

社会法治调查的真实性及其进路

霍宏霞

(河北工业大学 人文与法律学院,天津 300401)

摘要:社会法治调查被看作是获知社会中法律运行和法治建设的真实情况,是确保法学研究科学性、确保法制改革有效性的手段。真实性是社会法治调查的基本要求,也是进行法学研究、做出法律决定的基本支点。“主诉真实”和“客观真实”是社会法治调查中最基本的两种真实类型。只有针对不同的调查类型,做好调查前期准备,合理设计调查提纲或调查问卷,娴熟运用调查技巧,才能提升社会法治调查的真实性。从意愿上的“主诉不真实”到意愿上的“主诉真实”,从意愿上的“主诉真实”到能力上的“主诉真实”,进而从“主诉真实”到“客观真实”之间就形成了一个不断逼近客观真实的社会法治调查的真实性之链。

关键词:社会调查;法治;真实性;主诉真实;客观真实

中图分类号:D90

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2015)01-0109-05

法学是一门实践性很强的学科,法学专业的学生必须面向和关注社会的世俗生活。这就要求学生在认知社会、认知社会中的法律的基础上,对那些需要用法律解决、法律适合解决、法律能够解决的种种社会问题进行深入的调查研究,在获知事实的基础上,以法律的思维、法律的方法解决人们社会生活中的困惑、矛盾和冲突。社会法治调查就是针对法学“必须面向和关注社会”,法律是“社会中的法律”的基本学科定位,针对法学专业学生开设的一门旨在“认知社会,认知法律”的日常调查与集中评价相结合,教师指导与学生参与相结合,突出学生调查自主性的实践类课程。这要求学生在文献调查的基础上,通过实地观察、访谈、问卷调查等社会调查方法对当代中国法治进程中,包括立法、执法、司法、守法、法律监督各个法律运行环节的特定法律现象,包括规范——制度型法律现象、行为——关系型法律现象、意识——观念型法律现象进行调查,从关注抽象法治到关注具体法治,以小见大,从而通过切实的

社会调查,获知社会中法律运行的真实情况,进而对法治社会建设的意义及法治社会建设中存在的问题有更深切的体认,从而思考如何推进当代中国的法治改革,如何更好地推动当代中国的法治建设。

一、真实性是社会法治调查的基本要求

我们所要认知的社会、所要了解的法律,不是存在于虚构之中,也不是存在于纸面的规范和理想的憧憬之中。社会与法律存在于现实之中,我们必须探究它的真实状况。因此,探究事实的能力是调查能力的一个重要方面,也是法律素养的一个重要维度。对事实(真相、真实)的关注是社会法治调查的核心,也是法学研究、做出法律决定的基本支点。

事实或真实、真相是一个非常复杂的概念。南非宪法法庭的阿尔比·萨什法官曾说出过对真相的困惑,并提出了微观、逻辑、经验与对话意义上的

收稿日期:2014-04-10

作者简介:霍宏霞(1977-),女,山西大同人,讲师,法学博士。

4种真相类型。其中,微观真相和实证主义所理解的客观真相或建立在客观真相基础上的法律真实差不多:“确凿可靠的证据……通过可靠的(公正的、客观的)程序获取准确的信息。”逻辑真相是“用演绎和推理的方法……对问题进行概括得出的真相,即一些陈述中的逻辑联系”。萨什称经验真相出自莫汉达斯·甘地《我体验真理的故事》一书,当然能够真正毫无偏见地、客观地看待自己个人的经历是需要努力的,一般法庭是不会听从这种真相的。对话真相包括了微观真相、经验真相和逻辑真相,但“它是在心说了很多人的意思和各种各样的观念的基础上发展起来的”;这个概念提出真相是通过非常深入的、往往富于情感的对话,认真核查证据,从而得出融合多种意见、多种观点的。南非真相与和解委员会在此基础上,又提出4种不同的真相概念或上述4类真相的变种:真实真相或司法真相,个人真相或叙述真相,社会真相或对话真相,以及解脱真相或相合真相^[1]。在社会法治调查中,我们更多关注的是偏向于上述分类中类似于真实真相的东西,也就是实证研究中的客观真实,而我们在调查,尤其是访谈调查和问卷调查中所获得的真实更多是一种主诉真实,它是不同于客观真实的一种真实。

