


# 第6讲 | 有限注意力：为什么我们会选择性失明？

余剑峰 · 行为经济学

今天

进入课程 >



特别提示：请把APP更新到最新版本，点击上方“立即学习”按钮观看视频。

你好，欢迎来到清华五道口《行为经济学》的课堂，我是余剑峰。

上一个模块我们讲了人类行为的起源，尤其是各种行为偏差的起源。我们强调了人的行为偏差很多时候都是通过进化而来的。由于过去的环境跟现在的环境不一样导致错配，所以说我们会犯错。

从这个模块开始，我们会讲人的预期中的偏差。什么叫做预期中的偏差？我稍微简单说一下。我们的世界不停地在变化，不停地有信息进来。我们要更新对将来一个事件发生概率的估计。

这个估计如果从理性经济学来讲，它是有公式的，叫做贝叶斯公式。学过概率统计的人应该知道这个公式。上个模块我们也讲了，它是正确的，但是我们会不去用，所以这会导致我们的很多偏差。所以这个模块讲的都是预期中的偏差，对将来一个事件发生概率的估计会出错。这一讲和下一讲，我们会讲一个非常重要的偏差，叫做有限注意力。

## 大脑判断取决于什么

我们先从一个案例入手。在1997年，有个能量饼干的品牌叫Mars，它有个中文名称叫做玛氏，是一个非常大的、历史很久的公司，主要卖各种巧克力。在1997年，这个饼干的销量大增，什么原因呢？销售团队也非常迷惑，因为他们自己也没感觉到有什么销售策略上的变化。

但他们一定要搞清楚原因，因为如果能搞清楚原因，就可以让销量持续增长，说不定可以翻很多倍。所以说这是一个非常重要的问题。那到底是什么原因？你觉得会是什么原因？

你想一下1997年发生了什么事？很多人猜可能是1997年金融危机来了，亚洲金融危机导致美国人很同情我们，然后吃很多高热量的食物；也可能是互联网泡沫，大家都去打游戏，然后晚上要吃这个东西。最后其实发现都不是。

为什么呢？因为如果是那些原因，那其他品牌的饼干销量也应该大增。但是最后发现只有Mars的饼干销量很大，德芙、HERSHEY'S、M&M's的销量并没有大增。那是什么原因呢？

最后发现是1997年美国国家航空航天局（NASA）有一个叫“探路者”（Pathfinder）的探测器登陆火星，导致当时各种新闻媒体天天在报道Mars、Mars，因为火星就是Mars。最近埃隆·马斯克也说要登陆火星，不知道会不会导致这个品牌销量继续大增，但是当时应该就是那个原因。

为什么这个原因可靠呢？有些研究人员后来还做了些其他的研究，比如说不光是Mars能量饼干销量大增，还有其他的Mars品牌，比如说Marshero，就是儿童玩具汽车的销量也大增，基本上跟Mars相关的东西销量都会有些影响。

这个偏差我们叫做**有限注意力偏差**，就是说我们不可能一直关注一件事情，因为我们的注意力是非常费能量、非常稀缺的资源。尤其是在我们祖先进化的过程中，我们的生活条件非常艰苦，能量也比较有限，经常处于饥饿的状态。

如果你一直用，注意力特别集中，这个时候费的能量非常多，估计你很难存活。所以我们人会选择在某些情况下，节省能量，不那么集中注意力。尤其是在你觉得比较安全的情况下，你的注意力会没那么集中，在其他比较危险的情况下，环境在变的时候，你可能注意力会稍微集中一点。

举个例子，我问你一个问题，在所有涉及车祸的男女司机中，你觉得男女司机的比例大概有多少？想一秒钟。你可能会回答1:2或者是2:1，大概这样。我告诉你，这个问题我问过很多我的学生，做过很多次问卷调查，基本上答案就是2:1。

因为很多人意识到男司机比女司机要多，所以会觉得男司机应该是2，女司机是1。但是现实生活中的数字远远比这个大，有一组数据显示是4.6:1，男司机是4.6个，女司机是1个。为什么会这样呢？其实一个重要原因就是因为我们媒体的各种报道。

我们媒体特别喜欢报道女司机出车祸，然后就导致女司机出车祸这个事情在你脑子里面比较容易想起来。报道的比例是什么样的呢？每报道1个男司机出车祸，大概会报道3.8个女司机出车祸。虽然男司机出车祸的人数远远比女司机多，但报道的比例完全是反过来的。

你看因为我们的注意力有限，所以**我们对一个事件发生的概率，是基于这个事件在脑子里面被想起的程度来决定的**。一个事件如果经常发生，但是在你脑子里面不怎么被想起来，就像男司机出车祸，你就会低估它的概率。另外一个事件，哪怕它不怎么发生，但是由于这个事件比较突出，所以容易在你脑子里面被想起来，那你会高估这个事件发生的概率。

好，现在你了解到了注意力偏差，那你可能会问，这个偏差什么时候会影响到我们的判断呢？基本上可以分成几类：

**首先，最近发生的事情可能会影响我们的判断**，因为最近发生的事情容易在你脑子里面被想起来。在你作决定的时候权重比较大，它可能会对你的决定有过多的影响；

**第二，媒体的报道会对你有影响**，因为媒体一般都喜欢报道一些突出事件、有意思的事件、吸引眼球的事件，这些东西都会影响你的判断。媒体的报道老是在你脑子里面出现，它比较容易被想起。在你脑子里面，容易高估这个事件发生的概率。

**还有媒体其他类似的报道，就是突出事件**，比如说中彩票。尤其是在国外，国外买彩票经常有这种情况。比如你中了个彩票，摄像头会一直跟着一辆大的柠檬汽车，然后扛着个大支票到你门口敲门。这样就特别突出，你的印象就特别深刻，觉得我下次也能中彩票。大家会高估自己能够中彩票的概率，这样导致大家可能更加喜欢买彩票。

那现实生活中有限注意力是怎么让我们犯错的呢？正是因为有限注意力，所以说很多时候它让你犯错，你都没有意识到。

我举几个例子，比如说红酒，这也是有人做过实验的。在国外的Wine & Spirit，就是专门卖酒的地方，有各个国家的酒，法国葡萄酒、德国葡萄酒、智利葡萄酒、澳大利亚葡萄酒。可能这个星期它在店里放的是法国音乐，那么法国酒的销量就比平时的销量要高；如果下个星期放的是德国音乐，那德国酒的销量就比平时要高。但是很多时候你去买酒，你都没有意识到是受这个音乐的影响，所以这也是有限注意力的一个体现。

你可能会讲，买个巧克力、买个红酒，这是生活中很小的决定，那是不是大的决定，我们就不会受这些东西的影响，就会想得特别细腻？其实也不完全是，当然大的决定我们肯定会想得更仔细，但还是会受有限注意力的影响。下面给你讲一个人生中非常大的决定，它可能也受有限注意力的影响。

这是一个非常有意思的例子。有三个人的名字，一个叫Jerry，一个叫Dennis，还有一个叫Walter。为什么把这三个人放到一起呢？是因为这三个人名字在国外，比如美国受欢迎的程度是差不多的，一个是排名第39受欢迎，一个是排名第40，一个排名第41。Jerry是最受欢迎的，然后Dennis是第二，Walter是第三。

我们去研究这些人的职业，也不是每个职业我们都能查到所有的数据，但是有一个职业我们知道它的数据。比如说美国牙医协会，它有所有注册牙医的人的名字，我们就看看这些人中到底有多少人是去做牙