

# 短视频平台公共政策传播的信息框架效应

## ——基于“双减”政策的视频内容分析与实验

### Information Framing Effect of Public Policy Dissemination on Short Video Platforms: A Video Content Analysis and Experimentation Based on the "Double Reduction" Policy

陈璟浩<sup>1,2,3</sup> 聂卉梓<sup>1,2</sup>

CHEN Jinghao NIE Huizi

(1. 广西大学公共管理学院, 南宁, 530004; 2. 广西大学区域社会治理创新研究中心, 南宁, 530004; 3. 武汉大学信息资源研究中心, 武汉, 430072 / 1. School of Public Policy and Management, Guangxi University, Nanning, 530004; 2. Research Center of Regional Social Governance and Innovation, Guangxi University, Nanning, 530004; 3. Center for Studies of Information Resources, Wuhan University, Wuhan, 430072)

**摘要:**【目的/意义】短视频作为新兴的互联网信息表达方式,已逐渐成为政策传播的重要工具。探索短视频平台在公共政策信息传播中的效力以及受众采纳意愿,有助于提升公共政策传播效果。【研究设计/方法】以“双减”政策为例,根据框架效应理论和信息采纳理论,通过内容分析法归纳总结短视频平台中“双减”政策信息框架的组织方式,同时分析不同政策信息框架对传播效果的影响;此外,采用在线控制实验法验证了不同政策信息框架对受众采纳意愿的影响。【结论/发现】在短视频平台中有近四成的信息使用了目标框架,其中损失框架居多,多数采用集体主义视角和非叙事陈述方式;目标框架、文化框架、叙事框架对受众的评论、转发、点赞意愿并未产生显著影响;双减政策信息中,损失、收益框架,集体、个人主义价值观以及叙事和非叙事要素都能增强受众的采纳意愿,并且目标框架与文化框架之间存在交互效应。【创新/价值】研究结论对于政策宣传部门及相关政府机构优化政策传播策略,提高传播效果具有启示作用。

**关键词:** 短视频; 公共政策; 公共政策传播; 信息框架; 框架效应; “双减”政策

**中图分类号:** G25 **DOI:** 10.13366/j.dik.2024.01.035

**引用本文:** 陈璟浩, 聂卉梓. 短视频平台公共政策传播的信息框架效应——基于“双减”政策的视频内容分析与实验 [J]. 图书情报知识, 2024, 41(1): 35-45. (Chen Jinghao, Nie Huizi. Information Framing Effect of Public Policy Dissemination on Short Video Platforms: A Video Content Analysis and Experimentation Based on the "Double Reduction" Policy [J]. Documentation, Information & Knowledge, 2024, 41(1): 35-45.)

**Abstract:** [Purpose/Significance] As an emerging form of Internet information expression, short videos have gradually become important tools for policy dissemination. Exploring the effectiveness of short video platforms in the dissemination of public policy information, as well as the willingness of the audience to adopt them can help enhance the effectiveness of public policy communication. [Design/Methodology] Taking the "Double Reduction" policy as an example, and drawing upon the theories of framing effects and information adoption, this study employs content analysis to summarize the organizational methods of information framework of the "Double Reduction" policy on short video platforms and analyzes the impact of different policy information frameworks on dissemination outcomes. Furthermore, an online controlled experiment is conducted to validate the influence of different policy information frames on audience adoption willingness. [Findings/Conclusion] On short video platforms, nearly 40% of the information use a goal framework, with a majority adopting a loss frame, often from a collectivist perspective and in a non-narrative presentation mode, and the goal framework, cultural framework and narrative framework do not have significant impact on audience's comments, shares, or likes. For the "Double Reduction" policy information, the loss frames, gain frames, collectivist and individualist values, as well as narrative and non-narrative elements, all enhance the audience's willingness to adopt. Additionally, there is an interactive effect between the goal framework and the cultural framework. [Originality/Value] The research conclusions provide valuable insights for policy propaganda departments and related government agencies to optimize policy dissemination strategies and improve dissemination effectiveness.

**Keywords:** Short video; Public policy; Public policy dissemination; Information framework; Frame effect; The "Double Reduction" policy

## 1 引言

公共政策传播是指公共政策信息在政府、大众传媒和公众之间进行传递、共享、扩散和反馈的过程<sup>[1]</sup>。如何通过传播将公共政策信息让社会公众了解、熟悉和接受是政府一直以来要考虑的重要问题。随着大数

据技术和新媒体的蓬勃发展,以社交平台APP为支撑的信息传播日渐渗透进人们的日常生活中,短视频凭借着其内容短小精炼、互动性强、操作简单等特点受到越来越多网民的关注,逐渐成为网民获取信息的重要渠道之一。据中国互联网信息中心在2023年8月发布的第52次《中国互联网发展状况统计报告》

[基金项目] 本文系国家自然科学基金一般项目“短视频与情绪极化原理及干预策略研究”(22BTQ046)的研究成果之一。(This is an outcome of the project "Study on the Principles of Emotional Polarization in Short Video Public Opinion and Intervention Strategies" (22BTQ046) supported by National Social Science Foundation of China.)

[通讯作者] 聂卉梓 (ORCID: 0009-0005-1007-7030), 硕士研究生, 研究方向: 网络舆情与社会治理, Email: nhz\_629@163.com. (Correspondence should be addressed to NIE Huizi, Email: nhz\_629@163.com, ORCID: 0009-0005-1007-7030)

[作者简介] 陈璟浩 (ORCID: 0000-0001-8768-8562), 博士, 副教授, 研究方向: 情报分析、网络舆情与数据挖掘, Email: jhchen114@qq.com.

