

情感预测中的聚焦错觉*

罗寒冰 徐富明 郭永玉 郑秋强 李 彬 张 慧

(青少年网络心理与行为教育部重点实验室;

华中师范大学心理学院暨湖北省人的发展与心理健康重点实验室, 武汉 430079)

摘 要 聚焦错觉是个体在进行情感预测时, 错误地估计了聚焦事件会对情绪造成影响的一种倾向。聚焦错觉是造成情感预测偏差的重要原因。其心理机制主要包括直觉预测和可得性模型。聚焦错觉的影响因素主要有预测事件的情感效价、性质, 情境因素、个体习惯和文化差异等。其应对策略主要有去焦点化和情感平均。未来的研究应从聚焦错觉与忽视情绪适应的关系、聚焦错觉的产生根源以及聚焦错觉与其他聚焦效应的关系等方面来进一步探讨。

关键词 聚焦错觉; 直觉预测; 可得性模型; 情感预测

分类号 B849: C91

1 引言

人们的决策和行为通常在很大程度上基于对未来事件所产生的情绪结果的预期(Gilbert, Pinel, Wilson, Blumberg, & Wheatley, 1998; Wilson & Gilbert, 2005)。这种预测未来情绪的能力使人们能够投入努力和资源来实现他们的目标, 并且对消极事件做好准备(Gilbert & Wilson, 2009)。有关情感预测(affective forecasting)的研究发现, 通常情况下, 尽管人们可以正确地预测未来事件是否能带来愉悦感, 即未来情绪的效价, 但对未来事件能带来多少积极或消极的情绪体验却不能做出准确的预测(Wilson & Gilbert, 2005), 即情感预测通常存在偏差。对于这种情感预测偏差产生的原因, 研究者们进行了大量研究, 发现聚焦错觉(focusing illusion)¹是产生情感预测偏差的主要原因之一(梁哲, 李纾, 李岩梅, 刘长江, 2007; 刘聪慧, 张耀华, 俞国良, 2010; Wilson & Gilbert, 2005; Wilson, Wheatley, Meyers, Gilbert, & Axsom,

2000)。

Schkade 和 Kahneman (1998)在其开创性的论文中首次提出聚焦错觉并证实了这一概念的存在。他们在美国中西部地区和南加州分别招募了一些大学生, 让其中一些学生报告自己的生活满意度, 另一些则估测住在另一地区与他们有同样兴趣与价值观的人会如何报告自己的生活满意度。结果发现美国中西部和加州的学生报告的生活满意度差不多, 这表明两个地区的人对自己的生活表现出同样的满意感。然而, 估测在另一地区的人生活满意度的被试则都认为加州人会比中西部人报告更高的生活满意度。Schkade 和 Kahneman 认为被试夸大了加州的宜人气候会对生活满意度造成的影响, 产生了聚焦错觉, 即在预测时对于两个地区之间显而易见的区别给予了过高的权重。Schkade 和 Kahneman 将聚焦错觉定义为: “当我们将注意聚焦于整体的一个子集, 而对整体做出判断时, 会对关注的子集给予相对过高的权重”。由于这一定义较为宽泛, 并且不只限于情感预测领域, 而后续有关聚焦错觉的研究又几乎全部集中于情感预测领域, 因此本文将聚焦错觉定义为: 当人们在对未来的情绪做出预测时, 由于没能充分地考虑到除聚焦事件(focal event)外的其他信息, 而错误地估计了聚焦事件对情绪可能造成影响的一种倾向。

收稿日期: 2012-12-17

* 国家自然科学基金面上项目“不同社会阶层分配不公平感的归因模式及应对策略”(项目批准号: 71171094)资助。

通讯作者: 徐富明, Email: fumingxu@126.com

¹Wilson 等人(1998)将其称为 Focalism

由于聚焦错觉是情感预测偏差产生的重要原因之一,而情感预测又是很多决策行为的重要基础(Gilbert et al., 1998),因此,聚焦错觉也存在于行为决策的许多领域之中。例如,在医疗决策领域,对矮小症患者的生长激素治疗可能会使病人和家属产生聚焦错觉,从而高估身高对其生活的影响,使他们实际的生活满意度反而下降(Sandberg, 2007);病人也许会因为将注意聚焦于某种手术的负面影响,高估了手术所可能带来的消极情绪体验,从而拒绝了某些符合其长期利益的治疗手段(Swindell, McGuire, & Halpern, 2010)。在个体消费领域,消费者可能由于聚焦错觉而做出错误的购买行为。例如, Xu 和 Schwarz (2007)发现,人们普遍认为购买价格较高的汽车比价格较低的汽车能获得更多的快乐体验。然而,他们进一步的研究结果却表明,被试驾汽车时的快乐体验通常与汽车的经济价值无关,即开高价汽车与开低价汽车的被试所报告的实际驾驶体验是相同的,而只有当汽车是被聚焦的客体(如,开车兜风)时,汽车的经济价值才与实际的驾驶体验有关。在生活决策领域,人们可能会倾向于将注意力聚焦于稀少而有意义的事件(如新生儿的第一次微笑),忽视一些较小但经常发生的消极事件(如给孩子换脏尿布),因而高估了生孩子所能为其带来的幸福感(Powdthavee, 2009)。除此之外,聚焦错觉还可能影响人们对交通工具的选择。在一项旨在了解影响人们出行方式因素的研究中,研究者发现,当私家车驾驶者预测他们对公共交通工具的满意程度时,受到了消极的关键事件(critical incident)影响,预测的满意度显著地低于他们实际的体验。这说明被试将注意过多地聚焦在了负面的偶然事件上,产生了聚焦错觉,因而可能影响他们对公共交通工具的选择(Pedersen, Kristensson, & Friman, 2011)。

2 心理机制

自从聚焦错觉由 Schkade 和 Kahneman (1998)正式提出以来,一直有研究者试图探索这一现象产生的原因。目前,对产生聚焦错觉的解释主要有以下两种。

