

中国社会心理的轨迹

——亚运宣传效果调查报告集

赵水福 主编

北京广播学院出版社

PDG

编者的话

1990年9月22日至10月7日在北京举行的第十一届亚洲运动会是我国首次举办的大型综合性国际体育盛会。围绕亚运会凝聚而成的亚运精神已经成为90年代中华民族的民族魂，激励着全国各族人民的爱国心；团结奋斗，振兴中华；自强不息，建设四化。

在亚运会期间，广大新闻工作者殚精竭虑、意气风发，以巨大的政治热情和严密的科学态度，全面、充分地报道了这次亚运盛会；其报道声势之大，影响面之广，创国内大型活动报道的最高纪录；尤其是电视广播的亚运报道，播出频道之多、播出时间之长，突破了当今世界电视广播报道国际体育活动的最高纪录。为了科学地检验这次亚运报道的社会效果，全面地了解亿万人民对亚运会的态度和评价，广泛地搜集社会各界对广播电视亚运报道的反馈信息，我们进行了有关“亚运宣传效果”的大型抽样调查。

“亚运宣传效果调查”活动是从1990年9月17日（亚运会召开前夕）开始的，先在北京地区进行了综合调查和专项调查，10月中旬开始把范围扩大到全国，10月25日调查活动基本结束。这次“亚运宣传效果”调查共包括一个综合调查和7个专项调查。围绕一个大型宣传报道活动进行如此多层次、多角度和多侧面的系统调查，在我国还是第一次。

《中国社会心理的轨迹》一书就是这次亚运宣传效果调查活动的初步成果。

本书共收调查报告和研究论文12篇，其中包括一个综合调查报告、7个专项调查报告和2篇研究论文；这些报告和论文从不同的角度和层次反映了这次亚运宣传的得与失，用定性和定量分析

的方法对这次亚运宣传进行了比较客观的评价和测量，对于广大新闻工作者总结亚运报道的经验和教训、改进新闻宣传工作都是有利的。

本书与其说是这次调查的成果，不如说是亚运前后社会各界各种心态的真实写照。6.4北京风波之后，各种形式的民意调查活动基本停止。这次“亚运宣传效果调查”虽然不是专门的民意测验，但从一个侧面纪录了这一特定历史时期的民心、民情和民意，为社会学家、历史学家、政治家、心理学家研究6.4北京风波之后中国社会的心理提供了丰富的研究资料。

《中国社会心理的轨迹》一书的面世，是首都新闻机构和新闻研究、新闻教育单位协同作战的共同结晶。广播电影电视部政策法规司发起并组织了这次“亚运宣传效果调查”活动。中央电视台、中央人民广播电台、中国国际广播电台对本次调查给予了人力、物力和财力的支持，中国社会科学院新闻研究所、中华全国新闻工作者协会国内部、中国人民大学舆论研究所、北京广播学院也分别派出专家、学者参与了这次调查活动。没有上述单位的通力合作，本次调查的成功与本书的面世也都是不可能的。在此，对这些单位和有关的同志表示诚挚的谢意！

谨以此书献给参与亚运宣传报道活动的新闻工作者！

因时间紧迫，错误之处一定不少，希读者见谅。

编者

1991年春

目 录

编者的话

亚运宣传效果综合调查报告……………金文雄 (1)

电视亚运宣传效果调查报告……………刘建鸣 陈若愚 (23)

广播亚运宣传效果调查报告……………刘樑华 宋立琴 (48)

中国国际广播电台和中央电视台外语节目受众调查

北京地区大学生专题调查报告……………孙向辉 (76)

在京外国籍和香港受众调查报告……………卜 卫 (99)

亚运宣传入童心 大众传播担重任

——北京市小学生与家长专题调查报告

……………明安香 宋小卫 朱向霞 曾美云 (116)

广播电视亚运宣传对受众态度影响的分析报告

……………陈崇山 (148)

亚运宣传报道的“投入”与“产出”……………喻国明 (185)

关于亚运会广播电视宣传效果调查数据的统计分析

……柯惠新 黄京华 肖明 高薇华 许萌 郑春 (203)

广播电视传播效果的模型研究

……………柯惠新 黄京华 陈崇山 金文雄 (258)

附录一：亚运宣传效果调查组成员名单 (268)

附录二：调查问卷 (270)

亚运宣传效果综合调查报告

金文雄

在第十一届亚运会期间，首都8家新闻单位联合组成亚运宣传效果调查组，对亚运宣传的各个方面进行了全面的、深入的调查研究，获得了大量的数据和资料，并产生了初步的研究成果，现综合报告如下：

