



叙事传输对低糖饮食社会规则及行为意向的影响

张慧娟^{1,2,3}, 蒋昀洁^{1,2,3}, 周辰宇^{1,2,3}, 陈彦⁴

1. 南京医科大学医政学院, 2. 江苏省健康研究院, 3. 数智技术与健康治理实验室, 江苏 南京 211166;
4. 苏州市立医院心血管病中心, 江苏 苏州 215000

摘要:为助力“体重管理年”, 提供更有效的宣传促进路径, 研究采用2(信息呈现形式: 视频 vs. 文本)×2(信息传播形式: 叙事 vs. 非叙事)的组间实验设计, 以503名被试为研究对象, 通过前后测实验, 探究叙事传输在改变个体低糖饮食行为的感知社会规则和行为意向中的作用。结果显示, 叙事传输主效应显著, 信息传播形式与信息呈现方式之间存在显著的交互作用。中介效应检验显示, 认同在叙事视频对行为意向和叙事文本对行为意向的影响中起到了相对中介作用, 认同与感知社会规则共同构成链式中介作用, 认同可通过强化个体感知到的社会规则, 间接提升叙事信息(视频或文本)对低糖饮食行为意向的促进作用。结果表明, 叙事性影片或文章能增强个体认同感, 强化个体感知到的社会规则, 提高个体的行为意向。

关键词:叙事传输; 社会规则; 认同; 低糖饮食; 行为意向

中图分类号: R193

文献标志码: A

文章编号: 1671-0479(2026)01-085-007

doi: 10.7655/NYDXBSS250316

感知到的社会规则被定义为个体认识世界、理解世界的参照框架^[1-2]。在这个框架内, 意向被认为是由态度和社会规则决定的^[3]。感知到的社会规则, 或者个体认为他人正在做什么或者他人的观点, 在健康行为中有着重要作用。研究表明, 感知到的社会规则与健康行为存在重要关联, 如戒烟^[4-5]、戒酒^[6-7]、安全性行为^[8-9]、癌症早期筛查^[10-11]等。目前研究发现, 感知到的社会规则在预测饮食行为中也起着重要作用。Polivy^[12]将社会比较理论应用于饮食研究中, 发现个体感知到社会规则后会打破节食计划, 比较自己的食物和其他人的食物, 这样的比较会影响饮食行为、情绪和满意度。当我们和别人一起吃饭时, 很可能会选择和那个人吃的一样, 模仿别人吃什么和吃多少^[13-14]。Rubenstein等^[15]在研究社会情境下个体应该遵守什么样的“适当”饮食行为规则时, 发现感知到的不同社会情境对个体的饮食行为有显著影响, 个体更愿意将同龄人的摄入量作为适当饮食行为的标准。因此, 许多健康宣传促进运动试图通过改变与健康相关的社会规则来

影响健康行为^[16]。但基于规则成功的宣传活动却寥寥无几^[17]。因为许多宣传虽然基于社会规则来运作, 但却没有涉及社会规则的“社会”方面。所以, 想要活动取得成功, 必须在特定的社会背景下找到有针对性的规则信念。为此, 宣传运动需要确定适当的参照群体, 并以在目标人群中引起共鸣的方式来改变与目标相关的社会规则。

根据社会认同理论, 参照群体往往只在个体认同该群体时才会产生影响^[18]。叙事传输以叙事结构的故事让人沉浸其中, 能够以一种适合情境的方式影响感知到的规则, 而达到说服的效果^[19]。对角色的认同过程是叙事传输效果的重要中介, 那些对角色认同感更强的个体更有可能受到角色言行的影响^[20]。如果想通过影响社会规则达到干预目的, 则必须集中在目标受众认同的参照群体上。已有研究证明, 叙事传输可以增加观众对故事情节中人物和群体的认同度, 当观众认同人物时, 他们评估在故事中经历的事件在现实生活中发生的可能性会增加^[21-22]。因此, 叙事传输的能力, 即呈现出观众

基金项目: 江苏省高校哲学社会科学项目“从意向到行为的网络空间心理促进机制研究”(2021SJA0312)

收稿日期: 2025-07-31

作者简介: 张慧娟(1990—), 女, 安徽铜陵人, 博士, 讲师, 研究方向为健康心理与行为干预, 健康风险决策, 通信作者, zhanghuij0814@njmu.edu.cn。

