

居民对 2010 年广州亚运会影响的感知变化研究 ——基于事件举办前视角

罗秋菊^{1,2}

(1. 中山大学旅游学院, 广州 广东 510275; 2. 中山大学旅游发展与规划研究中心, 广州 广东 510275)

摘要: 现有大多数研究是从“反馈问题(reactive)”的视角出发研究事件活动发生之后的影响结果。将研究重心转向大型事件发生之前的规划和管理阶段, 以积极的“未雨绸缪(proactive)”视角审视大型事件重要的利益相关者——居民的感知变化具有重要意义。在广州亚运会举办前, 先后相隔 5.5 个月对居民进行调研, 研究显示, 随着举办时间的推进, 居民对大型事件的影响感知也随之发生变化。主要的变化表现一是居民对大型事件关注度增加, 居民作为东道主的自我存在感有增强之势; 二是居民对大型事件的感知由无形影响逐渐转化为有形影响; 三是居民对大型事件的社会成本的感知越来越强烈, 对经济成本和社会公共利益的感知减弱, 同时对社区利益的感知有逐渐增强之势; 四是居民对事件的态度越来越理性, 对负面影响的关注有增强之趋势。

关键词: 广州亚运会; 居民; 事前; 影响; 感知变化

中图分类号: K928. 5 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000 - 0690(2010) 05 - 0693 - 09

大型事件不仅能够提升举办地的形象和吸引力^[1], 还能提高当地居民的自豪感和文化认同感^[2]。当然, 也给事件主办城市带来了负面效应和问题^[3], 甚至影响到当地居民的生活质量^[4], 让他们产生排斥心理和举动。居民的感知问题与经济效益同等重要, 甚至更为重要^[2, 5, 6]。居民的支持是以事件感知成本和利益为基础的。社会交换理论指出只要居民感知事件带来的利益大于成本, 那么他们就有可能对大型事件持支持态度^[7]。此外, 社区归属感高的居民最有可能预期大型事件能为当地社区带来收益^[8]。

居民对事件活动的态度感知是识别事件活动影响以及衡量居民支持度的重要表征, 也是研究的重要内容之一。从阶段上看, 对事件的影响评价研究包括事前评价(Formative Evaluation)、过程评价(Process Evaluation) 和产出或总结评价(Outcome or Summative Evaluation)^[9], 即事前、事中和事后评价, 其中从事后视角评估居民对大型事件的影响感知要多于从事前视角研究居民对大型事件的期待感知。值得注意的是, 事前、事中、事后不同时间段内居民的感知和态度存有差异, 有学者开始关注这方面的变化。已有研究表明随着时间的推移, 居民

对大型事件的热情程度和态度也随之发生变化^[7, 10~14], 例如居民对大型事件的负面影响越来越关注^[11], 事件前后居民由最初预期社区可以得到良好的经济和文化利益到后来发现收益远远低于预期^[12]。从内容上看, 对事件的影响评价包含 3 类。一是事件对举办地经济、社会和环境产生影响, 例如, 事件活动对社区凝聚力、经济效益、社会激励和社会成本 4 个方面产生综合影响^[15, 16]。二是事件对举办地产生正面与负面影响。例如, 大型事件活动的积极影响除了引致显著的经济效益外, 还对目的地产生强化思想交流、促进商业联系、增加教育培训机会、帮助技术转移等积极的社会文化影响^[17], 消极影响包括导致交通拥挤、污染、物价上涨、打乱当地居民的生活以及社会问题等负面影响^[18]。三是事件带来的有形和无形影响。例如, 大型活动的无形影响主要体现在对社会生活和集体福利的影响、作为东道主的自豪感, 以及对举办地形象产生影响, 但是无形影响很难衡量^[19]。依照居民感知进行群体分类也是研究的重点之一。例如, 有研究显示不同类型的居民对当地举办赛车大奖赛存在着从“十分积极”到“十分消极”的不同反应^[20], 而产生这种感知差异的原因可用“社会

收稿日期: 2010 - 03 - 18; 修订日期: 2010 - 06 - 01

基金项目: 国家自然科学基金项目(40971071)、广东省哲学社会科学十一五规划项目(08E - 11) 资助。

作者简介: 罗秋菊(1968 -), 江西新余人, 女, 博士, 副教授, 主要研究会展与节事旅游。E-mail: bettyluoqiujia@ 126. com