显示,截至2023年6月,我国网民规模达10.79亿,其中短视频用户规模为10.26亿人,用户使用率高达95.2%<sup>[2]</sup>。可见短视频平台已成为信息传播的重要阵地,该新兴媒介的出现给传统公共政策传播提出了新要求与新挑战。

公共政策对国家的发展和民众的生活起着至关重要的作用。其中政策得以扎根的关键所在是切实有效的传播和实施。在互联网时代,短视频逐渐成为大多数网民获取最新资讯的主要途径。然而,随着信息大量涌现,也不可避免地带来了“信息泛滥”和“信息迷航”等问题,影响公众对相关政策的理解和采纳。除此之外,有研究指出信息框架也是能影响用户对信息的采纳并由此影响其决策的因素之一<sup>[3]</sup>。信息框架与信息说服力之间存在关联这一观点已被广泛证实。

框架效应这一现象是指不同的信息表述方式会导致个体在认知上产生偏差,从而在决策上表现出不同的倾向<sup>[4]</sup>,目前研究主要集中在健康行为、广告影响、环境保护等方面<sup>[5]</sup>。为促进有效的信息采纳行为,可以从更多元的视角探索信息如何引发个体认同。因此,在政策传播领域,研究框架效应用于提高信息传播效果、增强受众采纳意愿以及寻找有效的信息采纳行为而言,是一项实际且重要的课题。

中共中央办公厅、国务院于2021年7月24日发布了《关于减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》<sup>[6]</sup>(以下简称“双减”政策),这项政策旨在通过政策创新,促进教育公平,提高学校教育质量,并规范校外教培机构。尽管国家通过多种传播渠道对该政策进行宣传,但作为广受关注的教育改革,民众对这项政策信息的接受程度如何仍有待进一步探究。鉴于此,本研究以“双减”政策为背景,通过对短视频数据的内容分析,探讨该政策在短视频平台上信息框架的组织方式,并总结不同框架对政策传播效果的影响。此外,本研究还使用在线控制实验法,进一步探讨不同类型信息框架对受众政策采纳意愿的影响,以期今后政策传播提供科学依据和实践指导。

## 2 文献综述

### 2.1 信息框架及效应

Tversky和Kahneman在研究“亚洲疾病问题”时

发现,当人们面对同一问题时,由于信息的表述方式不同,会产生不同的决策或评价,为了解释这种现象,“信息框架”及“框架效应”这两个概念应运而生,其中,“信息框架”主要用于描述如何组织和呈现信息以实现特定目标,而信息框架导致的决策或评价差异,如选择行为或规避行为被称为“框架效应”<sup>[4,7]</sup>。

从表达内容的形式来看,信息框架有两大类核心框架,即:等效框架与强调框架。等效框架是指两种信息或选项在逻辑或计算上是等效的,但由于表述方式不同,导致人们对这两种信息或选项的反应不同。强调框架是指刻意强调某一信息,而忽略其他信息,从而使决策者的关注集中在特定焦点上<sup>[8]</sup>。

传统的信息框架研究中,主要使用等效框架来探索具有相同本质但形式不同的信息是如何影响公民的偏好的<sup>[9-10]</sup>。其中,目标框架就是典型的一类等效框架,它通过强调某种行为或决策的正面收益或负面后果来影响人们的选择,目标框架又可进一步细分为收益框架和损失框架,这两个框架是目标框架中最为常见的子框架,在说服力沟通研究中,收益框架和损失框架有着重要的作用<sup>[11]</sup>。然而,关于收益框架和损失框架哪个具有更强的说服效果,目前研究尚未达成共识。Wang等认为与收益框架相比,损失框架对公民参与合作生产意愿的影响显著增强<sup>[12]</sup>。

随着信息框架研究的发展,一些学者逐渐将其与认知理论相结合,在强调框架的基础上又衍生出了两种常用框架:文化框架和叙事框架<sup>[13-14]</sup>。

文化框架是一个指向特定文化背景下的认知结构和价值观的概念。它描述了一个文化中的信仰、价值观、规范和行为模式如何共同形成一个框架,该框架为个体提供了一种对世界的理解方式,同时也指导其在各种社会情境中思考和行动<sup>[15]</sup>。文化框架中最具有代表性的是Geert Hofstede提出的个人主义框架和集体主义框架<sup>[16]</sup>。个人主义框架主要通过强调个体的权利、自由和独立来达到说服效果,而集体主义框架则强调群体成员的关系,其价值观主要表现为当发生利益冲突时,以集体利益为重<sup>[17]</sup>。

叙事框架,作为强调框架的衍生,是一种依赖故事结构的信息呈现方式。它目的在于引导受众深入故事中,从而减少他们对说服力信息的抵抗感<sup>[18]</sup>。通常,研究者将其与非叙事框架明确区分。已有的研究成果发现与简练地列举事实的非叙事框架相比,叙事框架



表2 “双减”政策信息框架分布情况

Table 2 Distribution of the Information Framework for the “Double Reduction” Policy

