

《社会调查教程》（第四版）配套用书

# 怎样搞好社会调查

主 编 / 水延凯

副主编 / 向德平 李咬明

## 图书在版编目 (CIP) 数据

怎样搞好社会调查/主编 水延凯.  
北京:中国人民大学出版社,2009  
ISBN 978-7-300-11321-0

- I. 怎…
- II. 水…
- III. 社会调查-调查方法
- IV. C915-31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 183465 号

《社会调查教程》(第四版) 配套用书

### 怎样搞好社会调查

主 编 水延凯  
副主编 向德平 李咬明

---

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	<a href="http://www.crup.com.cn">http://www.crup.com.cn</a> <a href="http://www.ttrnet.com">http://www.ttrnet.com</a> (人大教研网)	
经 销	新华书店	
印 刷	北京东君印刷有限公司	
规 格	170 mm×228 mm 16 开本	版 次 2009 年 12 月第 1 版
印 张	23.25 插页 1	印 次 2009 年 12 月第 1 次印刷
印 数	409 000	定 价 32.00 元

---

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

## 前 言

《社会调查教程》(第三版)及其配套用书《专题调查及实例评析》是2003年5月和12月先后问世的。它们出版后,先后收到许多读者来信、来电,除对这两本书表示肯定或赞赏外,还提出了一些批评或建议。概括起来,这些批评或建议主要集中在三个方面:一是对书中某些章节的论述和文字,提出询问或质疑;二是希望介绍一些案例,并对其进行剖析;三是希望联系实际,解答一些调查过程中遇到的实际问题。

根据我们从事社会调查方法教学 and 实际调查的经验,结合读者上述意见,经与中国人民大学出版社潘宇博士商量,我们决定《社会调查教程》(第四版)及配套用书共编著、出版三本:一是《社会调查教程》(第四版)(已于2007年6月出版)。作为一本讲授教材,它必须注重学科的理论性、知识性、系统性、方法性和实用性,并突出其原有的中国特色。但是,章节不能过多、篇幅不能过长、价格不能过高,在结构、内容、形式和篇幅等方面必须适合高等院校教学的实际需要,其价格要适应学生的购买能力。二是《社会调查案例教程》(已于2008年9月出版)。作为一本辅助教材,该书选择了五个案例,主要围绕“案例简介”、“案例评析”和“趋势与展望”展开论述,其编写目的是帮助读者学习和应用社会调查的知识和技术,其撰稿原则是以案例为中心、以调研方法为重点,力求体现实用性、知识性和方法性等特点。三是《怎样搞好社会调查》。其定位是以社会调查实践经验为基础、以调查研究方法和技术为重点的社会调查学用书。它既可作为高等院校、各级党校、各类干校有关课程的辅助教材或教学参考书,也可作为党政机关干部、社会科学研究者、企事业单位调研人员、社会工作者组织和领导社会调查课题的指导用书。

为了编撰好这本《怎样搞好社会调查》,我们的选题原则是,社会调查中经常遇到的实际问题,也是自己有独特体会的问题,据此共选择了八个专题。其撰稿要求是,尽可能与《社会调查教程》(第四版)挂钩,力求体现知识性、方法性、实用性和可操作性等特点。其撰稿模式是,每个专题,一般应该包括以下几个部分:(1)问题的提出;(2)理论知识;(3)实践经验;(4)案例简介;(5)焦点评析;(6)相关链接;(7)思考问题;(8)推荐书目。这几部分可根据实际情况适当合并或变更。这些原则、要求和模式,是否正确,是否得到贯彻,

是否适合社会调查的实际需要，希望得到广大读者、社会调查学同行的坦率批评和指教。

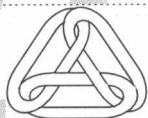
本书八个专题的编著者分别是：专题一“怎样搞好抽样”，水延凯、李咬明；专题二“如何检索、整理、引用文献”，李光勇；专题三“怎样采集网络文献和进行网络调查”，李法运；专题四“如何进行深度访谈”，程玲；专题五“怎样听取受访者的回答”，王筠、陈麒安；专题六“如何加强非言语语言交流”，水延凯、柳祥珍、水迎波；专题七“怎样应用 SPSS 软件搞好统计分析”，童玉英、徐莉；专题八“如何撰写学术性调查报告”，向德平、姚霞。本书副主编向德平、李咬明对书稿进行了审读和修改；本书主编水延凯负责全书的统稿和定稿工作。此外，柳祥珍、赵雪滢、吴浩为本书的资料汇集、编撰和校对做了大量工作。

