

突发性危机情景下抢购现象的发生及其应对策略

樊春雷 马谋超 王 詠 丁夏齐

(中国科学院心理所, 北京 100101)

摘 要 今年 1 到 4 月份, 在我国一些地区出现了几次因 SARS 疫情恐慌导致的抢购风潮, 其特点主要表现为突发性、群发性和快速平息的短暂性。这些特点与人们的风险认知机制有关。研究表明, 情绪唤醒抑制人类认知中的控制性加工部分, 但对自动化加工部分起促进作用。人们在危机情景下的快速应对行为主要是自动化的, 事前培训和行为习惯决定了自动化反应的策略和方式。由于口传信息的高情绪唤醒水平和操作上的方便易行, 恐慌性抢购便被引发出来。

关键词 危机情景, 认知与情感, 口传信息, 自动化行为反应。

分类号 B849:C93

1 对几次抢购风潮的简单回顾

第一例非典患者出现在广东河源市, 时间在 2002 年 11 月份。大约到了 2003 年元旦前后河源市开始出现“致命肺炎”的传言。2003 年 1 月 2 日, 恐慌的人们在河源各大药店门口排起了长队。这是第一起因非典恐慌引发的抢购。2 月 8 日开始, “广东出现致命肺炎”的传言大范围传播, 2 月 10 日、11 日, 广东省各地相继出现抢购板蓝根冲剂、抗病毒口服液、食用醋、医用口罩等商品现象, 一些不法商家趁机哄抬物价。2 月 12 日下午至 13 日, 出现抢购大米、食用油、食盐等现象。4 月下旬, 受外地抢购、涨价风潮影响, 广东省又出现了争购中药材和其它非典防护用品的现象。

广东省 2 月份的抢购风潮迅速传播到其它地区。2 月 10 日南昌出现板蓝根和醋制品抢购, 导致这两类商品的销售价格大幅上涨。在海南, 2 月 10 日至 14 日间相继出现抢购风, 抢购物品从板蓝根到醋精, 再从食盐到大米。北京、上海的居民由 2 月 13 日起开始抢购板蓝根, 其中, 北京各药店的板蓝根在一小时内即销售一空。武汉、福建及广西各超级市场的食盐在 14 日也遭到民众抢购, 也是在短时间内销售一空。

从 4 月 22 日晚上开始, 受有关封城传言的影响, 在北京很多超市开始出现抢购。很多市民大量购买米、面、食用油、鸡蛋、方便食品、卫生纸、消毒液等生活用品, 一些人甚至开着车前来采购。4 月 24 日, 抢购潮平息。

北京的抢购风潮也波及到其它地市, 如, 西安部分市民抢购碘盐和白萝卜, 济南市民抢购食盐, 等等, 但规模有限, 很快平息。

1.1 特点

几次抢购风潮的共同之处是在恐慌心理下出现的群发性行为; 每次抢购都伴随着各种传言, 突然出现, 又很快平息。抢购风潮带来诸多负面后果, 如正常的市场秩序被打乱, 出现了一些犯罪现象。对于抢购的人来说, 面临的最大问题是过度购买。如, 成箱购买板蓝根, 每天 3 包, 几个月都吃不完; 等等。

1.2 问题的提出

如何看待这几次抢购风潮? 一些学者认为抢购反映了人们的非理性冲动, 说明我国公众尚未形成成熟的市民心态; 在较早一波抢购潮之后, 甚至有新闻评论认为这是民族劣根性的一次集中体现。面对这些问

题和评论,我们需要详细了解导致抢购行为的心理机制,以使对问题的理解建立在科学基础之上。

为什么在开始时是口传信息主导了公众的行为,并引发了抢购潮?

抢购现象可以避免吗?

