

转基因食品信息对个人态度和行为影响的实证研究

彭光芒, 尤 永, 吕瑞超

(华中农业大学 文法学院, 湖北 武汉 430070)

摘要 通过接受他人的信息使态度发生改变, 是大众传播学领域说服理论的内涵所在。采用控制实验的方法, 通过让被试接触一定数量的转基因食品信息, 来观察和测量被试对转基因食品的态度和行为是否发生改变。随机选取 200 名大一新生参加了实验, 分为实验组和控制组, 实验组要求观看一组转基因食品信息 PPT 材料, 控制组用于对比观察。结果证明信息的态度倾向能够显著引起被试态度和行为的改变, 而信息提供者身份在这方面的影响并不突出, 态度改变与行为改变之间呈现弱相关的关系。

关键词 转基因食品; 信息态度倾向; 被试态度和行为; 说服理论

中图分类号: G201 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-3456(2010)03-0013-06

当前, 转基因食品越来越走近人们的生活, 从转基因农作物到转基因加工产品, 人们在不知不觉间已经食用过多种含有转基因成分的食物。可以说转基因食品已经悄悄进入人们的日常生活, 但是有关转基因食品的舆论环境仍然不利于转基因食品的健康发展。随着两个转基因水稻品种通过国家农业部的安全认证, 关于转基因食品安全的舆论争议又被人们重新提及, 其中不乏对转基因食品的偏见和误解。如何正确传播转基因食品信息, 塑造一个健康良好的舆论环境, 关键是要通过科普去说服大众。

说服是大众传播的一种形式, 大众传播学中说服被定义为“通过接收他人的信息产生态度的改变”^[1]。说服研究起源于传播学奠基人之一社会心理学家卡尔·霍夫兰在第二次世界大战期间开展的理论研究, 当时说服的名称是态度改变, 霍夫兰的研究也被誉为“当代研究态度改变最重要的起源”^[2]。霍夫兰的研究采用的是控制实验的方法, 对各种变量进行了严格的控制。在霍夫兰之前还有一些关于态度改变的研究, 但是操作得很不好。被视为第一个态度改变研究的, 是由赖斯和威利对 1923 年布赖恩在达特茅斯学院所做的关于进化论演说效果的调查。这个调查让 175 人的一组学生在演说前和演说后测量他们对进化论接受或拒绝的态度。研究者发现超过四分之一的人态度确实发生了改变, 但是通过回顾方式所得的结论备受质疑^[2]。

态度是“由关于某一社会现象的正面或反面的

评价、情绪的感觉、支持或反对的行为倾向构成的一种持久系统”^[3]。态度包括认知、情感和行为倾向三个层次。有关态度的各种理论观点, 可区分为几大类, 即学习理论、诱因理论和认知理论。霍夫兰是学习理论的代表人物, 他的研究实质上是一种学习理论, 他认为态度是由学习得来的, 并且态度改变是在学习过程中同样进行的过程。在其著名的陆军研究中, 霍夫兰及其助手在美国军队士兵中间开展了一系列研究。首先是考察影片的宣传说服效果, 结论是单一的大众传播消息并不能强烈地改变已有的态度。接下来, 霍夫兰进行了单方面和正反两方面消息的实验研究, 结论是单方面消息对最初赞同该消息者和受教育程度低者有效, 而正反两方面消息对最初反对该消息者和受教育程度较高的人有效。霍夫兰的另一个经典的实验研究是信息来源(传播者)可信度的实验, 研究者将相同的信息传达给两个组, 告诉其中一组, 消息来自高可信度的来源, 而告诉另外一组, 消息来自低可信度的来源。相比之下, 高可信度来源的信息具有较高的说服力^[2]。

随着态度改变研究的发展, 有研究者提出质疑: 以社会科学的方法测量得来的态度, 是否与人们的行为之间有实际关系? 即通过说服性消息产生的态度改变是否伴随着任何有意义的行为改变? 20 世纪 30 年代早期, 一位名叫拉皮埃尔的社会学家所进行的一项早期研究表明, 态度和行为之间没有太大的关系。费斯廷格经过研究在其认知失调理论里,