概念	维度	个案数 (条) n
目标框架	收益框架	95
	损失框架	122
文化框架	个人主义	8
	集体主义	209
叙事框架	叙事	14
	非叙事	203

政策颁布所带来的消极效果。

从样本编码中发现,当谈论“双减”政策颁布带来的积极或消极影响时,集体主义价值观(n=209,占运用文化框架样本的96.31%)主要表现在以下两个方面:一方面,“双减”政策的实施减轻了某个群体的学习负担,缓解了教育焦虑,推动教育的优质均衡发展。另一方面,“双减”政策的颁布加剧了某个群体的教育焦虑,可能导致教育失衡和教育不公平现象的加剧。个人主义价值观(n=8,占运用文化框架样本的3.69%)体现在“双减”政策实施后,个体能够享有教育减负的机会以及引发个体对教育资源倾斜的焦虑。

从整体来看,使用叙事框架的短视频中,仅有14条短视频包含与“双减”政策相关的叙事性信息。这些信息主要涉及“双减”政策颁布后的落实情况,例如在试点城市的实施情况,以及相关部门如何开展专项检查等。

### 3.2.2 “双减”政策信息框架对传播效果的影响

为了测量短视频平台中不同信息框架与传播效果之间的关系,我们将短视频的点赞数、转发数、评论数作为指标来衡量传播效果<sup>[24]</sup>。利用SPSS对样本数据进行K-S检验和S-W检验,发现数据呈现非正态分布,

因此本研究决定采用非参数检验的方法考察不同信息框架是否影响短视频平台的政策传播效果。

由表3可见,是否采用目标框架、文化框架和叙事框架,并没有对短视频的转发、点赞和评论数量造成差异。这可能是因为这些政策短视频的内容大多是对政策的解读和宣传。其致使传播内容表层化,对政策缺少深入分析与阐释,难以激发受众的情感共鸣和深度参与<sup>[25]</sup>。

## 4 信息框架对受众采纳意愿的影响

本节通过在线控制实验,探讨短视频中不同信息框架的呈现对受众政策采纳意愿的影响。

### 4.1 研究假设

信息框架是一种强有力的传播工具,选择合适的框架有助于提升说服效果<sup>[26]</sup>。有研究指出,在特定的环境中,无论是收益框架还是损失框架,都能产生有效的说服力<sup>[27]</sup>。因此,本文提出以下假设:

假设H1a:使用收益框架的“双减”政策信息,能提升公众的采纳意愿。

假设H1b:使用损失框架的“双减”政策信息,能提升公众的采纳意愿。

目前就收益框架和损失框架哪个具有更好的说服效果学术界尚未达成一致结论。但有研究表明损失框架在信息传播中可能更具说服力。例如Abhyankar P等发现,在疫苗信息传播时,与收益框架相比,损失框架更能提高人们的接种态度和意愿<sup>[28]</sup>。基于此,本文假设:

假设H1c:相比于收益框架,使用损失框架的“双

表3 信息框架与传播效果的非参数检验结果

Table 3 Non-parametric Test Results of the Information Framework and Its Communication Effects

		转发		点赞		评论	
		中位数	Sig. (双尾)	中位数	Sig. (双尾)	中位数	Sig. (双尾)
目标框架	收益框架	92	0.872	9	0.387	10	0.419
	损失框架	53		5.5		11	
文化框架	集体主义	63.5	0.660	6.5	0.714	11	0.329
	个人主义	236		18		7	
叙事框架	叙事	66	0.750	7	0.862	11	0.547
	非叙事	59		6		10.5	

减”政策信息，更能提升受众的采纳意愿。

既有研究也关注到了文化框架对说服效果的影响。Spiegel等指出在美国，强调个人利益至上的广告对消费者更具说服力，在中韩两国，强调集体利益至上的广告对消费者更具说服力<sup>[29]</sup>。Kwon等表明在东西方社会，基于集体主义视角的健康倡导信息推广效果更好<sup>[30]</sup>。为了分别验证这两种不同视角在政策传播中对受众采纳意愿的影响，提出如下假设：

假设H2a：基于个人主义视角的“双减”政策信息，能提升公众的采纳意愿。

假设H2b：基于集体主义视角的“双减”政策信息，能提升公众的采纳意愿。

假设H2c：相比于个人主义框架，使用集体主义框架的“双减”政策信息，更能提升受众的采纳意愿。

文化框架的使用除了会对信息框架起到影响效果之外，还会产生交互效应。例如Dam等人证实了“个人主义与集体主义”以及不确定性规避心理对健康决策产生的共同影响<sup>[31]</sup>。因此本研究希望进一步验证文化框架和目标框架两者间的交互效应，提出如下假设：

假设H2d：在提升公众的采纳意愿方面，文化框架与目标框架存在交互效应。

另外，随着叙事说服效果研究的不断增多，叙事信息对受众的说服作用已获得学界的认可。Bekalu等认为在公共卫生突发事件中，教导式的、非叙事的信息更能影响受众的知识获取和感知效果<sup>[32]</sup>。Niederdeppe等指出相比于非叙事性信息，叙事性信息在政策传播中具有较强的影响力，通过讲述个人经历或情感化的故事，叙事性信息能够引起观众的共鸣，从而有效地传播观点和信息<sup>[33]</sup>。Macapagal等发现信息接收者、信息和传递方式等因素可以影响决策，因此在为成年人量身定制健康信息时，应考虑这些变量之间的相互作用<sup>[34]</sup>。综上所述，本文提出假设：