本文将围绕上述问题进行心理行为学上的分析和解释,并在此基础上考虑相关的应对策略问题。

2 对突发性危机情景下抢购现象发生机制的心理行为学解释

2.1 危机情景与恐慌性抢购

危机情景与危机是两个不同的概念。危机是一种客观存在,可以根据它的不确定性和风险程度予以陈述。这是政府和科学家在面对公众时所做的事情。危机情景则是人们感受到的危机后果的不确定性和风险程度,是对危机事件的主观反应。当对危机事件尚未取得科学定论时,人际交流倾向于在日常生活经验的基础上对危机事件进行加工和放大,从而加重危机情景的恐慌气氛。这次SARS疫情的爆发对于广大公众来说是始料未及的。在科学研究毫无准备的情况下,SARS病毒进入了我们的生活,它的易传染和高危险性催发一场重大的危机事件。SARS疫情的风险程度可以通过它的传染范围和死亡率进行数量化的估计,但对疫情的发展变化却很难做出严格概率意义上的判断和预测。同时,科学研究尚未找到有效的病毒杀灭程序,病毒的产生和传播过程也处于观察中,尚未形成科学定论。在此情况下,人们只能运用主观概率进行风险评估,实施风险规避。

Anand^[1]曾讨论了有关“疯牛病”(BSE)的风险规避问题。同SARS病毒一样,围绕“疯牛病”现象也存在许多科学未明问题。Anand引入了一个重要的风险评估框架,即,行动-状态矩阵(act-state matrix),在此矩阵中的赋值不需要使用概率语言。运用这一方法比较三种不同的“疯牛病”危机应对方案(禁止牛肉销售、限制牛肉销售和维持原状),三种方案在风险程度和安全性上有不同的得分,构成不同的行动-收益组合。当预期结果很糟时,人们会选择谨慎的方案;否则,人们选择有风险的行动方案。同样,面对SARS恐慌和各种传言,人们也面临着不同的行动方案:延迟购物、正常购物和突击购物。当人们对疫情能否在近期得到有效控制缺乏信心时,人们会选择突击购物。这实际上是一种谨慎决策,不求收益最大,但求遗憾最小。

由于危机情景的主观性,不同的个体感受到的危机情景会有所不同,这决定了他们是否参与抢购以及抢购物品的数量。比如,在几次抢购风潮中都有相当一部分人不为所动,没有参与抢购。Rode等人^[2]考察了影响人们风险认知的不同条件。以食物储备为例,如果采取正常购买的行动方案,需要对近期的市场供应情况有足够信心。当市场供应不足的传言出现时,人们面临的决策信息开始变得模糊不定。这时,人们会转向即时和超量购买,进行食物储备。这就是人们熟知的风险决策中的模糊厌恶(ambiguity aversion)现象(该现象最早是由Ellsberg^[3]在他的双色问题实验中观察到的,1961)。也就是说,当人们对采取正常购买的后果无法预期时,就采取超前购买,以消除这种不确切性。Rode等人的研究表明,有三类因素影响模糊厌恶的出现,分别是机体的当前需要、行动方案的平均收益和预期收益的变动幅度。这三类因素在不同的个体那里有不同的表现,从而导致不同的行为反应。比如,那些坚信政府会出面维持市场秩序和稳定物价的人不会参与抢购。这是因为他对未来的预期与以往相比没有太大变化,其预期收益的变动幅度是小的。不过,一个对政府有信心的人,如果他当前的机体需要比较强烈,也会参与抢购,以防备因为抢购可能出现的最近几天的用品短缺。当然,他抢购的商品数量一般不会太多。

2.2 认知与情感的交互作用机制与抢购行为的冲动性特征

当SARS危机到来时,人们感受到了前所未有的恐慌。抢购风潮是这种恐慌心理在行为上的一次集中体现。不少人将这种行为视为非理性冲动,许多媒体也呼吁人们用理性战胜非理性。在心理学上,与理性和非理性相对应的操作性概念是认知和情感。所以,谈到抢购行为的冲动性特征,就需要考虑人们在恐慌情景下的情绪唤醒问题。

一些早期的心理学研究发现,在情绪唤醒与认知作业之间存在着一种调适性的关系。情绪唤醒对认知作业的促进作用体现在长时记忆中;对于短时记忆,情绪唤醒则体现为抑制。同时,情绪唤醒导致人们的注意广度变窄,形成认知聚焦。这时,被认知聚焦的信息为关注信息,而不被聚焦的信息成为边缘信息。情绪唤醒对前者的信息加工起促进作用,对后者则起抑制作用^[4,5]。显然,SARS恐慌下的高情绪唤醒水平显著影响了人们的风险认知,人们对于所关注的信息高度敏感。又由于对关注信息良好的记忆保持,当出现信息表达上前后不一和彼此矛盾的情况时,人们会敏锐地察觉出来,并导致新的不安和恐慌。而与问题无关的信息则被边缘化,无法进入人们理性认知的视野。