本书的编著和出版，得到中共孝感市委党校、华中师范大学社会学院的关怀和支持，得到中国人民大学出版社人文出版分社副社长、编审潘宇博士，责任编辑徐晓梅的具体帮助，特在此一并表示谢意！

水延凯

2009年7月16日于孝感

# 目录



## 专题一 怎样搞好抽样

一	问题的提出	3
二	基本知识	3
	(一) 抽样调查的概念和程序	3
	(二) 非随机抽样及其方法	4
	(三) 随机抽样及其方法	4
三	经验与实例	6
	(一) 两对基本概念问题	6
	(二) 界定调查总体问题	8
	(三) 编制抽样框问题	20
	(四) 两个抽样方法问题	30
	(五) 非抽样误差问题	35
四	焦点评析	45
	(一) 科学界定调查总体	45
	(二) 实事求是地编制抽样框	46
	(三) 认真贯彻随机原则	47
	(四) 努力控制非抽样误差	48
五	相关链接	48
	(一) 选择回答人方法简介	48
	(二) 野值、极值的判别与处理	49
六	思考问题	51
七	推荐书目	51

**专题二 如何检索、整理、引用文献**

一 问题的提出 .....	55
二 基本知识 .....	55
(一) 文献的概念 .....	55
(二) 文献的特点 .....	56
(三) 文献的功能 .....	56
(四) 文献的类型 .....	56
三 经验与实例 .....	58
(一) 文献检索 .....	58
(二) 文献整理 .....	84
(三) 文献引用 .....	88
四 焦点评析 .....	96
(一) 文献检索 .....	96
(二) 文献整理 .....	96
(三) 文献引用 .....	97
五 相关链接 .....	98
(一) 常用检索文献的网址 .....	98
(二) 常用网上书店 .....	100
(三) 常用核心期刊要览 .....	100
(四) 常用计算机型文献阅读器 .....	100
(五) 常用学术论坛网 .....	101
六 思考问题 .....	103
七 推荐书目 .....	103

**专题三 怎样采集网络文献和进行网络调查**

一 问题的提出 .....	107
二 网络文献采集 .....	107
(一) 什么是网络文献 .....	107
(二) 网络文献的检索 .....	114
(三) 网络文献的获取 .....	125
三 网络调查 .....	127
(一) 网络调查的概念 .....	127

(二) 网络调查的类型·····	128
(三) 网络调查的一般步骤·····	136
(四) 网络问卷调查注意事项·····	142
(五) 网络调查的优点和缺点·····	144
四 焦点评析·····	146
五 相关链接·····	148
(一) 互联网·····	148
(二) 万维网·····	149
(三) Access 简介·····	150
六 思考问题·····	155
七 推荐书目·····	156

#### 专题四 如何进行深度访谈

一 问题的提出·····	159
二 知识和经验·····	159
(一) 深度访谈概述·····	159
(二) 深度访谈的准备·····	161
(三) 深度访谈过程·····	166
(四) 深度访谈应该注意的事项·····	174
(五) 对深度访谈的评价·····	176
三 案例简介及点评·····	177
(一) 案例简介·····	177
(二) 案例点评·····	187
四 焦点评析·····	188
(一) 研究者的角色问题·····	188
(二) 研究结论的推论问题·····	189
(三) 深度访谈中应该注意的两个问题·····	189
五 相关链接·····	190
(一) 参与观察·····	190
(二) 群体深度访谈·····	190
(三) 民族志法·····	190
(四) 口述史法·····	191
(五) 叙事研究·····	191

六 思考问题·····	192
七 推荐书目·····	192

### 专题五 怎样听取受访者的回答

一 问题的提出·····	195
二 理论知识·····	196
(一) “听”的内涵·····	196
(二) “听”的技巧·····	199
三 实践经验·····	203
(一) 做好充分准备·····	204
(二) 尽量减少障碍·····	205
(三) 应对不会表达的受访者·····	206
(四) 注重细节·····	207
四 案例简介及点评·····	208
(一) 案例简介·····	208
(二) 案例点评·····	215
五 焦点评析：怎样“听”出真实意思·····	216
(一) 避免主观错误·····	216
(二) 发现不真实回答·····	217
六 相关链接：提高记忆效果·····	218
七 思考问题·····	220
八 推荐书目·····	220