假设H3a：基于叙事视角的“双减”政策信息，能提升公众的采纳意愿。

假设H3b：基于非叙事视角的“双减”政策信息，能提升公众的采纳意愿。

假设H3c：相比于非叙事框架，使用叙事框架的“双减”政策信息，更能提升受众的采纳意愿。

假设H3d：在提升公众的采纳意愿方面，叙事框架与目标框架存在交互效应。

## 4.2 在线控制实验

### 4.2.1 实验被试

家长群体对“双减”政策展现出了极高的关心与敏感度，主要是因为这一政策与他们孩子的教育和生活息息相关。同时，家长在社会结构中扮演着重要角色，他们的观点和态度对广大人群产生深远的影响。基于上述考虑，本研究特意选择了家庭中有义务教育阶段学生的家长作为研究对象。在此过程中，一共收到问卷302份。剔除检验问题回答错误的无效问卷81份，最终获得有效问卷221份，问卷有效回收率为73.18%。研究结果显示，被试者对于“双减”政策的认知水平一般（ $M=3.27, SD=0.78$ ）。

### 4.2.2 实验材料

本研究通过模拟短视频平台的真实情境，采用情境化干预方式进行实验，通过素材收集并进行二次剪辑，模仿抖音界面，将真实存在的短视频内容改编为干预材料，力求还原平台的真实场景。

为有效控制实验变量，本研究重新整理了3.1节的“双减”政策信息（见表4）。实验组的干预材料中，收益框架表现为实施政策的积极影响，损失框架表现为不实施政策的负面效果。为排除实验过程对结论的影响，研究增设了对照组，对照组的干预内容为无信息框架的陈述，即中央新闻关于“双减”政策的简述<sup>[35]</sup>。

### 4.2.3 实验程序

本研究采用问卷发放形式进行在线实验，被试可以使用电子设备填写在线问卷。为了保证实验干预材料、实验程序以及测量工具的有效性，在进行正式实验之前，先进行了一次预实验，共有96人参加。在正式实验中，通过“请问您使用过短视频吗？”和“近1年来您是否通过抖音等短视频APP获取政策信息？”这两道题来筛选参与实验的被试群体。

问卷主体一共分为三部分，在第一部分，包含被试个人基本情况和对“双减”政策的认知程度测量；在第二部分，被试通过一道选择题被随机分配到不同的小组，不同被试会被随机展示不同框架的短视频，被试在观看完实验材料后会被要求填写视频中的信息发布账号，回答错误即该问卷无效；第三部分需要被试填写观看完短视频后对实验提供的“双减”政策信息的采纳意愿。

### 4.2.4 主要变量及其测量

对“双减”政策的认知程度参考Slovic<sup>[36]</sup>制定的量

表4 实验材料及信息框架分组

Table 4 Experimental Materials and Information Framework Grouping

分组	信息框架	实验材料
T0	空白对照	中共中央办公厅、国务院办公厅近日印发关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见,意见明确指出语文、历史、地理、数学、外语、物理、生物、化学、道德与法治属于校外培训学科类范围。体育、艺术以及综合实践活动等属于校外非培训学科类范围。
T1	收益 x 个人 x 叙事	7月27日,家住北京的郭女士收到了一份停课通知;原本准备让孩子上的培训班停课了。市民郭女士笑着说,“我觉得这样挺好的。如果没有这种校外的课外辅导,大家都在同一起跑线上,我觉得这个挺好的”。
T2	收益 x 个人 x 非叙事	教育公平意味着你拥有了平等接受教育的权利和责任,提供相对平等的教育机会和条件,以及相对平等的教育成功机会和效果。政策的实施,使你能够以较低的成本和平和的态度来接受教育。这也有助于促进义务教育的优质均衡发展,从而实现教育公平。
T3	收益 x 集体 x 叙事	四川省教育厅厅长说:“自从我们实施了双减政策以来,培训机构逐渐减少,孩子们的课业负担也减轻了许多。截止目前,我们全省学校在规定时间内完成书面作业的学生占比已经由双减政策前的54.12%提高到100%;而义务教育阶段参加培训的学生数量也从‘双减’政策前的49.5万人减少到4.99万人。这些积极变化都让我感到非常振奋,我们会继续努力,为学生们营造更好的学习环境”。
T4	收益 x 集体 x 非叙事	政策的实施,可以缓解学生之间的差距,维护教育的公平性。不同家庭背景的学生在校外辅导条件上的差异,导致学习进度和学习质量存在差异。而现在,学校在课堂内就能提供更充分的教学资源,使学生们能够公平地获得教育,缩小了学习差距。
T5	损失 x 个人 x 叙事	日前,关于校外补课班盛行这一现象,市民郭女士表示“不报班,担心孩子输在起跑线,报了班,不菲的补习费用和对孩子成绩的焦虑更让家长们身心俱疲。”
T6	损失 x 个人 x 非叙事	教育公平是指确保你拥有了平等的受教育的权利和义务,提供相对平等的受教育的机会和条件,教育成功机会和教育效果的相对均等。面对过重的学业负担,你长期处于高压力的状态下可能会面临更大的教育和学习负担。
T7	损失 x 集体 x 叙事	有专家指出:“在2021年春季学期,我们注意到有48.1%的小学生和初中生参加了学科类校外培训,50.8%的小学生和初中生参加过非学科类校外培训班或请过家教。这种情况引发了我们对于教育的思考。我们发现过重的作业负担可能导致学生在运动、社交等其他生活方面的时间被挤压,从而影响了他们的身心健康发展。此外,我们也注意到家庭教育所带来的经济负担越来越沉重,这让很多家长感到难以承受”。
T8	损失 x 集体 x 非叙事	现在学生疲于作业培训,家长忙于送培辅导。为了不输在起跑线上、追求更高分数,人人不堪重负,教育焦虑日益突出,教育“内卷”日益凸显,教育不平等现象日渐严重,家庭经济压力日渐加剧,导致许多的家庭无法为孩子提供良好的教育资源和机会。

