

人是如何被说服的：认知风格对目标框架效应的影响

林晓玲, 陈 聪, 何雨桐, 成晓君*

深圳大学心理学院, 广东 深圳

收稿日期: 2025年6月23日; 录用日期: 2025年7月29日; 发布日期: 2025年8月11日

摘 要

在日常生活中, 人们总是浏览着各种信息进行着决策。最终行为结果或目标在不同的描述框架下将呈现出不同的说服效果, 促使个体做出不同的决策, 这样的现象称之为目标框架效应。该效应与认知风格关系紧密但仍未得到充分关注, 本研究将通过两个行为实验从认知风格角度来探究人们如何受到目标框架效应的影响, 如何被说服并进一步影响决策行为。实验一通过REI-40量表筛选出不同认知风格的被试(直觉风格/理性风格), 以认知风格作为被试间变量, 框架类型作为被试内变量(正向/负向), 说服效果作为因变量, 探讨特质性认知风格对目标框架效应的影响。实验二在实验一的基础上, 将特质性认知风格改为状态性认知风格, 采用时间压力的方式操纵个体信息加工方式, 处于时间压力条件下的为直觉风格, 而无时间压力的个体为理性风格, 进一步探究在不区分特质性认知风格的条件下, 认知风格对目标框架效应的影响是否随情境变化而变化。结果发现, 相比于理性风格个体, 直觉风格个体更容易受到目标框架效应的影响; 负向框架下的说服效果要优于正向框架。综上, 本研究为个体在现实生活中的正确决策, 以及公共政策倡导与健康行为等领域的高效宣传提供了理论和实证依据。

关键词

目标框架效应, 认知风格, 双加工, 框架效应

How People Are Persuaded: The Influence of Cognitive Style on the Goal Framing Effect

Xiaoling Lin, Cong Chen, Yutong He, Xiaojun Cheng*

School of Psychology, Shenzhen University, Shenzhen Guangdong

Received: Jun. 23rd, 2025; accepted: Jul. 29th, 2025; published: Aug. 11th, 2025

*通讯作者。

文章引用: 林晓玲, 陈聪, 何雨桐, 成晓君(2025). 人是如何被说服的: 认知风格对目标框架效应的影响. *心理学进展*, 15(8), 102-111. DOI: 10.12677/ap.2025.158453

Abstract

In daily life, people constantly process various pieces of information to make decisions. The final behavioral outcomes or goals can exhibit different persuasive effects under different descriptive frameworks, leading individuals to make different decisions. This phenomenon is referred to as the goal-setting effect. While this effect is closely related to cognitive style, it has not yet received sufficient attention. This study will explore how people are influenced by the goal-setting effect, how they are persuaded, and how this further impacts decision-making behavior through two behavioral experiments from a cognitive style perspective. Experiment 1 used the REI-40 scale to select participants with different cognitive styles (intuitive style/rational style), with cognitive style as the between-subjects variable, frame type as the within-subjects variable (positive/negative), and persuasive effect as the dependent variable, to explore the influence of trait cognitive style on the goal framing effect. Experiment 2 builds on Experiment 1 by replacing trait-based cognitive style with state-based cognitive style. It manipulates individual information processing methods through time pressure, with intuitive style under time pressure conditions and rational style under no time pressure conditions. This further explores whether the influence of cognitive style on the goal framing effect varies with situational changes when trait-based cognitive style is not distinguished. The results showed that compared to rational-style individuals, intuitive-style individuals were more susceptible to the target framing effect; persuasive effects under negative frames were superior to those under positive frames. In summary, this study provides theoretical and empirical evidence for individuals to make correct decisions in real life, as well as for efficient advocacy in public policy and health behavior promotion.

Keywords

Goal Framing Effect, Cognition Style, Dual Processing, Framing Effect

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在信息大爆炸的时代, 各种信息充斥着人们的日常生活, 某些信息具有一定说服意味, 比如产品销售广告、消防宣传等类型的信息, 这类说服性信息会影响人们的行为, 使其做出无意识的决策。说服信息对个体决策的影响程度将受到信息在描述目标或行为结果时所采用的框架类型影响, 这一现象被称为目标框架效应(Goal Framing Effect, Levin et al., 1998)。这一效应强调框架类型将影响说服效果(Levin et al., 2002), 当信息仅强调完成某一行为带来的积极后果(正向框架)或不做某行为将导致的消极后果(负向框架)时, 会导致决策者在信息吸引力和信息认同感方面的差异(Peng et al., 2021)。例如, 在实验中向被试强调参加乳房自查(Breast Self-Examination, BSE)带来的好处不如强调不参与该检查带来的坏处更能激发人们参与检查的意愿(Levin et al., 1998)。与此结果一致的是, 陈剑梅和傅琦(2016)在捐款策略和目标框架效应对捐赠行为的影响的研究中也发现, 负向框架比正向框架能更快促进个体做出更多捐赠行为。