2.1 直觉预测方式

Kahneman 和 Tversky (1979)首次区分了人们进行直觉预测(intuitive prediction)的两种方式,

并将之分别命名为内部视角(inside view)和外部视角(outside view)。采用外部视角的人将目标事件看成是许多相似事件集合中的一个例子,预测是基于在事件的相关分布中发生了什么而做出的;而采用内部视角的人则将注意力聚焦于目标事件的特别属性上,并基于特定的剧本和对特定案例的印象来做出预测(Kahneman & Tversky, 1979, 1996)。例如,在预测一本小说的销量时,基于小说作者、风格、情节等信息做出的预测就是内部视角;而基于此类小说销量的一些统计信息做出的预测就是外部视角。通常,内部视角试图寻找预测事物自身的特点;而外部视角则寻找与预测事物相似的一个整体的信息。通常来说,采用外部视角进行预测比采用内部视角预测更不易出错(Kahneman, 2011, p.247-249)。然而,在直觉预测中,即便存在相关的统计信息,人们对于这类信息的注意通常也是不足的,而是更倾向于从预测事物自身的特点出发进行预测。换句话说,就是在直觉预测中,人们更倾向于采用内部视角,而非外部视角(Kahneman & Tversky, 1996)。

Buehler 和 McFarland (2001)认为,人们在情感预测中也经常采用内部视角,致力于建构一个脚本来描绘未来事件的展开方式以及自己对这一事件的反应。他们认为采用内部视角会使人们的预测更容易受到聚焦错觉的影响。这是因为,当人们采用内部视角进行情感预测时,会将注意力聚焦于预测事件上,而不是与预测事件有关的一些信息上。这将可能导致被试在想象未来事件以及自己对这一事件的情感体验时,产生忽视预测事件所发生的背景信息以及将预测事件典型化等问题。如果人们在预测时采用外部视角,即寻找有关预测事件的外部信息,例如自身或他人关于预测事件的经验等信息的话,就不容易受到上述问题的影响,因而降低了聚焦错觉产生的可能。在一项实验中, Buehler 和 McFarland (2001)让被试预测自己在即将到来的圣诞节时的情感反应,并回答自己在作出预测时的所思所想。他们依据被试在作出预测时所想的内容,将被试划分为未来聚焦(future-focus)和过去聚焦(past-focus)组,结果发现,只将注意力聚焦于预测事件本身的未来聚焦组被试,所预测的情感反应要显著的高于其在圣诞节时实际的情感体验,而将注意力聚焦于相关过去经验的过去聚焦组被试在预测和实际

体验上则没有差异。在随后的一项实验中,他们将被试随机分配到未来聚焦和过去聚焦组,让被试在进行情感预测时将注意力相应的聚焦于预测事件本身或相关的过去经验上,也即强迫被试在预测时采用内部或外部视角,结果发现了与前一个实验类似的结果。上述结果说明,在情感预测中,当人们采用内部视角进行预测时,会比采用外部视角更易产生聚焦错觉。

另外,由于采取内部视角,个体更容易受到所预测事件性质的影响,产生聚焦错觉。Dunn, Wilson 和 Gilbert(2003)发现,大学生在预测他们对未来入住宿舍的幸福程度时,倾向于将注意力聚焦于变异程度较大而实际对其幸福感影响较小的物理属性(如宿舍的位置)上,却较少注意到变异程度较小而实际对幸福感影响较大的社会属性(如舍友的性格)上,从而高估了宿舍的物理属性对其未来幸福程度的影响。在这项研究中,因为被试在采用内部视角进行情感预测时,会将注意力聚焦在目标事件的特别属性上来形成未来事件的脚本,而由于被试关注的特别属性与对幸福感影响较大的因素并不一致,导致被试产生了聚焦错觉。

然而,采用直觉预测方式解释聚焦错觉存在一定的局限性。在 Buehler 和 McFarland (2001)的研究中,预测自己会有更高情感体验的被试确实也体验到了相对较高的情感体验,个体的预测和体验之间存在相关。这表明尽管人们在进行情感预测时会产生系统性的偏差,但同时也具有一定的准确性。然而,被试在进行情感预测时的这种个体差异并非是由直觉预测方式的不同引起的,因为他们在预测时的系统性偏差依然存在。那么,这种个体差异究竟是从何而来的呢?对此,直觉预测方式并不能做出很好的解释。

2.2 可得性模型

Robinson 和 Clore (2002)最早提出了情绪自陈报告的可得性模型(accessibility model of emotional self-report)。这一模型最初被用来解释人们同时报告(concurrent report)的情绪体验与回溯报告(retrospect report)的情绪体验之间的差异(Xu & Schwarz, 2007)。Robinson 和 Clore (2002)认为,情感体验是十分短暂的,一旦情感体验消逝,就需要以经历信息(episodic information)或语义信息(semantic information)为基础对情感体验

进行重构。当报告涉及最近某一特定经历的体验时,人们能够利用关于这段经历的记忆,提取关于这段经历的特定时刻和细节,并且可以相对准确地报告出他们的真实体验。但对过去体验的总报告(global report)却是基于语义知识的。例如,当问及人们“通常”在某项活动中感觉如何(总报告)时,人们会关注自己对这一活动的一般知识或信念,并基于此来进行报告(Schwarz, Kahneman, & Xu, 2009)。Xu 和 Schwarz (2007)发现,对未来情感的预测也是基于同样的语义知识。这种基于个人信念或语义知识的情感预测,使人们易于将注意力聚焦于一些易得的信息来做出预测,而忽视了一些其他的可能性,从而产生聚焦错觉。这是因为我们对某事物的一般知识或信念通常是由一些非常典型的信息组成。另外,我们的一般信念可能来源于他人,但因为人们的一般信念很少会根据其实际体验而进行更新(Xu & Schwarz, 2009),这种一般知识或信念大部分都是不正确的,所以我们所获得信念也和其他人一样,是聚焦于事物的典型特征上的。²