认为“态度改变可能并不自动带来行为改变,其中一个原因,是造成原本态度的环境因素在态度改变之后仍然在起作用。这样,在接触说服力消息之后,态度可能仍有恢复其原有立场的趋势”^[4]。虽然后来的研究明确了失调理论的局限性,但是态度最终能否显著引起行为的改变,仍然备受争议。

本研究采用霍夫兰的经典实验设计方法,考察转基因食品信息对个人态度和行为改变的影响。根据霍夫兰的说服理论,提出的研究假设是信息有可能引起个人态度和行为的转变。由于态度最终能否显著引起行为的改变尚无定论,因而,本研究实验组在接触和学习转基因食品信息之后,增加进餐任务,在包括转基因食品和非转基因食品的菜单中进行选择,观察和测量被试的实际行为是否有所转变。

一、设计与实施

1. 样本的选取

利用 SPSS17.0 软件,从学籍系统中随机抽取 200 名大一新生作为被试,实验组 96 人,并施与实验变量(观看有转基因食品信息的 PPT 材料),随机分配为 12 个小组,每组 8 人,被试互不相识。控制组 104 人,不施加实验变量,实验结束后,对两组进行观察和测量。

2. 前期准备

能够播放幻灯片的多媒体教室 13 间(12 间用于实验组,1 间用于控制组);12 个转基因食品信息 PPT 材料,200 份调查问卷,96 份选择菜单,24 份访谈提纲。为了保证实验组主试人员的发言一致,给每个组的两名主试人员准备了一份发言稿,并要求主试人员按发言稿上的话语进行陈述。

3. 实验过程

把 200 名被试集中在一间教室,主试根据事先随机分配好的小组名单(被试来自不同的院系)点名,之后带领 12 个实验小组分别进入固定教室等待。留下的被试作为控制组,每人填答完问卷之后回收,主试宣布控制组解散。经过统一培训的 24 名主试人员,分别进入 12 间实验教室,每间教室由 2 名主试人员负责。为了避免被试知道实验目的而产生反感或不认真配合,特地把实验名称定为“餐前学习效果研究”,指导语如下:

首先非常谢谢你们对我们工作的配合。你们正在参加的是“餐前学习效果”实验研究。本次实验全部采用非实名制,所有信息只为研究之用,请您放

心。第一步,材料学习。请认真阅读为大家准备的 PPT 材料,我们将按照固定顺序播放,时间为 20 分钟,所有内容不重复,请大家仔细阅读。第二步,问卷测量。材料阅读完之后,主试会给大家发放一份检验学习效果的问卷,请大家根据问卷指导语的要求作答。第三步,进餐。为了配合本次实验,特地为大家准备了套餐盒饭,问卷测量结束后为进餐时间。第四步,简短访谈。用餐完毕之后,我们将对每位同学进行大约 5 分钟的简短访谈。为了便于记录,访谈会被录音,录音只用于本次研究,请大家放心。

接下来,主试为被试播放 PPT,12 个实验组同时进行。由于实验自变量是信息提供者身份 A(分别是生科专家、环保专家和媒体记者)和信息态度倾向 B(正面、中立和负面,中立信息由正负信息组成,有先正后负和先负后正之分),因而分为 12 个实验组(如表 1 所示)。

表 1 实验自变量

| 自变量 b:信息 | 自变量 a:身份 | | |
|----------|----------|--------|--------|
| | 生命科学专家 | 环境保护专家 | 媒体记者 |
| 正面 | 实验组 1 | 实验组 2 | 实验组 3 |
| 中立(先正后负) | 实验组 4 | 实验组 5 | 实验组 6 |
| 中立(先负后正) | 实验组 7 | 实验组 8 | 实验组 9 |
| 负面 | 实验组 10 | 实验组 11 | 实验组 12 |

