

现代

社会调查方法

S H E H U I D I A O C H A F A N G F A

吴增基 吴鹏森
苏振芳 主 编

上海人民出版社

SHANGHAI RENMIN CHUBANSHE



现代 +
社会调查方法

S H E H U I D I A O C H A F A N G F A

主 编：吴增基 吴鹏森 苏振芳
撰稿人：吴增基 吴鹏森 苏振芳
张 明 王晓燕 钱再见
林闽钢 谢宏忠 赵 芳
上海人民出版社

责任编辑 李 卫

封面装帧 王晓阳

现代社会调查方法

吴增基 吴鹏森 苏振芳 主编

上海人民出版社出版、发行

(上海绍兴路54号 邮政编码200020)

新华书店上海发行所经销 上海中华印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 12.25 插页 2 字数 300,000

1998年2月第1版 1998年2月第1次印刷

印数 1-5,000

ISBN7-208-02675-0/C·59

定价 17.50 元

前 言

九十年代以来,我国社会正在发生一系列新的、巨大的变化。随着社会的变迁和进步,我国的社会学研究也获得了新的发展和实际应用。特别是社会调查方法在社会生活的各个领域得到广泛的运用,社会调查方法的课程更为普及,社会调查方法的研究成果越来越多。基于此,我们华东地区高等师范院校的部分教师在原教材的基础上又一次通力合作,重新编写了这本《现代社会调查方法》,并与《现代社会学》配套,作为高等院校社会调查课程的通用教材。

与原教程相比,本书在体系和内容上都作了较大的调整与充实,并增加了民意测验和市场调查等社会调查应用性内容,增加了社会调查实例。这使本书体系更合理、内容更丰富,从而更具有针对性与实用性。

参加本书编写的高等院校有:南京师范大学、安徽师范大学、福建师范大学、苏州大学、扬州大学、上海师范大学。

本书各章的作者是:吴增基(第一、九章,第二章第一节,第十章第五节,第十三章第一节),吴鹏森(第十、十一章,第十三章第二节),苏振芳(第七章,第二章第二节,第三章第四、五节),张明(第六章),王晓燕(第五章),钱再见(第十二章),林闽钢(第八章),谢宏忠(第三章第一、二、三节),赵芳(第四章)。

全书由吴增基、吴鹏森策划,吴增基、吴鹏森、苏振芳统稿,张明(任本书副主编)参与了部分章节的修改。最后由吴增基统一修改并定稿。

在本书的编写过程中,我们参考了大量国内外文献资料,吸取了其中的一些研究成果。同时,本书的出版得力于上海人民出版社的大力支持和责任编辑李卫同志卓有成效的工作,在此一并表示衷心的感谢。

由于我们水平有限,编写中缺点错误在所难免,恳请读者批评指正。

《现代社会调查方法》编写组

1997年3月

目 录

前言	1
第一章 绪论	1
第一节 什么是社会调查	1
一、社会调查的概念	1
二、社会调查的特点	4
第二节 社会调查的任务和功能	5
一、社会调查的任务	5
二、社会调查的功能	8
第三节 社会调查的历史发展	12
一、社会调查方法在近代西方社会的产生	12
二、社会调查方法论的革命	14
三、现代社会调查方法科学的形成	19
四、中国社会调查的历史发展	20
第二章 社会调查的方法体系与基本程序	26
第一节 社会调查的方法体系	26
一、社会调查方法体系的内容	26
二、社会调查的方法论原则	29
第二节 社会调查的基本程序	34
一、准备阶段	34
二、调查阶段	35
三、研究阶段	36
四、总结阶段	37

第三章 社会调查的设计与组织	39
第一节 选择调查课题	39
一、选择调查课题的重要意义	39
二、调查课题的类型	41
三、课题的选择原则和形成途径	44
第二节 建立研究假设	47
一、假设的特点与作用	47
二、假设的类型与表达方式	50
第三节 解释概念	51
一、解释概念的意义	51
二、概念的操作化	52
三、变量	54
第四节 调查总体方案的设计	56
一、调查总体方案的内容	56
二、制定调查总体方案的原则	57
三、调查方案的可行性研究	58
第五节 调查活动的组织管理	59
一、调查活动组织管理的必要性	59
二、调查活动组织管理的内容	60
三、调查员必须具备的素质	62
第四章 社会测量	65
第一节 社会测量的概念与特征	65
一、什么是社会测量	65
二、社会测量的特点	67
第二节 社会测量的尺度	68
一、定类尺度	68
二、定序尺度	69
三、定距尺度	70