在一项关于幸福感与收入之间关系的研究中(Kahneman, Krueger, Schkade, Schwarz, & Stone, 2006),研究者让一些女性估计自己前一天在消极情绪中度过的时间比例,然后再让被试估计处于不同生活情境中的群体前一天中在消极情绪中度过的时间比例。结果发现,被试估计处于不理想情境群体的消极情绪比例普遍被高估了。也就是说,被试对处于不理想情境群体的消极情绪比例的估计,要显著地高于处于不理想情境群体对自己消极情绪比例的估计。他们认为这可能是因为人们在考虑收入增加对主观幸福感的影响时会想到有更多的时间来进行休闲活动,例如打高尔夫

²尽管可得性模型与易得性启发式(availability heuristic)有一定的相似之处,即都涉及信息提取对决策的影响。然而,值得注意的是,可得性模型与易得性启发式存在着一定的区别。首先,有关易得性启发式的研究主要集中于对事件发生频率或可能性的判断,而可得性模型则是针对有关情感体验的研究提出的。其次,易得性启发式涉及信息提取的难易程度(Schwarz et al., 1991)或内容的多少,而可得性模型则具体指出了对于不同情绪信息的提取来源。

球或观看大屏幕的电视。然而在现实生活中,更高的收入却可能意味着要在工作中投入更多的时间,以及较少的娱乐时间(Kahneman et al., 2006)。这与可得性模型的解释是一致的,因为人们对于高收入人群的一般知识或信念可能是更舒适的生活环境、更多的娱乐时间,却很少包括在工作中付出的精力与所承担的压力等信念。这使得人们在预测收入与幸福感的关系时主要考虑到收入与快乐体验之间的关系,而没能考虑到其他一些与收入增长相关的事件可能对幸福感产生的影响,因而产生了聚焦错觉。

根据可得性模型,预测与回忆都来自于语义知识,因此,人们的情感预测通常能很好地和自己的记忆拟合。人们因而难以发现自己产生了预测偏差,也就不能从过去的错误预测中学习,所以会不断受到聚焦错觉的影响,错误地预测自己的情绪反应(Schwarz & Xu, 2011)。一项对曾进行过结肠造口术患者的研究(Smith, Sherriff, Damschroder, Loewenstein, & Ubel, 2006)采用时间权衡(time trade-off)测量法,发现曾经的患者与普通人对目前患病者生活的效用评价一致,都显著地低于目前患病者所评价的真实效用。这说明这些已经痊愈的患者对自己病痛经历的记忆与其实际的病痛体验并不相符,而是与从未经历过这种病痛的普通人一样,来自于对于这一疾病的一般知识或信念。

此外,可得性模型还可以很好地解释在情感预测中所存在的个体差异。因为对某一事件的一般信念会影响个体对这一事件的实际体验,而个体间所拥有的一般信念可能有所不同,所以人们预测情感的准确性不尽相同。但是,可得性模型将同时性的或通过经历信息建构的情绪体验等同于个体实际情绪体验的做法也可能存在一定的缺陷,因为人们对于某一事件的情感体验可能并不等同于其实时情绪体验的简单加和。

除直觉预测方式和可得性模型外,质询理论(query theory)也可能是聚焦错觉潜在的心理机制之一。质询理论有4个基本假设(Johnson, Häubl, & Keinan, 2007; Weber et al., 2007):第一,决策者会自然地将价值问题解构为一系列的质询(query);第二,这些质询会按照序列顺序逐个执行;第三,因为输出干扰,对顺序靠后的质询提取成功的可能性要低于顺序靠前的质询;第四,不同的反应

模式会产生不同的质询顺序。根据质询理论的假设,聚焦错觉的产生可能是由于人们在进行情感预测与情感体验时的质询顺序不同所导致的。这种质询顺序上的不同进而导致了人们在进行情感预测和体验时所提取的信息来源不同。可见,质询理论的解释相对可得性模型而言要更进一步,即解释了为什么同时性体验、回溯性体验、建构性体验以及预测性体验分别来自于经历信息或语义信息两个不同的来源。不过,相对于直觉预测方式与可得性模型的解释来说,目前质询理论对聚焦错觉的解释还只是一种理论上的可能性,有待进一步的研究来验证。

3 影响因素

聚焦错觉的产生与聚焦的程度会受到各种因素的影响和制约,很多研究者对聚焦错觉的影响因素进行了研究,发现聚焦错觉主要会受到预测事件的情感效价、性质、情境因素、个体习惯和文化差异等因素的影响。

3.1 预测事件的情感效价

预测事件的情感效价是指预测事件所能带来的积极或消极的情绪体验。研究表明,无论进行预测的是积极还是消极的情感事件,人们都会产生聚焦错觉。例如,不论自己支持的球队是输还是赢,球迷实际体验到的情绪都没有他们所预测的那么强烈(Wilson et al., 2000)。无论是预测游戏胜利还是失败后的情绪体验,人们都会产生聚焦错觉(Lench, Safer, & Levine, 2011)。

然而,研究者们发现,对消极情感的预测通常比对积极情感的预测更容易被高估(Kermer, Driver-Linn, Wilson, & Gilbert, 2006)。这种现象的产生部分是由于造成情感预测偏差的一些因素只对消极情感事件起作用(Gilbert et al., 1998),另一部分是由于聚焦错觉本身的特性所致。比起积极情感事件,人们似乎更容易将注意力聚焦于消极情感事件。例如, Pedersen 和 Kristensson 等(2011)发现,向私家车驾驶者呈现消极的关键事件导致被试预测乘坐公共交通工具的满意感显著地低于其实际乘坐时的满意感,表现出聚焦错觉。然而,对私家车驾驶者呈现积极的关键事件却没有使被试的预测显著地高于其实际报告的满意感。Dolan 和 Metcalfe (2010)让足球球队的支持者预测自己在欧冠赛决赛结束后的感受,并让他们在比赛结

束后报告自己的感受。结果发现,比赛结束后,与胜利球队的支持者相比,失败球队的支持者预测的情绪体验要比他们实际体验到的更加消极,而且这一差距比胜利球队的球迷预测和实际体验到的情绪的差距更大。这表明在进行情感预测时,对消极事件更容易产生聚焦,从而产生更强的情感预测偏差。上述研究表明,在对消极情感事件的预测中,聚焦错觉表现更为明显。也就是说,人们的注意力更容易聚焦于消极情感事件上。研究者认为,这一现象可能与人们脑神经活动的特性有关(Dolan & Metcalfe, 2010)。不过,对这种情况产生的原因还有待进一步的研究和探讨。