一、调查概况

1. 调查目的

1990年9月在北京举行的第十一届亚运会是我国首次举办的大型综合性国际体育盛会，在经历了北京风波之后，举办这样的体育盛会，其意义已经超出了体育运动本身，亚运会已经成为振奋民族精神，激发爱国主义情感，树立良好国际形象的政治活动，亚运宣传由此被摆在了重要的位置；各种可以利用的传播手段都担负起了宣传任务；报纸、广播、电视等大众传播媒介作为这次亚运宣传的主力军，始终处在整个宣传战役的前线，为在亚运会前增强人们的亚运意识，为在亚运会期间全面真实地反映比赛情况，为在亚运会后培养人们的亚运精神都作出了应有的贡献。为了科学地检验亚运宣传的社会效果，总宣传战线组织大规模宣传活动的经验，为将来举办更大规模的运动会作准备，我们组织了这次调查活动。

2. 调查内容

由于亚运宣传活动时间长、规模大、宣传手段多样、宣传对象广泛，从而调查所涉及的内容也很丰富；为此，我们除进行综

合调查外，还进行了多项专题调查。

（1）综合调查。

该调查是此次亚运宣传效果调查的主体，调查对象是全国12岁以上有接收条件和能力的居民（主要是能接触到报纸、广播、电视的居民）。通过这项调查了解全国居民接触亚运宣传的频次、渠道以及对宣传内容的态度、评价和认同程度等。在综合调查中，对北京城区的调查对象进行了亚运前后的对比调查，从而使此项调查具有连续性和可比性。

（2）专题调查。

为了多层次、多角度、全方位地考察亚运宣传的效果，我们还开展了下列专题调查：

- （1）中央电视台亚运宣传效果调查；
- （2）中央人民广播电台亚运宣传效果调查；
- （3）中国国际广播电台和中央电视台外语节目受众调查；
 - ①首都大学生接触新闻媒介状况调查；
 - ②在京外籍人员和香港受众调查；
- （4）北京市小学生和家长接受亚运宣传状况调查；
- （5）参与亚运报道的首都新闻从业人员的调查。

3. 调查方法

本次调查是在总结了我国八十年代新闻传播效果调查经验的基础上进行的。无论是综合调查还是各项专题调查均以抽样调查为主，典型调查或重点调查为辅；根据不同的调查内容和调查对象，采用相应的调查方法；综合调查采用统一问卷、直接面访的方式进行；各项专题调查，视调查内容和对象而定，或直接面访，或全部邮寄，或部分面访、部分邮寄。

（1）问卷设计

本次调查的综合问卷设计是由中国社会科学院新闻研究所副研究员陈崇山同志主持的。全部问卷设计是建立在这样的理论假

设基础上的，即亚运宣传效果取决于宣传内容是否真实、全面、感人，宣传形式是否生动、活泼、新颖；同时还取决于宣传对象的自身素质以及对亚运会各项活动的参与程度、与宣传媒介接触频次，对宣传内容的知晓程度、认同程度和满意程度等。综合问卷的内容包括调查对象的基本情况，接触大众传播媒介的状况，对亚运会重大新闻的知晓度和获知渠道，直接或间接参与亚运会的各项活动情况，对亚运会的态度和评价以及对将来举办奥运会的期望等；问卷各题的排列按“认知、情感、行为”的顺序由浅入深，由易到难；各题的选择答案均采用数字代码，顺序排列；既可作为该题的代号，又可用作该题的得分数（问卷见附录）。

（2）抽样方案

综合调查的抽样方案由北京市统计局制定。采用多级分层抽样的方法，严格遵循随机原则，先按行业分类排队抽到单位，由单位抽到班组或科室，然后再抽到人。在北京八个城区的475万人中抽取样本1200名。经测定，本次调查的置信度在95%以上，抽样误差控制在 $\pm 3\%$ 之内，调查数据有代表性，可以由该样本推算总体。表1.1是亚运会前北京城区的样本构成。这项调查是从1990年9月17日开始的，共发放问卷1200份，到9月20日至共回收有效问卷1170份，回收率为97.5%。表1.2是北京城区亚运会后的样本构成。为了使亚运前后的调查结果具有可比性，亚运会后的调查基本上采用亚运会前的样本、少数样本由于客观原因做了调整，两次调查的问卷内容也基本相同。以下简称为“首都”。