认同的人物,是它适用于社会规范干预的关键原因。尽管有研究认为叙事传输是一种影响知识、态度和行为的创新方式^[23-24],但叙事传输对目标社会规则影响的研究还是较少。

在我国网民规模已达10.67亿,且人均日上网时长超4小时的背景下^[25],网络空间与现实空间“虚实共生”已成为社会生活的常态。如何通过网络空间治理促进健康行为,培育健康生活方式,自然成为社会健康治理领域的重要议题。鉴于此,本研究旨在探究认同在叙事传输和感知到的社会规则之间的作用,以期与健康促进提供更加有效的宣传路径,助力“体重管理年”。

一、对象和方法

(一)研究对象

通过线上和线下招募的形式共获得研究对象551人,排除某些食物过敏者、素食主义者、特殊进食习惯者,最后收集到有效样本为503个。年龄(19.34±2.19)岁,体重指数(BMI)均在正常范围内。其中,男性171人,占34%,女性332人,占66%。大专/本科以上学历占99%。所有被试调整后视力均为1.5,听力正常。

(二)实验材料

实验中的叙事影片是一位28岁女性记录自己的低糖饮食生活,内容包括每天的饮食和想法。非叙事影片是专家科普类影片,内容为糖的危害及控糖方法。两段影片所含的信息量、知识点基本一致,在人物设定上,两者均采用28~30岁的青年女性形象,避免因外貌、年龄等无关特征产生额外影响。两段影片时长均为10分钟左右,播放视频的显示屏为投影屏幕,宽高比例为4:3,投影尺寸为244×183厘米。视频分辨率统一为1080像素。文本是由视频转化而来,叙事文本来自叙事视频,非叙事文本来自非叙事视频。每篇文本的字数约为2000字。

(三)实验设计

实验中被试被随机分为4组,分别为叙事文本组($n=123$),非叙事文本组($n=105$),叙事视频组($n=143$),非叙事视频组($n=132$)。本研究采用2(信息呈现形式:视频vs.文本)×2(信息传播形式:叙事vs.非叙事)的组间实验设计。实验设计中,4组被试分别接受不同组合的信息刺激,变量操作严格遵循组间设计原则,确保各组初始条件无显著差异。实验设计模型如图1所示,本研究有4个实验假设。

假设1(H1):信息传播形式(叙事vs.非叙事)和信息呈现形式(视频vs.文本)影响个体感知到的社会规则。叙事视频组的个体感知到的社会规则高于其他三组。H1a是预测叙事传输(vs.非叙事传输)的低糖饮食信息会提高个体感知社会

规则的标准;H1b是预测视频形式(vs.文本形式)的低糖饮食信息传播形式会提高个体感知社会规则的标准。

假设2(H2):信息传播形式(叙事vs.非叙事)和信息呈现形式(视频vs.文本)会影响个体的认同,从而影响个体感知到的社会规则。叙事视频组的认同程度高于其他三组。H2a是预测叙事传输(vs.非叙事传输)的低糖饮食信息会提高个体认同感;H2b是预测视频形式(vs.文本形式)的低糖饮食信息传播形式会提高个体的认同感。

假设3(H3):信息传播形式(叙事vs.非叙事)和信息呈现形式(视频vs.文本)影响个体的行为意向,叙事视频组的行为意向高于其他三组。

假设4(H4):信息传播形式(叙事vs.非叙事)和信息呈现形式(视频vs.文本)影响个体感知到的社会规则,从而影响个体的行为意向。

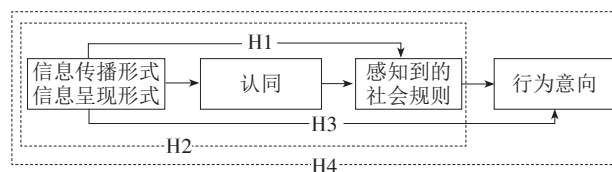


图1 H1、H2、H3和H4的关系模型

(四)前测实验

前感知社会规则,题目:“试着想象一下周围朋友圈中的10个人,您认为有几个人注意低糖日常饮食?”让被试在0~10的计分量表上标注答案。

前行为意向,题目:“您有多大可能性会在下周开始注意低糖饮食?”让被试在“1=一点都不可能”到“10=极其有可能”的计分量表上标注自己的答案。

(五)后测实验

认同的测量改编自2001年Cohen基于对身份的定义和社会化的发展过程编制的量表^[26],在被试观看或阅读完视频或文本后,要求被试回答“您有多大程度上感觉自己了解,或感觉自己与影片主人公类似,或是很想变成影片主人公那样?”被试以Likert10点计分(1=几乎不了解,几乎没有感觉到,一点也不想像主人公那样;10=非常了解,强烈感觉到,非常想像主人公那样)来评定自己对视频或文本的同意程度。