表征理论”(social representation theory)进行解释^[21],也有学者用“感知-反馈(perception-reaction)”矩阵把参与事件的居民进行分类^[3]。

概述之,举办地居民对大型事件影响的态度和预期必须在学术领域得以重视,因为积极支持事件活动的社区对于增强事件旅游者的满意度和举办地区的整体吸引力至关重要^[22]。然而总体上学术界对该领域的研究相对还较少^[12,20],且存在时间和空间上的不均衡。现有成果所涉及的研究对象主要针对发达国家,缺乏对发展中国家事件活动的深入探讨^[23],此可谓空间的不均衡;时间上的不均衡是指缺乏从纵向和横向时段上对居民的影响感知进行考量,尤其是从事件活动发生之前的视角进行规划和管理尚不多见。

在距离广州亚运会举办还有1a多时,分别在2009年3月和8月展开广州居民对亚运会影响的感知变化研究,力图回答的问题为:事件举办前,随着时间的推移,居民的参与度有什么变化?居民对事件影响的成本和收益感知度有什么变化?居民的感知类型有什么特征和变化?研究目的在于提升居民的参与度和支持度,更好地发挥大型事件的推动作用,也为了更好地进行事前规划与管理。需要说明的是,尽管学者们持续关注居民对大型事件的影响感知研究,成果也有不少,然而,现在大多数的研究都是从“反馈问题(reactive)”的视角出发研究事件活动发生之后的影响结果。一言以蔽之,大多数研究都在“亡羊补牢”。社会效益利用(social leverage)理论告诉我们在规划和管理中运用事件活动潜在的社会功能可以引导产出更加积极的社会、经济和环境效益^[24]。可以说,这种视角有利于弥补现有研究的缺陷,而把研究的重心转向活动发生之前的规划和管理阶段,这是一种更加积极的“未雨绸缪(proactive)”视角。

1 研究设计

研究主要采用问卷调查的方法,并辅以深入访谈法。

研究过程。在2个时间段分别抽样调研2次,调研间隔5.5个月。2009年3月1~10日:分别在中山大学北门广场和东门商业街、沙面公园、天河城等具代表性的人口聚集的地方派发问卷。2009年8月15~31日:在中山大学北门广场和东门商业街、越秀公园、晓港公园、流花湖公园、人民公园、

秀全公园、陈家祠、番禺等人口聚集处派发问卷。

样本结构的选择。广州市人口主要由户籍人口以及外来流动人口组成,因此从广义上界定广州市居民,即居住3a以上的居民和3a以下新移民。根据广州市市区人口分布特点,采用区域控制方法发放问卷,主要在越秀区、海珠区、荔湾区、天河区、白云区具有显著代表意义的区域取样;同时番禺区是亚运村的所在地,也相应取样。

问卷设计。问卷分2个部分,第一部分是居民个人基本信息;第二部分是居民对2010年广州亚运会影响的感知指标。问卷指标55个,其中47个指标出自既有研究文献^[2,10,13,14,16,20,25~27],涉及大型事件活动对举办地的经济、社会、环境、文化等方面的影响感知;还有8个指标是笔者结合访谈及广州实际情况和亚运会特征所设计。计量尺度采用李克特5分量表(Likert scale)计量。

问卷发放与回收。2009年3月发放问卷200份,收回问卷192份,回收率96%,对回收问卷进行审核,核选出有效问卷186份,有效率93%。2009年8月发放问卷500份,收回问卷452份,回收率90.4%,对回收问卷进行审核,核选出有效问卷433份,有效率86.6%。

样本概况。虽然2个时间段的样本数量有差异,但两者的样本结构相差不大,对结论的影响较小。2个时间段的样本概况如表1所示。

2 研究结果

2.1 居民信息获知渠道及参与度分析

表2显示,对亚运会信息的“十分关注”由2009年3月的7.5%上升到2009年8月的17.1%,这表明随着亚运会举办时间的推进,居民对其关注度增加。2009年3月和8月的调研分别有样本的12.9%和28.6%参与了亚运会的宣传活动,后一时期居民的参与度明显提升。整体来看,随着距离亚运会举办时间的推进,居民对亚运会的关注程度和参与积极性越来越高。