各实验组提供 PPT 材料相关内容如表 2 所示。

表 2 各实验组提供 PPT 材料情况

| 组别 | PPT 内容 |
|--------|-------------------|
| 实验组 1 | 生科专家的正面信息 |
| 实验组 2 | 环保专家的正面信息 |
| 实验组 3 | 媒体记者的正面信息 |
| 实验组 4 | 生科专家的中立信息(先正面后负面) |
| 实验组 5 | 环保专家的中立信息(先正面后负面) |
| 实验组 6 | 媒体记者的中立信息(先正面后负面) |
| 实验组 7 | 生科专家的中立信息(先负面后正面) |
| 实验组 8 | 环保专家的中立信息(先负面后正面) |
| 实验组 9 | 媒体记者的中立信息(先负面后正面) |
| 实验组 10 | 生科专家的负面信息 |
| 实验组 11 | 环保专家的负面信息 |
| 实验组 12 | 媒体记者的负面信息 |

为了实验的有效性,以自变量 b(信息)的性质为基础进行材料选择和 PPT 制作,并做到每组 PPT 材料中包含的信息量相等。比如,对实验组 1、2、3,选择了相同的信息,只是分别赋予信息表达者自变量 a 的三重身份,然后将材料通过 PPT 的形式播放给前三组的被试人员。实验组 10、11、12 的材料选择与此类似。实验组 4~9 的材料选择,在保证信息量与其它各组相同的情况下,从正面信息和负面信息中分别抽取等量信息,然后依照实验要求对

这些信息进行排序。每组 PPT 内容分为两部分:第一部分为实验步骤;第二部分为提供的信息;实验步骤的 PPT 播放采用人工点击播放,第二部分的内容为自动播放,播放时间设定为 12 分。

PPT 自动播放完毕后发放已编号的问卷,10 分钟填答时间。回收问卷之后,主试向被试发放编过号码的选择菜单,告诉被试饭菜的种类和性质,被试可以根据自己的口味和习惯随便选择和搭配,在菜单上打钩。菜单内容如表 3。

表 3 菜单内容

| 菜单编号 | 菜单内容 |
|-------|---------------|
| 1 号配餐 | 转基因大米和转基因蔬菜 |
| 2 号配餐 | 转基因大米和非转基因蔬菜 |
| 3 号配餐 | 非转基因大米和转基因蔬菜 |
| 4 号配餐 | 非转基因大米和非转基因蔬菜 |

主试按照被试要求发放套餐(根据被试选择的配餐,我们也对盒饭进行了编号),用餐地点在实验

教室。用餐结束后,主试根据访谈提纲对被试逐一进行访谈(在同一教室进行),谈话全部录音。访谈结束后,主试向被试解释了我们实验的真正目的和真实情况,并向被试致歉。等被试人员全部离开实验教室之后,我们的工作人员,又将被试吃剩的盒饭拍了照片(包括编号和饭菜的食用情况)以测度被试的选择后消费情况。

二、结果与分析

实验组最终共有 95 名学生完成了实验。

1. 自变量对实验组态度的影响

本实验中自变量有两个,分别是信息态度倾向 V_{23} 和信息提供者身份 V_{24} ,检验两个自变量对 12 个实验组的态度是否有影响,需要做二因素方差分析(TWO-WAY ANOVA),分析结果如表 4。