3.2 预测事件的性质

有些事件对人们的情绪影响可能相对较小,并且持续的时间较为短暂;而有些事件对人们情绪的影响则可能相对较大,并且影响更为持久。那么这些预测事件本身的性质是否会影响人们在预测对这些事件的情绪反应时聚焦错觉的产生或大小呢?早期一些对聚焦错觉的研究基于对诸如足球比赛结果这类对生活影响较小的事件,发现人们明显的高估了自己对于这类事件的情绪反应(Wilson et al., 2000)。然而,有研究者(Ubel et al., 2001; Ubel, Loewenstein, & Jepson, 2005; Ubel, Loewenstein, Schwarz, & Smith, 2005)认为,当人们对不幸罹患一些影响较为严重、持久的疾病或残疾后的情感状态进行预测时可能不会产生聚焦错觉或产生的程度较小。Ubel 等人(2001)让健康的被试在进行去焦点化练习(defocusing exercise)前后分别对一些有不同健康问题——瘫痪、膝下截肢或部分视盲病人的生活质量进行评估。结果发现,被试在进行去焦点化练习后并未提高对病人生活质量的评分,有些被试甚至降低了评分。他们认为,这说明健康人对病人生活质量上的低估并非是聚焦错觉导致的。基于上述这些结果,Ubel, Loewenstein 和 Jepson (2005)认为聚焦错觉在解释对相对来说较为不重要事件(如足球比赛)的结果所产生的情绪反应的错误预测时似乎是可信的,但在解释一些事实上对生活影响较为广泛、深刻和持久的事件(如严重残疾)所造成情绪影响的错误预测时则略显乏力。

然而,有研究者对这一结论提出了怀疑。Ayton, Pott 和 Elwakili (2007)认为 Ubel 等人(2001)的实验结果可能是由于其去焦点化的方法不当所

致。他们采用一种改进后的去焦点化技术(在应对策略部分中会详述)干预被试对罹患艾滋病或赢得巨额彩票后的情感预测,结果发现接受干预的被试在预测对事件的情绪反应上比没有接受干预的被试变得更加温和了。另外, Schkade 和 Kahneman (1998)的研究发现认识瘫痪者的学生比不认识瘫痪者的学生将瘫痪者评价为更加快乐。这表明人们在对病人生活质量进行评价时可能由于过分关注受疾病影响的方面而产生了聚焦错觉。一项最近的研究表明(Peeters, Vliet Vlieland, & Stiggelbout, 2012),相对于病人而言,大众确实会更多的聚焦于被疾病所影响的维度,而没有对未受到疾病影响的方面给予适当的关注。上述研究表明,即使是对一些对生活影响深刻、持久的事件进行情感预测时,人们也会产生聚焦错觉,但是可能难以被矫正。

综上所述,当人们进行情感预测时,预测事件的性质会影响聚焦错觉的产生及程度。现有的研究表明,预测事件的性质——影响较为深刻持久的事件为例——聚焦错觉的影响有两种可能,第一种可能是在这种情况下聚焦错觉较不易产生;另一种可能是在这种情况下所产生的聚焦错觉较不易被矫正。对于究竟预测事情的深刻性等性质对聚焦错觉会产生何种具体影响,还有待进一步的研究来阐明。

3.3 情境因素

由于情境(context)通常会使人注意力从聚焦事件中分散,所以聚焦错觉一般会导致个体对未来情绪反应的高估。但是,当情境使人们的注意聚焦于事件上时,在情感预测时产生的聚焦错觉也可能使人们低估未来的情绪反应(Andrade & van Boven, 2010)。Lench 等(2011)在两个实验中证实了这一观点。在第一个实验中,他们让被试预测其分手以后在情人节时的消极情绪体验,结果发现被试所预测的消极情绪体验强度普遍低于其实际的消极情绪体验强度。这说明被试在对情绪进行预测时没能考虑到情境(如,在情人节时,媒体对浪漫氛围的宣传)可能使他们将注意聚焦于亲密关系,产生更强烈的情绪反应。在随后的一个实验室实验中,他们让被试进行一项游戏,并告知被试获胜的话会得到一块巧克力派。他们将被试随机分为高聚焦组 and 低聚焦组,其中低聚焦组要预测当派放在一个角落的盒子里时他们胜

利或失败时的感受,高聚焦组要预测当派放在他们面前的桌子上时他们胜利或失败的感受。结果发现,高聚焦组的被试低估了他们的情绪体验,而低聚焦组的被试却高估了他们的情绪体验。这说明对情境的忽视导致了聚焦错觉,从而使人们在情感预测上产生了偏差。这种偏差既可以是对情绪反应的低估,也可以是对情绪反应的高估,这取决于情境是使人们的注意聚焦于情绪事件,还是使人们对聚焦的情绪事件的注意分散了。

3.4 个体习惯

当人们对改变某个习惯做出评估时,这种习惯可能会导致个体较少的注意到关于其他潜在选择的信息,从而使个体易于产生聚焦错觉。有研究者发现,对某一特定出行方式的习惯会使人们在考虑其他可能的出行方式时使用更少的信息(Verplanken, Aarts, & van Knippenberg, 1997)。这有可能导致人们在对其出行方式进行情感预测时,更容易产生聚焦错觉,因为这时他们进行预测的可用信息相对较少。Pedersen, Friman 和 Kristensson (2011)测量了被试使用私家车的习惯,然后让被试预测其使用公共交通工具时的满意度,最后再测量其实际使用时的满意程度。结果发现,被试显著低估了使用公共交通工具的满意程度。然而,当把被试使用私家车的习惯作为协变量时,他们发现这种低估消失了。这说明被试对私家车的习惯使用可以解释被试预测的这种不准确性(Pedersen, Friman, et al., 2011)。在最近的一项研究中,研究者发现被试使用私家车的习惯与其预测使用公共交通的满意度成负相关,即对私家车的习惯使用越强,预测对公共交通的满意度越低(Pedersen, Kristensson, & Friman, 2012)。这也暗示对某一事物有较强习惯的人会在预测与此习惯相关事物的情感时可能产生更强的聚焦错觉。