2.2 居民对亚运会影响的平均感知度

2次调查结果显示,均值前10位的变量都是关于亚运会带来的正面影响,但是在排序上有差别(表3)。变量均值排名的变化,说明了居民在利益感知方面的变化。2009年3月调研时居民感知最强的是亚运会带来的无形影响,主要是感知到城市的形象将得到提升;而在2009年8月居民除了感

表 1 2009 年 3 月和 8 月调研的样本概况

Table 1 Sample profiles surveyed in March 2009 and August 2009

2009 年 3 月 (N = 186)				2009 年 8 月 (N = 433)				
		样本数量(人)	比例(%)			样本数量(人)	比例(%)	
性别	男	86	46.2	性别	男	201	46.4	
	女	99	53.2	性别	女	232	53.6	
	未回答	1	0.5	性别	未回答	0	0	
年龄	18~30 岁	95	51.1	年龄	18~30 岁	240	55.4	
	31~40 岁	49	26.4	年龄	31~40 岁	115	26.7	
	41~50 岁	24	12.9	年龄	41~50 岁	56	12.9	
	51~60 岁	14	7.5	年龄	51~60 岁	11	2.5	
	60 岁以上	3	1.6	年龄	60 岁以上	11	2.5	
	未回答	1	0.5	年龄	未回答	0	0	
	职业	机关、事业单位人员	21	11.3	职业	机关、事业单位人员	37	8.5
企业职工		65	34.9	职业	企业职工	137	31.6	
个体工商户		20	10.8	职业	个体工商户	40	9.2	
学生		6	3.2	职业	学生	168	38.8	
教育、科研人员		43	23.1	职业	教育、科研人员	13	3.0	
待业、下岗		8	4.3	职业	待业、下岗	22	5.1	
离退休人员		21	11.3	职业	离退休人员	12	2.8	
其他		2	1.1	职业	其他	4	0.92	
常住地	海珠区	73	39.2	常住地	海珠区	51	11.8	
	荔湾区	38	20.4	常住地	荔湾区	22	5.1	
	越秀区	33	17.7	常住地	越秀区	28	6.5	
	天河区	29	15.6	常住地	天河区	34	7.9	
	白云区	7	3.8	常住地	白云区	26	6.0	
	黄浦区	3	1.6	常住地	黄浦区	2	0.5	
	花都区	1	0.5	常住地	花都区	98	22.6	
	番禺区	1	0.5	常住地	番禺区	163	37.7	
	萝岗区	0	0	常住地	萝岗区	2	0.5	
	南沙区	0	0	常住地	南沙区	0	0	
	从化市	0	0	常住地	从化市	5	1.2	
	增城市	0	0	常住地	增城市	1	0.2	
	未回答	1	0.5	常住地	未回答	1	0.2	
	广州居住时间	3a 以下	58	31.2	广州居住时间	3a 以下	60	13.9
		3~5a	35	18.8	广州居住时间	3~5a	42	9.7
6~10a		27	14.5	广州居住时间	6~10a	64	14.8	
10a 以上		65	34.9	广州居住时间	10a 以上	264	61.0	
缺失		1	0.5	广州居住时间	缺失	3	0.7	
教育程度	高中以下	16	8.6	教育程度	高中以下	78	18.0	
	高中或中专	45	24.2	教育程度	高中或中专	105	24.2	
	大专	41	22.0	教育程度	大专	87	20.1	
	大学本科	76	40.9	教育程度	大学本科	151	34.9	
	硕士或以上	7	3.8	教育程度	硕士或以上	7	1.6	
	未回答	1	0.5	教育程度	未回答	4	0.9	

知到城市形象之外,对城市经济和环境建设方面也更为关注,其原因主要是因为随着距离亚运会举办时间的推进,各种亚运工程也紧锣密鼓地进行建设,对居民的工作和生活都造成了较明显的感知。在总体上,居民感知利益强于感知成本。

2.3 居民对成本与收益感知度的具体分析

采用国际上相关研究常用的因子分析^[2,11~13],分析结果见表 4。因子分析结果显示,居民对亚运会的感知存有共性,可以概括为感知社会成本、感知经济成本、感知社区利益、感知经济利