亚运会后开展的全国（不含北京市）调查（见表1.3）全国范围内抽取12个城市，抽样总体为4.5亿，简称“全国”，这项调查是从1990年10月15日开始的，共发放问卷2910份，截止到10月25日共回收有效问卷2211份，回收率为76%，由承担中央电视台收视率调查的714所实行，上述样本的构成有两个特点：一是北京地区的样本扩大了，主要是考虑了亚运会在首都举行，首都市民对亚运盛会的耳闻目睹乃至直接参与，从而对亚运会和亚运

表1.1

亚运会前首都调查样本构成

(N=1170)

构成类别		构成比例 (%)	构成类别		构成比例 (%)
性 别	男	52.31	职 业	工 人	25.73
	女	47.69		农 民	9.83
年 龄	19岁以下	11.54		军 人	1.23
	20—29岁	23.42		中学生	9.91
	30—39岁	26.32		大学生	2.91
	40—49岁	15.82		科教文卫	12.82
	50—59岁	13.16		企业管理	9.57
	60岁以上	9.74		干 部	6.92
文 化 程 度	大专及以上	28.72		商业服务业	5.56
	高中(中专)	31.88		离退人员	12.65
	初 中	29.57		待业人员	0.34
	小学及以下	9.83		个体劳动者	1.11
				其 他	1.37

宣传的反映更为强烈，因而更有调查价值和典型意义；二是农民样本缩小了，只占全部样本的1/5，这主要是考虑到农民，对体育运动的兴趣同质性强，且居住分散，在短时间内回收问卷非常困难，为了保证该调查在亚运期间完成，因而有意缩小了农民样本，因此，在推算总体时就要格外小心。专题调查的抽样方案由北京广播学院副教授、数理统计博士柯惠新制定。

(3) 数据统计与分析

本次调查的数据全部采用计算机处理，先后由中央电视台和北京广播学院的计算机系统完成。北京广播学院的数理统计学博士、副教授柯惠新主持了全部数据的统计分析和首次采用

表1.2

亚运会后首都调查样本构成

(N = 1220)

构成类别			构成类别		
构成比例%			构成比例%		
性 别	男	52.0	职 业	工 人	21.1
	女	48.0		农 民	9.8
	未填	0		军 人	1.6
年 龄	19岁或以下	13.4		中学生	9.2
	20—29岁	24.0		大学生	3.1
	30—39岁	26.6		企业管理人员	14.8
	40—49岁	13.9		国家机关干部	8.1
	50—59岁	10.2		科教文卫人员	11.7
	60岁或以上	11.8		商业服务业人员	3.6
	未填	0.1		离退休人员	13.4
				待业人员	0.2
文 化 程 度	大专或以上	28.4	业	个体劳动者	2.5
	高中或中专	34.3		其 他	0.7
	初中	29.8		未 填	0.2
	小学或以下	6.8			
	未填	0.7	居 住 地	城 市	85.0
				乡 村	12.0
				未 填	3.0

表1.3

亚运会后全国调查样本构成

(N = 2211)

构成类别		构成比例 (%)	构 成 类 别		构成比例 (%)	
性 别	男	51.6	职 业	工 人	21.2	
	女	47.2		农 民	8.0	
	未填	1.2		军 人	1.2	
年 龄	19岁或以下	17.0		中学生	8.2	
	20—29岁	25.6		大学生	4.4	
	30—39岁	19.7		企业管理人员	8.2	
	40—49岁	16.1		国家机关干部	14.6	
	50—59岁	14.2		科教文卫人员	13.9	
	60岁或以上	6.1		商业服务业人员	3.5	
	未填	1.3		离退休人员	7.3	
文 化 程 度	大专或以上	28.0	业	待业人员	1.7	
	高中或中专	36.0		个体劳动者	1.1	
	初中	24.0		其 他	3.0	
	小学或以下	9.4		未 填	3.7	
	未填	2.6		居 住 地	城 市	80.0
					乡 村	14.5
		未 填	5.5			

国际通用的SPSS/PC+社会科学软件包对调查数据作了全面、深入地开发。除计算各题的频次及百分比和进行交互分析、相关分析外,对有研究价值的数据还进行了多元统计分析,并首次建立了广播电视传播效果的数学模型,这在我国传播学基础理论研究中是一个新的突破。

4. 本项调查的特点

与历次传播效果调查相比,这次调查有三个明显的特点:

