

SHHUIKEXUE SUYANG YU XUQIUO YANJIOU

让社会科学走向大众丛书

第1辑

安徽省城乡公众

社会科学素养与需求研究

□ 安徽省社科联课题组 著



科学技术出版社

让社会科学走向大众

让社会科学走向大众 让社会科学走向大众

让社会科学走向大众 让社会科学走向大众

让社会科学走向大众 让社会科学走向大众 让社会科学走向大众

让社会科学走向大众丛书 第1辑

安徽省城乡公众 社会科学素养与需求研究

安徽省社科联课题组 著



安徽科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

安徽省城乡公众社会科学素养与需求研究/安徽省社
科联课题组著. —合肥:安徽科学技术出版社, 2004. 10
ISBN 7-5337-3082-8

I. 安… II. 安… III. 公民-社会科学-修养-调
查研究-安徽省 IV. C125.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 105324 号

*

安徽科学技术出版社出版

(合肥市跃进路 1 号新闻出版大厦)

邮政编码: 230063

电话号码: (0551) 2833431

E-mail: yougoubu@sina.com

yougoubu@hotmail.com

网址: www.ahstp.com.cn

新华书店经销 安徽省统计局印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 1/16 印张: 17.5 字数: 312 千

2004 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月第 1 次印刷

印数: 2 075

定价: 20.00 元

(本书如有倒装、缺页等问题, 请向本社发行科调换)

让社会科学走向大众丛书

编委会

主 任：程必定

副主任：祁家云

委 员：（以姓氏笔画为序）

江世龙 周之林 周翔飞

洪永平 都宜金 殷保章

编辑部

主 任：江世龙

编 辑：邸乘光（特邀） 韩修良 吴琼红

安徽省城乡公众社会科学素养与需求研究

课题组

组 长：程必定

副组长：祁家云

成 员：李抗美 沈 葵 邱乘光
江世龙 都宜金

序 言

程必定

提高全民族的思想道德素质和科学文化素质是党的十六大确定的全面建设小康社会的目标之一，而广泛深入持久地开展社会科学知识的普及工作，则是提高全民族思想道德素质、科学文化素质的基础性工作。社会科学界联合会作为党领导下的学术性群众团体，肩负的重要任务之一就是组织和开展社会科学知识普及工作。因此，安徽省社会科学界联合会决定，在编辑出版《学界兴皖论丛》的同时，自2004年起也编辑出版名为《让社会科学走向大众》的社会科学知识普及丛书。

开展社会科学知识普及工作必须有的放矢、重在实效，这就需要了解公众的社会科学素养和对社会科学的需求情况，给他们送去最需要的社会科学知识，让社会科学走向大众。为此，安徽省社会科学界联合会根据中共安徽省委宣传部的部署，于2003年首次开展了安徽省城乡公众社会科学素养与需求抽样调查，全省各省委宣传部和社科联直接组织了问卷的发放和回收，做了大量的工作。省社科联又组织课题组，对丰厚的问卷调查资料进行了科学的分析与研究，其成果作为社会科学知识普及丛书的第一辑是最合适不过的了。

如何判断、评价和识别公众社会科学素养和需求状况，在我国还是一个新的课题，本书对此进行了初步的探讨。关于公众的社会科学素养状况，本书是从公众的知识素养、能力素养和科学精神素养三个方面加以考察的；关于公众的社会科学需求状况，本书是从公众的工作性需求、生活性需求和调整知识结构的需求三个方面加以考察的。这些问题都有相应的问卷支撑，并能根据样本中的相关数据进行量化分析。研究结果表明，这种安排基本可以清晰而又较为准确地反映公众的社会科学素养与需求状况。这是本书的一个重要特征，也是在社会科学知识普及理论和方法研究创新上的一种尝试。

本书的研究有两个重要的结论：其一，安徽省城乡公众对社会科学的重要作用基本形成了共同认识，也具有运用社会科学知识处理实际问题的能力，但从总体上看，城乡公众的社会科学素养不高；其二，安徽省城乡公众对社会科学的需求比较普遍，但需求的差异性大，获取社会科学知识的渠道也不够通

畅。这两个基本结论反映出当前的社会科学知识普及工作还相对滞后。显然，这不仅对社会科学研究提出了新的要求，也对社会科学知识普及工作提出了新的课题。

今年元月5日，中共中央发布3号文件，提出关于进一步繁荣发展哲学社会科学事业的意见，中共安徽省委也及时提出了实施意见，哲学社会科学事业必将进入新的发展阶段。哲学社会科学事业繁荣发展的一个重要标志是社会科学知识普及工作的深入发展。对城乡公众社会科学素养与需求的抽样调查，本身就是一项很有意义的社会科学知识普及活动，我们希望通过本书对这次活动进行研究与总结，以进一步推动我省社会科学知识普及工作的发展。