表5 变量量表测量题项

Table 5 Measurement Items for Variable Scales

变量名称	题项
政策认知水平	1. 您了解政策吗?
	2. 您了解实施政策的目的是什么吗?
	3. 您了解政策的具体内容包含哪些吗?
	4. 您是否了解政策对于教育公平的促进作用?
	5. 您是否了解政策对于青少年健康成长的促进作用?
	6. 您了解政府为了减轻学生过重作业负担所颁布的措施么?
	7. 您了解政府为了减轻学生过重校外培训负担所颁布的措施么?
	8. 您是否查阅或咨询过政策的相关信息?
受众采纳意愿	1. 政策对实现教育公平非常重要。
	2. 实施政策对于减轻学生过重作业负担和校外培训负担是有效的。
	3. 是否实施政策,对于青少年的成长很重要。
	4. 对我周围的人来说,按照政府要求执行政策是有益的。
	5. 与之前的教育政策相比,实施政策的风险很大。(反向题)
	6. 对青少年而言,政策是促进教育公平和提高教育质量的有效方式。
	7. 除特殊情况外,我会接受教师或其他教育工作者关于政策的建议。
	8. 我非常担心现行教育体制的负面影响。(反向题)
	9. 观看视频后,我对政策的了解程度有所提高。
	10. 我认为短视频平台上关于政策的信息展示方式有助于提高我的理解和接受程度。

表,受众对“双减”政策的采纳意愿量表结合“双减”政策的背景、实际情况,及测量工具设计。均采用李克特5级量表,题项设置见表5。

在预实验和正式实验的四次测量中,量表的信效度结果如表6所示,从下表可以看出,量表具有良好的信效度。

### 4.3 实验结果分析

#### 4.3.1 操纵检验

为了验证对自变量的操纵是否有效地引导了受众的采纳意愿,需要进行操纵性检验。首先通过配对样本t检验,对比了不同信息框架介入前后受众采纳意愿的变化(如表7所示),统计结果显示,各组前后测之间的平均得分差异均显著,每组被试在接收不同信息框架后,均能产生一定的说服效果,其采纳意愿都有所增强。这证明,实验干预能增强受众的采纳意愿,实验操纵是有效的。

其次通过配对样本t检验,计算出实验组和对照组之间受众采纳意愿得分变化量的95%置信区间,以便进行实验的操纵检验(见表8)。结果显示,与对照组相比,接受了不同信息框架干预的实验组的采纳意愿得分变化均显著,这表明实验组的说服效果更好,受众对政策的采纳意愿更强,再次证实了实验操纵的有效性。

#### 4.3.2 目标框架、文化框架及叙事框架对受众采纳意愿的影响

为检验不同信息框架的嵌入对受众政策采纳意愿的影响,对不同因素的操纵分组进行了配对样本t检验。如表9所示,所有组别的政策采纳意愿均有增强,不同类型的信息框架干预结果均显著有效( $p < 0.001$ )。在目标框架维度,无论是使用收益框架还是损失框架,短视频内容都能有效说服受众,增强他

表6 量表的信效度指标

Table 6 Reliability and Validity Indicators of the Scale

样本	预实验		正式实验	
	前测(政策认知度)	后测(采纳意愿)	前测(政策认知度)	后测(采纳意愿)
Cronbach $\alpha$	0.944	0.889	0.920	0.842
KMO	0.864	0.899	0.923	0.874

表7 不同框架干预对采纳意愿的影响

Table 7 The Impact of Different Framework Interventions on Adoption Intention

组别	MD	SD	t	Sig(双尾)
空白对照	0.26*	0.42	2.78	0.012
收益 x 个人 x 叙事	0.94***	0.82	5.70	0.000
收益 x 个人 x 非叙事	0.88***	0.67	6.38	0.000
收益 x 集体 x 叙事	0.50***	0.48	5.42	0.000
收益 x 集体 x 非叙事	0.65***	0.51	5.98	0.000
损失 x 个人 x 叙事	0.60***	0.45	5.71	0.000
损失 x 个人 x 非叙事	0.51***	0.59	4.72	0.000
损失 x 集体 x 叙事	0.63***	0.64	5.40	0.000
损失 x 集体 x 非叙事	0.66**	0.64	4.98	0.000

注:\*表示t值在0.05水平显著,\*\*表示t值在0.01水平显著,\*\*\*表示t值在0.001水平显著。

表8 实验组和对照组采纳意愿对比

Table 8 Comparison of Adoption Intention Between the Experimental Group and the Control Group

组别	MD	SD	t	Sig(双尾)
T1:T0	0.41*	0.63	2.85	0.010
T2:T0	0.46*	0.63	2.79	0.014
T3:T0	0.34*	0.54	2.57	0.020
T4:T0	0.41**	0.52	3.11	0.007
T5:T0	0.35*	0.66	2.15	0.048
T6:T0	0.43**	0.46	3.77	0.002
T7:T0	0.55**	0.64	3.41	0.004
T8:T0	0.61***	0.53	4.57	0.000