表 2 居民对亚运会的关注程度及参加前期筹备活动情况

Table 2 The concern degree on Guangzhou Asian Games and pre-participation of residents

	2009年3月		2009年8月			
	样本数量(N)	比例(%)	样本数量(N)	比例(%)		
对亚运会信息的关注度	十分关注	14	7.5	十分关注	74	17.1
	比较关注	59	31.7	比较关注	150	34.6
	一般	91	48.9	一般	147	33.9
	比较不关注	13	7.0	比较不关注	28	6.5
	不关注	8	4.3	不关注	32	7.4
	未回答	1	0.5	未回答	2	0.5
是否参加亚运会的宣传活动	是	24	12.9	是	124	28.6
	否	162	87.1	否	305	70.4
	未回答	0	0	未回答	4	0.9

表 3 有关居民对亚运会影响感知均值前 10 位的变量

Table 3 Mean of top 10 variables of residents' perception on the impact of Asian Games

2009年3月			2009年8月		
变量	均值	排序	变量	均值	排序
密集的媒体曝光强化了城市形象	4.3934	1	提升广州的国际知名度	4.3333	1
增加向世界宣传广州的机会	4.3333	2	提供新商机	4.2827	2
提升广州的国际知名度	4.1749	3	促进新体育会场的建设	4.2507	3
促进城市道路的改建	4.1421	4	增加向世界宣传广州的机会	4.2400	4
挖掘广州文化形象	4.1311	5	有利于旅游业的发展	4.2160	5
提供新商机	4.1257	6	促进城市道路的改建	4.2080	6
注入新鲜元素 增加城市活力	4.0656	7	密集的媒体曝光加强城市形象	4.2027	7
促进新体育会场的建设	4.0492	8	改善整体经济环境	4.1573	8
改善整体经济环境	4.0437	9	改善公共交通系统	4.1547	9
增加公共卫生设施	4.0383	10	注入新鲜元素 增加城市活力	4.1440	10

表 4 居民对亚运会影响的感知因子分析结果

Table 4 Factor analysis of residents' perceptions on the impact of Asian Games

观测变量	因子载荷	特征值	2009年3月		
			方差贡献率	均值	共同度
因子 1: 占用公共资源, 冲击社区生活		4.468	10.391%		
游客过多导致社区过于拥挤	0.676			3.2404	0.668
扰乱居民正常生活秩序	0.800			2.7869	0.740
减少当地居民对公共设施的使用	0.744		2.8415	0.666	
导致当地居民的停车困难	0.641			3.1366	0.663
游客激增降低了社区生活的私密性	0.800			2.7705	0.673
社区破坏公物行为增多	0.811			2.7486	0.710
导致居民与外国游客发生冲突	0.742			2.3443	0.650
因子 2: 改善和丰富居民生活		4.285	9.966%		
投身亚运活动有助于改善社区形象	0.663			3.8415	0.572
增加居民作为东道主的自豪感	0.664			3.9399	0.580
使居民有更多机会接触外国人	0.596			3.8579	0.622
加强文化交流 加深居民对外来文化了解	0.631			3.8798	0.595
居民的娱乐活动更加多样化	0.559			3.7158	0.611
成为新思想、新点子的展示平台	0.524			3.7978	0.606
帮助居民树立和巩固强身健体的意识	0.734			3.9891	0.716
督促居民展现礼仪之风范	0.711			3.8743	0.683
因子 3: 完备城市基础设施		3.931	9.141%		
改善公共交通系统	0.704			3.9126	0.709
改进公共区域的安全设施	0.654			3.9945	0.695