后感知社会规则和后行为意向测量与前测实验相同。

(六)实验程序

所有研究对象在实验前一个小时内吃一顿完整的饭,以控制他们的基准生理状态。正式实验开始前,主试宣读实验指导语,“欢迎大家参加饮食研究的调查,您接下来的选择没有对错之分,您只需按照自己的真实想法填写即可,我们向您保证,您

的个人信息绝对不会泄露出去,谢谢大家的参与。”随后向被试呈现一个二维码,被试扫描二维码即可填写前测问卷。前测问卷填写完成后,视频组被试随机被分配到叙事视频组和非叙事视频组,并分别观看影片。文本组被试随机被分配到叙事文本组和非叙事文本组,分别阅读不同的文本材料。

(七)质量控制

现场实验实施前,对主试进行全面培训,明确要点与流程。现场实验中,通过统一实验环境(安静实验室),主试使用统一指导语,指导语强调专注完成任务的重要性,引导被试逐条准确作答,问卷当场填写和回收。采用前测、后测逻辑关联设计,现场实验前后,被试都需要填写个人邮箱,以确保前后测统一,主试现场监督,减少被试分心情况,确保数据有效性。最后,被试还需要填写一份基本信息量表,包括性别、年龄、受教育程度、最近一次测量体重的时间、身高、体重等。问卷数据录入环节严格复核,确保信息准确可靠。

(八)统计学分析

使用SPSS 26.0软件及Process插件进行分析。经正态性检验,本研究中前感知社会规则、前行为意向,后感知社会规则、后行为意向、认同得分均为类正态分布,采用Bootstrap法分析并检验中介效应,检验水准 $\alpha=0.05$ 。

二、结果

为了验证先前的假设,进行了一系列单因素协方差分析,其中信息传播形式(叙事vs.非叙事)和信息呈现形式(视频vs.文本)为自变量。因变量包括认同、感知社会规则、行为意向。最近一次量体重的时间、BMI、前感知社会规则、前行为意向等为协变量。

(一)研究对象基本情况

从表1来看,视频组与文本组共503名被试,平均年龄为18.49~20.07岁,其中482名被试在1年内测过体重,占95.8%。不同信息呈现形式下感知社会规则均值为2.52~4.44分,行为意向均值为5.23~6.62分。

表1 视频组与文本组的描述性统计

($\bar{x}\pm s$)

类别	文本		视频	
	叙事($n=123$)	非叙事($n=105$)	叙事($n=143$)	非叙事($n=132$)
年龄(岁)	19.48±0.19	20.07±0.21	18.49±0.18	19.54±0.19
距上一次测体重的时间(天)	40.73±6.90	42.91±7.22	43.73±6.32	53.03±6.62
前社会规则(分)	2.53±0.17	2.36±0.18	2.46±0.16	3.17±0.16
前行为意向(分)	3.85±0.19	3.79±0.20	5.34±0.17	5.02±0.18
认同(分)	6.55±0.20	4.97±0.21	6.65±0.18	4.80±0.19
感知社会规则	2.64±0.18	2.52±0.20	4.44±0.17	2.53±0.18
行为意向	6.24±0.21	6.20±0.22	6.62±0.20	5.23±0.20