2004年9月5日

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 调查方法与调查对象	1
第二节 数据统计与程序设计	6
第三节 城乡公众社会科学素养与需求概况	10
第四节 研究城乡公众社会科学素养与需求的意义	17
第二章 城市公众社会科学素养分析	19
第一节 城市公众对社会科学了解程度分析	19
第二节 城市公众思想理论素养分析	24
第三节 城市公众对社会科学作用认识程度分析	30
第四节 城市公众社会科学素养综合比较	36
第三章 农村公众社会科学素养分析	40
第一节 农村公众对社会科学了解程度分析	40
第二节 农村公众思想理论素养分析	44
第三节 农村公众对社会科学作用认识程度分析	50
第四节 农村公众社会科学素养综合比较	58
第四章 新的社会阶层社会科学素养分析	64
第一节 新的社会阶层对社会科学了解程度分析	64
第二节 新的社会阶层的思想理论素养分析	71
第三节 新的社会阶层对社会科学作用认识程度分析	78
第四节 新的社会阶层社会科学素养综合比较	81

第五章 城市公众社会科学需求分析	89
第一节 城市公众对社会科学的结构性需求分析	89
第二节 城市公众对社会科学的工作性需求分析	97
第三节 城市公众对社会科学的生活性需求分析	102
第四节 城市公众社会科学需求综合比较	106
第六章 农村公众社会科学需求分析	111
第一节 农村公众对社会科学的结构性需求分析	111
第二节 农村公众对社会科学的工作性需求分析	115
第三节 农村公众对社会科学的生活性需求分析	119
第四节 农村公众社会科学需求综合比较	124
第七章 新的社会阶层社会科学需求分析	130
第一节 新的社会阶层对社会科学的结构性需求分析	130
第二节 新的社会阶层对社会科学的工作性需求分析	134
第三节 新的社会阶层对社会科学的生活性需求分析	136
第四节 新的社会阶层对社会科学需求综合比较	138
第八章 城乡公众社会科学素养比较	152
第一节 城乡公众对社会科学了解程度的差异分析	152
第二节 城乡公众的思想理论素养差异分析	157
第三节 城乡公众对社会科学作用认识程度的比较	163
第四节 城乡公众社会科学素养差异的综合比较	169
第九章 城乡公众社会科学需求比较	174
第一节 城乡公众社会科学结构性需求差异分析	174
第二节 城乡公众社会科学工作性需求差异分析	180
第三节 城乡公众社会科学生活性需求差异分析	186
第四节 城乡公众对社会科学知识普及认识的比较	195
第五节 城乡公众社会科学需求综合比较	200

第十章 城乡公众社会科学素养与需求的综合比较	206
第一节 城乡公众社会科学素养与需求总体比较.....	206
第二节 城市公众社会科学素养与需求比较分析.....	212
第三节 农村公众社会科学素养与需求比较分析.....	218
第四节 新的社会阶层社会科学素养与需求比较分析.....	223
第五节 城乡公众社会科学素养与需求综合评价.....	229
第十一章 加强社会科学知识普及工作 提高城乡公众社会科学素养	233
第一节 社会科学知识普及的意义.....	233
第二节 社会科学知识普及的内容和对象.....	236
第三节 社会科学知识普及的方法和途径.....	240
第四节 加大对社会科学知识普及的扶持力度.....	243
附 录	
附录一: 调查问卷.....	248
附录二: 调查对象基本情况.....	254
附录三: 总样本对调查问卷有关题各选项的选择频数.....	255
附录四: 总样本及分类样本对调查问卷有关题各选项的选择频数.....	258
附录五: 量化综合评价指数.....	266
后 记	267

第一章 绪 论

社会科学素养是人的科学文化素质的重要方面。党的十六大把人的科学文化素质纳入全面建设小康社会的目标,当然也包括人的社会科学素养。为了解城乡公众社会科学素养及对社会科学知识需求的基本状况,安徽省社会科学界联合会(以下简称“省社科联”)于2003年在全省开展了“安徽省城乡公众社会科学素养与需求抽样调查”活动。本次调查共发放问卷10 500份,收回10 000份,回收率95.24%;其中合格问卷7 217份,占发放总数的68.73%,占回收总数的72.17%。这是安徽省首次在全省范围内系统地获取城乡公众社会科学素养及对社会科学知识需求的大量资料,较为真实地反映出全省城乡公众社会科学素养与需求现状,对于推进社会科学知识普及和哲学社会科学研究的深化,具有极为重要的价值。

