岗位已被确定为在生产、服务、技术和管理第一线工作的劳动者。这就要求在教学中，无论在内容，还是方式上，都要围绕岗位培养既掌握一定理论，又能动手操作的“应用型人才”这一中心而进行。为此，本书的编写尽量避开繁杂的理论推导，强调社会调查与统计方法的工具性和实用性，做到内容新、方法新、数据新，使读者通过各章节的学习，循序渐进地掌握社会调查与统计知识和方法，并使学习目的指导用，章节内容学习用，Excel 工具帮助用，案例分析强化用，关键术语理解用，技能训练与

思考突出巩固用。

三、遵照中职学生的认知心理特征

一般来说,中等职业学校学生的思维形式多趋于表象性,他们的抽象思维能力、逻辑推理能力和综合归纳、举一反三的能力相对较弱。因此,在编写教材时,应充分考虑中职生的认知特点,了解哪些知识是他们完全能够掌握的,哪些知识是他们可以掌握的,而哪些知识是他们的认知能力达不到的,采用怎样的方式能够使学生理解并掌握,这与过去传统的教材编写方法有所不同。总之,应以学生能够学会和掌握为原则。本书也尽可能安排简洁直观的插图和简单易行的实践,以发挥学生的表象思维能力和掌握动作技能方面的能力;对于以定义形式出现的概念,尽可能用经验(实例)来加以验证,以帮助他们理解和掌握。

全书共分九章。各章内容按学习目标、重点、难点、导读、章节内容、Excel 在统计中的运用、案例分析、关键词的顺序编写。每章先给出学习目标、重点难点,以导读引出本章的内容;知识的讲授注重直观实用,避免了过多的理论及公式推导;每一章末尾都有与本章内容相关的应用案例分析和关键词,这些案例力求取材于实际生活,体现通俗、生动、趣味性和吸引力,给人以社会调查与统计就在身边的亲切感。这样来编写教材能充分体现职业教学特点,以学生为主体,方便学习和掌握。

本书由广东省财政职业技术学校徐迎建、钟秉盛任主编。各章的编写分工如下:第一章、第二章、第七章由钟秉盛编写,第三章由广东省财政职业技术学校周志方和钟秉盛共同编写,第四章、第五章、第六章由广东省财政职业技术学校黄修芝编写,第八章由徐迎建编写,第九章由福建龙岩财经学校黄雪英编写。教材结构体系及统编定稿由主编完成。

为方便教学及学生复习,本书编写了配套的《社会调查与统计知识习题集》。若用书学校任课老师需要习题答案,请以电子邮件形式向中国财经出版社索取, E-mail: chenbing@cfeph.cn。

在本书的编写过程中,参编教师都将自己多年教学经验体现在教材内容中,同时还借鉴和参考了一些社会调查及统计学原理等方面的教材。这些资料为本书的完成提供了极大的帮助,在此向这些文献的编者表示诚挚的感谢!

由于水平有限,书中难免有不妥或错误之处,敬请各教学单位和读者在使用过程中给予批评指正。

编 者

2007年1月

目 录

第一章 调查准备	(1)
第一节 调查课题的选择	(2)
第二节 调查对象与调查内容	(9)
第三节 调查方案设计	(12)
第二章 资料搜集	(16)
第一节 资料搜集的种类及质量要求	(17)
第二节 资料搜集的组织形式	(19)
第三节 资料搜集的方法	(27)
第四节 调查资料的误差与控制	(39)
第三章 资料整理	(43)
第一节 资料整理的作用与内容	(44)
第二节 资料的审核与编码	(45)
第三节 资料的分组与分配数列的编制	(48)
第四节 资料的汇总	(54)
第五节 资料的显示	(58)
第六节 Excel 在资料整理中的应用	(63)
第四章 资料分析——总量分析与相对分析	(74)
第一节 总量指标分析	(75)
第二节 相对指标分析	(77)
第三节 Excel 在总量分析和相对分析中的应用	(83)
第五章 资料分析——总体分布分析	(87)
第一节 总体分布集中趋势分析	(88)
第二节 总体分布离散趋势分析	(95)
第三节 Excel 在总体分布分析中的应用	(99)
第六章 资料分析——时间数列分析	(105)