(二)协方差分析

1. 以“感知社会规则”为因变量,以“信息呈现形式”或“信息传播形式”为自变量,以“前感知社会规则”为协变量进行协方差分析

结果显示,信息呈现形式和信息传播形式交互作用显著。①叙事传输主效应显著($F=32.63, P<0.001$),说明被试的感知社会规则受叙事或非叙事的影响,叙事或非叙事的条件下,被试感知社会规则差异显著。②前感知社会规则主效应显著($F=87.86, P<0.001$),说明叙事或非叙事条件下,前感知社会规则对被试感知社会规则有影响。③传播途径主效应显著($F=24.51, P<0.001$),说明被试的感知社会规则受传播途径的影响,不同传播途径下,被试的感知社会规则差异显著。④信息呈现形式和信息传播形式交互作用显著。如图2所示,当信息传播形式为叙事传输时,文本和视频的感知社会规则差异显著($P<0.001$),视频叙事传输的感知社会规则高于文本叙事传输;当信息呈现形式为视频时,叙事和非叙事的感知社会规则差异显著($P<$

0.001),叙事视频的感知社会规则高于非叙事视频;当信息传播形式为非叙事传输时,视频和文本的感知社会规则差异不显著;当信息呈现形式为文本时,叙事与非叙事的感知社会规则差异不显著。

2. 以“行为意向”为因变量,以“信息呈现形式”或“信息传播形式”为自变量,以“前行为意向”作为协变量进行方差分析

结果显示:①信息呈现形式主效应显著($F=46.39, P<0.001$)。②信息传播形式与信息呈现形式的交互作用显著。如图3所示,当信息呈现形式为视频时,叙事和非叙事的行为意向差异显著($P<0.05$),叙事视频的行为意向强于非叙事视频;当信息传播形式为非叙事传输时,视频和文本的行为意向差异显著($P<0.01$),文本组的行为意向强于视频组;当信息呈现形式为文本时,叙事与非叙事的行为意向差异不显著;当信息传播形式为叙事传输时,文本和视频的行为意向差异不显著;叙事文本组和非叙事视频组差异显著($P<0.01$),叙事文本组的行为意向强于非叙事视频组。

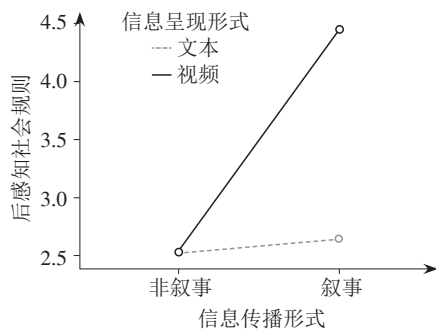


图2 信息传播形式与信息呈现形式在感知社会规则上的交互作用

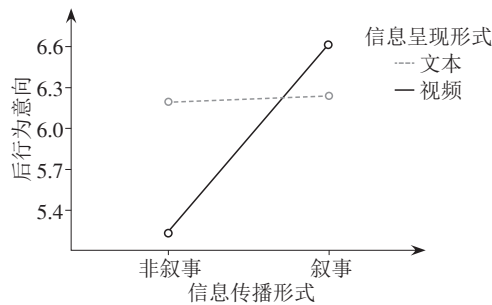


图3 信息传播形式和信息呈现形式在行为意向上的交互作用

3. 加入“认同”和“感知社会规则”中介变量的分析结果

以“信息传播形式”或“信息呈现形式”为自变量,以“行为意向”为因变量,以“认同”和“感知社会规则”为中介变量,以“前感知社会规则”或“前行为意向”为协变量,对自变量进行虚拟编码。由于自变量存在4个水平,因此需要3个虚拟变量,以非叙事文本为参照变量,运用SPSS宏程序PROCESS3.2的6号模型(自举抽样规模设置为5 000次;置信区间设置为95%)对变量之间的关系进行链式的相对中介效应分析,以检验假设。

由表2可知,以非叙事文本为参照水平,①叙事视频、前行为意向对行为意向有正向预测作用($B=0.43、0.50$),非叙事视频对行为意向有负向预测作用($B=-0.99$),而叙事文本和前感知社会规则对行为意向无显著预测作用。②叙事视频、叙事文本和前行为意向对认同有正向预测作用($B=1.36、0.21、0.24$),而非叙事视频、前感知社会规则对认同无显著预测作用。③叙事视频、前感知社会规则和认同对感知社会规则有正向预测作用($B=1.71、0.46、0.10$),而叙事文本、非叙事视频、前行为意向对感知社会规则无显著预测作用。④叙事视频、前行为意向、认同和感知社会规则对行为意向有正向预测作用($B=0.47、0.42、0.25、0.30$),非叙事视频对行为意向有负向预测作用($B=-3.86$),而叙事文本和前社会规则对行为意向无显著预测

