

中国民意调查研究回顾

TONG Bing

Professor

Journalism School of Fudan University

fudantb@fudan.edu.cn

WANG Di

Assistant Professor

Journalism School of Fudan University

wangyanting@sina.com

中国是世界上较早开始民意测验的国家之一。上世纪 20 年代中国已经开始民意调查，但始终未能发展出规范的、专门的民意调查机构。新中国成立后，民意调查进入了“停滞期”，直到十一届三中全会召开后，中国的民意调查才逐渐恢复。上世纪 80 年代中后期，中国的民意调查事业进入了繁荣阶段，专业的、学术性的舆论研究和调查机构开始出现。1989 年政治风波过后，受到当时社会背景影响，大陆的民意调查研究进入了“收缩期”，这个时期的民意体现出调查范围广、采用多种研究方法、系统而完备的特征。随着改革开放的逐步深化，大陆进入了市场化阶段，民意调查研究面临着新的发展契机。这个时期的调查基本采用了国际通用的随机抽样调查方法，保证了规范性及科学性。商业调查公司的大量出现，使民意调查数量出现“井喷”式增长，市场调查行业协会的出现标志着整个行业的发展及成熟。这个阶段的民意调查研究类别更为丰富，更多的连续性、比较性研究开始出现。互联网为民意的协商、形成和发展提供了更快捷、便利的平台，民意调查开始借助互联网进行，同时也为民意调查带来了一系列思考。

中国大陆地区民意调查研究机构主要涵盖：外资调查机构、国有调查机构、民资调查机构及学术调查机构。由于性质及定位不同，不同的调查机构侧重点也不同。市场化的调查机构（外资调查机构、国有调查机构及民资调查机构）主要针对媒介收视/收听/阅读率、消费者群体的媒介使用习惯/消费习惯/价值观研究、品牌价值/广告投放研究、零售研究、企业发展/经营战略研究、企业形象研究、不同行业研究等领域进行数据采集服务。学术调查机构更多关注传媒调查、时政性民意测验/新闻传播现象、消费者行为/生活形态研究等领域作为重点。

复旦大学传媒与民意调查中心成立于 2006 年 9 月，是复旦大学新闻传播与媒介化社会研究国家哲学社会科学创新基地重点建设的公共服务平台。调查中心围绕国家建设的时代主题，深化有关社会重大议题、热点民意事件和突发事件的民意调查，建立品牌性、长期性、跟踪性的固定调查、加强网络民意和新媒体环境下社会民意新变化、新特点的研究，推动公共政策和社会管理的科学化、精确化和民主化，提升社会科学学术研究的能力和水平。

中心目前建有电话调查（CATI）实验室、焦点小组访谈实验室、网络调查实验室，以及媒介内容分析与网络数据挖掘实验室。自成立以来 6 年间，复旦大学传媒与民意调查中心已先后就国内外重大事件进行过 80 余次民意调研。自 2011 年开始，中心正在进行全国高校传媒与民意调查协作联盟建设。