续表 4

增加公共卫生设施	0.735			4.0383	0.702
净化城市空气	0.689			3.6503	0.706
新增城市休憩场所	0.723			3.7978	0.705
因子 4: 挖掘和巩固城市形象		3.619	8.417%		
挖掘广州文化形象	0.590			4.1311	0.583
密集的媒体曝光强化城市形象	0.766			4.3934	0.722
增加向世界宣传广州的机会	0.799			4.3333	0.769
提升广州的国际知名度	0.768			4.1749	0.693
展示广州举办国际赛事的实力	0.659			4.0109	0.768
提高城市的国际认同度	0.510			3.9454	0.620
因子 5: 增加社会/生活成本		3.288	7.645%		
物价上涨	0.765			3.3934	0.759
抬高房价和租金	0.704			3.1639	0.756
造成城市交通拥堵	0.783			3.2951	0.728
带来明显增加的污染物和垃圾	0.785			3.3825	0.706
因子 6: 创造经济效益		2.638	6.134%		
创造更多就业岗位	0.788			3.9180	0.672
改善整体经济环境	0.701			4.0437	0.613
提供新商机	0.702			4.1257	0.630
为与体育相关行业的发展提供了契机	0.579			4.0055	0.601
因子 7: 提升城市魅力		2.000	4.650%		
使传统文化和建筑得以保护	0.703			3.6503	0.749
美化城市环境	0.625			4.0109	0.611
注入新鲜元素,增加城市活力	0.595			4.0656	0.554
因子 8: 促进社区进步		1.861	4.327%		
增加商铺数量,更新配套设施	0.549			3.6831	0.657
使得社区内部更加团结,增加集体感	0.576			3.7104	0.713
促使各社区之间加强合作	0.718			3.6995	0.781
因子 9: 促进道路和场馆建设		1.496	3.480%		
促进城市道路的改建	0.617			4.1421	0.678
带来新体育会场的建设	0.599			4.0492	0.566
2009 年 8 月					
观测变量	因子载荷	特征值	方差贡献率	均值	共同度
因子 1: 增加社会成本,占用公共资源,冲击社区生活		8.296	15.082%		
造成城市交通拥堵	0.683			3.4827	0.734
带来明显增多的污染物和垃圾	0.765			3.3973	0.720
增加噪音	0.790			3.3600	0.735
犯罪率上升	0.736			3.0933	0.646
游客过多导致社区过于拥挤	0.734			3.3200	0.626
扰乱居民正常生活秩序	0.810			3.1467	0.677
减少当地居民对公共设施的使用	0.737			3.1813	0.635
导致当地居民的停车困难	0.765			3.2987	0.652
游客激增降低了社区生活的私密性	0.769			3.1120	0.670
社区破坏公物行为增多	0.786			2.9973	0.678
导致居民与外国游客发生冲突	0.749			2.8720	0.665
因子 2: 提升城市魅力,完备城市基础设施		6.264	11.388%		
使传统文化和建筑得以保护	0.450			3.9360	0.563
美化城市环境	0.432			4.1200	0.518
注入新鲜元素,增加城市活力	0.487			4.1440	0.550
促进城市道路的改建	0.582			4.2080	0.702
改善公共交通系统	0.735			4.1547	0.721
改进公共区域的安全设施	0.674			4.0507	0.625

续表 4

增加公共卫生设施	0.705		4.0507	0.673
净化城市空气	0.726		4.8027	0.688
新增城市休憩场所	0.663		3.9253	0.663
因子 3: 促进社区进步,丰富居民生活		5.826	10.593%	
增加商铺数量,更新配套设施	0.423		3.8453	0.536
使得社区内部更加团结,增加集体感	0.619		3.7360	0.666
促使各社区之间加强合作	0.743		3.8080	0.707
社区认同感通过参与亚运会得到强化	0.754		3.7893	0.661
加大社区对旅游资源的保护力度	0.786		3.8800	0.716
投身亚运会活动有助于改善社区形象	0.669		3.9147	0.626
增加居民作为东道主的自豪感	0.551		4.0907	0.594
加强文化交流,加深居民对外文化的了解	0.568		3.9520	0.621
居民的娱乐活动更加多样化	0.508		3.9307	0.567
成为新思想新点子的展示平台	0.448		3.9307	0.559
因子 4: 创造经济契机,强化城市形象,促进场馆建设		5.735	10.427%	
提供新商机	0.487		4.2827	0.596
为与体育相关行业的发展提供契机	0.460		4.1067	0.503
有利于旅游业的发展	0.551		4.2160	0.574
密集的媒体曝光强化城市形象	0.640		4.2027	0.577
增加向世界宣传广州的机会	0.819		4.2400	0.737
提升广州的国际知名度	0.798		4.3333	0.714
展示广州举办国际赛事的实力	0.605		4.1680	0.629
提高城市的国际认同度	0.570		4.1307	0.625
提升广州商业城市形象	0.435		4.1227	0.641
挖掘广州文化形象	0.480		4.0800	0.622
促进新体育会场的建设	0.533		4.2507	0.589
因子 5: 提高居民综合素质		2.119	3.853%	
帮助居民树立和巩固强身健体的意识 ³⁸	0.407		3.9120	0.561
督促居民展现礼仪风范	0.450		3.9333	0.605
因子 6: 造成物价上涨		1.758	3.197%	
抬高房价和租金	0.590		3.6613	0.676
因子 7: 增加税收		1.661	3.020%	
增加税收	0.673		3.8587	0.563
因子 8: 改善就业和经济环境		1.593	2.896%	
创造更多就业岗位	0.482		4.0907	0.562
改善整体经济环境	0.539		4.1573	0.647
因子 9: 提供更多与外国人接触的机会		1.275	2.317%	
使居民有更多机会接触外国人	0.423		3.9760	0.519