### 专题六 如何加强非言语语言交流

一 问题的提出·····	225
二 理论知识·····	225
(一) 定义·····	225
(二) 类别·····	226
(三) 特点·····	227
(四) 功能·····	231
(五) 意义·····	233
三 经验与实例·····	234





(一) 场景	234
(二) 服饰	239
(三) 表情	245
(四) 姿势	251
(五) 动作	255
(六) 副言语	258
(七) 功能性发声	260
四 焦点评析	261
五 相关链接	264
(一) 触摸	264
(二) 界域	266
六 思考问题	268
七 推荐书目	269

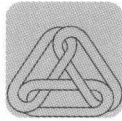
#### 专题七 怎样应用 SPSS 软件搞好统计分析

一 问题的提出	273
二 知识与经验	273
(一) SPSS 软件及其在社会调查中的作用	273
(二) SPSS 数据文件的建立	274
(三) 单变量统计描述分析及在 SPSS 软件中的相关操作	277
(四) 单变量统计推断及在 SPSS 统计软件中的相关操作	289
(五) 双变量统计分析及在 SPSS 统计软件中的相关操作	299
三 案例简介	313
四 焦点评析	321
(一) 定义变量时容易出现的错误：变量类型与变量测量层次的分 区	321
(二) 多选题编码的方法	322
(三) 对输出表格的编辑	324
五 相关链接：SPSS 常用菜单中英文词汇表	326
六 思考问题	328
七 推荐书目	329

专题八 如何撰写学术性调查报告

一	问题的提出	333
二	理论知识与实践经验	333
	(一) 学术性调查报告的结构	333
	(二) 学术性调查报告的撰写	334
三	案例简介及点评	348
	(一) 案例简介	348
	(二) 案例点评	358
四	焦点评析	358
五	相关链接：如何撰写应用性调查报告	359
	(一) 标题	359
	(二) 导言	360
	(三) 主体	360
	(四) 结尾	361
六	思考问题	361
七	推荐书目	362

专题一



# 怎样搞好抽样





## 一 问题的提出

抽样调查是从西方移植过来的一种调查方法，它是对普查和典型调查的逻辑补充和发展。抽样调查具有调查的客观性、定量的准确性、结论的科学性、适用的广泛性，以及调查效率较高、调查成本较低等优点。因而，它的使用频率越来越高，现已成为学术性调研、行政性调研和应用性调研中使用得最广泛的一种调查方法。

搞好抽样，是抽样调查成败的一个关键。从实践看，许多抽样调查中的抽样工作，往往存在或多或少的缺陷。其原因主要有二：一是对抽样的一些概念和方法存在着认识上的误解或操作上的失误；二是照搬照抄西方的某些抽样方法，而不善于使这些方法中国化、本土化。因此，我们很有必要从中国实际出发，探讨一下怎样搞好抽样的问题。

## 二 基本知识

### （一）抽样调查的概念和程序

#### 1. 抽样调查的概念和特点

抽样调查，就是先将调查对象编制成抽样框，然后运用一定的方法从抽样框中抽取一部分抽样单位作为样本，并以对样本调查的结果来推断调查总体的调查方法。

它的主要特点是：（1）调查对象只是作为样本的一部分抽样单位，而不是全部或个别、少数抽样单位；（2）样本一般按照随机原则抽取，而不由调查者主观确定；（3）调查目的不是说明样本，而是从数量上推断总体；（4）随机抽样调查的误差可以计算，误差范围可以控制。总之，它是既不同于普查、又不同于典型调查（重点调查、个案调查）的另一种调查类型。

#### 2. 抽样调查的一般程序

抽样调查的一般程序是：设计抽样方案，界定调查总体，选择抽样方法，编制抽样框，抽取调查样本，评估样本质量。然后，再对样本进行调查。

抽样方法有两类：一类是非随机抽样，另一类是随机抽样。凡是要从数量上推断调查总体的抽样调查，都必须采取随机抽样方法。

## （二）非随机抽样及其方法

### 1. 什么是非随机抽样

非随机抽样又称非概率抽样，它是指调查者根据自己的方便或主观判断抽取样本的方法。非随机抽样是相对于随机抽样而言的。

### 2. 非随机抽样的具体方法

非随机抽样的方法很多，其中常用的有四种：一是偶遇抽样，又称方便抽样或便利抽样；二是判断抽样，又称立意抽样；三是配额抽样，又称定额抽样；四是滚雪球抽样。非随机抽样简便易行，可获得许多生动、具体的感性资料。但是，它的调查质量主要取决于调查者的主观素质、工作态度和各种偶然因素，其代表性、客观性较差，样本调查资料不能从数量上推断调查总体。