第一节	时间数列作用与种类·····	(106)
第二节	时间数列的水平分析·····	(107)
第三节	时间数列的速度分析·····	(113)
第四节	时间数列的趋势分析·····	(116)
第五节	Excel 在时间数列分析中的应用 ·····	(118)
第七章	资料分析——统计指数分析·····	(123)
第一节	统计指数的作用与种类·····	(124)
第二节	总指数的编制·····	(126)
第三节	指数体系及因素分析·····	(132)
第四节	几种常用的经济指数·····	(139)
第五节	Excel 在指数因素分析中的应用 ·····	(148)
第八章	调查报告撰写·····	(157)
第一节	调查报告的撰写步骤与方法·····	(158)
第一节	调查报告基本格式·····	(161)
第九章	社会调查应用·····	(172)
第一节	社会调查概述·····	(173)
第二节	民意调查·····	(177)
第三节	市场调查·····	(180)
参考书目 ·····		(195)

调查准备

学习目标

本章主要介绍在展开社会调查工作之前要做的准备工作，包括调查的方法与途径、调查课题的选择标准、课题的类型以及对调查对象与调查内容的理解、调查方案的设计等内容。学习时要着重掌握调查课题选择的标准、调查对象与调查内容的理解中所涉及的相关基本概念及调查方案的设计方法等知识运用能力。

重点、难点

- ☐ 调查课题的选择标准
- ☐ 调查对象与调查单位、总体与总体单位、标志与指标、变异与变量等概念
- ☐ 调查方案的设计方法

在实际生活中，我们经常从新闻媒体、报刊杂志上了解到国家或某企事业单位等开展了针对某项课题的调查研究工作。如第一次全国经济普查、环境污染情况调查、某地区批发和零售业商品销售情况的调查、中职生就业情况调查、中职生消费情况调查等等。

我们很多人也许会问：为什么要开展这样的调查研究，课题是通过什么样的方法或途径选择出来的，选择过程中应遵循什么样的标准；一旦确立好了调查课题，我们又该向谁搜集资料，该搜集什么样的资料，该怎样搜集这些资料等问题。这些都是在开展具体的社会调查工作中首先要考虑的问题。

第一节 调查课题的选择

一项具体的社会调查往往从对调查课题的选择开始。因而，选题是社会调查的第一步。

一、课题选择的途径与方法

对于选择调查课题来说，首先我们要解决“到哪里去找课题”，以及“用什么方法去找课题”，这就是选择调查课题的途径和方法问题。

（一）从现实社会生活中寻找

我们每个调查者都生活在现实社会中，而千姿百态、形形色色的社会生活又总是各种社会调查课题最丰富、最经常的来源，关键是我们要善于观察、勤于思考。在日常生活中，我们要养成对各种社会现象、社会行为、社会心理、社会问题经常问个“为什么”的习惯。实际上，可作为调查研究课题的各种社会现象、社会问题、社会事件总是客观存在于我们的周围。之所以难于被我们发现，主要是由于我们每时每刻都生活在它们中间，对它们早已“司空见惯”，因此常常对它们是有“熟视无睹”。

例如，生活在城市社区中的人们居住在单元楼房，安个防盗门，出门锁门，回家关门，邻里之间很少串门，这是很普遍、很一般的现象。然而，当我们从认识和理解城市居民生活方式以及城市社区邻里关系这一目的出发，向自己提出一些“为什么”的时候，就会从这种很普遍、很一般的现象中，抽出诸如“城市居民居住方式与邻里关系研究”、“城乡社区邻里关系比较研究”这样一些值得探讨的社会调查课题来。

一项好的调查研究课题的发现，也和作家写小说一样，既需要“深入生活”，也需要“灵感和火花”。应该指出的是，没有广泛地与现实社会生活的密切接触，这种“灵感和火花”也就成了无本之木、无源之水。