注: 只列出大于 0.4 的因子载荷值

益、感知社会公共利益。其中,感知社会成本表现为 2009 年 3 月调研期的因子 1 和 2009 年 8 月调研期的因子 1; 感知经济成本表现为 2009 年 3 月调研期的因子 5 和 2009 年 8 月调研期的因子 6; 感知社区利益表现为 2009 年 3 月调研期的因子 2、因子 8 和 2009 年 8 月调研期的因子 3、因子 5、因子 9; 感知经济利益表现为 2009 年 3 月调研期的因子 6 和 2009 年 8 月调研期的因子 7、因子 8; 感知社会公共利益表现为 2009 年 3 月调研期的因子

3、因子 4、因子 7、因子 9 和 2009 年 8 月调研期的因子 2、因子 4。

从方差贡献率比较居民对成本和收益的感知度变化。两个时间段居民皆表现为感知收益大于感知成本,其中社会公共利益感知最强,排序第一,累计方差贡献率分别为 25.688% 和 21.815%; 社区利益感知排序第二,累计方差贡献率分别为 14.293% 和 16.763%。两个时间段的感知变化为: 随着亚运会举办时间的推进,居民对社会成本的感

知越来越强烈,对经济成本和社会公共利益的感知在减弱,同时对社区利益的感知有逐渐增强之势。

3.4 居民对亚运会影响的感知类别

采用国际上相关研究常用的聚类分析用以区分不同类型的居民对亚运会的感知态度^[5 20 21],居民被聚类为热爱者、中立者和理性支持者 3 类群体。两个时间段的居民感知类别比例(表 5),热爱者从 2009 年 3 月调研期的 31.1% 下降到 2009 年 8 月的 25.2%,中立者从前一调研期的 38.8% 下降到后一调研期的 33.4%,而理性支持者的比例则从 30.1% 上升到 41.4%。对比结果显示,随着亚运会举办时间的推进,广州居民对亚运会的态度越来越理性,后一个调研期的理性支持者的比例上升了 11.3%。

表 5 居民对亚运会影响的感知类别

Table 5 Cluster analysis of Residents' impact perceptions on Asian Games

居民的感知类别	2009 年 3 月	2009 年 8 月	变化
热爱者	31.1%	25.2%	-5.9%
中立者	38.8%	33.4%	-5.4%
理性支持者	30.1%	41.4%	11.3%

3 结论与建议

基于大型事件举办前视角,先后相隔 5.5 个月对居民的影响感知进行 2 次调研,得到如下结论。

第一,从关注程度判断,随着大型事件举办时间的推进,居民对其关注度增加,居民作为东道主的自我存在感有增强之势。其中,两个时间段调研皆显示 97% 以上的居民对广州举办亚运会有认知。但是,居民对亚运会信息的“十分关注”由 2009 年 3 月的 7.5% 上升到 2009 年 8 月的 17.1%。

第二,从参与程度判断,随着举办时间的推进,居民对大型事件的参与积极性越来越高。虽然两个时间段的调研都表明居民参与度并不十分普遍和积极,但 2009 年 8 月居民的参与度有明显提升,由 2009 年 3 月的 12.9% 上升到了 2009 年 8 月的 28.6%。