表 4 自变量 V_{23} 和 V_{24} 二因素方差分析

| 自变量 | 因变量 | 自由度 df | F 值 | 显著性系数 $Sig.$ |
|--------------------------------------|---------------------|----------|--------|--------------|
| 信息态度倾向 V_{23} | 个人对转基因食品的评价 | 3 | 10.425 | 0.000 |
| | 对转基因食品的喜欢程度 | 3 | 5.907 | 0.001 |
| | 人们是否应该接受转基因食品 | 3 | 9.634 | 0.000 |
| | 觉得转基因食品是否安全 | 3 | 12.307 | 0.000 |
| | 对环境有何影响 | 3 | 7.139 | 0.000 |
| | 在不知情的時候吃转基因食品是否介意 | 3 | 3.034 | 0.034 |
| | 如果转基因食品更富有营养,是否愿意食用 | 3 | 4.943 | 0.003 |
| 信息提供者身份 V_{24} | 个人对转基因食品的评价 | 2 | 1.885 | 0.158 |
| | 对转基因食品的喜欢程度 | 2 | 1.189 | 0.310 |
| | 人们是否应该接受转基因食品 | 2 | 0.875 | 0.421 |
| | 觉得转基因食品是否安全 | 2 | 1.760 | 0.179 |
| | 对环境有何影响 | 2 | 0.767 | 0.468 |
| | 在不知情的時候吃转基因食品是否介意 | 2 | 1.069 | 0.348 |
| | 如果转基因食品更富有营养,是否愿意食用 | 2 | 0.360 | 0.699 |
| 信息态度倾向和信息提供者身份交互影响 $V_{23} * V_{24}$ | 个人对转基因食品的评价 | 6 | 1.162 | 0.335 |
| | 对转基因食品的喜欢程度 | 6 | 2.056 | 0.068 |
| | 人们是否应该接受转基因食品 | 6 | 1.048 | 0.401 |
| | 觉得转基因食品是否安全 | 6 | 1.169 | 0.331 |
| | 对环境有何影响 | 6 | 1.279 | 0.276 |
| | 在不知情的時候吃转基因食品是否介意 | 6 | 1.843 | 0.101 |
| | 如果转基因食品更富有营养,是否愿意食用 | 6 | 1.136 | 0.349 |

在多变量检验结果中,两个自变量的影响作用存在显著性差异。自变量信息态度倾向主效应显著, $P < 0.01$ 。自变量信息提供者身份主效应不显著, $P > 0.05$ 。而两个自变量的交互作用不明显, $P > 0.05$,也就是说信息态度倾向对被试态度影响效果明显,信息提供者身份没有明显影响效果,两者结合没有发生交互作用。

在自变量信息态度倾向的主体间效应检验中,被试对转基因食品的认知和情感评价很容易

受到信息态度倾向的影响,涉及到对转基因食品的行为倾向相对来说影响减弱,可以推断出对于态度的三个层次,一个人的认知和情感随着接受信息的增多容易发生改变,但是上升到行为倾向层次,则要顽固一些。

2. 实验组和控制组的态度对比分析

把两个自变量分别进行单因素方差分析(ANOVA)。实验组和控制组之间有显著性差异,12 个实验组之间的态度变化也存在显著性差异。

没有接触任何信息的控制组均值水平和实验组接触 10~12 组均值水平均低于控制组。表 5 是两个自正反两方面信息的 4~9 组均值相当,接触正面信息的 1~3 组均值水平均高于控制组,接触反面信息的

10~12 组均值水平均低于控制组。表 5 是两个自变量 ANOVA 描述性分析,可以明显看出组间与组内的显著性差异。

表 5 信息态度倾向单因素方差分析

| | | 样本量 <i>n</i> | 均值 | 标准差 | 标准误 | 均值的 95% 置信区间 | | 极小值 | 极大值 |
|-------------|----------|--------------|------|-------|-------|--------------|------|-----|-----|
| | | | | | | 下限 | 上限 | | |
| 个人对转基因食品的评价 | 控制组 | 97 | 6.34 | 1.773 | 0.180 | 5.98 | 6.70 | 2 | 10 |
| | 完全正面 | 24 | 7.33 | 1.465 | 0.299 | 6.71 | 7.95 | 4 | 10 |
| | 中立(先正后负) | 21 | 5.33 | 1.623 | 0.354 | 4.59 | 6.07 | 2 | 8 |
| | 中立(先负后正) | 24 | 6.25 | 1.751 | 0.357 | 5.51 | 6.99 | 2 | 10 |
| | 完全负面 | 24 | 5.00 | 1.560 | 0.319 | 4.34 | 5.66 | 1 | 8 |
| | 总数 | 190 | 6.17 | 1.081 | 0.131 | 5.92 | 6.43 | 1 | 10 |
| 认为转基因食品是否安全 | 控制组 | 97 | 1.26 | 0.600 | 0.061 | 1.14 | 1.38 | 0 | 2 |
| | 完全正面 | 24 | 1.67 | 0.565 | 0.115 | 1.43 | 1.91 | 0 | 2 |
| | 中立(先正后负) | 21 | 0.95 | 0.669 | 0.146 | 0.65 | 1.26 | 0 | 2 |
| | 中立(先负后正) | 24 | 1.38 | 0.495 | 0.101 | 1.17 | 1.58 | 1 | 2 |
| | 完全负面 | 24 | 0.79 | 0.509 | 0.104 | 0.58 | 1.01 | 0 | 2 |
| | 总数 | 190 | 1.23 | 0.625 | 0.045 | 1.14 | 1.32 | 0 | 2 |