第一节 调查方法与调查对象

本次抽样调查是按照科学的理论和方法开展的。从调查范围的划定、调查对象的选择、问卷的设计,到调查的实施、数据的统计分析、综合评价系统的确立及综合研究等,都精心安排、有序运行,达到了预期的效果。

一、问卷设计的原则

问卷法调查是社会调查的方法之一。在调查过程中,被调查者只能与问卷直接对话,调查实施者与被调查者的对话也只能通过问卷来实现,因而整个调查过程具有间接性。调查的间接性决定了问卷提问方式和内容的设计必须科学、合理,并且具有可获性,从而保障调查结果的真实性。据此,本次调查问卷设计了一系列可供被调查者选择的选项。

根据调查对象的特征和调查目的,按以下原则设计调查问卷的选项:一是广泛性原则,即调查对象范围较广,问卷内容必须力求适应不同性别、不同职业、不同文化程度和不同年龄层次的被调查者;二是基础性原则,即所有提问

都是社会科学一般的基础问题或时事政治问题,答卷难度较低;三是现实性原则,即所提问题与现实的政治、经济、社会和本省的省情有关,并且是不同性别、不同职业、不同文化程度和不同年龄层次的被调查者都可能接触到的社会现实;四是简便易行原则,即问卷规模适度、出题思路清晰、设问明白易懂,主要体现在两个方面,一是问卷分量不重,二是答题方式简便。

二、调查问卷的结构

调查问卷由4个部分组成(见附录一)。第一部分为被调查者的个人信息,包括性别、年龄、文化程度、职业或身份。其中,年龄分为18~35岁、36~45岁、46~60岁及61岁以上4档;文化程度分为初中以下、高中及中专、大专、大学以上4档;职业或身份分为公务员、事业单位工作人员、自由职业者、企业工人、企业管理者、在校大学生、农民、城市农民工、村干部、私营企业主、个体户、离退休人员、企业下岗职工、新待业人员14种。为便于数据统计和分析,按职业或身份的不同,将被调查者分为3类:第一类为城市公众,包括公务员、事业单位工作人员、企业工人、企业管理者、在校大学生、离退休人员、企业下岗职工、新待业人员;第二类为农村公众,包括农民、村干部、城市农民工(城市农民工虽暂时生活在城市,但其社会生活经验仍来自农村,其社会科学素养与需求受农村环境影响较大,故将其列入农村公众范围);第三类为在市场经济环境中成长起来的新的社会阶层。改革开放以来,我国的社会阶层构成发生了新的变化,出现了民营科技企业的创业人员和技术人员、受聘于外资企业的管理技术人员、个体户、私营企业主、中介组织的从业人员、自由职业人员等新的社会阶层。我们在抽样调查时,从安徽的实际出发,把人数相对较多的个体户、私营企业主和自由职业者这3个社会阶层的人员确定为新的社会阶层的调查对象。故本课题中所说的“新的社会阶层”特指个体户、私营企业主和自由职业者,而非指所有的新的社会阶层。

第二部分侧重于了解被调查者社会科学素养情况,共16大题102小题,内容涉及对社会科学基本知识的了解,对社会科学作用的认识和实际感受,对社会科学关心程度,以及获取社会科学知识的渠道等。问卷内容分为非正误题和正误题两类。所谓非正误题是指被调查者答题只有是否全面之分,没有正误之别,这类题立足于从一般层次了解被调查者的社会科学素养;正误题则是指被调查者答题有正确或错误之分,这类题只有惟一正确的答案,立足于从较深的层次了解被调查者的社会科学素养。

表 1-1 样本市问卷回收及合格情况

市 别	代 码	回收问卷总数	回收合格问卷数	合格率 (%)
合 肥	001	1000	719	71.90
淮 北	002	500	433	86.60
亳 州	003	600	380	63.33
宿 州	004	700	442	63.14
阜 阳	005	800	609	76.13
蚌 埠	006	700	482	68.86
淮 南	007	500	393	78.60
滁 州	008	500	413	82.60
巢 湖	009	500	393	78.60
六 安	010	500	399	79.80
马 鞍 山	011	500	390	78.00
芜 湖	012	600	364	60.67
铜 陵	013	500	367	73.40
池 州	014	500	371	74.20
安 庆	015	600	423	70.50
宣 城	016	500	365	73.00
黄 山	017	500	276	55.2
合 计	-	10000	7217	72.17