1.1. 目标框架效应的理论解释

作为常用的干预方式, 目标框架效应可以在节约预算的前提下有效助推个体从事目标行为, 因此被广泛应用于信息宣传等多个领域(He et al., 2018)。正向框架和负向框架虽然在描述方式上存在差异, 但最

终意图都是为了达到同一行为目的。一般来说,负向框架下的说服效果比正向框架说服效果更强(Levin et al., 1998)。关于医疗健康的一项元分析表明,父母可能更倾向于接受负向框架信息下的劝说而接受让孩子接种疫苗的建议(O'Keefe & Jensen, 2009)。目前关于该效应的解释大多集中于双加工理论(Dual-Process Theory),该理论指出,人们会通过不同的路径来加工看到的说服信息,一种是中央路径,即需要个体进行深入思考、精细加工从而进行决策,属于精细加工;另一种则是边缘路径,该路径依靠信息相关的情境或者背景线索,如个体当前的情感状态、信息吸引程度和信息可信度等来进行决策,属于启发式加工(Petty & Cacioppo, 1986)。根据这一理论,当人们看到负向框架呈现的信息时(传达威胁性的消极结果),更倾向于表现得依赖直觉、反应迅速,更容易通过边缘路径即启发式来加工信息,这样更有助于理解;而当信息传达正面且有益的结果时,人们则变得怀疑、谨慎,体现出较强的理性思考过程,即精细加工过程。双加工理论表明,个体对不同的目标框架信息有着不同的加工策略,这也是目标框架效应出现的原因。

1.2. 认知风格

针对这一效应,学者们已从人口统计学变量中的个体差异(性别、年龄)和材料信息(信息来源可信度、有无先例)等方面探寻了可能的影响因素(罗寒冰等, 2013; 于会会等, 2012)。然而,目标框架效应与信息加工方式紧密相关(如认知风格为理性或直觉),二者的关系尚未得到充分关注。认知风格是信息加工方式的典型体现,代表了个体在认知活动中特定个性特征和倾向,涉及注意力分配、思维模式、问题解决等方面(Betsch & Kunz, 2008),会影响个体学习成绩和工作效率等方面,与生活中的决策密切相关。不同的认知风格会导致个体在面对相同信息时会有不同的理解和解释,因此,研究认知风格对深入了解个体思维方式、解决问题优化策略等具有重要意义。认知经验自我理论(Cognitive Experiential Self Theory, CEST)指出,个体信息加工涉及两个平行且相互影响的系统:经验系统和理性系统(Epstein, 1994)。经验系统依赖于主观的、自主的、非强制性的,可以在不使用任何意志力的前提下以更加灵活的方式进行运转,且更容易受到外界因素的影响,这一系统受情感和直觉影响较多。理性系统是一种需要有意识进行思考和逻辑分析的系统,依靠个体的意志力和大量认知资源来实现,通常能帮助个体更好地理解 and 解决问题。这两个系统能够同时协作,但也可能存在冲突和竞争。通常,直觉风格与经验系统挂钩,理性风格与理性系统挂钩。本研究采用该分类概念,将认知风格分为直觉风格和理性风格,这种分类方式被称为经验-理性认知风格(Rational-Experiential cognitive style)。

1.3. 认知风格与目标框架效应

理性和直觉认知风格这一分类下对目标框架效应的直接影响研究目前较少,但对风险框架效应的研究较为充足。根据 McElroy 等人(2007)的研究,相比于直觉启发式的加工方式,采用系统分析的理性加工更不容易受框架效应的影响,从而更准确地处理信息和做出决策。同时,有研究发现认知需求(need for cognition)作为认知风格的一部分(Cacioppo et al., 1982),指的是个体参与和享受思考的倾向,与风险框架效应同样存在相互影响的关系。Smith 和 Levin (1996)发现低认知需求个体比高认知需求个体更容易受到风险框架效应的影响,做出偏向非理性的决策,Shiloh 等人(2002)的研究也证实了认知需求可以调节风险框架效应。以上研究表明,高认知需求和理性认知风格可能通过采用深度加工这一路径,形成了抵抗框架效应的保障。目标框架效应脱胎于风险框架效应,与风险框架具有相似的底层逻辑,我们认为,理性认知风格个体会比直觉认知风格个体更容易抵抗目标框架效应的影响。Putrevu (2010)研究发现目标框架效应存在性别差异,男性表现优于女性,说明目标框架效应中的个体差异不可忽视,通过研究特质性认知风格对目标框架效应的影响将促进对个体认知行为的理解,进一步推动个体做出最优决策。