（二）从个人经历中寻找

我们每一个人总是生活在社会的某个特定的层次和角落，不同的人对现实社会的认识不同，对社会生活的具体感受也不同。一种现象在有些人看来是理所当然、司空见惯，但在另一些人看来，也许会大惑不解、十分新奇。这是因为，每个人特定的人生经历为他观察现实世界、观察社会生活提供了一种特定的视角，人们从这种特定的视角里所看到的世界并不完全一样。因此，我们自己在社会生活中的各种经历、体验、观察、感受，常常是众多合适调查课题的最初来源。

例如，一对夫妇离婚了，一个完整的家庭破碎了。对于与之关系不密切的人来说，他们可能会无动于衷，或者只是作为一种闲聊的话题。因为现实社会生活中这种事情、这种现象并不稀奇。但是，如果这件事发生在一个社会研究人员的周围，比如说他的邻居，或他的好朋友、亲戚离婚了，他也许会从另外一个角

度来看待这种现象。他也许会从身边发生的具体现象入手,去问一些“如何”、“为什么”的问题,从而使得他选择如“当前社会中的哪些人最容易产生离婚的行为”、“有哪些主要的原因会导致人们选择离婚”、“离婚带来的主要后果是什么”等等调查课题。

从某种意义上说,这种从个人经历中寻找课题的方式,是一种十分简单实用的方法。它常常是以“坐在椅子上空想”的方式,去静静思考个人的经历、经验、观察和体会。千万别小看这种方式,它常常可以帮助我们找到既十分有趣又值得探讨的调查课题。

(三) 从现有文献中寻找

调查研究课题的想法、灵感和火花,也常常可以从学术著作和教科书的内容中、从报刊杂志的文章和标题中、以及从学习记录和谈话记录中采摘到。我们的很多调查课题正是在此基础上得以形成的。显然,从文献中寻找所需要的课题是另一种留心和思考。它需要我们在阅读各种文献时,始终带着审视的、提问的、评论的眼光,不要过于恭敬地、崇拜地和盲目地接受书上、文章中所说的一切。由于眼光不同,我们对同样的文献、同样的内容、同样的材料的看法就会有所不同,就会产生一些新的疑问,就会产生一些新的线索,进而找到值得调查、也能够调查的课题。

我们在阅读文献材料时,还可以从纵向与横向、形式与内容、对象与方法、时间与空间等不同角度、不同侧面、不同层次,对所阅读的文献内容展开广泛的联想,由此及彼,碰撞出一些新的火花和思路,由此提炼出新的调查课题。

例如,当我们在文献中读到有关社会经济的发展对目前中职生的择业选择产生了重大影响的调查报告,我们可以进一步展开联想:社会经济的发展对中职生的学习态度、价值观念、消费行为、人际交往等等方面是否也产生了影响呢?从另一个角度还可以思考:既然随着社会经济的发展,中职生的择业倾向发生了变化,那么,它对职业院校的专业设置、人才培养目标或人才培养模式等又产生了什么样的影响呢?显然,这些都是同样值得去做的调查课题。

二、选题的标准

为了选好题、选准题,必须明确进行选题时所依据的标准。在实践中,人们通常采用下列几条标准来作为选择调查课题的依据:

(一) 重要性

重要性是指调查课题所具有的意义或价值。通俗地说,就是指一项调查课题所具有的用途或用处。我们所从事的任何一项调查课题,首先必须具有某种意义或价值,或者说,首先必须是“值得去做”。

例如,在解决当前职业教育培养目标定位及课程体系重构等问题上,进行“毕业生就业情况调查”是具有重要现实意义的。又如,“80年代末期的独生子女研究”、“90年代的农民工群体研究”、“90年代末期开始的下岗工人及城市弱势群体的研究”等都是当前迫切需要解决的理论问题 and 应用问题。

在众多可供选择的调查课题面前,要思考或评价一项社会调查课题是否具有

重要性,就首先要问问自己:做这项调查课题有没有用处?有什么用处?有多大的用处?无论是在提高人们对社会现象、社会过程、社会规律的认识和理解方面,还是在促进解决社会问题、改善社会管理、提出社会政策方面,越有用处的课题越是好课题,用处越多的课题越是好课题,用处越大的课题越是好课题,因而,也是越值得去研究的课题。