受自变量信息态度倾向的影响,个人对转基因食品的评价方面, $F(3,189)=7.239, P=0.00$,认为转基因食品是否安全方面, $F(3,189)=8.435, P=0.00$,再一次证明了信息态度倾向对被试态度的显著性影响。其中正反两方面的信息,呈现顺序为先正后负的组均值水平比先负后正的组低,印证了心理学上所讲的“近因效应”,与“首因效应”相反,当多种刺激一次出现的时候,印象的形成主要取决于后来出现的刺激,也称为“新颖效应”。也就是说,当转基因食品信息负面信息在后面出现的情况下,被试

也就会对负面信息印象深刻,以至于影响到了对被试对转基因食品的态度。

而受自变量信息提供者身份的影响,同样的问题其均值水平有差异,但不是很大。一个 $F(2,189)=1.662, P=0.177 > 0.05$,另外一个 $F(2,189)=1.015, P=0.387 > 0.05$,说明信息提供者身份与被试态度改变相关性弱。

从表 6 中不难发现,生命科学专家的说服力要高于环境保护专家和媒体记者,被试倾向于支持生命科学专家的信息。

表 6 信息提供者身份单因素方差分析

| | | 样本量 <i>n</i> | 均值 | 标准差 | 标准误 | 均值的 95% 置信区间 | | 极小值 | 极大值 |
|-------------|------|--------------|------|-------|-------|--------------|------|-----|-----|
| | | | | | | 下限 | 上限 | | |
| 个人对转基因食品的评价 | 控制组 | 97 | 6.34 | 1.773 | 0.180 | 5.98 | 6.70 | 2 | 10 |
| | 生科专家 | 31 | 6.45 | 1.823 | 0.327 | 5.78 | 7.12 | 3 | 10 |
| | 环保专家 | 31 | 5.90 | 1.850 | 0.332 | 5.22 | 6.58 | 2 | 10 |
| | 媒体记者 | 31 | 5.65 | 1.762 | 0.316 | 5.00 | 6.29 | 1 | 8 |
| | 总数 | 190 | 6.17 | 1.801 | 0.131 | 5.92 | 6.43 | 1 | 10 |
| 认为转基因食品是否安全 | 控制组 | 97 | 1.26 | 0.600 | 0.061 | 1.14 | 1.38 | 0 | 2 |
| | 生科专家 | 31 | 1.35 | 0.608 | 0.109 | 1.13 | 1.58 | 0 | 2 |
| | 环保专家 | 31 | 1.13 | 0.670 | 0.120 | 0.88 | 1.37 | 0 | 2 |
| | 媒体记者 | 31 | 1.13 | 0.670 | 0.120 | 0.88 | 1.37 | 0 | 2 |
| | 总数 | 190 | 1.23 | 0.625 | 0.045 | 1.14 | 1.32 | 0 | 2 |

3. 态度改变与实际行为改变相关性分析

12 个实验小组选择套餐情况如表 7 所示。被试对套餐的选择是一种实际行为,通过态度与行为的交叉分析,可以来检验其间的相关性。选取被试对转基因食品安全性的评价和被试对套餐的选择进行交叉分析,结果如表 8 所示。认为转基因食品安全的被试只有 54.8% 选择了转基因食品套餐,认为不安全和不确定的被试倾向于选择普通套餐。经过