第三部分侧重了解被调查者对社会科学知识的需求情况,这部分题目是以假设提问的方式提出的,分为三种情况:一是给定某些方面的社会科学知识,供被调查者选择是否需求;二是某些问题的选择是限于职业或身份的,但要求被调查者无论是何职业或身份,都应作出选择,这时,被调查者对自己的身份或职业就要作自我假设;三是提出若干在普通人看来比较困惑的社会现象,假设每个被调查者都会身临其境,并要作出选择。这部分共 9 大题 36 小题,立足于从职业因素、生活因素、知识结构因素三个方面了解城乡公众对社会科学的需求程度。所提问题既具有针对性,也有一定的前瞻性。答题分单项选择和多项选择两种类型。

第四部分是为加强和改善社会科学知识普及工作而专门设计的,共3大题25小题,包括了解被调查者对社会科学知识普及的态度、要求,以及对社会科学知识普及方式与方法的选择。

三、问卷发放与回收

本次调查是由安徽省委宣传部部署,各省辖市委宣传部支持,省、市社科联具体操作,协作进行的一次大规模的社会调查。各市社科联主要承担问卷发放与回收任务。

为保证可比性,问卷发放有两个原则,一是按照样本市人口密度、经济密度(GDP/平方千米)确定发放量(见表1-1);二是根据职业或身份确定问卷分配比率(见表1-2)。

表1-2 按职业或身份分配问卷比率及回收合格问卷情况

职业或身份	问卷分配比率(%)	回收合格问卷量	合格率(%)
公务员	10	942	94.20
事业单位工作人员	15	1249	83.27
自由职业者	5	349	69.80
企业工人	12	834	69.50
企业管理者	5	484	96.80
在校大学生	8	736	92.00
农民	8	474	59.25
城市农民工	4	245	61.25
村干部	6	482	80.33
私营企业主	5	297	59.40
个体户	7	431	61.57
离退休人员	5	220	44.00
企业下岗职工	5	218	43.60
新待业人员	5	256	51.20
合计	100	7217	72.17

从表 1-1 看, 问卷发放覆盖全省, 问卷发放和回收量的差异, 是与各样本市的人口及经济社会状况差异状况相一致的。

由表 1-2 可见, 不同职业或身份的调查对象, 问卷合格率差异很大。最高的为企业管理者, 合格率为 96.80%, 超过了公务员; 最低是企业下岗职工, 仅 43.60%, 甚至低于农民 (59.25%)。

四、调查对象的分布

被调查者的区域分布与职业或身份情况详见表 1-1 和表 1-2, 从被调查者的类别、性别、年龄、文化程度等几方面考察情况见表 1-3。

表 1-3 被调查者的类别、性别、年龄及文化程度结构

项 目	城市公众 4939 人		农村公众 1201 人		新的社会阶层 1077 人	
	人 数	比 率 (%)	人 数	比 率 (%)	人 数	比 率 (%)
男	2983	60.40	827	68.86	649	60.26
女	1956	39.60	374	31.14	428	39.74
18~35 岁	2631	53.27	462	38.46	472	43.83
36~45 岁	1369	27.72	501	41.72	401	37.23
46~60 岁	726	14.70	213	17.74	177	16.43
61 岁以上	213	4.31	25	2.08	27	2.51
初中以下	371	7.51	613	51.04	237	22.01
高中及中专	1332	26.97	488	40.63	425	39.46
大 专	1701	34.44	65	5.41	267	24.79
大学以上	1535	31.08	35	2.92	148	13.74

图 1-1 描述的是第一、二、三类公众合格样本占全省合格样本总量的比率。第一类公众(城市公众)合格样本占全省合格样本总量的 68.42%, 第二类公众(农村公众)合格样本占全省合格样本总量的 16.65%, 第三类公众即新的社会阶层合格样本占全省合格样本总量的 14.93%。由于各类公众合格样本占总样本的比率不同, 为保证可比性, 我们在统计、分析过程中一般不使用样本绝对量, 而使用样本相对量即百分比作比较数据。