作用。

4. 进一步检验认同和感知社会规则的链式相对中介作用

结果表明(表3),当非叙事文本为参照水平时,通过叙事视频—认同一行为意向组成的相对间接效应一(效应值为0.35),叙事文本—认同一行为意向组成的相对间接效应二(效应值为0.40),叙事视频—感知社会规则—行为意向组成的相对间接效应三(效应值为0.51)进行影响。叙事视频、叙事文本和非叙事视频通过认同和感知社会规则的链式相对中介作用对行为意向产生影响,通过叙事视频—认同—感知社会规则—行为意向组成的相对间接效应四(效应值为0.04),叙事文本—认同—感知社会规则—行为意向组成的相对间接效应五(效应值为0.05)进行影响。根据中介效应的判定标准,说明这些路径存在中介效应。具体路径如图4所示。

表2 认同和社会规则的中介模型的回归分析

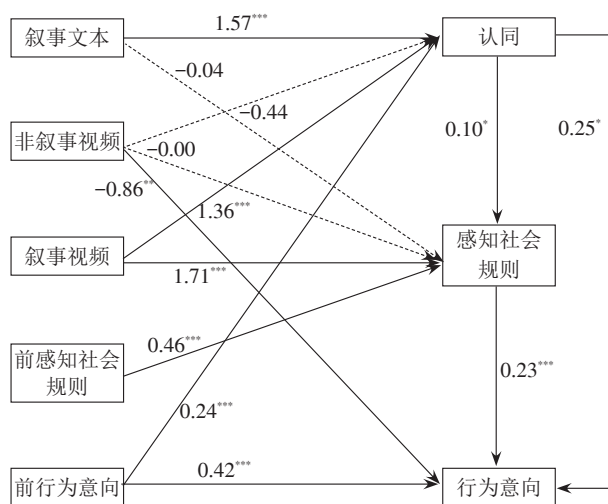
结果变量	拟合指标			系数显著性	
	R	R ²	F(df)	B	t
行为意向	0.47	0.22	27.88 ^{***} (5,497)		
叙事视频				0.43	1.44 ^{**}
叙事文本				0.04	0.13
非叙事视频				-0.99	-3.27 ^{**}
前感知社会规则				0.04	0.64
前行为意向				0.50	9.60 ^{***}
认同	0.42	0.18	22.18 ^{***} (5,497)		
叙事视频				1.36	4.88 ^{***}
叙事文本				0.21	3.61 ^{***}
非叙事视频				-0.44	-1.56
前感知社会规则				-0.02	-0.39
前行为意向				0.24	4.87 ^{***}
感知社会规则	0.52	0.27	30.79 ^{***} (6,496)		
叙事视频				1.71	6.27 ^{***}
叙事文本				-0.04	-0.15
非叙事视频				-0.00	-0.01
前感知社会规则				0.46	9.15 ^{***}
前行为意向				0.03	0.53
认同				0.10	2.39 [*]
行为意向	0.57	0.33	34.79 ^{***} (7,495)		
叙事视频				0.47	1.57 ^{***}
叙事文本				0.40	1.38
非叙事视频				-3.86	-3.07 ^{**}
前感知社会规则				-0.10	-1.70
前行为意向				0.42	8.58 ^{***}
认同				0.25	5.66 ^{***}
社会规则				0.30	6.41 ^{***}

以非叙事文本为参照;*, $P < 0.05$; **, $P < 0.01$; ***, $P < 0.001$ 。

表3 认同和感知社会规则在信息传播形式和信息呈现形式影响行为意向中的相对中介效应分析

中介路径	效应值	Boot 标准误	95%置信区间	
			下限	上限
叙事视频—认同—行为意向	0.35***	0.10	0.17	0.56
叙事文本—认同—行为意向	0.40***	0.11	0.21	0.63
非叙事视频—认同—行为意向	-0.11	0.08	-0.27	0.03
叙事视频—感知社会规则—行为意向	0.51***	0.11	0.32	0.74
叙事文本—感知社会规则—行为意向	-0.01	0.09	-0.18	0.18
非叙事视频—感知社会规则—行为意向	-0.00	0.08	-0.15	0.16
叙事视频—认同—感知社会规则—行为意向	0.04***	0.02	0.01	0.09
叙事文本—认同—感知社会规则—行为意向	0.05***	0.02	0.01	0.10
非叙事视频—认同—感知社会规则—行为意向	-0.01	0.01	-0.04	0.00