(二) 创造性

创造性是指调查课题应该有某种新的东西,具有与众不同的地方,具有自己独特的特点。作为一种科学的认识活动,每一项具体调查必须能够在某些方面增加人们对现实世界的认识,能够为人们了解和理解现实社会生活中的各种现象、各种问题、各种规律提供新的东西,而不能总是在同一领域、同一范围、同一层次上重复别人的研究,重提已有的结论。当然,最具创造性的课题是那种全新的、前人从没有做过的课题,这也就是人们常说的属于“填补空白”的课题。然而,要找到一个这样课题也最为困难。因为无论在哪个领域中,完全无人涉足的现象或问题已几乎不存在。所以对于大多数研究者来说,一项课题具有创造性,更多地是指该课题在研究的思路或研究的角度、依据的理论、调查的对象、采用的方法、调查的内容等方面或某几方面,与前人的调查有所不同,有自己独到的、新颖的地方。

例如,一个对中职学生就业情况感兴趣的研究者,在他看到前人做过“中职学生就业问题调查”的课题后,选择做一项“财经类中职学生的就业问题调查”的课题,或者选择做一项“技工类中职学生就业问题调查”的课题,这就在调查的对象上有了创新性;如果他选择做一项“中职学生心理健康问题调查”的课题,或者“中职学生学风问题调查”的课题,这就在调查内容上有了创新性。如果前人的课题所调查的是某一特定时期的现象或问题,比如“20世纪80年代中职学生择业观念调查”,那么,我们可以选择同一主题、同一内容、同一对象但不同时期的这一现象或问题进行调查,即可以选择“20世纪90年代中职学生的择业观念调查”。

(三) 可行性

可行性是指研究者在现有的主、客观条件下去从事这项调查课题能否行得通。在许多情况下,越是具有重要价值和创新性的调查课题,它所受到的主、客观限制往往也越多,这也就是说,它的可行性往往也越差。要进行或完成这样的课题常常十分困难,有时甚至是完全不可能的。主观条件主要指调查研究者自身条件方面,如调查者在生活经历、知识结构、研究经验、组织能力、操作技术等方面,甚至还包括调查者的性别、年龄、语言、体力等等纯粹生理方面因素。

例如,一个年轻的中职生选择诸如“老年人心理问题研究”的调查课题,那么,从可行性方面来考虑,我们会发现,这一课题对于这个中职生来说是不太可行的。因为无论是从他的年龄、社会生活经历等个体因素来看,还是从他对这一领域的相关背景知识的熟悉程度来看,都与这一调查课题的特点和要求相差较大,往往很难圆满地完成这一课题。同样的道理,一个不懂少数民族语言和风俗习惯的研究者,如果选择一个以少数民族成员为调查对象的调查课题,显然可行

选择调查课题的依据是:重要性、创造性、可行性和适当性。

性也是较差的。

客观条件主要指进行一项调查课题所面对的外在环境或条件。如调查时间不够,调查经费不足,有关文献资料无法取得,所涉及的对象、单位和部门不能给予必要的支持和合作,调查课题违反国家有关政策法规,或者违反社会伦理道德,或者与被调查者的生活习俗、宗教信仰相违背等,都是导致一项调查课题无法进行的客观障碍。

例如,“青少年初次犯罪原因研究”这一课题,如果研究者无法取得公安局、监狱、少管所等部门的准许、支持和配合,无法接近调查对象,课题就难以进行。再如,要进行“私营企业劳资关系调查研究”的课题,如果得不到私营企业主的支持与配合,恐怕研究者连私营企业的厂门都进不了,更别说搜集资料了。

因此,选择调查课题时,仅考虑前面两条标准是远远不够的,我们还必须把可行性这条标准放到非常重要的地位。一项不具备可行性的调查课题,无论其多么有价值,多么有新意,最多也只能成为一项“空想”。