注:\*表示t值在0.05水平显著,\*\*表示t值在0.01水平显著,\*\*\*表示t值在0.001水平显著。

表9 不同因素干预对政策采纳意愿的影响

Table 9 The Impact of Different Factor Interventions on Policy Adoption Intention

操纵因素		MD	SD	SE	L-Cl	H-Cl	t	df	Sig(双尾)
目标框架	收益框架	0.74***	0.65	0.06	0.61	0.87	11.21	97	0.000
	损失框架	0.59***	0.59	0.05	0.48	0.71	10.21	102	0.000
文化框架	个人主义	0.72***	0.67	0.06	0.59	0.86	10.68	97	0.000
	集体主义	0.61***	0.57	0.05	0.49	0.72	10.78	102	0.000
叙事框架	叙事	0.67***	0.64	0.06	0.54	0.79	10.52	100	0.000
	非叙事	0.66***	0.61	0.06	0.54	0.79	10.79	99	0.000

注:\*表示t值在0.05水平显著,\*\*表示t值在0.01水平显著,\*\*\*表示t值在0.001水平显著。

表10 三因素采纳意愿影响对比

Table 10 Comparison of the Impact on Adoption Intention by Three Factors

操纵因素		MD	SD	SE	L-Cl	H-Cl	df	t	Sig (双尾)
目标框架	收益框架: 损失框架	-0.05	0.69	0.07	-0.19	0.08	97	-0.75	0.45
文化框架	个人主义: 集体主义	-0.08	0.72	0.07	-0.23	0.05	97	-1.22	0.22
叙事框架	叙事: 非叙事	-0.03	0.74	0.07	-1.18	0.11	99	-0.50	0.61

注:\*表示t值在0.05水平显著;\*\*表示t值在0.01水平显著,\*\*\*表示t值在0.001水平显著。

表11 三因素干预的回归分析结果

Table 11 The Regression Analysis Results of the Three-factors Intervention

自变量	III类平方和	自由度	均方	F
截距	99.53	1	99.53	301.80***
目标框架 PF	2.80	1	2.80	8.50**
文化框架 CI	1.73	1	1.73	5.26*
叙事框架 PN	0.08	1	0.08	0.24
PF*CI	4.15	1	4.15	12.58***
PF*PN	0.13	1	0.13	0.40
CI*PN	0.03	1	0.03	0.10
PF*CI*PN	0.24	1	0.24	0.75
误差	63.32	192	0.33	

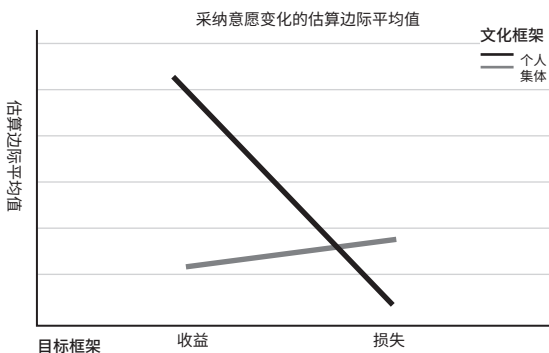
注:调整后的R<sup>2</sup>为0.065;\*表示在0.05水平显著;\*\*表示在0.01水平显著,\*\*\*表示在0.001水平显著。

图1 目标框架和文化框架的交互效应

Fig.1 Interaction Effect Between the Goal Framework and the Cultural Framework

们的采纳意愿,因此假设H1a、假设H1b得到了验证。在文化框架维度,基于个人主义和集体主义的短视频内容都能产生说服效果,增强受众的采纳意愿,因此假设H2a、假设H2b得到了验证。在叙事框架维度,叙事性信息和非叙事性信息都能增强受众的政策采纳意愿,因此假设H3a、假设H3b得到了验证。

采用配对样本t检验对不同维度的框架进行分析,探究哪种框架对受众采纳意愿的影响更为显著。配对样本t检验的结果见表10,在目标框架维度,损失框

架的短视频并不比收益框架的短视频对受众具有更好的说服效果( $M_{\text{收益框架}-\text{损失框架}}=-0.05, P=0.45>0.05$ ),因此假设H1c不成立。在文化框架维度,与个人主义相比,使用集体主义框架的“双减”政策短视频,无法有效提升受众采纳意愿( $M_{\text{个人主义}-\text{集体主义}}=-0.08, P=0.22>0.05$ ),假设H2c不成立。在叙事框架维度,使用叙事性信息的短视频相较于使用非叙事信息的短视频,并未显示出更强的说服力( $M_{\text{叙事}-\text{非叙事}}=-0.03, P=0.61>0.05$ ),假设H3c不成立。

#### 4.3.3 目标框架与文化框架、叙事框架的交互作用

为进一步验证目标框架、文化框架和叙事框架之间是否有交互作用。本文进行了回归分析,把目标框架、文化框架、叙事框架作为自变量,因变量则是受众在政策认知前测与采纳意愿后测的得分变化。

如表11所示,目标框架( $F=8.50, P=0.004$ )和文化框架( $F=5.26, P=0.023$ )作为主效应影响信息框架的说服效果。目标框架和文化框架两者之间( $F=12.58, P=0.000$ )交互作用显著,假设H2d得到验证;目标框架和叙事框架两者之间( $F=0.40, P=0.52$ )不存在明显的交互作用,假设H3d不成立。叙事框架( $F=0.24, P=0.61$ )不能作为主效应影响信息的说服效果。