四、定比尺度	71
第三节 社会测量指标	73
一、调查指标及其设计	73
二、社会指标与社会指标体系	76
第四节 社会测量的信度和效度	79
一、社会测量的信度	79
二、社会测量的效度	81
三、信度与效度的关系	83
第五章 社会调查的基本类型	85
第一节 普查	85
一、普查的涵义与特点	85
二、普查的意义与应用范围	86
三、普查的方法与程序	87
四、普查的原则	89
五、普查实例:我国第三次人口普查	91
第二节 抽样调查	92
一、抽样调查的涵义与特点	92
二、抽样调查的应用	94
三、抽样调查的一般步骤	96
四、抽样调查的基本方法	101
五、抽样调查实例:全国城市职工家计调查抽样方法	109
第三节 典型调查	112
一、典型调查的涵义与特点	112
二、典型调查应注意的几个问题	114
三、典型调查的步骤	115
四、典型调查实例:县属镇中的“农民工”—— 江苏省吴江县的调查	116
第四节 个案调查	117

一、个案调查的涵义与特点	117
二、个案调查的应用与意义	118
三、个案调查的步骤	119
四、个案调查实例：城市地方社会保险的一体化建设——广东省佛山市个案研究	120
第六章 访谈法	123
第一节 访谈法的特点与种类	123
一、访谈法的特点	123
二、访谈法的种类	125
第二节 访谈的程序与技巧	129
一、访谈前的准备	129
二、进入访谈现场	132
三、谈话与记录技术	134
四、引导与追问技术	138
五、结束访谈	139
第七章 问卷法	141
第一节 问卷法的特点和种类	141
一、问卷法的特点	141
二、问卷调查法的基本类型	144
第二节 问卷设计的原则与步骤	145
一、问卷的结构	145
二、问卷设计的基本原则	148
三、问卷设计的主要步骤	150
第三节 问题及答案的设计	152
一、问题形式的设计	152
二、问题设计的要求	155
三、问题的数目和顺序	157
四、答案的设计	157

第四节	问卷的发放与回收	159
一、	问卷发放时应注意的问题	159
二、	如何提高问卷的回收率	160
第八章	观察法和文献法	162
第一节	观察法	162
一、	观察法的特点	162
二、	观察法的类型	164
三、	观察的基本原则	166
四、	观察过程中的记录技术	168
五、	观察误差及减少观察误差的方法	170
第二节	文献法	173
一、	文献法的特点	173
二、	文献资料的种类	175
三、	文献资料的收集方法	176
第九章	调查资料的整理方法	180
第一节	资料整理的意义和一般步骤	180
一、	资料整理的意义	180
二、	资料整理的原则	181
三、	资料整理的一般步骤	182
第二节	资料的审核与汇总	183
一、	资料审核的一般要求	183
二、	资料审核的方法	184
三、	资料的编码	185
四、	资料的汇总	187
第三节	资料的分组	190
一、	资料分组的意义	190
二、	分组标志的选择	193
三、	分组的类型	194

第四节	统计表与统计图的制作	199
一、	统计表的结构、种类及制作方法	199
二、	统计图的种类及制作方法	202
第十章	调查资料的统计分析	208
第一节	统计分析的性质与特点	208
一、	统计分析的基本特点	208
二、	统计分析的内容和步骤	210
三、	统计分析的作用和限度	212
第二节	单变量统计分析	213
一、	集中趋势	213
二、	离散程度	221
第三节	双变量统计分析	230
一、	双变量相关分析	230
二、	回归分析	236
第四节	统计推论	239
一、	区间估计	239
二、	假设检验	242
第五节	计算机在统计分析中的运用	245
一、	计算机在社会调查中的地位与作用	245
二、	计算机的运用对调查研究过程的影响	246
三、	计算机在统计分析中运用的一般步骤	247
第十一章	调查资料的理论研究	252
第一节	什么是理论研究	252
一、	理论研究的基本内涵	252
二、	理论研究在社会调查中的地位和作用	253
三、	理论研究的程序和步骤	255
第二节	比较研究	258
一、	比较是理论研究的基本方法	258