(四) 适当性

适当性是指研究的课题要与研究目的或所要解答的实际问题相适应,要与研究力量和研究能力相适应。有些研究题目虽然也具有重要性、可行性、创造性,但它们与这项调查研究的主要目的不相适应,题目或者过大,或者过小,无助于解答实际问题。

例如,要了解某地区人才利用情况以便更好地发挥专业技术人员的技术特长,如果研究题目是“各地区的人才流动与社会经济的发展”或“人的忌妒心理是如何导致压制人才的”,那就不能达到原有的调查目的。

一般来说,社会调查研究很少靠个人来完成,因此题目的大小、调研力量和社会配合情况要相适应,此外,对缺乏经验和专业知识的调研人员来说,研究课题应简单、浅显一些,从小题目开始,逐步积累经验,然后再扩大调查研究的范围,由浅入深,由简单到复杂。

三、调查课题的类型

调查课题的类型主要有以下几种:

(一) 理论性课题与应用性课题

各种调查课题都可以按其关注点或侧重点分为理论性课题和应用性课题。理论性课题侧重于理解和解释某一方面(或其中一部分)是如何运转和相互联系的,某一类社会事物或社会现象又是如何发生、发展和变化的。这类课题往往表现出十分明显的理论倾向,其关注点主要在于探索现象之间的因果关系,在于增加对具体社会现象所具有的内在规律的认识。例如,我国社会阶级和阶层结构的现状,现代社会的家庭职能及其变化发展趋势等,都可作为理论性的调查课题。

应用性课题侧重于了解、描述和探讨某种社会现实问题或者针对某类具体社会现象的课题。这类课题的关注点通常比较集中地体现在迅速地了解现实状况,

分析现象或社会问题形成的原因,并力图在此基础上有针对性地提供政策建议,以帮助解决社会问题,帮助制定社会政策,以及帮助评估社会后果等。例如,为解决控制人口问题而进行的计划生育调查,为解决人民群众居住问题而进行的住房制度改革调查,为提高经济管理水平而进行的投入产出调查等,都属于应用性的调查课题。

应当指出,上述两类课题的区分只是相对的。理论性课题的调查结论可用于指导实践,应用性课题的调查资料也可用于理论研究,它们的区分只是就其主要目的而言的,它们之间并没有绝对分明的界限。例如,同样是研究企业职工下岗和再就业的现象,理论性课题所关注的可能是诸如“下岗职工个人的社会资本、人力资本对其再就业的影响”、或者与下岗职工相关的“社会身份与职业地位获得”、“社会分层与职业流动”等问题;而应用性研究则可能更加关注“如何增加下岗职工再就业的途径”以及“如何提高下岗职工的素质和技能”、“如何有效解决下岗职工的再就业问题”等等。

(二) 描述性课题、解释性课题和预测性课题

按照调查的深度来区分,调查课题可分为描述性课题、解释性课题和预测性课题。描述性课题通过对社会现象的真实情况进行具体描写或叙述,主要来回答“是什么”、“怎么办”的问题。例如,人口普查、工业普查、职工生活状况调查等,都是描述性的调查课题。解释性课题则通过揭示两种或两种以上社会现象之间因果关系,主要来回答“为什么”、“怎么办”的问题。例如,青少年犯罪调查,不仅要说明犯罪的具体情况,而且要进一步研究犯罪与家庭状况、学校教育、社会环境之间的因果联系,并从中寻找出解决青少年犯罪问题的途径和方法。

预测性课题侧重说明社会现象的现状及其因果关系,在此基础上进一步推测社会现象的发展趋势或状况,它主要回答“将怎样”、“应怎样”的问题。例如,“2008年的中国”就是一个预测性课题,它立足于中国现实,根据社会条件的变化及其因果关系,预测中国的发展趋势和到2008年的状况,并说明在此之前中国应该采取哪些方针和政策。

这三类调查课题,一类比一类更深入,一类比一类更困难。描述性课题是最低层次的调查课题,但也是最基本的调查课题,它是后两类调查课题的基础;解释性课题是较高层次的调查课题,也是使用得最广泛的调查课题,它是进行社会预测的前提;预测性课题是最高层次的调查课题,它对实际工作和理论研究都具有重要的指导意义。