图1对目标框架和文化框架的交互效应进行了分析,使用收益框架时,基于个人主义视角的信息对受众的采纳意愿影响较大,集体主义视角的信息对受众的采纳意愿影响变化较小。使用损失框架时,基于个人主义视角的信息对受众的采纳意愿影响变化减小,集体主义视角的信息对受众的采纳意愿影响扩大。

对目标框架和文化框架进行配对样本t检验(见表12),基于集体主义视角的短视频,无论是使用收益框架还是损失框架都能对受众采纳意愿产生影响。在个人主义视角中,收益框架和损失框架的使用也都能增强受众的采纳意愿。即当目标框架与文化框架结合使用时,能有效增强受众的采纳意愿。



表12 目标框架和文化框架的交互作用 (配对样本 t 检验)

Table 12 Interaction Effect Between the Goal Framework and the Cultural Framework (Paired-samples T-test)

操纵因素	Mean	SD	SE	H-Cl	t	df	Sig (双尾)
收益 X 个人主义	0.91***	0.74	0.02	1.12	8.52	48	0.000
收益 X 集体主义	0.57***	0.49	0.07	0.71	8.05	48	0.000
损失 X 个人主义	0.54**	0.54	0.07	0.70	7.05	48	0.000
损失 X 集体主义	0.64***	0.64	0.08	0.82	7.42	53	0.000

注:\*\*表示 t 值在0.01水平显著,\*\*\*表示 t 值在0.001水平显著。

## 5 讨论与建议

### 5.1 结果讨论

本文探索了政策视频信息的组织方式与其传播、说服效果之间的关系,主要研究结论有:

(1) 在政策信息中,不管是否采用目标框架、文化框架还是叙事框架,各种信息框架下的短视频交互行为(点赞、转发、评论)并未发现显著差异。出现这种情况的可能解释是:首先,用户交互行为很大程度上是由视频内容决定的,产生交互往往是因为用户对视频内容的喜好,而不是信息框架的不同;其次,影响用户交互行为的因素很多,仅依赖信息框架来区分交互效果是不够的;最后,该结果还可能受样本量大小的影响。

(2) 在目标框架实验中,无论是使用损失框架还是收益框架,均能有效提高受众采纳意愿,两者在采纳意愿提升程度方面未表现出显著差异;类似地,在文化框架的实验中,不管是个人主义框架还集体主义框架,均有助于提高受众采纳意愿,但在提升程度上二者也没有显著差异;同样的情况也出现在叙事框架实验中,叙事和非叙事框架呈现出了相似的效果。出现这样的情况,可能的解释是:政策决策和传播具有独特的影响力和权威性,特别是在我国,政策的权威性使得大多数受众选择遵守,而不会过多受到不同框架特征的影响,另一方面的可能原因是,我国公民对政府有极高的信任和满意度<sup>[37]</sup>,这使得不同信息框架不会显著影响他们的采纳行为。

(3) 目标框架与文化框架存在显著的交互效应。具体来说,在收益框架下个人主义的信息呈现方式更易使受众采纳政策,而在损失框架下,集体主义的信息呈现方式,更易使受众采纳政策。可能的解释是:“双减”政策更易让受众感受到直接收益,而不执行该政策的损失不易察觉,且可能需要一段时间才能显现,因此在强调收益的框架下,个人主义信息更易被理解

和接受。相对地,在强调损失框架下,个人对潜在的损失不太敏感,因此通过集体主义信息,突显社会层面的损失,这时更易引起受众关注和采纳。

### 5.2 建议

本研究对提升政策传播效果具有一定启示,基于上述研究结论,提出以下建议:

首先,要充分运用信息框架来优化政策传播内容,根据不同政策内容和群体特性,有针对性地开展差异化传播策略,以便提升政策接受和采纳意愿。例如:对实施周期长、效果显现慢的政策,采取强调收益和个人主义的框架进行传播,促使受众更易理解和接受相关政策。其次,由于人们的偏好、背景、经历不同,在政策传播中还应适当平衡不同信息框架的内容和比例,以扩大政策的接受范围和采纳意愿。例如:向损失敏感人群定向发布包含损失框架的信息,向重视个人成就的人发布包含个人主义框架的信息等。最后,对于一些较为抽象、复杂的政策,可采用叙事框架来提升政策的可理解性,以此提高政策的接受度。例如:在公共健康领域,疫苗推广相对来说艰巨而复杂,特定群体会对疫苗效果和安全产生质疑,此时采用叙事框架则能达到更好的说服力<sup>[38]</sup>。

## 6 研究贡献与局限

本文以“双减”政策短视频为研究对象,通过内容分析法和在线控制实验探究了不同信息框架对传播效果的影响和对受众采纳意愿的影响。

具体来说,本文的理论贡献体现在以下三个方面:一是本文探索了不同信息框架短视频对于用户交互行为的影响,结果显示不同框架下的交互行为并未有显著差异,这反映了信息框架可能并不是影响用户交互

行为的主要因素。二是本文探索了不同信息框架的说服效果,发现框架能显著提升受众的信息接受和采纳意愿,同时,还验证了框架之间的交互效应,这进一步丰富了信息框架在政策传播中的内容。三是本文采用实证研究方法,探讨了不同信息框架在政策短视频中的效果,这不仅为政策传播研究提供了实证证据,也为未来研究提供了参考。

本研究存在以下不足:一是研究数据量方面有所

局限。由于短视频存储容量较大,因此本文只采集了政策发布后一周的数据,样本量相对较少,在互动关系检验中,可能存在稍许误差。二是实验控制有待进一步提高,由于短视频属于多模态信息,不同信息组合产生的说服效果会有一定范围的偏差,如:集体主义框架和个人主义框架采用同样的视频图像,对受众产生的影响可能是不同的,因此未来将进一步优化实验刺激材料的制作和验证方法,确保实验的稳健性。

### 作者贡献说明

陈璟浩: 提出研究思路,设计研究方案,论文撰写、修改及定稿;

聂卉梓: 采集、清洗和分析数据,论文撰写与修改。

### 支撑数据

支撑数据由作者自存储,E-mail:nhz\_629@163.com。

1. 陈璟浩,聂卉梓 .TikTok short video data.xlsx. 抖音短视频数据 .