以非叙事文本为参照;***: $P < 0.001$ 。



以非叙事文本为参照;*: $P < 0.05$; **: $P < 0.01$; ***: $P < 0.001$ 。

图4 信息传播形式、认同、感知社会规则与行为意向关系的结构方程模型

三、讨论

(一) 不同实验组被试感知社会规则的差异

本研究发现,当信息传播形式为非叙事传输时,视频和文本的行为意向差异显著,文本组的行为意向高于视频组。当信息传播形式为叙事传输时,文本和视频的感知社会规则差异显著,视频传输的感知社会规则高于文本传输。但Ballard等^[27]关于叙事材料对非裔美国女性的健康社会规则影响的研究发现,视听和书面叙述之间没有显著差

异。这可能与实验对象年龄结构相关,我国当年轻群体(本研究被试平均年龄19.34周岁)成长于视频信息主导的网络环境,形成了对叙事视频的天然接受习惯。而Ballard等研究中的非裔美国女性可能缺乏类似媒介接触背景,导致信息接受方式的差异,未来可进一步开展跨文化比较研究验证这一假设。相较于非叙事材料,叙事材料确实使得个体感知到更强的社会规则,认为周围朋友中有更多的人在进行低糖饮食,这与Moran等^[28]的研究一致,叙事性材料使得被试认为周围有更多的人进行了宫颈癌筛查。

(二) 不同实验组被试行为意向的差异性

本研究发现,观看叙事视频的个体更愿意开始尝试进行低糖饮食,结果验证了先前的假设,认同叙事视频在信息传播方式对感知社会规则的影响中起中介作用,叙事视频使得被试产生更程度的认同感,从而感知到了更强的社会规则,最终产生了更强烈的行为意向。因此,任何试图影响社会规范的干预措施都必须关注目标群体所认同的参照群体^[29]。叙事传输增加观众对故事情节中人物和群体的认同,这增加了观众认同相关参照群体的可能性。另外,社会规范的干预需“言之有物”。当观众认同角色时,他们体验故事中事件的可能性就会增加,就像发生在“现实世界”中一样^[30]。

(三) 不同信息呈现方式和信息传播方式的相对有效性

由于本研究的自变量信息传播形式和信息呈现形式均为分类变量,根据Hayes等^[31]提出的相对中介分析法,将非叙事文本材料作为参照条件,与其他三种实验条件:叙事视频材料、叙事文本材料、非叙事视频材料作对比,叙事性材料(视频或文本)能增强个体对主人公的认同感,且初始低糖饮食意愿较强的个体认同感更显著。高认同感个体更易感知到强烈的社会规则(认为周围更多人采用低糖饮食),进而提升自身行为意向。这与已有研究结论一致,即感知社会规则会影响个体饮食行为。非叙事视频对行为意向有负向预测作用,观看非叙事影片的个体更不可能在未来尝试低糖饮食。

以非叙事文本为参照水平,进一步检验认同和感知社会规则的链式相对中介作用,结果表明,当非叙事文本为参照水平时,认同在叙事性影片或文章和行为意向之间的中介作用显著。观看叙事性影片或文章的个体会对其中出现的主人公产生强烈的认同感,认为发生在主人公身上的故事很有可能就即将发生或正发生在他们周围,因此他们愿意在未来尝试低糖饮食方式。相较于非叙事文本,感知社会规则在叙事影片和行为意向之间的中介作用显著。观看叙事影片的个体会感知到更强的社会规则,认为周围的人中有更多的人在采用低糖饮食行为,从

而自我也产生了更强的行为意向,更有可能在未来尝试低糖饮食方式。以非叙事文本为参照水平,叙事视频、叙事文本和非叙事视频通过认同和感知社会规则的链式相对中介作用对行为意向产生影响,观看叙事性影片或叙事性文章的个体会对其中主人公产生更强烈的认同感,从而感知到更强的社会规则,认为周围人有很多在采用低糖饮食方式,那么自我的行为意向也相应提高,未来更有可能采用低糖饮食方式。