值得注意的是, 认知风格虽有其稳定性的特点, 但也可能随时间推移或受情境或任务框架的影响而发生变化(Krishen & Bui, 2015; Manczak et al., 2014)。情绪可通过加工方式对目标框架效应产生影响, 处于积极情绪的个体更易受背景因素的影响, 倾向于采用边缘路径进行启发式加工, 此时的正向框架信息更有说服力。而处于消极情绪的个体更倾向于采用中央路径对信息进行精细加工, 此时的负向框架则更有说服力(Tong et al., 2008)。因此, 我们将认知风格分为两类: 特质性认知风格和状态性认知风格。

根据以往研究可以发现, 认知风格对框架效应的影响的研究虽不少, 但主要是针对风险框架和特征框架, 而直觉-理性认知风格对目标框架效应的影响问题还需进一步检验, 即不同认知风格的个体在不同类型的目标框架下是否会选择不同, 是否与以往研究结论一致, 直觉风格个体更容易受到目标框架的影响。为此, 我们将在实验室条件下通过两个实验来验证, 实验一将从特质性认知风格出发, 实验二将通过时间压力的操纵来改变个体的加工方式形成状态性认知风格, 根据认知经验自我理论提出假设, 理性认知风格个体更倾向于使用系统加工处理信息, 而直觉认知风格个体则偏好采用启发式加工方式对信息整体处理, 因此, 直觉风格个体更容易受到目标框架效应影响, 且在负向框架下更容易被说服。

2. 实验一: 特质性认知风格对目标框架效应的影响

2.1. 目的与假设

为了验证特质性认知风格对目标框架效应的影响, 实验一拟采取 2 (认知风格: 直觉风格 vs. 理性风格) * 2 (框架类型: 正向框架 vs. 负向框架) 的混合实验设计, 认知风格作为被试间自变量, 框架类型作为被试内自变量, 因变量为说服效果, 即正向框架和负向框架下决策得分的平均数。我们认为 1) 无论何种认知风格, 负向框架下信息的说服力高于正向框架下信息说服力; 2) 相比于理性风格的个体, 直觉风格的个体更容易受到目标框架效应的影响。

2.2. 方法

2.2.1. 实验材料

1) 认知风格问卷 REI-40 量表

在本实验中, 我们使用了 Epstein 在 1999 年编制的长版理性-经验思维表(Rational-Experiential Inventory-40, REI-40) (Pacini & Epstein, 1999)。该量表包含了理性偏好、理性能力、经验偏好和经验能力等四个不同维度, 各维度共 10 个条目, 采用 5 点记分法, 其中 1 分表示完全不符合, 5 分代表完全符合。中文版由文跃兰学者翻译的 REI-40 总量表 Cronbach α 为 0.816, 4 个分量表的内部一致性系数 α 均在 0.60 以上, 说明具备良好的内部一致性信度(文跃兰, 2012)。在正式实验前, 我们将理性偏好和理性能力总分为理性维度、经验偏好和经验能力总分为直觉维度, 以此作为划分不同认知风格个体的依据。

2) 正向-负向框架下的决策材料

参考(Rothman & Salovey, 1997)和(O'Keefe & Jensen, 2009)实验所用的材料, 并采用借鉴 Levin 等人(Levin et al., 1998)对目标框架信息内容的测量方法, 改编后得到本研究中所用决策任务信息材料。为提高生态效度和方便统计分析, 该材料正向框架信息和负向框架信息的呈现通过 23 个决策任务情境设置, 每个情境分别有一个正向框架下表达和负向框架下表达, 共 46 条决策信息。例如, 对于信用卡使用情境, 正向框架表述为“为了您的银行账户安全以及个人财产信息安全, 请您尽量减少到陌生地域使用信用卡的情况”, 负向框架表述为“在陌生地域使用信用卡会大大增加您的用卡失信问题和账户被盗风险”。被试需要判断其在看到相应表述时, 是否会减少陌生地域使用信用卡的次数, 采用 5 点记分, 1 表示肯定不会, 5 表示肯定会。在实验中, 正负向框架材料随机呈现。

2.2.2. 被试

通过向某高校校园网络随机发放 REI-40 问卷,共采集有效问卷 128 份。根据问卷得分将被试分为理性风格组和直觉风格组,具体做法为:将问卷得分按照理性和直觉维度分别计算总分并从高到低进行排序,取理性得分排名前 35%以及直觉得分排名前 35%分别作为理性风格组和直觉风格组。其中,对两者得分都很高的被试进行剔除,共剔除 19 名,最终筛选出被试 72 名,年龄为 18~24 岁($M = 20.09, SD = 1.42$)。理性风格组和直觉风格组各 36 名,理性风格组男生 20 名,女生 16 名;直觉风格组男生 14 名,女生 22 名。所有被试均未患有精神疾病且视力正常,本研究已获得深圳大学医学伦理委员会的批准(PN-202300015)。在实验开始前,所有被试已签署知情同意书,确保充分理解研究内容和过程。