第三,从平均感知度判断,随着举办时间的推进,居民对大型事件的感知由无形影响逐渐转化为有形影响。两个时间段的共性为居民的感知利益强于感知成本;其差异性为 2009 年 3 月居民感知最强的是提升城市形象,而 2009 年 8 月居民感知

明显的是改善城市经济和环境建设。

第四,从成本-收益感知度判断,随着事件举办时间的推进,居民对社会成本的感知越来越强烈,对经济成本和社会公共利益的感知在减弱,对社区利益的感知有增强之势。其中两个时间段的共同之处在于居民感知收益大于感知成本,其中社会公共利益感知最强,社区利益感知其次。但是两个时间段的调研也显示居民在社会成本感知方面存在非常大的差异,是差异性最强的;感知经济利益差别最小。

第五,从感知类别判断,随着举办时间的推进,居民对事件的态度越来越理性,对负面影响的关注有增强之趋势。居民聚类为热爱者、中立者和理性支持者 3 类群体。其中热爱者从 2009 年 3 月的 31.1% 下降到 2009 年 8 月的 25.2%,而理性支持者的比例则从 3 月调研期的 30.1% 上升到 8 月调研的 41.4%。

可以说,研究结论与 Kim 和 Petrick 提出的居民对大型事件的影响感知会随着时间的推移而发生改变的结论相一致^[12]。此外,本次研究的发现也印证了 Waitt 提出的由于个体和事件之间交换关系的形成具有不稳定性,从而导致个体对事件的态度会随着时间而发生变化的理论^[7]。

依据结论,有几点建议:① 大型事件成功举办的一个关键因素就是得到当地居民的关注、认可和支持,因而政府应密切关注居民的感知,发挥居民对大型事件的推动作用。② 政府相关部门和组织机构应该不断评估和调整宣传策略,采取多元化的营销方式,提高事件的知名度,使居民科学认知大型事件的作用,提升居民对文化影响方面的感知。③ 事件活动可以通过提高地方感来影响居民的文化身份感,从而提高居民的自豪感与参与度。政府应举办更多与事件相关的全民参与活动,使更多的中立者转化成为热爱者。

参考文献:

- [1] Ritchie B, Aitken C. Assessing the impacts of the 1988 Olympic Winter Games: The research program and initial results[J]. Journal of Travel Research, 1984, 22(3): 17-25.
- [2] Mihalik B J, Simonetta L. A midterm assessment of the host population's perceptions of the 1996 Summer Olympics: Support, attendance, benefits and liabilities[J]. Journal of Travel Research, 1999, 37(3): 244-248.
- [3] Xiao H, Smith S. Residents' perceptions of Kitchener - Waterloo