2. 陈璟浩,聂卉梓 .Measure Survey Data.xlsx. 测量问卷数据 .

### 参考文献

- [1] 杜涛. 影响力的互动: 中国公共政策传播模式变化研究 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2003:33. (Du Tao. Interaction of Influence: A Study on the Changes in China's Public Policy Communication Model[M]. Beijing: China Social Sciences Press, 2003:33.)
- [2] 中国互联网络信息中心 (CNNIC). 第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].[2023-08-28]. <https://www.cnnic.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>. (China Internet Network Information Center (CNNIC). The 52<sup>nd</sup> Statistical Report on Internet Development in China[EB/OL]. [2023-08-28]. <https://www.cnnic.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>.)
- [3] 曹锦丹, 王崇梁. 健康行为改变不同阶段的信息框架效应概念模型研究 [J]. 图书情报工作, 2019,63(5): 23-31. (Cao Jindan, Wang Chongliang. Conceptual Model of Information Framing Effects in Different Stages of Health Behavior Change[J]. Library and Information Service, 2019,63(5): 23-31.)
- [4] Tversky A, Kahneman D. The Framing of Decisions and the Rationality of Choice[J]. Science, 1981, 211(4481): 453-458.
- [5] 李晓明, 谭谱. 框架效应的应用研究及其应用技巧 [J]. 心理科学进展, 2018,26(12): 2230-2237. (Li Xiaoming, Tan Pu. Applied Research on Framing Effect and Related Techniques[J]. Advances in Psychological Science, 2018,26(12): 2230-2237.)
- [6] 中华人民共和国中央人民政府. 《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》[EB/OL]. (2021-07-24) [2022-10-20]. [https://www.gov.cn/zhengce/2021-07/24/content\\_5627132.htm](https://www.gov.cn/zhengce/2021-07/24/content_5627132.htm). (The Central People's Government of the People's Republic of China. Opinions on Further Reducing the Burden of Homework and Off-Campus Training for Compulsory Education Students[EB/OL]. (2021-07-24) [2022-10-20]. [https://www.gov.cn/zhengce/2021-07/24/content\\_5627132.htm](https://www.gov.cn/zhengce/2021-07/24/content_5627132.htm).)
- [7] Kahneman D, Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decisions under Risk[J]. Econometrica, 1979, 47(2): 263-291.
- [8] Druckman J N. The Implications of Framing Effects for Citizen Competence[J]. Political Behavior, 2001, 23: 225-256.
- [9] Olsen A L. Citizen (Dis) satisfaction: An Experimental Equivalence Framing Study[J]. Public Administration Review, 2015, 75(3): 469-478.
- [10] Baekgaard M, Belle N, Serritzlew S, et al. Performance Information in Politics: How Framing, Format, and Rhetoric Matter to Politicians' Preferences[J]. Journal of Behavioral Public Administration, 2019, 2(2): 1-12.
- [11] Levin I P, Schneider S L, Gaeth G J. All Frames Are Not Created Equal: A Typology and Critical Analysis of Framing Effects[J]. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1998, 76(2): 149-188.
- [12] Wang Y, Zhang J. Promoting Citizens' Willingness to Participate in Coproduction in Public Service Through Information Frames[J/OL]. Public Administration, 2023(2023-04-28) [2023-06-10]. <https://doi.org/10.1111/padm.12932>.
- [13] 杨梦晴, 赵宇翔, 宋士杰, 等. 国外健康行为研究中信息框架理论的源流、应用与发展 [J]. 情报学报, 2020,39(6): 662-674. (Yang Mengqing, Zhao Yuxiang, Song Shijie, et al. Origin, Application, and Development of Message Framing Theory in Foreign Health Behavior Research[J]. Journal of the China Society for Scientific and Technical Information, 2020,39(6): 662-674.)
- [14] 邓颖, 徐富明, 李欧, 等. 社会偏好中的框架效应 [J]. 心理科学进展, 2016,24(4): 622-632. (Deng Ying, Xu Fuming, Li Ou, et al. The Framing Effect on Social Preferences[J]. Advances in Psychological Science, 2016,24(4): 622-632.)
- [15] 蒋谦. 科学认知的文化框架问题 [J]. 自然辩证法通讯, 2017,39(4): 125-133. (Jiang Qian. The Issue of Cultural Frame of Science Cognitive[J]. Journal of Dialectics of Nature, 2017,39(4): 125-133.)
- [16] Hofstede G. Empirical Models of Cultural Differences[M]//Bleichrodt N E, Drenth P J D (Eds.). Contemporary Issues in Cross-Cultural Psychology. Amsterdam: Swets and Zeitlinger Publishers, 1991: 4-20.
- [17] Triandis H C. Individualism-Collectivism and Personality[J]. Journal of Personality, 2001, 69(6): 907-924.