然而,在上述两个研究中,由于研究者并未对被试使用私家车的习惯进行系统的控制,也没有对诸如被试的地位、收入等可能会对结果造成混淆的因素进行控制。因此,我们应当谨慎对待上述研究中的结论。而对于个体习惯是否会造成聚焦错觉这一问题,还应进行进一步的研究与探讨。

3.5 文化差异

东方人在情感流露和表达上普遍比西方人更加内敛。那么在对未来事件所可能引发情感的预

测上,东方人是否也比西方人表现出较少的聚焦错觉,从而对情感的预测更加温和呢?一项研究间接的证明了这种可能。Oishi (2002)发现,在回溯判断中(例如“上一个礼拜你过得怎么样?”),欧美人比亚洲人所报告的情绪更为积极,然而在阶段性报告中(例如“你今天过得怎么样?”)却没有差别。她认为这是由于在回溯判断中所包括的个体建构过程更易受到文化的影响。根据可得性模型的解释,在预测与回溯的过程中,个体受到了同样的一般知识或信念的影响,因而都易产生聚焦错觉。因此,有理由相信,在进行情感预测时,不同文化下的个体所产生聚焦错觉的程度也会有所不同。一项研究证实了这一观点(Lam, Buehler, McFarland, Ross, & Cheung, 2005)。Lam 及其同事(2005)发现,欧美人比东亚人更易对目标事件产生聚焦,因而在对未来事件的情感预测中,更易受到聚焦错觉的影响,高估未来的情绪反应。综上可知,文化也是影响聚焦错觉的一个重要因素。

4 应对策略

在情感预测中,因为聚焦错觉的普遍存在,人们通常无法正确预测自己的情绪反应,因而无法做出可使自身利益最大化的决策。因此,研究者们试图通过矫正聚焦错觉来改善人们情感预测的准确性,从而达到提高人们福祉的目的。目前,矫正聚焦错觉的技术主要有去焦点化和情感平均两种。

4.1 去焦点化技术

自从聚焦错觉提出以来,研究者们提出了许多去焦点化(defocusing)的方法,试图改善人们情感预测的准确性。Wilson 等(2000)最早提出了去焦点化的方法,他们让足球迷在进行情感预测前先进行一项“日记研究”,让他们想象特定的某一天,并且预测在这一天中,自己在所给定的10个活动(如上课、与朋友交往、学习、吃饭)中可能花费的时间。结果发现,进行了“日记研究”的被试比控制组的被试在预测自己对喜爱球队输赢的情绪反应上更加温和,也更加准确。这种方法之所以能使被试的预测更准确,主要是由于“日记法”使人们意识到在未来其他情感事件发生的可能性,而不是仅仅将注意力聚焦于预测事件上。然而,这种“日记法”并不能使被试的预测完全准确,而

且可能并不适合用来矫正一些比比赛更加重大的情绪事件的预测偏差,如赢得彩票、在意外中瘫痪等(Ubel et al., 2001; Wilson et al., 2000)。

针对这一问题,有研究者(Ayton et al., 2007)提出了低层去焦点化(low-level defocusing)。这一方法是相对于高层去焦点化(high-level defocusing)而言的。所谓高层和低层,是对去焦点化方法的抽象程度而言的,低层对应的是具体,而高层对应的则是抽象。他们分别采用低层和高层去焦点法,干预被试对彩票中奖和罹患艾滋病的情绪反应的预测,结果发现进行了高层去焦点化的被试与控制组(即没有进行去焦点化干预)的被试在预测上并没有显著差异并且都更为极端,而进行了低层去聚焦的被试的预测则更为缓和。这表明低层去焦点化法或许可以矫正对一些较为重大的情绪事件的预测。

Pedersen 等(2012)认为 Wilson 等人(2000)提出的去聚焦方法效果不佳的原因是由于他们让被试预测的事件是提前选择好的,因此可能使参与者认为是与自己无关的活动。而且,相对于让被试自己选择的活动中,被试对这些提前选择好的活动可能只能产生较少的提取方面的投入。因此,他们将 Wilson 等人(2000)提出的方法加以改进,让被试列出 10 项在他们自己日常生活中经常做的活动,并预测自己将在每个活动上所花的时间。他们将 Wilson 等人(2000)所用的方法称为一般去焦点化(generic defocusing),而将改进后的方法称为自我相关去焦点化(self-relevant defocusing)。他们发现,在私家车使用者对乘坐公共交通工具满意度进行预测时,相对于控制组,采用自我相关去焦点化干预的被试显著提高了他们预测的满意度,而采用一般去焦点化干预则没有显著地提高被试预测的满意度。这说明,自我相关去聚焦技术更有效的使得被试将注意力放在了除聚焦事件外的其他事件上,从而减轻了聚焦错觉对情感预测的影响。

4.2 情感平均技术

在最近的一项研究中,研究者根据事件重建技术(event reconstruction technique)开发了一种新的矫正技术:情感平均(affective averaging)(Comerford, 2011)。情感平均技术要求被试回想最近一次目标经历中的某个特定时刻,并回忆他们当时在想什么以及身体的感觉。然后要求被试报

告在这段时间内的愉悦感,并回答这一阶段是处于平均水平,还是高于或低于平均水平。这一技术试图使被试建构出对预测事件的生动、鲜活的平均化表征,试图以此来减少被试产生聚焦错觉的可能。Comerford (2011)发现,采用这一方法进行预测的被试与实时评定(on-line ratings)的被试报告了相同的愉悦感,并且都显著地高于控制组没有经过干预的被试,这说明对被试进行情感平均提高了他们情感预测的准确性。

