

社会转型进程中的中国内地民意调查

北京师范大学 张洪忠 博士
副教授



- 中国社会转型

“社会转型是指中国社会从传统社会向现代社会、从农业社会向工业社会、从封闭性社会向开放性社会的社会变迁和发展”。（陆学艺、景天魁）



改革开放后内地民意调查的三个阶段

起步阶段：80年代的政治改革层面调查

转向发展阶段：90年代的生活层面调查

全面发展阶段：2000年以后的民意调查



80年代的政治改革层面调查

背景：

调查机构：数量少，基本是学术机构

1986年10月中国人民大学舆论所成立

1986年12月中国社会调查所成立

调查方法：规范
问卷面访



主要议题：政治改革

影响：大

1987年《新闻媒介学潮报道效果调查》

1987年《政治体制改革与新闻宣传公民抽样调查》

1988年《首都知名人士龙年展望调查》

1988年《全国新闻界改革态度调查》

《1988年中央人民广播电台全国听众调查报告》

90年代的生活层面调查

主要推动力：市场经济快速发展

主要议题： 社会生活
 经济生活

调查方法： 相对规范

 问卷

 开始有cati



调查机构：快速增多 媒体积极参与

如《北京青年报》精确新闻报道
2000年5月的《北京人的期待是什么》、《体育彩票 两成北京人打算回回买》、《降价——仍是一剂猛药》和《2000年六一报告》等，通过抽样调查，对北京人的生活想法、生活状况提供了一个准确全面的报道，反映了城市居民的意见。

1998年2月，《文汇报》的“WJ新闻调查网”在进行上海人对徐匡迪市长政府工作报告的关注度调查后，接着对报告中的国企改革、下岗再就业、浦东与观念、“绿”满上海等四个焦点问题进行连续调查

市场调查机构开始快速成长

1992年零点调查成立

央视研究

央视索福瑞

学术机构发展相对缓慢



2000年以后的民意调查

背景：社会发展矛盾和互联网普及，带来政府对民意的高度重视

调查机构：

学术单位

中国人民大学、复旦大学、北京师范大学、同济大学、清华大学、上海交通大学、深圳大学、中国传媒大学等等。

市场机构



媒体单位

如人民网采用市场化机构设置方式的人民网舆情观察室，环球时报正在建设舆情调查室，等

官方机构或半官方机构

如成都市委宣传部和成都商报联合建设cati调查室

调查方法

问卷面访

网络调查

Cati

随机调查

主要议题

社会热点事件（非典、奥运会），媒体公信力，政府机构形象等。

发展的一个特点：网络舆情分析

如喻国明教授主持的网络舆情监测分析

人民网的网络舆情分析



面临的问题

1. 鱼龙混杂，数据泛滥

如总体推论的不科学，没有抽样方法。特别是媒体的调查，不像早期报纸那样请专业学术机构来操作，为了节省成本，一般排除记者拦访十几人、或者二三十人，就写出报道推论大众的。

2000年5月20日，西部某报有一篇《合作伙伴：比找情人要求更高》的精确新闻报道，对上海、成都、重庆的高年纪大学生的对比报道，每地随意访问30名学生。由于是非概率抽样，样本数又太少，不足以代表每个城市的大学生，只能代表30个样本自己。但在报道中，却用样本的意见来作为整个城市大学生的声音。

将市场机构的非严谨抽样来作为公众意见转达

内地市场调查公司非常流行的不同抽样方法得来样本的混合使用，谓之配额。

如街头拦访+入户访问样本

电话调查样本+拦访样本

转载网络调查来说事



- 有并不是所有的调查数据都是有价值的，关键是要看这些数据是怎么来的，能够说明的范围是多大。
- 也就是抽样方法是否科学、推论总体在哪里才是关键。



2、非专业质疑

传媒公信力调查
收视率

3、民意调查的滥用



发展趋势

在中国社会发展中扮演的角色会越来越重要，正在成为中国社会纵向的官民沟通、横向的社会沟通的一个重要途径。





谢谢！