(四)研究的局限性

本研究存在一定局限。使用单一信息促进低糖饮食行为的普及和实践,这限制了研究结果对不同信息的概括性。虽然行为意向是对未来行为的预测,但研究没有收集到实际的行为数据。因此,未来研究将着重于从行为意向到行为。

本研究通过双因素(信息呈现形式和信息传播形式)组间实验设计证实叙事传输(尤其是视频形式)能通过增强认同感和感知社会规则提升个体低糖饮食行为意向,为健康宣教实践提供了具体方法参考。未来健康促进活动可优先采用叙事视频形式,聚焦目标群体认同的参照群体,以提高干预效果。

参考文献

- [1] CIALDINI R B, JACOBSON R P. Influences of social norms on climate change-related behaviors[J]. *Curr Opin Behav Sci*, 2021, 42: 1-8
- [2] GROSS J, VOSTROKNUTOV A. Why do people follow social norms?[J]. *Curr Opin Psychol*, 2022, 44: 1-6
- [3] 曾颖超,石林,李伟彬,等. 减少抗生素滥用行为社会规范反馈干预方法系统文献综述分析[J]. *中国公共卫生*, 2023, 39(2): 267-272
- [4] DONO J, MILLER C, ETTRIDGE K, et al. The role of social norms in the relationship between anti-smoking advertising campaigns and smoking cessation: a scoping review[J]. *Health Educ Res*, 2020, 35(3): 179-194
- [5] WALLACE-WILLIAMS D M, WRIGHT L T, DANDIS A O. Social norms, cues and improved communication to influence behaviour change of smokers[J]. *J Mark Commun*, 2023, 29(3): 288-313
- [6] FRUEHWIRTH J C, GORMAN B L, PERREIRA K M. The effect of social and stress-related factors on alcohol use among college students during the covid-19 pandemic[J]. *J Adolesc Health*, 2021, 69(4): 557-565
- [7] KUNTSCHE S, ROOM R, KUNTSCHE E. I can keep up with the best: The role of social norms in alcohol consumption and their use in interventions [M]. Amsterdam: Elsevier, 2021: 285-302
- [8] KLIKA J B, HABOUSH-DELOYE A, LINKENBACH J. Hidden protections: identifying social norms associated with child abuse, sexual abuse, and neglect [J]. *Child Adolesc Soc Work J*, 2019, 36(1): 5-14
- [9] MCCARTHY M, KAUER S, FISHER C. Descriptive norms about condom use predict odds of using a condom during last sexual experience in a large, national survey of adolescents from Australia [J]. *Sex Health*, 2022, 19(3): 157-163
- [10] STOFFEL S T, GOODWIN M, SIEVERDING M, et al. Testing verbal quantifiers for social norms messages in cancer screening: evidence from an online experiment [J]. *BMC Public Health*, 2019, 19(1): 658
- [11] WILDING S, O'CONNOR D B, CONNER M. Social norms in cervical cancer screening [J]. *Psychol Rep*, 2025, 128(6): 4193-4209
- [12] POLIVY J. What's that you're eating? Social comparison and eating behavior [J]. *J Eat Disord*, 2017, 5: 18
- [13] VARTANIAN L R, PETER HERMAN C, POLIVY J. Modeling of food intake among restrained and unrestrained eaters [J]. *Appetite*, 2020, 155: 104811
- [14] POLIVY J, PETER H C. Overeating in restrained and unrestrained eaters [J]. *Front Nutr*, 2020, 7: 30
- [15] RUBENSTEIN S A, VARTANIAN L R, PETER H C, et al. Influence of social-normative information on the modeling of food-related decisions [J]. *Appetite*, 2022, 176: 106095
- [16] 吕思源,陈市耀,张宇微,等. 改革健康传播的对策与建议 [J]. *南京医科大学学报(社会科学版)*, 2020, 20(6): 518-521
- [17] CAMPO S, BROSSARD D, SOMJEN F M, et al. Are social norms campaigns really magic bullets? assessing the effects of students' misperceptions on drinking behavior [J]. *Health Commun*, 2003, 15(4): 481-497
- [18] WILLIS L, LEE E, REYNOLDS K J, et al. The theory of planned behavior and the social identity approach: a new look at group processes and social norms in the context of student binge drinking [J]. *Eur J Psychol*, 2020, 16(3): 357-383
- [19] 李启毅,胡竹菁,王鑫强,等. 叙事传输理论与说服机制:以叙事型公益广告为例 [J]. *心理科学进展*, 2015, 23(11): 2001-2008
- [20] THOMAS V L, GRIGSBY J L. Narrative transportation: a systematic literature review and future research agenda [J]. *Psychol Mark*, 2024, 41(8): 1805-1819
- [21] GREEN M C. Transportation into narrative worlds [M]. Berlin: Springer, 2021: 87-101
- [22] TUKACHINSKY F R, WALTER N, BROOKS J J. Narrative persuasion across the aisle: mechanisms of engage-