2.2.3. 实验流程

本实验决策任务程序采用 E-prime 软件编制与呈现。符合认知风格条件的被试将被邀请到实验室中进行实验。来到实验室后,被试首先阅读电脑屏幕呈现的指导语,并进入练习部分,以确保正确理解实验流程。在练习阶段,屏幕将随机呈现 10 条不同框架决策信息,每条信息呈现后进入决策评分阶段,问题主要询问被试的行为意向,即对该信息的认同程度,以此作为因变量用来表征说服效果。

在正式决策实验中,46 条目标框架信息将随机呈现,且每条信息呈现时间与决策过程没有时间限制,以确保被试有充足的时间进行阅读、理解并做出选择。在此期间,E-prime 程序会记录被试每条信息决策反应时间,以便为实验二通过启发状态下加工设置合适的时间压力提供证据。

2.3. 结果

2.3.1. 认知风格分组有效性检验

为检验分组有效性,分别对直觉得分和理性得分进行独立样本 t 检验。结果显示,两组直觉得分差异显著, $t(70) = 7.728, p < 0.001$,Cohen's $d = 1.83, 95\%CI = [12.06, 20.44]$,直觉风格组的直觉得分(74.94 ± 5.43)显著高于理性组(58.69 ± 11.39)。两组理性得分差异亦显著, $t(70) = -10.428, p < 0.001$,Cohen's $d = -2.46, 95\%CI = [-18.60, -12.63]$,理性组的理性得分(78.08 ± 3.25)显著高于直觉组(62.47 ± 8.37)。这表明,直觉风格组和理性风格组的得分存在显著差异,该实验分组有效。

2.3.2. 特质性认知风格对目标框架效应的影响

为了检验目标框架效应是否受到特质性认知风格的影响,以认知风格和框架类型为自变量,代表说服效果的决策得分为因变量,进行重复测量方差分析,表 1 为描述性统计结果,实验一方差分析结果如图 1 所示。

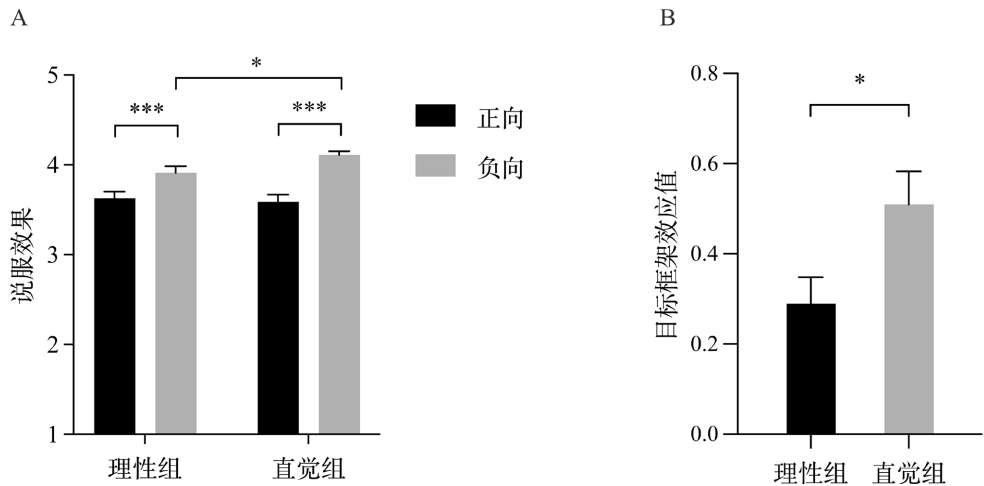
Table 1. Persuasive effects of frame types in different trait-based cognitive styles

表 1. 不同特质性认知风格下框架类型的说服效果

认知风格	框架类型	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>n</i>
理性	正向	3.63	0.43	36
	负向	3.91	0.45	36
直觉	正向	3.59	0.47	36
	负向	4.11	0.26	36

重复测量方差分析结果表明,认知风格的主效应不显著, $F(1, 70) = 0.875, p = 0.353, \eta^2 = 0.012$ 。框架类型主效应显著, $F(1, 70) = 72.041, p < 0.001, \eta^2 = 0.507$ 。认知风格与目标框架类型的交互作用显著, $F(1, 70) = 5.731, p = 0.019, \eta^2 = 0.076$ 。