二、类型比较·····	259
三、历史比较·····	263
第三节 因果关系研究 ·····	268
一、探寻因果关系的一般方法·····	268
二、对因果关系的说明与解释·····	271
第四节 结构—功能分析 ·····	273
一、结构—功能分析的基本作用·····	273
二、结构—功能分析的方法·····	276
第十二章 调查报告的撰写 ·····	279
第一节 调查报告的特点和作用 ·····	279
一、调查报告的特点·····	279
二、调查报告的类型·····	281
三、调查报告的作用·····	284
第二节 调查报告的结构和写作方法 ·····	285
一、调查报告的结构·····	285
二、调查报告的写作程序·····	293
第十三章 社会调查的应用 ·····	298
第一节 民意测验 ·····	298
一、什么是民意测验·····	298
二、民意测验的由来和发展·····	300
三、民意测验的基本方法·····	303
四、民意测验方法的基本要求·····	305
五、案例分析·····	309
第二节 市场调查 ·····	311
一、市场调查概述·····	311
二、市场调查的内容与特点·····	314
三、市场调查的类型与程序·····	316
四、市场调查的基本方法·····	321

五、市场调查举例	324
附录 I	329
问卷(一) 卡·马克思:工人调查表	329
问卷(二) 社会流动与职业评价调查表	337
问卷(三) 上海市民生活方式问题调查表	349
附录 II	364
附表 1 随机数字表	364
附表 2 标准正态曲线下的面积表(Z 值表)	376
附表 3 t 值表	378
附表 4 χ^2 值表	380

第一章 绪 论

现代社会是一个复杂多变的信息社会。要正确认识并科学管理现代社会,离不开对社会信息准确及时的收集和处理。社会调查作为一种收集和处理社会信息的基本方法,在现代社会中具有越来越重要的作用。一切社会工作者和社会科学研究人员,都应该认真学习和掌握社会调查方法,努力提高自己的认识能力和工作水平。

第一节 什么是社会调查

一、社会调查的概念

社会调查是人们有目的地认识社会现象的一种活动。由于人们对这种活动所涉及的范围和内容的看法不同,因而对社会调查这一概念的理解也不相同。

有的学者认为,社会调查是收集社会资料的活动或过程。如:“社会调查是对生活在特定地理、文化或行政区域中的人的事实进行系统的收集。”^① 社会调查是“运用有目的地设计的询问方法搜集社会资料的过程”^②。“社会调查是指运用观察、询问等方法直接从社会生活中了解情况、收集事实和数据,它是一种感性认识活

① 《新社会学辞典》,上海译文出版社 1987 年版,第 338 页。

② 《国际社会学百科全书》,四川人民出版社 1989 年版,第 639 页。

动。”^① 这些表述都把社会调查仅仅看作是一种收集资料的活动或过程。按照这种理解,社会调查与社会调查研究这两个概念是不同的,因而是不能相互替代和混用的。

另一些学者认为,社会调查是对社会现象的完整的认识过程,它既包括收集资料的活动,又包括分析研究资料的活动。如:“社会调查是指对某一地区的社会现象、社会问题或社会事件,用实际调查的手段,取得第一手的材料,用以说明或解释所要了解的各种事实及其发生的原因和相互关系,并提供解决线索的一种科学方法。”“所谓社会调查,就是人们有目的有意识地通过对社会现象的考察、了解和分析、研究,来认识社会生活的本质及其发展规律的一种自觉活动。”这些表述都是从较宽泛的意义上理解这一概念的,即社会调查不仅包括了收集资料的活动,而且包括了分析研究资料、探究社会现象的本质和规律的过程。按照这种理解,社会调查就是社会调查研究的简称,这两个概念是可以相互替代和混用的。