(三) 自选课题与委派课题

从调查课题的来源上,也可以将各种社会调查课题区分为自选课题和委派课题两大类。自选课题指的是研究者根据自己所从事的科研、教学或实际工作的需要,或者是根据自己的专业领域、研究方向或研究兴趣,并结合社会的某种需要,自己选定的课题。例如,学生有为撰写毕业论文而进行一项社会调查的需要;研究人员有为验证某种理论而进行一项调查的需要;政府部门的调研人员有为解决某一社会问题而进行一项社会调查的需要。

描述性课题是最低层次的调查课题,它是后两类课题的基础;解释性课题是使用最广泛的课题;预测性课题是最高层次的课题。

委派课题则指由有关的机构、部门、单位或个人根据他们的某种需要所确定并委托或指派给研究者进行调查的课题。这种课题的来源常常是各级政府机构以及涉及社会各个具体领域的工作部门。例如,人口管理、劳动就业、城市建设、公共交通、环境保护、区域发展、社会治安、文化教育、社会保障、公共卫生等。对于研究者来说,这类课题的确定基本上与他无关,或者说不存在选择的问题,他只需按照这些机构、部门、单位或个人的要求去完成这一课题。

四、选题的重要性

“选好了问题也就将问题解决了一半。”这一说法正确地解释了提出问题与解决问题之间的辩证关系,很好地体现了提出问题对于解决问题的重要意义。爱因斯坦曾经说过:“提出一个问题往往比解决一个问题更重要,因为解决一个问题也许仅是一个数学上或实验上的技术而已。而提出新的问题、新的可能性,从新的角度去看旧的问题,都需要有创造性的想象力,而且标志着科学的真正进步。”如果把以上两种说法用到整个社会调查课题的选择上,以说明选择一个合适的调查课题对于整个社会调查工作所具有的意义,也同样是适用的。我们顺着上述两种说法的思路出发,从以下几方面来理解选择一个恰当的调查课题对于整个调查工作和调查过程所具有的意义和重要性。

(一) 决定调查的方向

当我们打算做一项社会调查时,具体调查课题的选择就是我们首要的任务。社会调查作为人们了解社会现象、探索社会规律的一种认识活动,既不是笼统的和无所不包的,也不是盲目的和漫无边际的,而是十分具体、明确、有针对性的。现实生活中的每一项社会调查、每一项具体的调查课题,可以说都是针对某一社会生活领域中的某种特定社会现象或社会问题。例如,一项有关老年人社会保障问题的社会调查课题,涉及的是社会生活中社会保障这一领域,针对的是老年人的老有所养、老有所医,以及生活质量等问题;一项关于中职生就业情况的调查课题,涉及的是社会生活中的就业问题,针对的是中职生就业岗位、薪酬等问题。

一项调查要达到的主要目的或要完成的主要任务,就是研究者所要达到的目标。在某种意义上,可以说调查课题就是目标,而选择调查课题就如同确定所要达到的目标。目标一旦确定,方向也就确定,整个社会调查的基本道路也就随之确定。打个通俗的比喻:从事一项社会调查,犹如进行一次旅行,从同一个地点出发,可以走向不同的目的地。选择调查课题正是一项社会调查的出发点,从这一点出发,可以通向社会生活不同的领域,到达不同的目的地。究竟朝哪儿走、到哪儿去,正是由调查课题的性质和内容所决定的。所以说,选择调查课题所要解决的是整个调查活动的基本方向。

(二) 制约调查的过程

在日常生活中,一旦出发地和目的地都确定下来,那么,对于旅行者来说,剩下的问题就是在连接两地的许多条路线中选择最方便、最合适的一条。对于社会调查来说,调查课题的确立也就意味着调查目标的确立和调查方向的选择,而

这种目标和方向的确定也同时意味着社会调查的“特定道路”的确定。不同的调查课题对所走的“道路”的要求不同。这种不同的要求主要体现在社会调查过程中的对象选择、内容选择、方法选择、规模确定、方案设计等等。