进一步简单效应分析表明, 当个体的认知风格为直觉风格时, 不同类型框架下的说服效果存在显著差异, $F(1, 70) = 59.205$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.458$ 。具体表现为, 相比于正向框架, 在负向目标框架信息条件下, 个体决策得分更高, 即信息更有说服力。另一方面, 理性风格个体在正向和负向框架下的说服效果也具有明显差异, $F(1, 70) = 18.567$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.210$ 。这表明两组都受到目标框架效应影响, 但直觉风格组受负向框架的影响显著大于理性风格组。



注: A 图为方差分析结果。B 图为目标框架效应值独立样本 t 结果, 目标框架效应值 = 负向框架得分 - 正向框架得分。*表示 $p < 0.05$, ***表示 $p < 0.001$, 误差线表示标准误。

Figure 1. Experiment 1 data analysis results

图 1. 实验一数据分析结果

将负向框架得分均值减去正向框架得分均值得到目标框架效应值, 用于衡量目标框架效应的影响程度。对两组的目标框架效应值进行独立样本 t 检验, 结果显示: 理性风格组的目标框架效应值(0.29 ± 0.35)显著低于直觉风格组(0.51 ± 0.44), $t(70) = -2.394$, $p = 0.019$, Cohen's $d = -0.57$, $95\%CI = [-0.41, -0.37]$, 说明理性风格个体更不易受到目标框架效应的影响。

3. 实验二: 状态性认知风格对目标框架效应的影响

3.1. 目的与假设

实验一发现直觉风格个体与理性风格个体都可受到目标框架效应的影响, 且直觉风格个体更容易受到目标框架效应的影响。那么, 当忽略个体特质性认知风格时, 不同的信息加工方式是否产生同样影响? 为进一步验证认知风格对目标框架的影响, 实验二通过操纵时间形成压力下的决策, 从而改变个体即时信息加工方式, 即与特质性认知风格相对应的状态性认知风格。实验二采取 2 (认知风格: 直觉状态 vs. 理性状态) * 2 (框架类型: 正向 vs. 负向) 的混合实验设计, 其中框架类型为被试内变量, 状态认知风格为被试间变量, 因变量为说服效果, 即不同框架下决策平均得分。实验二假设: 1) 无论何种状态认知风格, 目标框架效应都存在, 且负向框架说服效果比正向框架的更好; 2) 相比于理性状态个体, 直觉状态个体更容易受到目标框架效应的影响。

3.2. 方法

3.2.1. 实验材料

正向和负向框架决策信息材料同实验一。

3.2.2. 被试

在某高校招募在校大学生 64 名, 年龄为 18~24 岁($M = 19.24$ 岁, $SD = 1.35$), 其中男性 30 名, 女性 34 名, 将其随机分配到各组, 状态直觉组(共 32 人, 男性 15 人, 女性 17 人)和状态理性组(共 32 人, 男性 15 人, 女性 17 人)。所有被试均未患有精神疾病且矫正视力正常, 且未参加过相似内容实验。本实验已获得深圳大学医学伦理委员会的批准(PN-202300015)。所有被试在实验前均签署知情同意书, 以确保充分理解实验内容, 并自愿参与研究。

3.2.3. 实验流程

首先邀请被试前往实验室, 将其随机分配到状态直觉组(有时间压力)和状态理性组(无时间压力)。实验二参考 Benson 研究中的时间限制方法, 结合指导语通过诱导个体进行认真思考或者直觉判断来启动理性加工或启发式加工(直觉), 已达成操纵被试状态性认知风格的目的。根据实验一所有被试浏览信息并进行决策的总时间计算出平均数为 24.26 秒和标准差为 12.47, 将平均决策时间减去一个标准差得到 11.79 秒, 最终得出直觉组(时间压力组)的时间限制为 12 秒, 即在 12 秒内需完成每条决策信息的阅读、理解以及决策。

实验二的决策任务程序由 E-prime 程序编制, 被试需要通过按键 1 到 5 的数字完成评分决策。有时间压力的状态直觉组指导语如下: “屏幕中将呈现一条信息, 信息下有相对应的问题, 请务必在之后的每个界面集中注意力, 你阅读每一条信息和做出选择判断的实在总共只有 12 秒钟, 屏幕的右上角上会显示倒计时, 请你凭你看到信息的第一直觉回答相应问题, 无需过度思考。如果在规定时间内未回答, 该条信息的决策选择将被视为无效。将分别为你呈现 46 个与人们生活相关的信息, 你可以根据自己的真实判断, 使用 1~5 个等级评分, 1 表示肯定不会, 5 表示肯定会, 使用相应键盘的数字键进行评分。” 理性风格组部分指导语更改为: “屏幕中将呈现一条信息, 信息下有相对应的问题, 你阅读每一条信息和做出选择判断的时间没有任何限制, 请对信息认真仔细思考后再回答相应的问题。”