上述情况表明,社会调查这一概念是多义的,它可以因人们所特指的调查活动的范围和内容的不同而有所差异。

从我国已出版的有关社会调查的教科书来看,多数教科书都倾向于不对社会调查和社会调查研究这两个概念作严格的区分,我们也同意这一看法。

我们认为,所谓社会调查,是指人们运用特定的方法和手段,从社会现实中收集有关社会事实的信息资料,并对其作出描述和解释的一种自觉的社会认识活动。这一定义包含了以下几层意思:

第一,社会调查是一种自觉的认识活动。社会调查区别于日常生活中人们对社会现象的观察和思考。日常生活中的观察与思

^① 《社会调查原理与方法》,高等教育出版社1990年版,第1页。

考不具有特定的明确的目的,而社会调查却是有目的有意识地观察和认识社会现象的活动。

第二,社会调查的对象是社会事实。它既包括像人口数量的变动、家庭规模的变动、青少年犯罪的状况等客观存在的社会事实,也包括人们的态度、意愿、意见等主观范畴的社会事实。社会调查在研究社会事实时,是从活生生的社会现实生活中直接收集社会事实材料并进行分析研究,而不是仅仅在书斋或图书馆里利用间接的文献材料进行研究的。是否直接从社会现实中收集事实材料,这是社会调查区别于理论研究的一个显著特点。

第三,社会调查的目的是透过现象揭示事物的真相和发展变化的规律性,并进而寻求改造社会的途径和方法。社会调查决不是对社会现象和社会事实的机械的、简单的、零碎的反映,而是要通过特定的方法和技术,在收集资料的基础上,经过去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里的整理加工和分析研究过程,逐步揭示出事物的真实面目和发展变化的规律,并进而寻求改造社会的途径和方法。

第四,社会调查是一门方法科学。社会调查有别于哲学以及经济学、社会学、政治学等社会科学学科。这些学科都有其完备的范畴体系和理论体系,而社会调查则不具备自己的理论体系。从学科性质上讲,社会调查是一门方法科学,而不是理论科学。

社会调查与哲学以及其他社会科学学科又有着密切的关系:一方面,哲学以及其他社会科学为社会调查提供了世界观、方法论和专门的理论指导,社会调查必须要接受一定的哲学思想和有关社会科学学科理论的指导。另一方面,社会调查为各门学科理论提供了基本的认识社会、了解社会的方法和途径。社会调查并不是属于某一专门的社会科学学科的(如社会学),它与各门社会科学密切相关,各门社会科学的发展都离不开社会调查这一获取知识的基本途径。

二、社会调查的特点

从对社会调查的上述界定可以看出,社会调查作为一种有目的的认识社会现象的活动,具有以下三个主要特点:

1. 实践性

社会调查的实践性是指在社会调查过程中离不开人的实践活动。它主要有如下三层含义:第一,社会调查一定要深入到实际的社会生活中去,从社会生活中直接收集第一手材料。第二,社会调查的研究课题来自于现实社会,其研究结果又服务于现实社会,因而它具有鲜明的现实性。第三,社会调查的方法与技术具有极强的操作性。

社会调查的这一特点使得它区别于纯粹的文献研究和实验室研究。社会调查可以运用文献研究和实验研究的方法,但纯粹的文献研究和严格意义上的实验室研究不属于社会调查的范畴。社会调查一定要深入到现实的社会生活中去,收集到可见数量的经验材料。关在书斋、图书馆里搞研究,不能称为社会调查。

2. 客观性

社会调查的客观性是指调查者在进行社会调查时,必须持实事求是、一切从实际出发的科学态度。在社会科学研究中,研究者的立场、观点必然会对研究过程产生影响,这在社会调查研究中也难以完全避免,但社会调查区别于社会科学理论研究的一个显著特点是,它更强调忠实于客观事实。理论假设必须经受客观事实的检验,一切调查结论必须来源于客观事实材料,而不能服从于某种主观愿望或某个利益主体的需要。

3. 综合性

社会调查的综合性特征有如下三层含义:第一,研究视角的综合性。社会调查研究总是放开视野、综观全局的。即使是研究社会具体现象,它也是注重从该现象与其他现象的相互关系中去把