综上所述,目前关于聚焦错觉的矫正技术主要有去焦点化与情感平均。前者试图通过迫使被试对注意重新分配,达到减少聚焦错觉的目的;后者则试图通过让被试重构对目标事件的情绪体验,来提高其预测的准确性。这两种技术尽管在方法上不尽相同,但都试图减少聚焦错觉的影响。不过,值得注意的是,聚焦错觉的存在也并非只有消极意义。首先,将注意力聚焦于预测事物上,可以减少人们的认知负荷,提高任务处理的效率。在时间和收益的权衡中,有时人们通过深度思考而提高的判断准确性并不能弥补为这种思考所付出的时间成本。另外,聚焦错觉所引起的情感预测偏差也具有一定的适应性意义。例如,在预测抚育后代所能带来的幸福感时,人们产生的聚焦错觉可以让人们高估抚养孩子所能带来的幸福感,使人类物种得以延续(Powdthavee, 2009)。总之,对于聚焦错觉的矫正,应当认真衡量其收益与后果,才能达到提高人们福祉的目的。

5 研究展望

5.1 理清聚焦错觉与忽视情绪适应的关系

在引起情感预测偏差的因素中,聚焦错觉与忽视情绪适应(emotional adaptation)是一对紧密联系的概念。Schkade 和 Kahneman (1998)将聚焦错觉定义为:“当我们将注意聚焦于整体的一个子集,而对整体做出判断时,会对关注的子集给予相对过高的权重。从这一定义来看,对情绪适应的忽视也有可能是一种聚焦错觉。”因为当人们过分的将注意力聚焦于环境改变对情绪带来的影响时,就有可能低估他们的情绪随着时间的变化所可能发生的改变,而这种低估至少部分是由于他们忽视了随时间的变化自己的注意力所发生的转移。因此,有研究者将忽视情绪适应划分为了聚焦错

觉的一个类型(Ubel, Loewenstein, & Jepson, 2005)。然而,在实际的研究中,研究者们一般还是将聚焦错觉与忽视情绪适应看成是产生情感预测偏差的两个主要因素。例如, Wilson 和 Gilbert(2005)的一篇情感预测的综述中就将聚焦错觉和忽视合理化(sense making)看成是造成情感预测偏差的主要原因,而他们所说的合理化实际上就是一种包括情绪适应过程在内的心理过程。

这种将聚焦错觉与忽视情绪适应看作不同心理过程的倾向主要体现在它们对情感预测偏差影响的研究中。例如,在医疗决策领域,有研究者发现,对普通人的去焦点化干预并不能提高他们对病人生活满意度的预测,但对人们进行情绪适应干预却提高了他们对病人生活满意度的预测(Smith et al., 2006; Ubel et al., 2001; Ubel, Loewenstein, & Jepson, 2005; Ubel, Loewenstein, Schwarz, et al., 2005)。例如, Ubel, Loewenstein 和 Jepson (2005)的一项研究表明,让普通被试回顾对过去情感适应的经历,可以显著地提高他们对病人生活满意度的预测。然而,这却并不能排除人们也产生了聚焦错觉的可能性。因为在这种预测中,聚焦错觉可能更像是一种视错觉(Ubel, Loewenstein, & Jepson, 2005),即使知道这是一种错觉,也不能避免我们“看到”它们,所以去焦点化干预的失败并不一定是由于没有聚焦错觉产生。另外,尽管对情绪适应的回顾使被试对病人生活满意度的预测提高,但却并不能肯定被试的预测更准确了,因为这种干预措施可能只是使被试单纯的提高了对病人生活满意度的预测,而非对预测偏差的矫正。最近的一项研究发现,人们在体验过公共交通工具后,相对于他们之前的预测而言,其满意度并没有在所有的维度上都有所提高(Pedersen, Friman, et al., 2011)。因此他们认为,忽视情绪适应不太可能是人们在对公共交通工具满意感进行情感预测时产生情感预测偏差的原因。这是因为,如果忽视情绪适应是造成这种情感预测偏差原因的话,人们的满意度应当在所有的维度上都有所提高。然而,这一结果的产生也可能是由于人们并非在所有的维度上都发生了情绪适应。因此,这项研究同样不能排除在进行情感预测时其被试同时产生了情绪适应和聚焦错觉的可能性。

也许正如 Ubel, Loewenstein 和 Jepson (2005)

所认为的,聚焦错觉与忽视情绪适应并不是两个互斥的心理过程,在引起情感预测偏差的情况下,这两种心理机制可能会同时起作用。然而,究竟聚焦错觉与忽视情绪适应是两种不同的心理过程,还是互相有所包含的概念?如果是前者的话,那么它们对于情感预测偏差的影响是否会有所不同?有何种不同?如果是后者,那么这两种心理过程是否有共同的心理机制?它们之间的关系如何?这些问题都有待于研究者们进一步的研究来阐明。

5.2 探究聚焦错觉的产生根源

聚焦错觉是产生情感预测偏差的重要原因之一。因此,目前对于聚焦错觉的研究主要集中于对不同情感预测情境下聚焦错觉的证实及矫正,尽管从直觉预测方式和可得性模型来解释聚焦错觉获得了一些研究的支持,但目前对于聚焦错觉产生根源的研究仍然较少。Gilbert 和 Wilson 认为人们在对未来事件进行心理模拟(mental simulation)时,会忽视情境,而当人们进行模拟时的背景与事件实际发生时的情境不同时,就会产生聚焦错觉(Gilbert & Wilson, 2007, 2009)。尽管这一解释将聚焦错觉很好的整合进了情感预测偏差的心理模拟理论中,却并没有解释为何在人们进行心理模拟时会产生这种去情境化的倾向。Schkade 和 Kahneman (1998)认为聚焦错觉的产生是因为人们难以或不可能自发的对处于注意聚焦中的事件和处于背景中的事件同时分配适当的权重。这说明聚焦错觉的产生可能至少部分是由于人们的注意能力有限,需要对处于注意聚焦中的事物进行优先处理的结果。这种加工策略使得我们在进行情感预测时对所要预测的情绪事件所带来的变化产生过分的聚焦,从而忽视了这种情绪事件所发生的背景。也许,正是因为这样,我们才倾向于将结果看成是一种变化(change),而非状态(state)(Schkade & Kahneman, 1998)。另外,有研究者(Ehrlinger & Eibach, 2011)认为,在人们对某些高度复杂系统(如政府的税务系统)调整的结果进行预测时,可能很难对他们进行去焦点化干预,因为这时人们很难认识到系统中各个事件之间的关系,所以不能预测到无意的结果(unintended consequences)。这表明聚焦错觉可能部分的源于人们有限的认知能力。然而,对于这些可能的解释还仅处于理论分析阶段,有待研究