## （三）随机抽样及其方法

随机抽样是以概率论为基础、按随机原则抽取样本的方法。随机原则又称机会均等原则，即抽样框中每一个抽样单位都有被抽取的同等可能性。常用的随机抽样方法有以下五种。

### 1. 简单随机抽样

简单随机抽样就是从抽样框中按照随机原则抽取若干抽样单位作为调查样本的方法。常用的简单随机抽样方法有：直接抽样法；抽签法或抓阄法；随机数表法等。

简单随机抽样是随机抽样方法中最简单、最基本的方法，是其他随机抽样方法的基础。它的优点是：简便易行，只要有抽样单位名单就可进行。它的缺点是：只适用于调查对象数量不多的调查总体，样本代表性较差，抽样误差较大，抽取的样本可能过于分散或集中。

### 2. 等距随机抽样

等距随机抽样又称机械随机抽样或系统随机抽样，其具体抽样方法是：首先，编制抽样框；其次，计算抽样间隔距离；再次，在第一个抽样间隔内随机抽取一个号码作为第一个样本；最后，按照抽样间隔距离，等距离抽取调查样本。

等距随机抽样的优点是：样本分布比较均匀，代表性较高，抽样误差小于简单随机抽样，而且比较简便易行。它的缺点是：抽样单位总数不能太多，要有完整的登记册，抽样间隔距离要避免与调查对象的周期性节奏相重合，否则就不能准确地说明调查总体。

### 3. 分类随机抽样

分类随机抽样又称分层随机抽样，其具体抽样方法是：首先，将抽样单位按一定标准分成若干类（或层）；其次，根据各类（或层）抽样单位数与抽样单位总数的比例，确定各类（或层）抽取样本单位的数量；最后，按照简单或等距随机抽样方法从各类（或层）中抽取样本。

分类随机抽样的优点是：适用于抽样框内抽样单位总数较多、抽样单位之间差异较大的调查对象，而且抽样误差较小或所需样本数量较少。它的缺点是：必须对调查总体各单位的情况有较多的了解，否则就无法科学分类，而这一点在实际调查之前又往往难以做到。

### 4. 整群随机抽样

整群随机抽样又称聚类随机抽样或集体随机抽样，就是先将抽样单位按一定标准分成许多群体，把每一个群体看做一个抽样单位；然后，按照随机原则从这些群体中抽出若干群体作为调查样本；最后，对样本群体中的每一个抽样单位逐个进行调查。

整群随机抽样的优点是：调查样本比较集中，调查工作比较方便，可节省人力、财力、物力和时间。它的缺点是：调查样本分布不均匀，代表性较差，与上述几种抽样方法相比较，在样本数量相同的情况下，抽样误差较大。

### 5. 多段随机抽样

多段随机抽样又称分段随机抽样，就是把抽取样本的过程分成两个或两个以上阶段进行的抽样方法。它的步骤是：（1）确定抽样单位。先将抽样单位按一定标志分成若干群体，作为第一级抽样单位。然后，将第一级抽样单位又分成若干小群体，作为第二级抽样单位。以此类推，还可分为第三级、第四级抽样单位。（2）抽取各级样本。依照随机原则先在第一级抽样单位中抽出若干群体作为第一级样本。然后，再在第一级样本中抽出第二级样本。以此类推，还可抽出第三级、第四级样本。调查对象至第二级样本者，称为二段随机抽样；至第三级、第四级样本者，分别称为三段或四段随机抽样。（3）对最后抽出的样本单位逐个进行调查。

多段随机抽样方法的优点是：它特别适合于调查总体范围大、调查对象单位多、情况比较复杂的调查课题；它有利于把各种随机抽样方法的优点综合起来，从而达到以最小的人财物力消耗、最短的时间获得最佳调查效果的目的；它对调查总体各单位情况了解程度的要求较低，一般只要对下一个层次单位的情况有所了解就可进行抽样。它的主要缺点是：抽样误差较大，抽样阶段越多抽样误差越大，它的误差是各阶段抽样误差之和。

有关抽样调查的基本知识，可参见《社会调查教程》（第四版），第 87～97 页。

### 三 经验与实例

从抽样实践看，很有必要对以下五个实际问题进行较深入的探讨。

#### （一）两对基本概念问题

要搞好抽样，必须明确两对基本概念。

##### 1. 调查对象和抽样单位

调查对象是指调查过程中被查询有关信息的单位。调查对象可以是个人、家庭、单位或社区（如村委会、居委会、乡镇、街道、县市等），也可以是各种社会事物（如住宅、耐用消费品等）和各种社会现象（如教育、医疗、婚姻和犯罪）等。