情绪唤醒导致选择偏好。面对三种购物方案:即时购买、正常购买和延迟购买,何种方案的预期收益最大?在危机情景下,人们对这一问题的判断依赖于对风险程度的主观推定。一般情况下,人们对即时购买赋予更高的权重,这被称为贴现效应(discounting effect)。Hinson等人^[6]的研究表明,当情绪唤醒导致认知负荷加重时,被试表现出对即时贴现的强烈偏好,这成为一种极易预测的冲动性决策类型。

所以,抢购行为的冲动性实际上是认知与情感交互作用下的结果,不过,它不一定意味着是非理性战胜理性的结果。当危机到来时,人们的情绪唤醒是一个自然过程。在这时呼吁理性和自控不见得有效,更不一定有益。Richards和Gross(2000)^[7]发现,保持情感克制不但没有增进人们的认知加工,反而更多地抑制了人们的认知作业。看来,那种认为情感是理性思考和适应性行为的干扰因素的看法过于简单化了。Damasio^[8]的一项病理学报告有助于我们思考这一问题。患者Elliot是一个商人,他因为脑内长瘤,大脑前额叶腹内侧皮层受损。医学和心理学检查表明,他的智力、注意和记忆能力均未受到伤害,但丧失了情感体验能力。由于缺乏情感的调节和指导作用,Elliot在玩轮盘赌游戏时往往采取高风险的玩法。尽管他的用于理性分析的认知加工能力完整地保留着,但他的行为开始变得没有理性。

Smith及其同事(2002)^[9]的研究也可以说明这一点。他们在考察人类决策的脑机制问题时,原以为对风险损失的脑部加工应位于掌管恐惧和躲避反应的情绪中枢的某个部位上,但它实际上却是以相当理性的方式被加工的。同时,对风险收益的加工却没有涉及太多的掌管理性分析的大脑系统。这可能意味着,大脑的情感区域对认知计算区域具有压倒性的影响。

总之,情绪唤醒会造成认知负荷加重、理性决策受阻,导致行为的冲动性;但如果失去情感的唤醒和调节作用,人们的理性决策会导致高风险行为。在抢购过程中出现的种种非理性冲动可能是风险情景下的适应性行为。对于那些错误的行为反应,可以通过认知与情感关系的调适予以矫正。比如,通过新的情绪唤醒实现认知聚焦的转移,等等。

2.3 认知加工的双过程机制与抢购风潮的群发性和短暂性

认知心理学将人类认知加工过程分为两类:控制性加工和自动化加工。控制性加工是一个慎思的过程(如,内省、推理,等等),需要精细的认知加工,占用较多的注意资源和时间,意识卷入的程度高;自动化加工则是一个快速和直达过程,意识卷入的程度低,甚至是无意识的。当那些程序性技能通过反复练习达到熟练化的程度后(如打字、骑自行车),人们的认知加工就是自动化的。在对很多问题的处理上,都可以通过程序化的安排和训练达到操作上的自动化。比如,不同文化背景下的仪式行为、人们的日常行为习惯、专家经验的形成,等等,都或多或少与此有关。自动化加工过程可以在无意识觉知的情况下涌现出来,并对人的行为产生影响。

认知加工的双过程理论^[10]认为,人们的行为和认知作业同时涉及两类加工过程,有时是控制性加工成分多一些,有时是自动化加工成分多一些。也就是说,人们对自己的行为动机有些可以意识到,有些则可能意识不到。比如,Latane和Darley^[11]在有关旁观者效应的研究中发现,人们不会自发报告他人对自己助人行为有影响,甚至在有提示时也拒绝承认这一点。这一心理机制导致人们的主观报告与其实际行为之间缺乏相关。人们不是不愿意回答问题,而是不能给出正确的答案^[12]。正确答案在他的无意识里。