3.3. 结果

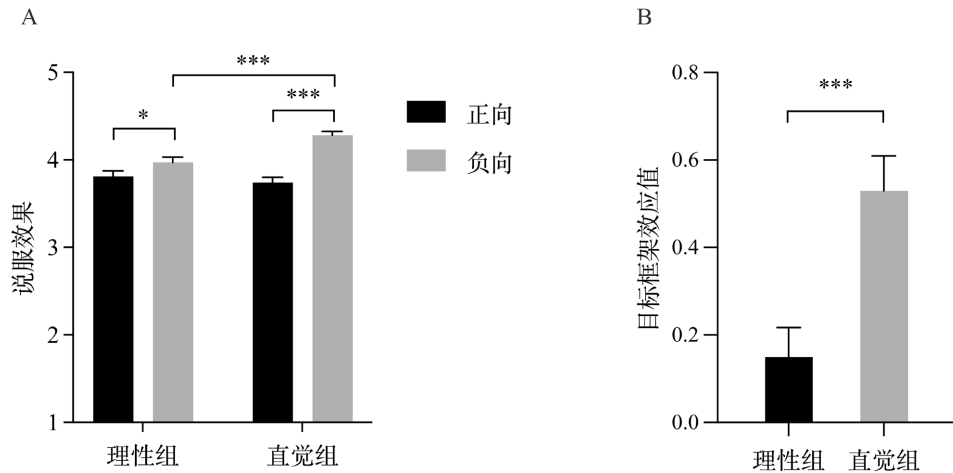
为了检验状态性认知风格对目标框架效应的影响, 以认知风格和框架类型为自变量、说服效果为因变量进行重复测量方差分析, 描述统计结果如表 2。实验二方差分析结果见图 2。方差分析结果显示, 认知风格的主效应边缘显著, $F(1, 62) = 3.321$, $p = 0.072$, $\eta^2 = 0.051$, 框架类型主效应显著, $F(1, 62) = 43.200$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.411$, 认知风格与框架类型的交互作用显著, $F(1, 62) = 13.050$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.174$ 。

Table 2. Persuasive effects of frame types in different state-based cognitive styles

表 2. 不同状态性认知风格下框架类型的说服效果

认知风格	框架类型	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>n</i>
理性	正向	3.63	0.43	36
	负向	3.91	0.45	36
直觉	正向	3.59	0.47	36
	负向	4.11	0.26	36

进一步简单效应分析表明, 当个体处于直觉状态认知风格时, 不同框架下的说服效果具有显著差异, $F(1, 62) = 51.868$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.456$, 在负向框架下个体的决策得分更高; 当个体处于理性状态认知风格时, 正向框架和负向框架下的说服效果也具有显著, $F(1, 62) = 4.381$, $p = 0.040$, $\eta^2 = 0.066$, 负向框架下个体决策得分更高。



注：A 图为方差分析结果。B 图为目标框架效应值独立样本 t 结果，目标框架效应值 = 负向框架得分 - 正向框架得分。*表示 $p < 0.05$ ，***表示 $p < 0.001$ ，误差线表示标准误。

Figure 2. Experiment 2 data analysis results

图 2. 实验二数据分析结果

结果表明两组人都受到了目标框架效应的影响，但相比于理性状态组，直觉状态组受到负向框架的影响更加显著，即直觉状态个体更容易受到目标框架效应的影响。对目标框架效应值(即负向框架均分减去正向框架均分)进行独立样本 t 检验，结果显示，理性状态组目标框架效应值(0.15 ± 0.38)显著低于直觉状态组(0.53 ± 0.45)， $t(62) = -3.612$ ， $p < 0.001$ ，Cohen's $d = -0.90$ ，95%CI = $[-1.41, -0.38]$ 。说明理性状态组在不同框架下的决策分数差异显著小于直觉状态组在不同框架下的分数差异，即理性状态组更不容易受到目标框架效应的影响。

4. 讨论

本研究从认知风格这一重要的人格特质出发，采用不同背景下的信息引导行为意愿的问题来模拟生活中的个人决策，通过两个行为实验探讨认知风格如何影响目标框架效应，试图回答特质性认知风格和状态性认知风格是否能对目标框架效应产生影响这一问题。