者们进行进一步的研究来证实或证伪。

5.3 澄清聚焦错觉与其他聚焦效应的关系

在一些行为决策的研究中,研究者采用不同的研究范式,发现了一些不同形式的聚焦行为。Vlaev, Chater, & Stewart(2008)发现,在一项决策中,对某个维度的直接控制会提高人们对这一维度的聚焦。当一项决策需要整合几个不同的信息来源时,人们倾向基于那些他们可以直接控制的维度来做出决策。另外, Muller 和 Butera (2007)通过几个注意研究的实验范式证实了当人们在社会比较和合作中受到自我评价威胁(self-evaluation threat)时,会产生注意聚焦(attentional focusing),即将更多的注意分配到任务的核心线索(central cues)上,而外围线索(peripheral cues)则会被忽略。最后, del Missier, Ferrante 和 Costantini (2007)的一项研究证实了在决策前的信息获取阶段,人们也会产生某种聚焦效应:决策者会将信息的获取局限于所给出的选项上,而没能考虑到除此之外的其他选择。他们还区分了在这种情景下两种不同聚焦效应:表征性聚焦效应(representational focusing effect)和搜索相关的聚焦效应(search-related focusing effect)。这些不同研究中发现的聚焦效应可能有潜在共同的心理机制,对于这些不同聚焦效应的研究,可以加深我们对于聚焦效应产生机制的理解。然而,由于现有的研究所采用的不同研究程序,对于这些聚焦行为之间的关系,还有待于进一步的研究和探讨。

此外,目前关于聚焦错觉神经心理机制的研究几乎还处于空白状态。现有的一些神经成像研究表明,前额皮层(prefrontal cortex)和内侧颞叶(medial temporal lobe)在对未来进行预期时会被强烈地激活(Gilbert & Wilson, 2007, 2009)。这表明人们进行情感预测的能力可能涉及这部分脑区。由于聚焦错觉在情感预测中普遍存在,所以聚焦错觉的产生也可能与这些脑区相关。因此,应采用 ERP、fMRI 及 PET 等技术手段,多方位地来研究人们在进行情感预测的过程中这些脑区的功能、激活水平及互动联系等特征。对聚焦错觉神经机制的研究,将有助于我们深入地了解聚焦错觉的产生根源。

综上所述,在情感预测中,聚焦错觉是一种普遍存在的现象。对这一现象的心理机制、影响因素以及应对策略进行研究具有重要的理论意义

与应用价值。

参考文献

- 梁哲, 李纾, 李岩梅, 刘长江. (2007). 幸福感预测中的影响偏差. *中国心理卫生杂志*, 21(10), 693-695.
- 刘聪慧, 张耀华, 俞国良. (2010). 情感预测偏差的相关研究评述. *心理科学进展*, 18(8), 1246-1255.
- Andrade, E. B., & van Boven, L. (2010). Feelings not forgone: Underestimating affective reactions to what does not happen. *Psychological Science*, 21(5), 706-711.
- Ayton, P., Pott, A., & Elwakili, N. (2007). Affective forecasting: Why can't people predict their emotions? *Thinking & Reasoning*, 13(1), 62-80.
- Buehler, R., & McFarland, C. (2001). Intensity bias in affective forecasting: The role of temporal focus. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(11), 1480-1493.
- Comerford, D. A. (2011). Attenuating focalism in affective forecasts of the commuting experience: Implications for economic decisions and policy making. *Journal of Economic Psychology*, 32(5), 691-699.
- Del Missier, F., Ferrante, D., & Costantini, E. (2007). Focusing effects in predecisional information acquisition. *Acta Psychologica*, 125(2), 155-174.
- Dolan, P., & Metcalfe, R. (2010). 'Oops...I did it again': Repeated focusing effects in reports of happiness. *Journal of Economic Psychology*, 31(4), 732-737.
- Dunn, E. W., Wilson, T. D., & Gilbert, D. T. (2003). Location, location, location: The misprediction of satisfaction in housing lotteries. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(11), 1421-1432.
- Ehrlinger, J., & Eibach, R. P. (2011). Focalism and the failure to foresee unintended consequences. *Basic and Applied Social Psychology*, 33(1), 59-68.
- Gilbert, D. T., Pinel, E. C., Wilson, T. D., Blumberg, S. J., & Wheatley, T. P. (1998). Immune neglect: A source of durability bias in affective forecasting. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(3), 617-638.
- Gilbert, D. T., & Wilson, T. D. (2007). Prospection: Experiencing the future. *Science*, 317(5843), 1351-1354.
- Gilbert, D. T., & Wilson, T. D. (2009). Why the brain talks to itself: Sources of error in emotional prediction. *Philosophical Transactions of the Royal Society B, Biological Sciences*, 364(1521), 1335-1341.
- Johnson, E. J., Häubl, G., & Keinan, A. (2007). Aspects of endowment: A query theory of value construction. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 33(3), 461-474.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.