二、主诉真实与客观真实： 两种不同类型的真实

在社会法治调查中,通过对学生社会法治调查报告的评阅以及在调查展示环节中所获知的信息,我们发现,访问调查法和问卷调查法是社会法治调查中惯常使用的调查方法。访问调查法,也称访谈,就是访问者通过口头交谈等方式直接向被访问者了解社会情况或探讨社会问题的调查。它是社会法治调查的一种基本类型,也是直接了解社会法治情况的一种基本方法。问卷调查法,是访问调查的一种特殊形式,也称问卷法,它是调查者运用统一设计的问卷向被调查者了解或征询情况的调查方法。问卷调查法与访问调查法有密切联系,都是通过对调查者问答的方法来了解情况或征询意见,但和访问调查法的直接性、口头性、定性化等特点比较而言,问卷调查法更多是一种标准化的、书面的、间接的、量化的抽样性调查。我们一般认为经由统计学方法处理过的以确凿的数据表明的白纸黑字的问卷调查

应该是一个相对科学且可靠的方法了。但是在某种意义上,这可能是我们一厢情愿的假想。一个非常明显的事实是,通过访问调查或问卷调查,我们围绕所关注的问题获知的真实更多的意义上是一种主诉真实。

何谓主诉真实?主诉真实就是作为调查者的一方,其所获知的情况陈述仅仅是作为被调查者一方主观上对自己的思想与行为所作出的一种解释说明。这种解释说明受制于诸如偏见、情感、利益等诸多因素的影响,其与作为调查之初级目的的客观真实是不同的。客观真实强调的是,作为调查者的一方获知的是不受作为被调查者的一方主诉真实干扰的被调查者行为与态度之客观存在的真实状况。因此,主诉真实和客观真实是两种不同的真实类型。虽然它们之间有一定的重合和相符的情况,但我们并不能忽略二者之间的距离。只要你具备足够的知识储备,只要你掌握娴熟的语言运用,你就可以对客观事实予以言说描述和表达。但是,你所言说、描述、表达出来的客观事实不一定就是客观事实的原有面目。这种不一定是与客观事实相符合的事实,就是主诉事实或主诉真实。这种对客观事实不真切描述的原因是多方面的:一是被调查者的心理二重区域现象的存在^[2],使得被调查者似乎特别地反感向陌生人表明自己对特定事物的态度,因此被调查者会掩盖真实想法,出现虚假态度或违背本意的答案。二是被调查者对调查的态度。被调查者对外界的认知和其自身的性格特征会导致其对社会整体或局部上的认知偏见、对调查本身所具有的社会意义及实际效用的质疑、对研究资助机构和调查机构以及调查人员的信任危机等。这些情绪反过来会对被调查者的意愿上的主诉真实产生不良影响,人为地加大主诉真实与客观真实之间的距离。此外,调查者为或被调查者提供的应答环境也会影响对被调查者意愿上的主诉真实,加大或缩小通往客观真实的距离,进而对调查的真实性产生有利或不利的影。前两个原因的“主诉不真实”更多的是被调查者主观意愿的问题。调查设计中某些方面的调试和访谈技巧的把握在一定程度上也对被调查者的主观意愿产生一定的影响,好的访谈技巧和调查设计调试容易使被调查者由“不愿意”主诉真实过渡到“愿意”主诉真实,减少意愿上的主诉不真实现象。三是被调查者个人在所有调查中的一般性能力以及针对特定调查问题的具体认知性能力。一般性能力包括被

调查者的知识含量和语言掌握能力等,这些能力会导致调查主诉真实与客观真实产生差距。尽管很多时候被调查者有将其掌握的客观真实传递给调查者的意愿,但是记忆、计算、阅读理解、语言表达等方面的能力局限往往使得这些被调查者在事实上还是不能完全将其所掌握的真实呈现给调查者。因此,这就不再是一个被调查者主观意愿方面的问题了,而是一个客观制约的问题。当然,提升被调查者的个人能力、合理调试调查问卷的认知结构安排和语言表达,在一定程度上也会减少主诉真实意愿下的主诉不真实,缩小主诉真实与客观真实之间的差距。四是调查者的调查能力。调查过程是由调查者和被调查者双方共同完成的,被调查者的意愿和能力会影响到调查的真实性问题,同样,调查者的意愿和能力也会影响到,甚至可以说更会影响到调查的真实性。因此,在确保调查的真实性方面,调查者的前期准备工作也是至关重要的。在某个具体调查问题上,调查者对他人已经做过的调查及对调查结果认真充裕的研究也会影响到调查内容的真实性程度。例如,对他人同类主题调查中的理论假设和调查数据进行细致的分析,看看其对资料的整理与分析是否被理论的预设所蒙蔽,仅仅是有选择性地利用一些对自己研究有利的数据,而忽略或屏蔽掉一些对自己研究不利的数据。

