

影響因素分析 (II)

上期對奧運比賽節目收視表現的可能影響因素，作了一些定性梳理，但到底這些因素是否對節目收視有顯著影響，以及這些影響因素的相對重要性如何，還需要具體的收視資料來加以檢驗。

需要說明的是，在我們進行具體的收視影響模型設計和檢驗時，考慮到資料的易得性和分析的可行性，無論是因素本身的選擇還是對因素操作性定義的設計，都做了一定程度的精簡和折中。

研究設計

(一) 解析對象：收視率。AGB 尼爾森提供的反映節目收視情況的指標有收視率、觸達人數、收視份額等。其中收視份額是一個具有相對意義的指標，本身所反映的基礎在動態變化中。觸達人數和收視率本質上是同一回事，可以相互轉換。這裏選收視率為解析物件，也就是分析中的因變量。

(二) 影響因素梳理：根據上述說明，對於本次奧運節目的收視，我們初步選定以下收視影響因素：

• 頻道：根據頻道的強勢程度(AGB 尼爾森收視資料中的「CCTV 奧運轉播各頻道日均收視人數趨勢」)，分為三類：第一類為

中央電視台 CCTV 1 和 CCTV 奧運；第二類為 CCTV 2 和 CCTV 7；第三類為 CCTV 3 和 CCTV 12。為定序變量，分析時進行虛擬變量轉換。

• 時段：我們分為三個時段，即工作時段早上九點到下午五點；黃金時段晚七點以後到十二點；其他時段。由於是分類變量，具體分析時進行虛擬變量轉換。

• 是否週末：簡單的二分變量。

• 某奧運比賽項目在我國的受歡迎程度，即項目熱度。對項目熱度的操作性定義，基於一項有關我國公眾喜歡的體育項目的網上調查結果 (<http://news.sina.com.cn/c/2008-08-11/163216098935.shtml>)。根據該調查，每項體育項目可以被歸入下述三類之一：我國公眾喜歡和熟悉的項目、比較冷門的項目、以及兩者之間受歡迎程度一般的項目。

• 是否決賽比賽：我們假設，預賽和決賽的精彩程度會不一樣，所以受關注度也不同；

• 中國有無奪牌可能：有可能奪牌的項目，媒體常常會加以預測，所以無形中會提高大家對該項目的關注度。實際統計中，以該項目中國有無最終奪牌來進行編碼判斷。

上述因素，後面三項其實都屬於節目的內容因素。

在進行研究設計時，如本文



中央電視台全天候轉播北京奧運。

上期所述，我們本來還考慮了諸如同時段競爭性節目的播出情況，有無國內外大牌體育明星參賽，以及相關比賽對觀眾的專業知識要求等因素。後來經過仔細考慮，這些因素都放棄了，例如專業知識要求，這對現場觀眾人數是一個影響因素，但對電視觀眾可能影響不大，因為有解說。至於大牌明星的參加情況，在其他因素中(如是否決賽比賽、項目熱度等)已有反映。

有關分析的資料來自 AGB 尼爾森提供的兩天六個 CCTV 奧運轉播頻道全天的收視資料，包括一個工作日和一個週末。

初步統計的有效節目數有五百三十四個，但真正屬於比賽的節目只有二百三十個，其中直播

奧運比賽節目收視

節目一百一十八個。考慮到變量數較多而樣本規模不大，因此，我們分兩次進行節目收視率的回歸分析：第一次分析同時比較頻道、時段、是否週末和項目熱度這四個因素對節目收視的相對重要性；第二次分析比較項目熱度、是否決牌項目、中國有無奪牌這三個因素對節目收視的影響。

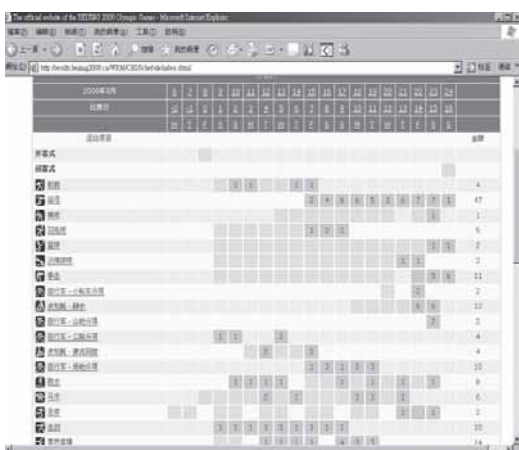
檢驗結果

檢測採用線性回歸分析。經檢驗，兩個回歸分析各因素之間並無多重共線性問題。

第一個檢驗：模型調整後的整體擬合度(即 R^2)為44%。幾個因素中，「是否工作日」這一因素影響不顯著，頻道因素和時段因素都對節目收視有顯著影響；

項目熱度對節目收視的影響，雖然顯著度未達到0.05水準，但已經非常接近顯著水準(實際顯著度為0.06)。考慮到本次檢驗本身樣本量不大，因此，可以認為，項目熱度對於對應比賽的收視的影響也是顯著的、正向的。這個檢驗的樣本大小為230。

第二個檢驗：這個檢驗我們只分析那些直播節目，轉播或延播的節目被排除在外，樣本大小為118。檢驗結果發現，本檢驗模型調整後的整體擬合度為23.5%。幾個因素中，對收視影響最大的因素是項目熱度。另外有關於比賽是否是決牌比賽，其影響顯著度為0.09，在 $P=0.1$ 水準顯著。考慮到樣本量比較小，因此，這個因素實際上很有可能也是一個顯著的影響因素。至於涉及到的比賽項



賽事項目熱度是影響奧運收視最大的因素。

目中國有無奪牌實力，對於對應比賽的收視沒有獨立影響。

結論和討論

根據上述初步檢驗，我們可以看到，奧運比賽節目的收視率，的確受到多個相互具有一定獨立性的因素的影響，至少包括頻道因素、播放時段、有關比賽項目在我國的受歡迎程度，以及比賽是預賽還是決賽等等。

時段的因素是顯而易見的，它反映了現實中工作對於休閒的優先原則。至於頻道，很大程度上是一種體制性因素，從央視對不同頻道最初的定位和節目分配之中，就已經在決定其各頻道的收視表現，當然也有收視慣性的因素在裏面。項目熱度和收視熱度的對應關係，實際上也反映了收視是一種自主的休閒行為，個人偏好的驅動是最主要的；至於喜歡決賽甚於預賽，則是人之常情。人是一種好奇的動物，對於結局的偏執式關注是難以理解的。當然，決賽比起預賽，往往的確也更加精彩。

清華大學新聞與傳播學院教授
■ 金兼斌