从抢购者的事后回顾中,担心市场供应和进行自我隔离是突击购物的原因,但这些原因难以说明抢购风潮的突发性、群发性和随后又很快平息的特征。在常态情形下,人的控制性加工和自动化加工是各安其事、互不干扰的。但在危机突发情形下,人被高度唤醒,恐慌和担心导致认知资源紧张,人们难以同时加工不同类别的信息。人们这时在行为上通常表现为不知所措。随后,人们意识到需要对危机事件进行快速反应。研究表明,在危机情景下的快速反应通常是自动化的(也就是习惯化的或熟练化的优势行为。在这里,储备物品进行自我隔离,是有效的又非常容易做到的应对措施)。从时间分布上看,应对行为最先受控于自动化加工过程,随后再慢慢出现控制性加工。随着控制性认知加工活动的增强,自动化反应中的不合理和不适宜的部分被检测出来,并被矫正。这就导致了抢购现象突然出现又很快平息的短暂性。

抢购的群发性特征所折射出的不是公众的盲从,而是一个社会促进(social facilitation)的过程。盲从需要有可以依附的权威,但这几次抢购都是在恐慌背景下由传言所引起。对于社会促进,Zajonc(1965)^[13]的一项著名研究表明,在简单任务的作业绩效上,他人在场导致社会促进效应;对于复杂任务,他人在场引发焦虑情绪,导致错误反应上升,作业绩效下降,是一种抑制作用。这一结果在 Lambert 等人^[14]的研究中被加以新的解释。根据双过程理论,简单任务不需要太多的控制性加工,主要是自动化的;而复杂任务则不同,需要更多的控制性加工。所以,他人在场促进的是自动化加工,抑制的是控制性加工。这一结果不仅在他人实际在场时出现,在想象的他人也在场情形下也是如此。Lambert 等人研究了当想象他人也在场时人的种族偏见是增多还是减少的问题。令人惊讶的是,他们发现人在(预期)他人在场情况下的偏见要甚于无他人在场的情况。也就是说,人们在公共场合下的偏见比私人场合下的偏见要多。但运用双过程理论可以很好地解释这一结果。因为克服偏见是一个需要意识控制的过程,他人在场导致有意识控制水平的下降,从而引起偏见的上升。这更多的是一个自动化过程。同样,在很多人眼里抢购不见得是一种理智的行为,但的确是简便易行的。不论外界的意见是支持还是反对,抢购行为都会在大范围群体中爆发。

对于抢购风潮,各国政府以及同一政府在不同时期有着不同的做法。但抢购风潮最终都能很快平息,说明抢购潮平息过程本身有其内在机制。政府的做法主要是在预防和打击抢购期间的无序和犯罪现象。公众的危机恐慌和恐慌行为更多的受行为习惯和思维定式的影响,它来自社会经济文化环境在公众意识中形成的一种心理沉淀。

2.4 口传信息在抢购风潮中的作用

恐慌性传言是抢购现象的诱因,口传信息在亲友之间的传播和增强迅速加大了抢购人群的规模。以广东为例,2月8日,“广东发生致命流感”的消息开始在大范围人群中传播,主要是通过手机短信和口耳相传。据广东有关部门的统计,有关流感的短信息流量急增:2月8日是4000万条;9日,4100万条;10日,4500万条。2月10日、11日,广东省发生第一波抢购事件。与此同时,小道消息在2月9、10日通过网络、手机短信等向上海、北京等城市蔓延。2月13日起,北京、上海的居民开始抢购板蓝根。

危机情景通常伴随着谣言和小道消息的传播,这首先与危机信息的缺失和不够透明有关。据《南方都市报》2月12日的报道,在传言极盛的几天内,该报接到有关非典型肺炎的咨询电话2700多个,其中提供病情信息的有800多个;反映市民抢购有关药品的500多个;咨询、核实病情传染情况的有300多个;指责、抱怨媒体未及时报道的则有1000多个。在因特网上一度涌现出大量有关非典的帖子,其内容主要涉及三个方面:一是交流各地传言的版本,二是探讨各种信息的来源与可信度,三是对听信传言者的嘲讽。前两个方面都与获知疫情信息的渴望有关,其中不乏“求求你们,谁能告诉我真相”的哀告。

如果人们只是为了获取信息并不会导致流言的大范围传播,大范围传播需要更多的人将获取的信息再传播给他人。人们为什么会将谣言、传闻传播给他人?研究表明,这主要来自于人们进行情绪表达和情感分享的需要。口传信息中的情感性环节在传播过程中会被保留和放大,这在巴特利特著名的“鬼魂的战争”实验^[15]中已得到揭示。Heath 等人(2001)^[16]要求被试按信息的可信程度和情绪唤醒程度对不同的传