这样,从意愿上的主诉不真实到意愿上的主诉真实,从意愿上的主诉真实到能力上的主诉真实,进而从主诉真实到客观真实之间就形成了一个可调控的真实性程度之链。尽管如此,哪怕是做得最好的社会调查也仅仅能够获得主诉真实,而意愿上的主诉真实尽管会无限逼近客观真实,但它又不一定就是完全的客观真实^[3]。因此,我们必须意识到这个“真实”的类型和差异问题,所能做的就是尽可能通过合理的调查设计以及必要的访谈技巧或问卷设计技巧来力图避免被调查者意愿上的主诉不真实,获得其信任和意愿上的主诉真实,强化被调查者能力上的主诉真实,力图缩小主诉真实与客观真实之间的差距。

三、提高社会法治调查真实性的可能性进路

一次社会调查活动不可能由调查者或被调查者某一方单独完成,双方的沟通、交流、合作才能成就

一次社会调查。一方面,调查者在调查活动中,需要处于一种主动的地位。调查需要一定的理论假设,但调查不是调查者书斋里的遐想,所以,调查的过程不应该是一个按图索骥的过程。另一方面,调查者也不是漫无目的地接受被调查者的倾述,调查者不应该处于一种几乎是完全被告知的境地。如果这样,调查就很难是一个真实可信的调查。如果该调查不是一个真实可信的调查,那么后继的分析就可能是建立在“沙灰”之上的,其对策不可能真正发挥效果。

社会学中的社会交换理论曾为主诉真实提供了一个进路。该理论认为,报酬是引导被调查者参与到调查活动中的核心概念,人们接受调查的行动是以人们所期望的报酬为动机的。迪尔曼据此设计了一种用来指导和解决调查中的合作问题,以求获得主诉真实的总体设计方法。代价(Cost)、报酬(Reward)和信任(Trust)是该方法的3个关键概念。尤其是其中作为感情交流基础的信任问题。信任一定程度上保证了调查者与被调查者顺利展开相互合作,在一定程度上保证调查者获得被调查者的真心话,进而保证资料的真实性^[4]。因此,能否建立调查者与被调查者之间的信任关系,往往决定着调查者和被调查者双方能否共同完成一次高信度的社会调查,影响到我们能否取得真实可靠的调查资料。下面我们就法学专业学生在社会法治调查实践中常用的两种调查方式,说明一下提高调查真实性的可能进路。

(一) 提升访谈调查真实性的进路

实践证明,被调查者的合作意愿在很大程度上取决于调查者如何开始访谈。尤其是在两个陌生人之间的深度访谈中,如何消除陌生感和思想顾虑是至关重要的。因此,尊重被调查者,找一些能引起其交流欲望的话题来消除拘束感,调查者及时进行自我介绍,说明调查目的、意义和将要涉及到的调查内容及对回答的保密承诺以及了解被调查者的要求来化解其顾虑感,都有助于提升调查报告的真实性。除了访谈开始时的必要准备之外,调查者对访谈中提问、倾听、回应与追询的合理把握对于访谈调查的真实性更为重要。一般而言,提问中合理的问题顺序安排、中立的访谈态度、简洁明晰的语言、合乎被调查者需求的语音语速、抓住重点的有效倾听和适当的回应以及围绕核心问题的追询都有助于调查者全面、真实、深入地了解所调查的问题。

(二) 提升问卷调查真实性的进路

问题的设计是问卷调查最艰难的部分,它涉及到真实性,即调查的信度。应当根据不同的调查对象设计不同的问卷调查,问题设计不当同样会影响到调查的真实性。

1. 严格问卷设计程序,提高问卷调查信度

必须充分做好调查问卷制作前的准备工作。第一,厘清调查对象、调查目的、所需信息等相关问题,这其实就是一个将调查分解细化、指标量化进而使调查可操作化的过程。问卷设计中最主要的一步就是明确调查活动中可能会涉及的主要概念,具化为可以度量的指标,并在调查问卷中明确说明,为问卷设计打下基础。

第二,列出调查需要收集的信息,明确哪些数据可以通过问卷获得,哪些数据不能获得。如果按照英国语言哲学家安斯库姆和美国语言哲学家赛尔的观点,能够通过问卷获取的主要是一些纯物质性事实信息和部分制度性事实信息,而部分制度性事实信息和反映被调查者心理的事实性信息很难通过问卷准确获取,需要配合访谈等方法才能进行。这样的层次梳理和细致思考有助于事先安排规划、提高调查效率。

2. 合理设计指导语,提升调查真实性

问卷调查中的指导语不是可有可无的装饰品,其设计的合理与否,也会影响到问卷调查的真实性。一般而言,指导语的基本内容是调查背景、调查目的和意义、问题回答方式、问卷保密性等情况的说明。这些因素会影响到被调查者对该项调查活动的参与率和参与程度。一个合理设计的指导语可以使被调查者更便捷地了解到何为调查,进而对此次调查产生起兴趣,容易与调查者建立一种信任的合作关系,进而减少调查中的冷漠、抵触、排斥等不良情绪,确保被调查者的主诉真实。反之,一个设计不合理的指导语,不能说明此次问卷调查的目的和意义,使被调查者对调查的目的和意义不知所云,没有兴趣接受调查。