(1) 调查结构的立体化

整个亚运宣传效果调查是多组调查的综合体,其中既有一般性的综合调查,又有较深入的专项调查;既有一次性的单项调查,又有连续性的追踪调查;既有对传播对象的调查,又有对传播者自身的调查;既有全国性的一般调查,又有地区性的重点调查;既有对中国受众的调查,又有对在京外国和香港受众的调查;围绕一次重大宣传活动进行如此多层次、多角度、多侧面的系统调查,这在我国还是第一次。

(2) 调查内容的深层次

在以往的传播效果调查中,对受众一般情况和一般行为调查较多,而对其复杂的心理现象调查甚少;比如受众态度问题,由于调查难度大,过去的调查一般没有涉及或很少涉及。本次调查在这方面加大了份量;除综合调查问卷中有态度量表外,在各专题调查中还有专门的态度系列量表,少数敏感问题还采用随机化选答,从各个方面、各个角度获取了有关受众态度的大量数据;在统计分析中,不仅对受众态度本身进行综合分析,还对影响受众态度的多种因素进行了多元统计分析,从而为研究受众心理提供了丰富的数据和资料。

(3) 调查结果的模型化

应用线性结构方程式模型研究亚运宣传效果,并在此基础上建立传播效果的数学模型,这是本次调查的重要成果。这一数学

模型的建立填补了我国传播学研究领域的空白。在以往的传播效果调查过程中，虽然也进行了大量的定性和定量分析，但都停留在简单的低水平的描述性研究上；这次调查由于汇集了多方面的专业研究人才。同时又借鉴了国外以及台湾的最新研究方法和统计软件，大胆采用线性结构方程式模型的方法来研究新闻传播领域中的各种数量关系，并使用了最新版本的LISREL7软件，建立了既符合传播效果规律又符合数理统计原则的定量数学模型；这种数学模型反过来又可以解释新闻传播领域中的各种现象，从而避免了对纷繁复杂的社会现象作简单的肯定或否定的解释。

二、调查结果

组织如此浩大的亚运宣传报道在我国尚属首次，其声势之大、时间之久、规模之广、对象之众都是空前的。科学地检验这次宣传报道的社会效果是本次调查的主要任务。

为了使检验具有可操作性，我们根据亚运宣传的目的和任务以及亚运会期间的社会环境和公众心态制定了具体的检测标准：

（1）关于公众对亚运会的关注和知晓程度的测量指标；（2）关于公众对亚运会的态度体系测量指标；（3）关于公众对亚运会的参与程度测量指标；（4）关于公众对亚运会后国内形势的预期（包括对举办奥运会的期望）测量指标。

经过初步检验，结论是——由广大新闻宣传工作者呕心沥血齐心协力共同组织参与的亚运宣传报道取得了积极的社会效果，一位新闻学教授评价道：“北京的亚运会开得成功，亚运宣传报道非常成功，亚运总体效果调查获得成功。”

1. 公众普遍关注亚运会和亚运报道

由于众所周知的原因，亚运会召开前夕，北京市民的心态十分复杂，据北京市在离亚运会开幕还有100天时所做的一次民意调查，关心和赞同亚运会的只占北京市民的三分之一；这就是

说,有三分之二的北京市民还没有意识到“亚运正向我们走来”。

经过新闻宣传工作者的努力,100天的“亚运意识”宣传终于产生了明显的宣传效果,在距亚运会开幕还有5天时,我们在北京城区抽样调查了1170人,结果显示,北京市民有7成以上最关心亚运会,见表2.1。

表2.1 北京市民在亚运会前最关心的事情① (N=1170)

序号	关 心 的 内 容	人数(次)	比例(%)
1	治理整顿深化改革把国民经济搞上去	645	55.13
2	廉政与反腐败	490	41.88
3	亚运会	853	72.91
4	社会治安	231	19.74
5	物 价	499	42.65
6	海湾冲突	117	10.00
7	精神文明建设与社会风气	316	29.57
8	我自己的事情	63	5.38
9	没有我最关心的事情	4	0.34
10	其 他	0	0
11	未 答	11	0.94

①每位调查对象最多选择三项

从表2.1中可以看出,北京市民在亚运会开幕前夕主要关注四件事情,即经济问题、物价问题、廉政建设和亚运会,其中72.91%的人最关心亚运会,居各类事情的首位。这就说明,北京市民的注意力已经指向亚运会,其兴奋中心也已由经济热点转移到亚运会,这无疑对开好亚运会是十分有利的。