抽样单位是指抽样过程中使用的单位，它可以是调查对象（如个人、单位、乡镇、住宅、刑事犯罪案件等），也可以是调查对象的某种集合体（如对居民来说的村委会或居委会，对住宅来说的小区，对学生来说的班级，对刑事案件来说的年度刑事案件等）。

调查对象与抽样单位一般是一致的。例如，在人口抽样调查中，调查对象是个人，抽样单位也是个人；在大学生抽样调查中，调查对象是大学生，抽样单位也是大学生等。但是，在分类抽样、整群抽样和多段抽样中，调查对象与抽样单位却往往不一致。例如，在分类抽样、整群抽样中，调查对象是职工个人，抽样单位则可能是班组或车间；在多段抽样中，调查对象是农民、学生，抽样单位则可能是村委会或乡镇、班组或年级。

由于调查对象是指调查过程中被查询有关信息的最后单位——不管是个人、家庭、单位、社区，还是社会事物或社会现象，都不存在级别问题。抽样单位是指抽样过程中使用的单位，它可以是被查询有关信息的最后单位，也可以是被查询有关信息最后单位的某种集合体。因此，除一级抽样不存在抽样单位级别外，二级及其以上抽样都存在抽样单位的级别问题。例如，在二级抽样中，第一级抽样单位就不是调查对象，而是调查对象的集合体（如车间、村委会、班级），第二级抽样单位才是调查对象（如工人、农民、学生）；在三级抽样中，第一级抽样单位是调查对象的第一级集合体（如工厂、乡镇、学校），第二级抽样单位是





调查对象的第二级集合体（如车间、村委会、班级）；第三级抽样单位才是调查对象（如工人、农民、学生）。其余类推，在四级和五级抽样中，则有第四级、第五级抽样单位。

由于二级及其以上抽样中的抽样单位是分级别的，因而抽出的样本也是分级别的。在二级抽样中，从一级抽样单位中抽出的样本，称为“一级样本”，从二级抽样单位中抽出的样本，称为“二级样本”。其余类推，在三级抽样中，有三级样本，在四级抽样中，有四级样本，在五级抽样中，有五级样本。

这一切都说明，“调查对象”与“抽样单位”是两个既相联系、又相区别的概念。只有清楚地掌握它们的内涵、外延和特点，才能正确使用这两个概念。

## 2. 调查总体和抽样框

调查总体是指全部调查对象的集合体。比如，一个单位的全部职工，一个村委会的全部住宅，一个学校的全部班级，一个县的全部乡镇，一个年度的全部刑事案件等。

抽样框则是指进入抽样过程的全部抽样单位的名单。比如，某单位提供的用于抽样的全部职工名册，某县市提供的用于抽样的全部村委会名单，某学校提供的用于抽样的全部学生名单，某法院提供的用于抽样的全部刑事案件卷宗编号等。

抽样调查的主要目的不是说明样本本身，而是通过对样本的调查来推断总体。因此，从理论上说，抽样框应该与调查总体保持一致，即应该尽可能包括全部调查对象。但是，在实践中，抽样框却很难包括全部调查对象，很难与调查总体完全一致。例如，要调查居住在某居委会的全部人口，从理论上说，调查总体就是居住在本居委会全部居民家庭的人口，抽样框就是居住在本居委会全部居民家庭人口的花名册。在实践中，人们往往把居委会的户口登记册作为“抽样框”。但是，它与实际的调查总体往往存在着许多差异：一是许多城镇居委会只管理无单位的一般城镇居民户口，而不管理机关、企事业单位工作人员的户口（它们往往由公安部门直接管理）。二是上级机关、学校、企事业单位工作人员虽然居住在本居委会，但他们的户籍往往不在本居委会。三是外来务工人员、经商人员和住读学生虽然常年工作、学习、生活和居住在本居委会地域，但在本居委会并没有户籍。四是在本居委会户籍居民中，总有一部分人常年在外地务工、经商、求学，根本不居住在本居委会地域。五是居委会户口登记册的更新总是大大落后于家庭户的分合和住址变更。六是由于“卖户口”等原因形成的有户无人现象比比皆是。这些实际问题说明，如果简单地把居委会户口登记册作为抽样基础的抽样框，就不可能与调查总体（居住在某居委会地域的全部人口）相一致。