卡方检验 $P=0.072 > 0.05$,其相关性 λ 近似值为 0.226 大于 0.05,被试对转基因食品安全性的评价和实际套餐选择是弱相关的关系,也就是说态度变化与行为变化具有一致性,但是态度变化不一定会立即引起行为的改变,被试的实际行为相对态度来说具有保守性和谨慎性。认为不安全和不确定的被试有一半的比例选择了含有转基因成分的套餐,表明他们可能因为好奇心理的驱使而去尝试,以后愿

表7 12个实验小组选择套餐情况

| | | 选择的配餐 | | | | 合计 |
|--------|-------|-----------------|------------------|------------------|-------------------|-------|
| | | 转基因大米, 转基因蔬菜 | 转基因大米, 非转基因蔬菜 | 非转基因大米, 转基因蔬菜 | 非转基因大米, 非转基因蔬菜 | |
| 实验组 1 | 计数 | 5 | 2 | 0 | 1 | 8 |
| | 比率(%) | 62.5 | 25.0 | 0 | 12.5 | 100.0 |
| 实验组 2 | 计数 | 3 | 3 | 0 | 1 | 7 |
| | 比率(%) | 42.9 | 42.9 | 0 | 14.3 | 100.0 |
| 实验组 3 | 计数 | 5 | 3 | 0 | 0 | 8 |
| | 比率(%) | 62.5 | 37.5 | 0 | 0 | 100.0 |
| 实验组 4 | 计数 | 3 | 1 | 2 | 2 | 8 |
| | 比率(%) | 37.5 | 12.5 | 25.0 | 25.0 | 100.0 |
| 实验组 5 | 计数 | 2 | 1 | 1 | 4 | 8 |
| | 比率(%) | 25.0 | 12.5 | 12.5 | 50.0 | 100.0 |
| 实验组 6 | 计数 | 1 | 1 | 2 | 4 | 8 |
| | 比率(%) | 12.5 | 12.5 | 25.0 | 50.0 | 100.0 |
| 实验组 7 | 计数 | 5 | 0 | 1 | 2 | 8 |
| | 比率(%) | 62.5 | 0 | 12.5 | 25.0 | 100.0 |
| 实验组 8 | 计数 | 2 | 1 | 3 | 2 | 8 |
| | 比率(%) | 25.0 | 12.5 | 37.5 | 25.0 | 100.0 |
| 实验组 9 | 计数 | 2 | 1 | 2 | 3 | 8 |
| | 比率(%) | 25.0 | 12.5 | 25.0 | 37.5 | 100.0 |
| 实验组 10 | 计数 | 2 | 1 | 1 | 4 | 8 |
| | 比率(%) | 25.0 | 12.5 | 12.5 | 50.0 | 100.0 |
| 实验组 11 | 计数 | 2 | 1 | 1 | 4 | 8 |
| | 比率(%) | 25.0 | 12.5 | 12.5 | 50.0 | 100.0 |
| 实验组 12 | 计数 | 1 | 2 | 2 | 3 | 8 |
| | 比率(%) | 12.5 | 25.0 | 25.0 | 37.5 | 100.0 |
| 合计 | 计数 | 33 | 17 | 15 | 30 | 95 |
| | 比率(%) | 34.7 | 17.9 | 15.8 | 31.6 | 100.0 |

表8 认为转基因食品是否安全与套餐选择情况交叉分析

| | | | 选择的配餐 | | | | 合计 |
|-------------------|-----|-------|-----------------|------------------|------------------|-------------------|-------|
| | | | 转基因大米, 转基因蔬菜 | 转基因大米, 非转基因蔬菜 | 非转基因大米, 转基因蔬菜 | 非转基因大米, 非转基因蔬菜 | |
| 转基因 食品是 否安全 | 安全 | 计数 | 17 | 7 | 4 | 3 | 31 |
| | | 比率(%) | 54.8 | 22.6 | 12.9 | 9.7 | 100.0 |
| | 不安全 | 计数 | 2 | 1 | 3 | 6 | 12 |
| | | 比率(%) | 16.7 | 8.3 | 25.0 | 50.0 | 100.0 |
| | 不确定 | 计数 | 14 | 8 | 8 | 18 | 48 |
| | | 比率(%) | 29.2 | 16.7 | 16.7 | 37.5 | 100.0 |
| | 不知道 | 计数 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | | 比率(%) | 0 | 0 | 0 | 100.0 | 100.0 |
| | 合计 | 计数 | 33 | 16 | 15 | 28 | 92 |
| | | 比率(%) | 35.9 | 17.4 | 16.3 | 30.4 | 100.0 |