- ment with discordant characters[J]. Psychol Pop Medium, 2024, 13(1): 66-78
- [23] ELHAFFAR G, DURIF F, DUBÉ L. Towards closing the attitude-intention-behavior gap in green consumption: a narrative review of the literature and an overview of future research directions[J]. J Clean Prod, 2020, 275: 122556
- [24] RILEY A H, BARKER K, LUNDGREN R. From theory to practice: what global health practitioners need to know about social norms and narrative interventions[J]. J Commun Healthc, 2021, 14(2): 102-104
- [25] 康淼, 颜之宏, 吴剑锋. 网络文明更进一步[J]. 瞭望, 2023(31): 35-37
- [26] COHEN J. Defining identification: a theoretical look at the identification of audiences with media characters[J]. mass Commun Soc, 2001, 4(3): 245-264
- [27] BALLARD A M, DAVIS A, HOFFNER C A. The impact of health narratives on persuasion in African American women: a systematic review and meta - analysis [J]. Health Commun, 2021, 36(5): 560-571
- [28] MORAN M B, MURPHY S T, FRANK L, et al. The ability of narrative communication to address health-related social norms[J]. Int Rev Soc Res, 2013, 3(2): 131-149
- [29] FLESZAR-PAVLOVIĆ S E, CAMERON L D. Developing a narrative communication intervention in the context of HPV vaccination[J]. PEC Innov, 2024, 4: 100272
- [30] HOWELL E L, BEHRMAN S L, KIRSCHNER E, et al. Storytelling in science film: narrative engagement relates to greater knowledge, interest, and identification with science[J]. Sci Commun, 2025, 47(2): 211-249
- [31] HAYES A F, PREACHER K J. Statistical mediation analysis with a multicategorical independent variable[J]. Br J Math Stat Psychol, 2014, 67(3): 451-470

(本文编辑: 姜 鑫)

The influence of narrative transportation on social norms and behavioral intention toward low-sugar diets

ZHANG Huijuan^{1,2,3}, JIANG Yunjie^{1,2,3}, ZHOU Chenyu^{1,2,3}, CHEN Yan⁴

1. School of Health Policy & Management, 2. Jiangsu Institute of Health, 3. Laboratory for Digital Intelligence & Health Governance, Nanjing Medical University, Nanjing 211166; 4. Cardiovascular Disease Center, Suzhou Municipal Hospital, Suzhou 215000, China

Abstract: To support the “Weight Management Year” initiative and identify more effective promotional pathways, this study adopted a 2 (information presentation format: video *vs.* text) × 2 (information delivery format: narrative *vs.* non-narrative) between-subjects experimental design, with 503 participants. Using a pretest-posttest experimental approach, it explored the role of narrative transportation in shaping individuals’ perceived social norms and behavioral intentions regarding low-sugar dietary behaviors. The results revealed a significant main effect of narrative transportation, along with a significant interaction between the format of information delivery and presentation. Mediating effect analysis showed that identification played a partial mediating role in the effects of both narrative videos and narrative texts on behavioral intentions. Identification and perceived social norms collaboratively constitute a chain mediating effect; identification can indirectly enhance the promotional effect of narrative information (in the form of videos or texts) on behavioral intentions to adopt low-sugar diets by strengthening individuals’ perceived social norms. These findings suggest that narrative-based videos or articles can enhance individuals’ sense of identification, reinforce their perceived social norms, and thereby increase their behavioral intentions.

Key words: narrative transportation; social norms; identification; low-sugar diets; behavioral intentions