闻进行评估,并相应给出将传闻传播给朋友的意向水平。结果发现,美国被试更愿意将具有高唤醒水平的传闻传播给朋友。在非典期间,多数人对传言的传播都属于这一情况。请看北京媒体报道的一个例子:4月22日,一个受过高等教育的高层管理人员,看到手机上的短信——北京万人得非典,他皱了皱眉还是将短信转发了,“虽然离谱,也算给朋友提个醒吧”。

因此,那种能在人际之间广为流传的逸事、传奇、顺口溜、小道消息等等,首先是具备了情绪唤醒的功能,然后具备跨个体间的共性,是大家共同关心和感兴趣的话题。人们传播各种小道消息主要是为了情绪表达和情感分享,传言的真实性并不被特别看重。

那么,口传信息为什么对国人有这么大的影响?人们为什么会听从谣言和不实传闻?这可能与我国的文化背景有关。口传信息当然是在亲友之间传播的,而中国是一个人情社会,亲友的看法对个人行为有着重要的影响,越是面临重大问题时越是如此。购物是一种个人决定,是自我行为。但自我涉及两个层面上的东西:私人自我和公共自我,或个人自我和集体自我(private self vs. public self, or personal self vs. collective self)。私人自我是指人们对自己在个性特征、身体状态等方面的认知(如,快乐的,聪明的,有责任心的),公共自我是指人们对自己在社会角色、人际关系等方面的认知(如,父亲、儿子、同事、市民)。研究表明,私人自我和公共自我存在跨文化差异,东方文化背景下的成人被试更重视公共自我。

朱滢和张力^[17]的实验研究发现,中国成人被试不但对与私人自我相联系的材料记忆得好,对与父母相联系的材料也记忆得同样好;而西方被试只对私人自我材料记忆得好。这说明中国人的自我结构比西方人要宽,父母在自我意识中占据重要位置,而西方人的自我结构中没有父母的位置。Wagar 和 Cohen^[18]的研究取得了同样的结果。他们发现,欧裔加拿大人在与私人自我有关的记忆材料上,相对于与公共自我有关的记忆材料,有更好的记忆成绩。而亚裔加拿大人与此不同,他们在与公共自我有关的材料上有更好的长时记忆。这说明在有关自我的长时记忆中,亚裔加拿大对公共性自我有更为精细的加工。

因此,人们受口传信息的影响而抢购,似乎是一种“从众”心理的反应,但这种从众心理至少是独特的。从众心理的前提是自我的不完善或缺陷,由于自我非常虚弱,个人自我容易被别人的“暗示”所主导。但在非典恐慌过程中,人们表现出的并非是自我的不完整,而是公共自我和亲情自我的独特性。

综上所述,恐慌性抢购和公众的危机应对意识和预防心理有关。当疫情信息不够完整和充分时,针对疫情的口传信息出现。口传信息承担着信息传递和情感表达的双重功能,口传信息的夸张和放大加剧了人们的恐慌心理。在恐慌心理下,人们的应对行为更多的是自动化性质的,主要受传统和行为习惯的支配。这导致了抢购行为的突发性和群发性。自动化行为具有非线性系统的涌现(emerging)特性,突然出现,大范围同步;能量释放以后,又快速平息。

3 应对策略

3.1 公众的宽容和政府的透明有助于缓解危机情景的情绪压力

今年四月中旬以来,我国政府在应对 SARS 危机问题上采取果断措施,信息公开,紧急动员,依靠科学战胜危情,取得显著成效,赢得了海内外舆论的普遍赞誉。这是一条重要的实践经验。政府的公开和透明会带来公众的宽容和积极参与,有利于更好地进行危机应对。当公众的情绪压力有了适当的释放途径时,恐慌性抢购行为就可能不再出现。

3.2 进行持续和规范的公众心态调查,进行风险预防和风险规避;完善危机应对的基础设施和制度安排,以减少不合理和错误的危机应对行为

当恐慌达到某个临界水平上时,才会引发大规模的群发性事件。事件一旦发生很难制止,除非在其爆发的能量得到足够释放以后,干预措施才会起作用。建立持续和规范的公众心态调查网络,可以提前观察到这种公众恐慌向临界水平上的变化。我们因此可以把事情做在前面,进行积极干预,缓解情绪压力,使之远离临界状态。