不愿意选择则不确定。在实验结束后的访谈中,也证实了这部分人群的心理。

深刻的印象,正反两方面的信息因出现顺序不同而有区别,由于“近因效应”的影响,被试明显对最后出现的信息印象深刻。转基因食品信息提供者身份没有显著影响效果,虽然差异很小,但生科专家的说服效果高于环保专家和媒体记者。

通过实验组与控制组的分析比较,施加了实验变量的实验组有明显的态度变化,组间与组内都有较大差异,验证了实验前的理论假设。但是态度变化与行为变化呈现弱相关的关系,说明从态度改变

三、结论与讨论

1. 结论

本项研究不仅考察态度改变,还包括对实际行为的考量。实验表明,转基因食品信息的态度倾向能够显著引起被试态度和行为的改变,完全正面和完全负面的信息因鲜明的观点和立场给被试留下了

上升到最终的行为改变,还需要长时间的影响。

2. 讨 论

态度改变能否引起行为的改变,或者态度变化与行为变化是否一致,在较短的时间内得到的结果是否具有代表性,需要几个月甚至较长时间的观察和测量。本实验被试观看完 PPT 之后,进行了问卷测量,紧接着选择套餐,是对实际行为的测量,从态度到实际行为发生之间的时间很短,难以避免某些被试会不会去掩饰自己的真实态度和行为。在最后的访谈环节中,有一定比例的访谈对象是因为好奇心而选择尝试转基因食品,以后是否就会购买转基因食品则不一定,需要继续了解。

在学校大一新生群体中抽取样本,学生作为被试对象,具有良好的教育背景,高中生物课上详细系统地学习过转基因食品知识,虽然普遍平时不关注

转基因食品,但是仍然不同于普通消费者群体,急需要选择普通消费者作为样本,在社区进行类似实验,检验实验结果。由于实验的一些局限性,使得实验结果推广到实际应用中时,必须慎重对待。

参 考 文 献

- [1] OLSON I M, ZANNA M P. Attitudes and attitude change[J]. *Annual Review of Psychology*, 1993(44): 117-154.
- [2] [美] 沃纳·赛佛林,小詹姆斯·坦卡德. 传播理论: 起源、方法与应用[M]. 郭镇之,译. 北京: 华夏出版社, 2000: 175.
- [3] KRECH D, CRUTCHFIELD R S, BALLACHEY E L. *Individual in society: a textbook of social psychology* [M]. New York: McGraw-Hill, 1962: 177.
- [4] FESTINGER L. Behavioral support for opinion change [J]. *Public Opinion Quarterly*, 1964(28): 404-417.

Empirical Study on Effect of GMF Information on Individual Attitude and Behavior

PENG Guang-mang, YOU Yong, LV Rui-chao

(College of Humanities and Social Sciences, Huazhong Agricultural
University, Wuhan, Hubei, 430070)

Abstract The connotation of convincing theory is to change the attitudes through accepting other people's information. This paper used the control experiments method, through exposing the subjects to some GMF information, to observe and measure whether or not the attitude and behavior about GMF will change. 200 freshmen were randomly selected to participate in the experiment. These students were divided into experimental group and control group, the experimental group was asked to read a set of PPT materials about GMF and the control group was used for comparative observation. Results showed that the tendency of information attitude will lead to the significant changes in attitudes and behaviors about GMF. Meanwhile, the impact of the identity of information providers is not obvious, and the relationship between the attitude change and behavior change is weakly related.

Key words genetically modified food(GMF); attitude toward information; attitude and behavior of the subjects; convincing theory

(责任编辑:陈万红)