对于下面三个不同调查课题来说，它们通往目的地的“道路”受着怎样的影响和制约呢？

课题一：当前我国农村居民生活质量现状及其影响因素研究

课题二：广东省某职业技术学校应届毕业生择业倾向调查

课题三：广州市城区老年人生活状况调查

对于第一个调查课题来说，它所要求的是必须在全国所有农村这一范围中进行的抽样，抽样程序比较复杂，而且样本的规模也必须相当大。又由于生活质量所涉及的内容比较多，因而调查问卷、资料搜集的方法也相对会复杂一些。这样，进行这一调查课题所需要的经费、人员、时间和管理等等也就相对较多。它走的是一条“大规模、多内容、高投入”的道路。课题二则与课题一大不相同，它所要求的只是在一所中职学校中的小范围抽样，抽样程序相对简单，样本规模也要小得多。资料搜集方法只需自填问卷，问卷内容也比较单一。因而，很少几个调查人员，在很短的时间内就能完成，花费也很小。课题三在规模、范围、内容复杂程度等方面，都介于前面两者之间，它所要求的资料搜集方法也与课题二不同。由于课题所要求的调查对象是老年人，他们的文化程度相对较低，因而不能采用自填问卷的方法，而只能采用访问等方法。这又意味着比较多的调查人员、比较长的调查时间、比较高的研究经费投入，以及比较复杂的组织管理。

（三）影响调查的质量

造成现实生活中一些社会调查质量较差的原因是多方面的，其中除了调查课题本身的层次比较低，调查人员的素质、技能比较差，或者调查工作进行得比较粗糙等原因外，研究者所选择的调查课题本身就不恰当、不可行，也往往是十分重要的原因。

例如，在同样的条件下，一个年轻的中职生选择诸如“老年人生活状况”的调查课题，其调查结果的质量往往比他选择做一个“中职生择业倾向”方面的调查课题的质量要差。因为他对老年人的人生经历和体验的熟悉程度、对于这一课题有关的背景知识，以及他从事这一课题研究所具有的和可利用的资源、条件等等，都不如后一个课题。

一个具有现实性和时代感的重大调查课题，如果调查取得成功，其调查成果就可能产生巨大的理论价值和应用价值。一个陈旧的或脱离实际的调查课题，不管调查工作花费了多大精力调查资料如何翔实、完整，也不可能产生好的社会效益。所以，不合适、不可行的调查课题，从一开始就包含着调查成果质量不高的内在因素，包含着研究者难以克服的一些困难和障碍。因此，要提高社会调查的质量，首先要慎重的选题。

第二节 调查对象与调查内容

在社会调查课题明确后, 需要进一步解决向谁调查和由谁来提供具体资料, 以及明确向被调查者了解些什么等问题。这一工作是进一步将社会调查课题深化与具体化的过程。

一、调查对象

我们先来看这样一个问题: 为了调查研究某市各广告公司的经营情况及存在的问题, 应该向“谁”调查呢? 显然, 要解决这些问题, 必须对全市广告公司进行调查。那么, 该市所有广告公司就成了我们调查的对象, 它是由全市每一个广告公司组成的一个集合体, 我们也称之为“统计总体”, 简称“总体”; 而组成全市广告公司的每一个广告公司就成了我们的调查单位, 它是调查对象所包含的具体单位, 是构成总体的“个体”, 也称为“总体单位”。

构成一个统计总体一般来说必须具备以下三个基本特征:

1. 同质性。同质性就是要求构成总体的各个具体单位在某一方面要有共同的性质。如上面所提到的由某市各广告公司构成的总体, 该总体各单位的共性是“从事广告业务”(向社会提供广告服务), 凡不是从事广告业务的公司如建筑公司、百货公司等不能成为该总体的基本单位。

可见, 同质性是构成总体的基础, 是调查研究的全体条件, 社果没有这个基础和前提, 资料的搜集、汇总和分析就没有了任何意义。

2. 大量性。调查研究总是以总体单位为基础的, 通过搜集总体单位的资料开始, 然后将每一个总体单位的资料进行汇总综合, 以反映总体的特征。所以, 总体一定要由大量的个体组成。例如, 我们不可能通过某市个别的广告公司的经营情况和存在的问题来说明全市广告公司的经营情况和存在的问题。