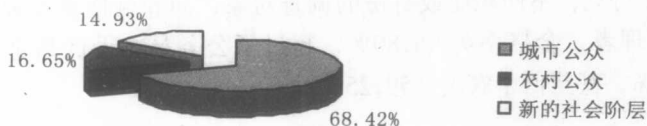


图 1-1 分类样本占总样本比率

第二节 数据统计与程序设计

获取城乡公众社会科学素养与需求信息是本次调查的根本目的，其主要环节包括问卷设计、信息处理和理论研究等。数据统计是中间环节，但这个中间环节很重要，它直接关系到数据计算结果的准确性和本课题最终研究成果的科学性，这两方面都与成果的转化应用密切相关。因此，必须有科学、清晰的数据统计思路和功能完善、人机对话方便简洁的统计程序。

一、数据统计思路

数据统计的直接目的是能为研究人员提供所需的各种准确数据信息，数据统计思路应根据这一目的来确立。其要求主要有以下 3 点：

(1) 具有鉴别不合格样本的功能。回收样本是否合格，主要从问卷第一部分所提供的个人信息是否有逻辑错误来判断，凡有逻辑错误的问卷都将判为不合格问卷，不合格问卷上的所有信息由系统自动清除。这里所说的逻辑错误指信息间相互矛盾，如在年龄一档选为“18~35 岁”，在职业或身份档又选离退休人员；又如对文化程度既选“初中以下”，又选“大学以上”。本次调查回收问卷 10 000 份，经鉴别合格的有 7 217 份。

(2) 能分别提供全省、各样本市及分类合格样本的综合信息。一是除能提供全省合格样本总体信息数据外，还能按性别、年龄、文化程度、职业或身份提供信息，并精确到每一小项的选择频数及与所在类样本总数的比率（百分比）；二是能分别提供各样本市综合信息数据；三是能分别提供城市公众、农村公众、新的社会阶层的综合信息和分性别、年龄、文化程度、职业或身份的信息，并精确到每一小项。

(3) 能分别计算素养与需求综合评价指数。要求能计算出全省城乡公众社

会科学素养指数、需求指数,能分别计算出城市公众、农村公众、新的社会阶层社会科学素养与需求指数,能分别计算出分性别、年龄、文化程度、职业或身份的被调查者社会科学素养与需求指数;能计算各样本市城乡公众社会科学素养与需求指数。

二、统计程序工作流程

本次调查统计程序由安徽省统计学会有关技术人员设计开发。从适应性强的角度考虑,我们选用的开发工具软件为 VisualFoxPro6.0,工作平台为 Windows98/2000/XP(见图1-2)。程序对计算机硬件要求不高,但由于数据量较

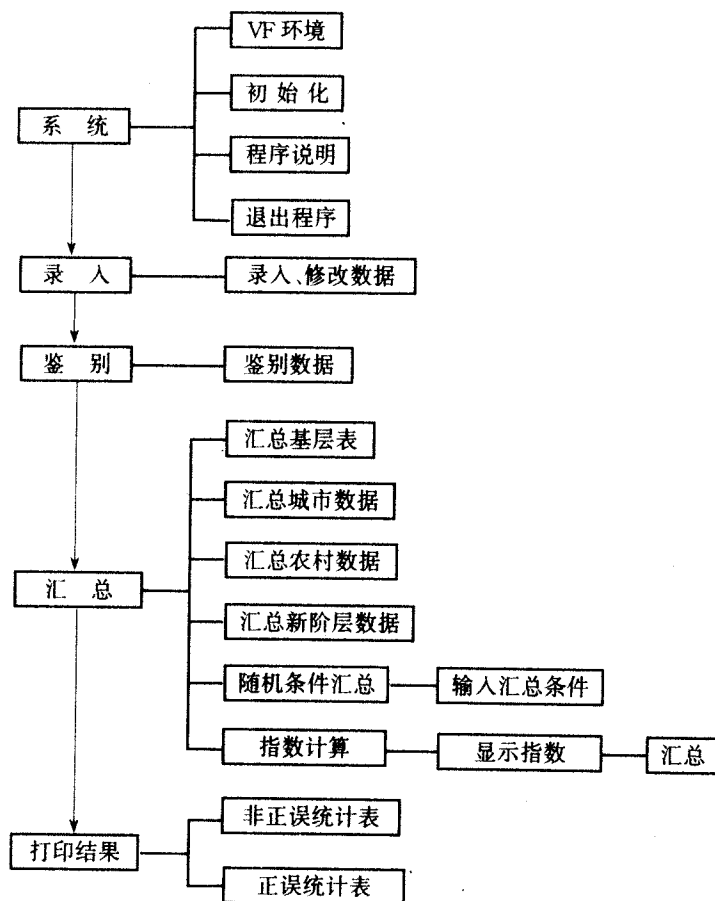


图 1-2 城乡公众社会科学素养与需求调查数据处理系统结构示意图