人们密切关注亚运会,从而对亚运报道越发感兴趣;据调查,在亚运会期间,全国居民有38.6%的人增加了收听广播的时

间；北京市民有62.0%的人增加了收听广播的时间；听众平均收听广播时间最长的一天竟达两小时14分钟；在回答增加收听时间的原因时，有近一半的听众回答是“对亚运会报道特别感兴趣。”另外在亚运会期间，全国居民还大幅度的增加了收看电视的时间。调查数据显示，在全国观众中有80.8%在亚运会期间增加了收看电视的时间，尤其是北京观众，有85.7%增加了收看时间，其中收看电视时间最长的一天竟达4小时11分，增加时间的原因与广播相同。

为了检验受众对亚运会的知晓程度，我们选择了“亚运宗旨、亚运会组委会主席和亚运之光火炬接力点火仪式的具体日期”这三项突出标志向受众进行了知晓情况的调查；结果显示：在北京市民中，有74.7%的人知道本届亚运会的宗旨是“团结、友谊、进步”；有53.2%的人能准确回答本届亚运会组委会主席是“陈希同”；有65.0%的北京市民能确切地答出在北京天安门广场举行亚运之光火炬接力点火仪式的具体日期是“1990年8月22日”。

总而言之，亚运会之前的宣传活动之所以成功，就在于它把亿万人民的政治热情调动起来了，使其关注亚运会，进而投身亚运会；这对进一步稳定政治、稳定经济、稳定人心和稳定社会都有重要意义。

2. 绝大多数人对亚运会给予高度评价和认同

在亚运会召开前夕，我们对北京市民的调查结果显示：有91.1%的人认为亚运会能够取得圆满成功。在亚运会后，北京市民中有95.4%的人评价本届亚运会开得很成功，比亚运会前提高了4.3个百分点；全国范围内的调查结果显示：94.4%的居民认为本届亚运会开得成功和非常成功。就连比较“挑剔”的外国人，对北京亚运会的成功与否给予肯定评价的也占调查总数的75.7%。在这一点上，中外人士达到了共识。

无庸讳言，亚运会前的国际国内舆论环境纷繁复杂，各种说法都有，我们选择了其中最具有代表性的12种说法，以此制成态度量表；其中正意题7道，反意题5道；采用5度量表，即很不同意为1分，不同意为2分，说不准为3分，同意为4分，非常同意为5分，统计结果见表2.2。表中的平均值即平均分数，满分为5分，最低分为1分。在计算各题总分时，对反意题作逆向处理，即很不同意为5分，非常同意为1分。从而求出公众对12种说法的总态度。平均总分满分为60分，最低分为12分；如果把它分成5级，即12—21分代表很消极，22—31分代表消极，32—41分代表一般，42—51分代表积极，52—60分代表非常积极。统计结果显示：北京市民对亚运会的总态度是积极的，平均值为44.466分；全国居民的总态度平均分也达到44.339分，属“积极”范围之内，北京与全国的平均分十分接近。这就说明，无论是首都居民还是全国居民都积极地赞同亚运盛会，都为亚运会能在我国举行感到自豪。

从表2.2中我们也可看到，人们普遍重视的是亚运会的政治意义；认为“亚运会将显著地提高中国的国际声望，树立良好的国际形象”，“亚运会有利于振奋民族精神，激扬爱国主义”等；而对亚运会的经济意义只作一般性的肯定，只有30.2%的人相信“亚运会能为我国带来可观的经济效益”。有三分之一的人认为“本次亚运会宣传声势虽大，但有些铺张浪费”（关于这个问题将在本文的第三部分作进一步的探讨）。

如前所述，受众态度问题的调查是本次亚运宣传效果调查的重点，在对受众态度进行分类对比之后，进而分析研究了影响受众态度形成的诸多因素；该项研究采用路径分析和逐步回归分析相结合的方法，从对受众态度的形成可能产生效应的20多种因素中，筛选出9种能对态度产生直接效应的主因素作进一步的研究，分析结果见表2.3。