3. 问题设计避免主观想象,问题表述尊重调查对象

在问题设计时,不能只靠主观想象进行,而应遵循问卷设计的程序和步骤,把相关调查中涉及到的概念细化为指标。否则,就会出现问题表述不清、答

案涵盖不全、语言表述不准确等问题,最终影响数据的收集,起不到问卷调查的作用。

以自填式问卷为例:一定要在考虑被调查者的文化、职业、年龄等基本特征的基础上设计问题。因为准确的问题表述直接关乎被调查者的理解和信息获取的质量。无论是针对何种文化层次、何种职业类型、何种年龄结构的被调查者,调查问卷的问题表述都应当准确、清楚,避免语言隐晦、多义和歧义丛生,尽量做到问题表述要通俗易懂,少用或不用专业词汇。为保证数据收集的准确性,还应避免让被调查者以假想的方式作答等。

四、结语

综上所述,法律源于社会生活又导引、规训着社会生活,从而构成了真实社会生活(尤其是在现代社会生活中)的重要组成部分。藉此之故,法学亦不是远离实践而一味囿于书斋的哲学沉思,而是一种贴近生活的实践之学,而社会法治调查作为体现法学之实践性的一个重要维度,无疑又是洞悉法律作为一种制度以及作为一种文化的真正样态的重要途径之一。只有有意识地抱持一种实践取向的精神,意识到真实性在法律实践与法学探究,进而在体现了实践与探究双重属性的社会法治调查中的重要性,在明晰真实性的种种面相及其相互关系的基础上,不断在实践中获得并掌握远不限于本文所提及的提升社会法治调查真实性的路径与技巧,才能对特定时空下的法律样态、特定时空下法治进程中的种种现象与问题以及可能的解决方案有更真切的体认。

参考文献:

- [1] 伊曼纽尔·沃勒斯坦. 知识的不确定性[M]. 王昶, 译. 济南: 山东大学出版社, 2006.
- [2] 李强. “心理二重区域”与中国的问卷调查[J]. 社会学研究, 2000(2): 40-44.
- [3] Baily K D. Methods of Social Research[M]. New York: Free Press, 1987.
- [4] 费孝通. 社会调查自白[M]. 北京: 知识出版社, 1985.

Authenticity of social investigations of the rule of law and its approach

HUO Hong-xia

(School of Humanities and Laws, Hebei University of Technology, Tianjin 300401, China)

Abstract: Social investigations of the rule of law is considered as a means of learning the reality in operation of law and construction of rule of law in society, and ensuring the scientificity of law study and effectiveness of the legal system reform. Authenticity is the basic requirement of social investigations of the rule of law, which is also a basic fulcrum to carry out law study and make legal decisions. “Main suit truth” and “objective truth” are two basic types of authenticity in social investigations of the rule of law. As for different types of research, previous preparation should be done; outline for investigation and questionnaire should be rationally designed, and research skills should be adeptly used. Only by these, the authenticity of social investigations of the rule of law can be improved. From the “untruthfulness of main suit” to “truth of main suit” in will, from “truth of main suit” in will to “truth of main suit” in ability, and then from “truth of main suit” in ability to “objective reality”, an authenticity chain of social investigations of the rule of law which gradually gains on objective reality will form.

Key words: social investigations; rule of law; authenticity; truth of main suit; objective truth

(上接第 91 页)

Study on receivable account and inventory management of publishing business

JIANG Ju-ping

(The First Editing Center, People's Daily Press, Beijing 100733, China)

Abstract: This paper uses case study method to analyze the receivable accounts and inventory management of publishing industry and then extracts the experience and enlightenment. The cases include Phoenix Media, South Media, Yangtze River Media and Publishing Media, which are all A-share listed companies. The following conclusions are arrived: from the perspective of financial management, publishing firms should have the internal control and early warning; at the same time, they can also think about financial innovation, such as using receivable accounts or inventory as collateral to apply for a loan, using receivable accounts or inventory as underlying assets for assets securitization to accelerate fund flow; from the perspective of channel, publishing firms should integrate resources and connect publishing and distribution links, they can increase the receivable accounts turnover ratio and promote sale quotas and reduce inventory; from the perspective of business operation, publishing firms are supposed to manufacture products with better quality, try their best in searching for products' extension value, promote digital publishing and carry out print-on-demand to significantly reduce the inventory pressure.

Key words: publishing industry; listed company; working capital; receivable account; inventory management