调查研究的精确性要求越高, 调查或观察的总体单位数就要求越多。一个总体中所包括的总体单位数可以是无限的, 这样的总体称为无限总体; 也可以是有限的, 则称为有限总体。在社会经济现象中统计总体大多是有限的。

3. 变异性。即构成总体的各单位除了同质性一面还必须有差异性一面, 否则便不需要进行调查研究了。例如, 组成某市广告公司的每一个广告公司, 除了具有“从事广告业务”的共同性质外, 其他方面如经营规模、从业人员、业务收入、营业利润等表现是不相同的, 也是不可能完全相同的。

可见, 调查对象是指根据调查目的所确定的、需要调查的那些社会经济现象的总体, 它是由许多性质相同的调查单位(个体)组成。确定了调查对象, 调查总体的范围和界限才能得以明确。

总体和总体单位可以是个人、群体, 也可以是事件或现象。例如, 调查对象为某班全体同学的总体, 该班每一名同学就是调查单位, 也是总体单位; 研究某

统计总体的三个基本特征:
(1) 同质性;
(2) 大量性;
(3) 变异性。

市交通事故，该市所有交通事故就构成了调查对象，成了一个总体，该市每一起交通事故就是总体单位，也是调查单位。

要注意调查单位和调查对象，总体和总体单位不是固定不变的，而是随着研究目的和研究任务的变化而变化。例如，在“普九”调查中，全国所有的中（小）学构成统计总体即调查对象，每一所中（小）学都是总体单位即调查单位。现在，如果要研究其中某所中（小）学的有关情况，则该所学校就是我们的调查对象即统计总体，而调查单位即总体单位可能是该校的每一个班或每一个学生等。

可见，调查单位和调查对象、总体和总体单位是根据研究目的来确定的，范围有大有小，调查对象（总体）有可能转化为调查单位（总体单位），调查单位（总体单位）也有可能转化为调查对象（总体）。

二、调查内容

解决了向谁调查和由谁提供资料的问题，就需要进一步明确向调查对象和调查单位调查什么项目，需要调查什么问题，这就构成了我们的调查内容。

我们知道，调查研究是以调查单位（总体单位）为基础，通过先搜集反映调查单位的属性或特征的资料，然后对每个调查单位的这些资料进行汇总综合，来得到调查对象即总体的综合数量特征。统计上把向调查单位进行登记的调查项目称之为“标志”，而把综合汇总后用于反映调查对象即总体综合数量特征和数量关系的资料称之为“统计指标”，简称“指标”。

（一）标志

标志是调查研究中的调查项目，用来说明调查单位的属性或特征的名称。这些属性或特征是总体各单位所共同拥有的。例如，对班级学生调查中的每一个学生来说，有性别、年龄、民族、身高、体重、爱好等特征，这里的“性别”、“年龄”、“民族”等名称就是标志。

标志按其表现特征的性质不同，可以分为品质标志与数量标志。品质标志表明总体单位属性的特征，如前面列举的每个同学的性别、民族、爱好等。数量标志表明总体单位的数量特征，如前面列举的每个同学的年龄、身高、体重等。

标志还可以分为不变标志和可变标志。不变标志是指所有的总体单位共同具有的特征。例如，在“某中等职业技术学校男生总体”中，每一位男生是总体单位，性别都是男性。此时，性别这个标志就是不变标志。

可变标志是指在总体单位之间存在差异的标志。例如，在“某中等职业技术学校男生总体”中，身高、体重、年龄等标志在每位男生之间都存在差异，则它们都是可变标志。

不论是品质标志还是数量标志都有可能成为可变标志。统计学上把标志在各总体单位上所表现出来的差异叫做“变异”。

标志的具体表现是指在所属的标志名称之后所列示的属性或数值，它是某一共同品质属性或数量特征在总体各单位身上的具体体现。标志的具体表现可以表

标志的分类包括品质标志和数量标志；不变标志和可变标志等。