根据表2.3所列举的9种因素以及与受众态度的相关程度，

表2.2 北京和外地的受众对亚运会的态度 (%) 首都N = 1220
全国N = 2211

种种说法内容		很 不 同 意	不 同 意	说 不 准	同 意	非 常 同 意	平 均 值	均 值 标 准 差
1. 作为中国公民, 我为亚运会在北京召开感到自豪	首都	0.4	1.6	6.2	35.9	55.9	4.45	0.02
	全国	0.5	1.9	6.3	41.8	49.5	4.38	0.02
2. 亚运会将显著地提高中国的国际声望, 树立良好的国际形象	首都	0.5	0.6	8.6	43.5	46.7	4.35	0.02
	全国	0.6	0.9	8.6	44.9	45.0	4.33	0.02
3. 亚运会有利于振奋民族精神, 激扬爱国主义	首都	0.7	1.1	9.3	43.9	44.9	4.31	0.02
	全国	0.1	1.8	12.1	51.1	34.9	4.19	0.02
4. 亚运会将展现我国安定团结和改革开放的重大成就	首都	1.5	2.4	15.5	48.6	32.0	4.07	0.02
	全国	0.9	2.6	18.4	50.1	28.0	4.02	0.02
5. 我国举办亚运会, 充分显示了社会主义制度的优越性	首都	1.9	6.8	21.1	47.8	22.5	3.82	0.03
	全国	2.3	9.8	27.5	43.1	17.3	3.63	0.02
6. 花这么多钱办亚运会, 不如把钱用于改善人民生活	首都	12.0	53.1	20.7	9.6	4.6	3.58	0.03
	全国	11.7	53.6	22.1	9.7	2.8	3.62	0.02
7. 在国家财政十分困难的情况下不该举办亚运会	首都	12.7	46.3	26.5	9.8	4.7	3.53	0.03
	全国	13.6	49.8	25.3	8.9	2.5	3.63	0.02
8. 亚运会向老百姓集资, 增加了人民的负担	首都	10.8	50.1	21.6	13.5	3.9	3.50	0.03
	全国	13.1	51.5	23.0	10.6	1.9	3.63	0.02
9. 只要能开好亚运会, 即使影响我的生活、工作秩序也没关系	首都	4.8	22.2	17.9	41.6	13.4	3.37	0.03
	全国	6.8	31.2	21.3	33.1	7.7	3.04	0.02
10. 我对亚运会后经济形势的发展感到忧虑	首都	6.4	32.8	39.2	17.6	4.0	3.20	0.03
	全国	7.4	43.1	37.1	10.4	2.0	3.43	0.02
11. 亚运会的召开能为我国带来可观的经济效益	首都	4.0	15.9	49.4	21.3	9.3	3.16	0.03
	全国	2.8	14.9	52.0	23.5	6.7	3.16	0.02
12. 亚运会的宣传声势虽大, 但有些铺张浪费	首都	5.9	32.1	34.1	23.0	4.9	3.11	0.03
	全国	6.8	37.6	35.4	17.1	3.2	3.28	0.02

表2.3

与受众态度直接相关的各因素

影响态度的因素	相关系数 (R)	R ²	显著度 (P)	回归系数	标准回归系数
1. 年龄	0.0758*	0.0057	≤0.01	0.28050	0.06649
2. 教育程度	-0.1428**	0.0204	≤0.01	0.52004	0.07843
3. 平日参加体育锻炼情况	0.1452**	0.0218	≤0.05	0.30202	0.05480
4. 直接参与亚运会各项活动	0.1323	0.0175	≤0.05	0.26315	0.05586
5. 收听广播的时间	0.1930	0.0372	≤0.001	0.58182	0.09221
6. 通过亚运会报道所获得的收获	0.4342	0.1885	=0.0000	1.06398	0.24999
7. 对亚运会的评价	0.3539	0.1252	=0.0000	0.91680	0.10686
8. 对亚运会评价的根据	-0.0433	0.0019	≤0.05	-0.96473	-0.07230
9. 对奥运会的希望	0.4905	0.2406	≤0.501	2.11986	0.33794

我们可以作如下分析:

(1) 受众本身的素质对其态度的形成具有直接的影响。这里所说的素质主要是指年龄(实际上是阅历)、受教育的程度以及原有的态度体系等。数据显示,受众的阅历与态度成正比,即阅历越深对亚运会的态度越积极,反之亦然;教育程度则与之相反,即教育程度越高,对亚运会态度的积极程度则相对减弱。

(2) 受众对体育运动和亚运会的参与程度直接影响其对亚运会的态度。亚运会是一次国际性的体育盛会,首先受到了广大体育爱好者的欢迎,尤其是中国体育健儿的出色表演,使广大体育爱好者大饱眼福;因此,对体育运动的兴趣越浓,对体育运动的参与越深,对亚运会的态度也就越积极;同样,直接参加了与亚运会有关的各项活动,亲身感受了亚运盛会的热烈气氛,耳濡目染