实验一考察了目标框架效应是否会受到认知风格的影响且如何影响，个体的认知风格是否会影响信息加工方式而产生不同的目标框架效应。结果表明，相比于理性风格被试，直觉风格被试更容易受到目标框架效应的影响，表现为直觉风格在正、负向框架下的得分差异显著高于理性风格被试，说明直觉风格个体更容易被说服。为进一步检验该结果，实验二在实验一基础上做出改动，在不刻意控制个体本身认知风格的情况下通过控制时间压力的方式操纵状态性直觉风格和状态性理性风格，考察两种状态性认知风格在不同目标框架下的得分是否存在差异。结果表明，直觉状态个体比理性状态个体更容易受到目标框架效应的影响。

实验一与实验二的结果与研究假设一致，表明认知风格无论从特质性维度还是状态性格维度都会影响个体对信息的加工，进而影响个体的判断和决策，为目标导向行为的说服(如健康宣导、政策说服等领域)提供更多实证支持。

4.1. 认知风格对目标框架效应的影响

在本研究中验证了目标框架效应会受到个体认知风格的影响，两个实验结果均表明，直觉风格的个体更容易受到目标框架效应的影响，他们在负向框架下的得分显著高于正向框架得分。而理性风格个体

更不容易受到目标框架效应影响,表现为他们的目标框架效应值(负向框架得分减去正向框架得分)显著低于直觉风格个体。这与 Mahoney 等人的研究结果相似,他们探究了认知风格对风险框架效应的影响,但发现高经验认知即直觉风格的个体表现出最强的风险框架效应(Mahoney et al., 2011)。这符合双加工理论中提到的信息加工方式会影响个体决策,第一种系统性加工,即个体对信息深入思考、精细加工,并在此基础上做出决策。第二种则是启发式加工,个体加工信息更多地依赖当前自身被激发的情感状态、信息内容吸引程度、信息可信度和信息传播者的权威程度等来做决定(Petty & Cacioppo, 1986)。根据这一理论,正向框架信息和负向框架信息会引导人们采用不同的认知路径和加工方式,当信息被呈现在负向框架中时,人们更容易通过边缘路径即采用启发式的信息加工方式处理信息;相反,当信息被呈现在正向框架中时,人们更倾向于通过中央路径即精细加工的信息处理方式来处理信息。

在本研究的两个实验中,无论什么条件下的被试都存在目标框架效应,且负向框架得分均显著高于正向框架得分,说明负向框架信息更具有说服力,这对于信息宣传者来说具有重要参考意义,在设计宣传标语从而引导人们进行目标导向行为时,可以采取负向框架组织语言,增强宣传与说服效果。同时我们也看到,无论是特质性直觉风格个体还是状态性直觉风格个体,其目标框架效应值均显著高于理性风格,说明直觉风格个体采用了启发式加工,依赖信息背景而不对信息进入深入分析,更容易相信具有强烈引导色彩的信息,这建议人们在接收信息的时候,应该提前关注自己的认知风格,了解自己的偏好的信息加工方式,从而对信息更好地进行甄别和筛选,警惕信息内容可能存在的偏见和误导,提高自己的决策能力,在现实中做出尽可能正确的决策。

4.2. 不足与展望

综合来看,认知风格可能会在目标框架效应中发挥调节作用。然而,个体的决策是受多种因素影响的复杂过程,还可能涉及其他因素,如经验、文化背景、认知水平等。为了能更好地理解现实中人们的认知和决策过程,可针对各方因素的交互作用进行深入的实证研究。此外,本研究中的决策信息主要是和自我情境相关的内容进行任务,而未探究其他领域的目标框架效应。因此,未来可探讨不同任务领域目标框架效应的差异,为更好地说服提供更多理论和实证依据。

5. 结论

本研究通过两个实验,从信息接收者特质差异出发,通过特质性和状态性两个视角研究了认知风格和目标框架效应之间相互影响的关系,得出以下结论:(1) 目标框架效应普遍存在,即负向框架下的说服效果高于正向框架下的说服效果,负向框架下的信息更具有说服力;(2) 相比于理性认知风格个体而言,直觉认知风格的个体更容易受到目标框架效应的影响。

参考文献

- 陈剑梅,傅琦(2016). 劝捐策略和框架效应对个体捐赠决策的影响. *心理与行为研究*, 14(3), 377.
- 罗寒冰,徐富明,郭永玉,郑秋强,李彬,张慧(2013). 情感预测中的聚焦错觉. *心理科学进展*, 21(8), 1482.
- 文跃兰(2012). 大学生理性-经验思维方式的个体差异及其与社会问题解决的关系. 硕士学位论文,长沙:湖南师范大学.
- 于会会,徐富明,黄宝珍,文桂婵,王岚(2012). 框架效应中的个体差异. *心理科学进展*, 20(6), 894.
- Betsch, C., & Kunz, J. J. (2008). Individual Strategy Preferences and Decisional Fit. *Journal of Behavioral Decision Making*, 21, 532-555. <https://doi.org/10.1002/bdm.600>
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., & Sidera, J. A. (1982). The Effects of a Salient Self-Schema on the Evaluation of Proattitudinal Editorials: Top-Down versus Bottom-Up Message Processing. *Journal of Experimental Social Psychology*, 18, 324-338. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(82\)90057-9](https://doi.org/10.1016/0022-1031(82)90057-9)