- Kahneman, D., Krueger, A. B., Schkade, D., Schwarz, N., & Stone, A. A. (2006). Would you be happier if you were richer? A focusing illusion. *Science*, 312, 1908–1910.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Intuitive prediction: Biases and corrective procedures. *TIMS Studies in Management Science*, 12, 313–327.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1996). On the reality of cognitive illusions. *Psychological Review*, 103(3), 582–591.
- Kermer, D. A., Driver-Linn, E., Wilson, T. D., & Gilbert, D. T. (2006). Loss aversion is an affective forecasting error. *Psychological Science*, 17(8), 649–653.
- Lam, K. C. H., Buehler, R., McFarland, C., Ross, M., & Cheung, I. (2005). Cultural differences in affective forecasting: The role of focalism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(9), 1296–1309.
- Lench, H. C., Safer, M. A., & Levine, L. J. (2011). Focalism and the underestimation of future emotion: When it's worse than imagined. *Emotion*, 11(2), 278–285.
- Muller, D., & Butera, F. (2007). The focusing effect of self-evaluation threat in coaction and social comparison. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(2), 194–211.
- Oishi, S. (2002). The experiencing and remembering of well-being: A cross-cultural analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(10), 1398–1406.
- Pedersen, T., Friman, M., & Kristensson, P. (2011). Affective forecasting: Predicting and experiencing satisfaction with public transportation. *Journal of Applied Social Psychology*, 41, 1926–1946.
- Pedersen, T., Kristensson, P., & Friman, M. (2011). Effects of critical incidents on car users' predicted satisfaction with public transport. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 14(2), 138–146.
- Pedersen, T., Kristensson, P., & Friman, M. (2012). Counteracting the focusing illusion: Effects of defocusing on car users' predicted satisfaction with public transport. *Journal of Environmental Psychology*, 32(1), 30–36.
- Peeters, Y., Vliet Vlieland, T. P. M., & Stiggelbout, A. M. (2012). Focusing illusion, adaptation and EQ-5D health state descriptions: The difference between patients and public. *Health Expectations*, 15(4), 367–378.
- Powdthavee, N. (2009). Think having children will make you happy? *Psychologist*, 22(4), 308–310.
- Robinson, M. D., & Clore, G. L. (2002). Belief and feeling: Evidence for an accessibility model of emotional self-report. *Psychological Bulletin*, 128(6), 934–960.
- Sandberg, D. E. (2007). Focusing illusion: Wealth, height, and happiness. *Growth, Genetics & Hormones*, 23(2), 27–28.
- Schkade, D. A., & Kahneman, D. (1998). Does living in California make people happy? A focusing illusion in judgments of life satisfaction. *Psychological Science*, 9, 340–346.
- Schwarz, N., Bless, H., Strack, F., Klumpp, G., Rittenauer-Schatka, H., & Simons, A. (1991). Ease of retrieval as information: Another look at the availability heuristic. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), 195–202.
- Schwarz, N., Kahneman, D., & Xu, J. (2009). Global and episodic reports of hedonic experience. In R. F. Belli, D. F. Alwin, & F. P. Stafford (Eds.), *Using calendar and diary methods in life events research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Schwarz, N., & Xu, J. (2011). Why don't we learn from poor choices? The consistency of expectation, choice, and memory clouds the lessons of experience. *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 142–145.
- Smith, D. M., Sherriff, R. L., Damschroder, L., Loewenstein, G., & Ubel, P. A. (2006). Misremembering colostomies? Former patients give lower utility ratings than do current patients. *Health Psychology*, 25(6), 688–695.
- Swindell, J. S., McGuire, A. L., & Halpern, S. D. (2010). Beneficent persuasion: Techniques and ethical guidelines to improve patients' decisions. *The Annals of Family Medicine*, 8(3), 260–264.
- Ubel, P. A., Loewenstein, G., Hershey, J., Baron, J., Mohr, T., Asch, D. A., & Jepson, C. (2001). Do nonpatients underestimate the quality of life associated with chronic health conditions because of a focusing illusion? *Medical Decision Making*, 21(3), 190–199.
- Ubel, P. A., Loewenstein, G., & Jepson, C. (2005). Disability and sunshine: Can hedonic predictions be improved by drawing attention to focusing illusions or emotional adaptation? *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 11(2), 111–123.
- Ubel, P. A., Loewenstein, G., Schwarz, N., & Smith, D. (2005). Misimagining the unimaginable: The disability paradox and health care decision making. *Health Psychology*, 24(4, Suppl), S57–S62.
- Verplanken, B., Aarts, H., & van Knippenberg, A. (1997). Habit, information acquisition, and the process of making travel mode choices. *European Journal of Social Psychology*, 27, 539–560.
- Vlaev, I., Chater, N., & Stewart, N. (2008). Seeing is not enough: Manipulating choice options causes focusing and preference change in multiattribute risky decision-making. *Journal of Behavioral Decision Making*, 21(5), 556–574.
- Weber, E. U., Johnson, E. J., Milch, K. F., Chang, H., Brodscholl, J. C., & Goldstein, D. G. (2007). Asymmetric discounting in intertemporal choice: A query-theory

- account. *Psychological Science*, 18(6), 516–523.
- Wilson, T. D., & Gilbert, D. T. (2005). Affective forecasting: Knowing what to want. *Current Directions in Psychological Science*, 14, 131–134.
- Wilson, T. D., Wheatley, T., Meyers, J. M., Gilbert, D. T., & Axson, D. (2000). Focalism: A source of durability bias in affective forecasting. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(5), 821–836.
- Xu, J., & Schwarz, N. (2007). *How do you feel while driving your car? Depends on how you think about it*. Working paper, Stephen M. Ross School of Business. University of Michigan.
- Xu, J., & Schwarz, N. (2009). Do we really need a reason to indulge? *Journal of Marketing Research*, 46, 25–36.

Focusing Illusion in Affective Forecasting

LUO Hanbing; XU Fuming; GUO Yongyu; ZHENG Qiuqiang; LI Bin; ZHANG Hui

(Key Laboratory of Adolescent Cyberpsychology and Behavior, Ministry of Education (CCNU);

School of Psychology, Central China Normal University;

Key Laboratory of Human Development and Mental Health of Hubei Province, Wuhan 430079, China)

Abstract: Focusing illusion refers to a tendency that individuals fail to estimate how focal event would affect their emotion when they are making an affective forecasting. Focusing illusion is a major explanation for affective forecasting bias. There are two psychological mechanisms of focusing illusion: intuitive prediction and accessibility model. The factors to influence focusing illusion are: valence and feature of the predicted event, context, habit and cultural difference and so on. The strategies to deal with the focusing illusion are: defocusing and affective averaging. Future research shall clarify the relationship between focusing illusion and fail to considerate emotional adaptation, to deepen our understanding of its original roots and to clarify the relationship between focusing illusion and other focusing effects.

Key words: focusing illusion; intuitive prediction; accessibility model; affective forecasting