- Okroberfest: an inductive analysis[J]. *Event Management* 2004, (8): 161.
- [4] Moscardo G. Analyzing the role of festivals and events in the regional development [J]. *Event Management* 2007 (11): 23.
- [5] J Ritchie R B ,Smith B H. The impact of a mega - event on host region awareness: A longitudinal study[J]. *Journal of Travel Research* 1991 **30**(1) : 3 - 10.
- [6] Horne J D ,Manzenreiter W. Forecast and actual impacts of the 2002 Football World Cup final on the host countries Japan/ Korea[J]. *International Review for the Sociology of Sport* 2004 **39** (2) : 187 - 203.
- [7] Waitt G. Social impacts of the Sydney Olympics [J]. *Annals of Tourism Research* 2003 **30**(1) : 194.
- [8] Deccio C ,Baloglu S. Nonhost community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts [J]. *Journal of Travel Research* 2002 (41) : 46 - 56.
- [9] Getz D. *Event Management & Event Tourism* [M]. New York: Cognizant Communication Corporation ,1997: 4 - 16.
- [10] Soutar G N ,McLeod P B. Residents' perceptions on impact of the America's Cup[J]. *Annals of Tourism Research* ,1993 (20) : 571 - 582.
- [11] Mihalik B. Host population perception of the 1996 Atlanta Olympics: Support , benefits and liabilities [J]. *Tourism Analysis* , 2000 (5) : 49 - 53.
- [12] Kim S S ,Petrick J F. Residents' exception on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city[J]. *Tourism Management* 2005 (26) : 25 - 38.
- [13] Kim H J ,Gursoy D ,Lee S - B. The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre - and post - games[J]. *Tourism Management* 2006 (27) : 86 - 96.
- [14] 许春晓,柴晓敏,付淑礼. 城市居民对重大事件的感知变化研究: 2006 杭世界休闲博览会期间的纵向研究[J]. *旅游学刊* , 2007 **22**(11) : 89 ~ 94.
- [15] Dogan G ,Kyungmi K ,Muzaffer U. Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation [J]. *Tourism Management* 2004 (15) : 171 - 181.
- [16] Elizabeth F. Host and guest relations and sport tourism [J]. *Sport in Society* 2005 **8**(2) : 263 - 279.
- [17] Dwyer L ,Mellor R ,Mistilis N , et al. A framework for assessing "tangible" And "intangible" impacts of events and conventions [J]. *Event Management* 2000 (6) : 175.
- [18] Elizabeth F ,Bill F. Host community reactions a cluster analysis [J]. *Annals of Tourism Research* 2000 **27**(3) : 763 - 784.
- [19] John Allen. 大型活动项目管理[M]. 王增东译. 北京: 机械工业出版社 2002: 25 - 43.
- [20] Fredline E ,Faulkner B. Residents' reactions to the staging of major motorsport events within their communities : a cluster analysis[J]. *Event Management* 2002(a) (7) : 103.
- [21] Fredline E ,Faulkner B. Variations in residents' reactions to major motorsport events: why residents perceive the impacts of events differentl [J]. *Event Management* 2002(b) (7) : 115.
- [22] Robert M. Residents' perceptions and the role of government [J]. *Annals of Tourism Research* ,1995 (22) : 86 - 102.
- [23] Kasimati E. Economic aspects and the summer Olympics: a review of related research[J]. *The International Journal of Tourism Research* 2003 (5) : 433 - 444.
- [24] Chalip L. Towards social leverage of sport events [J]. *Journal of Sport & Tourism* 2006 **11**(2) : 109.
- [25] Cathy H C. Hsu impacts of Riverboat Gaming on community quality [J]. *Journal Of Hospitality & Tourism Research* ,1998 , (22) : 323 - 337.
- [26] Thomas A D. Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impact of community Festivals , part II: Verification of the scale [J]. *Event Management* 2001 (7) : 25 - 38.
- [27] Katie S. Social dimensions of community festivals: an application of factor analysis in the development of the social impact perception (SIP) Scale [J]. *Event Management* 2007 (11) : 45 - 55.

Changes of Residents' Perceptions towards the Guangzhou Asian Games —From Pre - event Perspective

LUO Qiu-ju^{1 2}

- (1. School of Tourism Management , Sun Yat-Sen University , Guangzhou , Guangdong , 510275;
2. Center for Tourism Planning and Research , Sun Yat-Sen University , Guangzhou , Guangdong , 510275)

Abstracts: Current researches have studied the influence of an event from a "reactive" perspective after the occurrence of an event. This research shifts the focus to the planning and management phases of large-scale events from a "proactive" perspective and studies how residents , important stakeholders of large-scale events , change

their perceptions. The researcher conducted this study over one year before the Guangzhou Asian Games , investigated residents' perceptions successively separated by five and a half month and studied the changes of residents' perceptions towards large-scale sports events. Main conclusions are as follows: ①As the time draws nearer , residents pay more attention to the large-scale event , realize their role of host , and their sense of existing increases; ②As the time draws nearer , residents' perceptions towards the large-scale event turn from tangible effect to intangible effect; ③As the time draws nearer , residents' perceptions towards social cost of the large-scale event becomes stronger , but their perceptions towards economic cost and social benefits becomes weaker , meanwhile , their perceptions towards community benefits gradually grows stronger; ④As the time draws nearer , residents' attitudes towards the event are becoming more and more rational.

Key words: Guangzhou Asian Games; residents; pre-event; impacts; perceptions change



更 正

《地理科学》2010 年第 4 期 p525 表 2 中 ,苏中江都机场的数据 11584 和 801.92 ,应分别为"7 + 2"机场的服务范围数据和服务人口数据; 淮安涟水机场的数据 13705 和 726.61 应分别为"7 + 2"机场的服务范围数据和服务人口数据 特此更正。