- Epstein, S. (1994). Integration of the Cognitive and the Psychodynamic Unconscious. *American Psychologist*, 49, 709-724. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.49.8.709>
- He, G. B., Li, S., & Liang, Z. Y. (2018). Behavioral Decision-Making Is Nudging China toward the Overall Revitalization. *Acta Psychologica Sinica*, 50, 803-813. <https://doi.org/10.3724/sp.j.1041.2018.00803>
- Krishen, A. S., & Bui, M. (2015). Fear Advertisements: Influencing Consumers to Make Better Health Decisions. *International Journal of Advertising*, 34, 533-548. <https://doi.org/10.1080/02650487.2014.996278>
- Levin, I. P., Gaeth, G. J., Schreiber, J., & Lauriola, M. (2002). A New Look at Framing Effects: Distribution of Effect Sizes, Individual Differences, and Independence of Types of Effects. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 88, 411-429. <https://doi.org/10.1006/obhd.2001.2983>
- Levin, I. P., Schneider, S. L., & Gaeth, G. J. (1998). All Frames Are Not Created Equal: A Typology and Critical Analysis of Framing Effects. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 76, 149-188. <https://doi.org/10.1006/obhd.1998.2804>
- Mahoney, K. T., Buboltz, W., Levin, I. P., Doverspike, D., & Svyantek, D. J. (2011). Individual Differences in a Within-Subjects Risky-Choice Framing Study. *Personality and Individual Differences*, 51, 248-257. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.03.035>
- Manczak, E. M., Zapata-Gietl, C., & McAdams, D. P. (2014). Regulatory Focus in the Life Story: Prevention and Promotion as Expressed in Three Layers of Personality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 106, 169-181. <https://doi.org/10.1037/a0034951>
- McElroy, J. C., Hendrickson, A. R., Townsend, A. M., & DeMarie, S. M. (2007). Dispositional Factors in Internet Use: Personality versus Cognitive Style. *MIS Quarterly*, 31, 809-820. <https://doi.org/10.2307/25148821>
- O'Keefe, D. J., & Jensen, J. D. (2009). The Relative Persuasiveness of Gain-Framed and Loss-Framed Messages for Encouraging Disease Detection Behaviors: A Meta-Analytic Review. *Journal of Communication*, 59, 296-316. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01417.x>
- Pacini, R., & Epstein, S. (1999). The Relation of Rational and Experiential Information Processing Styles to Personality, Basic Beliefs, and the Ratio-Bias Phenomenon. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 972-987. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.6.972>
- Peng, L., Guo, Y., & Hu, D. (2021). Information Framing Effect on Public's Intention to Receive the COVID-19 Vaccination in China. *Vaccines*, 9, Article No. 995. <https://doi.org/10.3390/vaccines9090995>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. In L. Berkowitz (Ed.), *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change* (pp. 1-24). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4612-4964-1_1
- Putrevu, S. (2010). An Examination of Consumer Responses toward Attribute- and Goal-Framed Messages. *Journal of Advertising*, 39, 5-24. <https://doi.org/10.2753/joa0091-3367390301>
- Rothman, A. J., & Salovey, P. (1997). Shaping Perceptions to Motivate Healthy Behavior: The Role of Message Framing. *Psychological Bulletin*, 121, 319. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.121.1.3>
- Shiloh, S., Salton, E., & Sharabi, D. (2002). Individual Differences in Rational and Intuitive Thinking Styles as Predictors of Heuristic Responses and Framing Effects. *Personality and Individual Differences*, 32, 415-429. [https://doi.org/10.1016/s0191-8869\(01\)00034-4](https://doi.org/10.1016/s0191-8869(01)00034-4)
- Smith, S. M., & Levin, I. P. (1996). Need for Cognition and Choice Framing Effects. *Journal of Behavioral Decision Making*, 9, 283-290. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1099-0771\(199612\)9:4<283::aid-bdm241>3.0.co;2-7](https://doi.org/10.1002/(sici)1099-0771(199612)9:4<283::aid-bdm241>3.0.co;2-7)
- Tong, E. M. W., Tan, C. R. M., Latheef, N. A., Selamat, M. F. B., & Tan, D. K. B. (2008). Conformity: Moods Matter. *European Journal of Social Psychology*, 38, 601-611. <https://doi.org/10.1002/ejsp.485>