完善危机应对的基础设施和制度安排同样重要。比如,面对 SARS 危机,从购物自防到社区封闭化管理都可以快速而有效地进行,但科学家之间的合作却差强人意。这主要是因为前者是惯常行为,而后者不是。所以,需要通过基础设施建设和制度安排使得科研合作成为科学家的惯常行为。这样,如果再遇危机事件,就可以快速反应。在这里面,心理学家可以做的事情也是很多的,像危机应对的行为规范培训,危机之中和心理辅导,等等。

3.3 跨学科合作,构建适合中国国情的危机应对策略,使之建立在坚实的科学基础之上

在危机频发的国家,如美、英、德等国,这样的研究一直在进行着,并形成了不同的危机应对策略。比如,德国人重视训练,美国人重视共渡难关时的社群活动,等等。如何构建适合我国国情的危机应对策略还是一个有待深入研究的问题,SARS 疫情的爆发已发出了警号,让人们意识到问题的紧迫性。

4 结论

人们在危机情景下的情绪唤醒具有适应性意义。情绪唤醒状态下的行为反应是高度自动化的,主要受思维习惯和行为习惯的影响。要纠正危机反应中的不合理和错误行为,需要从改造人们的思维习惯和行为习惯做起,这需要一个长期的过程。在几次抢购风潮中,疫情恐慌和口传信息是关键。恐慌性抢购反映了我国这个人情社会对公众自我意识的深层影响。政府管理部门必须高度重视口传信息对公众行为的影响,注意对口传信息的搜集和整理工作。同时,政府的公开和透明有助于规避类似抢购现象的群发性行为。

参考文献

- [1] Anand P. Decision-making when science is ambiguous. *Science*, 2002, 295: 1839
- [2] Rode C, Cosmides L, Hell W, Tooby J. When and why do people avoid unknown probabilities in decisions under uncertainty? Testing some predictions from optimal foraging theory. *Cognition*, 1999, 72: 269-304
- [3] Ellsberg, D. Risk, ambiguity, and the savage axioms. *Quarterly Journal of Economics*, 1961, 75: 643-669
- [4] Loftus E F, Burns T E. Mental shock can produce retrograde amnesia. *Memory & Cognition*, 1982, 10(4): 318-323
- [5] Heuer F, Reisberg D. Vivid memories of emotional events: The accuracy of remembered minutiae. *Memory & Cognition*, 1990, 18(5): 496-506
- [6] Hinson J M, Jameson T L, Whitney P. Impulsive decision making and working memory. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 2003, 29: 298-306
- [7] Richards J M, Gross J J. Emotion regulation and memory: The cognitive costs of keeping one's cool. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2000, 79(3): 410-424
- [8] Damasio A R, Tranel D, Damasio H C. Individuals with sociopathic behavior caused by frontal damage fail to respond autonomically to social stimuli. *Behavioral Brain Research*, 1990, 41: 81-94
- [9] Smith K, Dickhaut J, McCabe K, Pardo J. Neuronal substrates for choice under ambiguity, risk, gains, & losses. *Management Science*, 2002, 48 (6): 711-718
- [10] Jacoby L L. A process dissociation framework: Separating automatic from intentional uses of memory. *Journal of Memory and Language*, 1991, 30: 513-541
- [11] Latane B, Darley J M. *The unresponsive bystander: Why doesn't he help?* New York: Appleton-Century-Cofts, 1970
- [12] Nisbett R E, Wilson T D. Telling more than we know: Verbal reports on mental process. *Psychological Review*, 84: 231-279
- [13] Zajonc R B. Social facilitation. *Science*, 1965, 149: 269-274
- [14] Lambert A J, Payne B K, Jacoby L L, et al. Stereotypes as dominant responses: On the "social facilitation" of prejudice in anticipated public contexts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2003, 84(2): 277-295
- [15] 朱滢. 实验心理学. 北京: 北京大学出版社, 2000. 322-325

- [16] Heath C, Bell C, Sternberg E. Emotional selection in memes: The case of urban legends. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2001, 81(6): 1028~1041
- [17] 朱滢, 张力. 自我记忆效应的实验研究. *中国科学(C 辑)*, 2001, 31(6): 537~543
- [18] Wagar B M, Cohen D. Culture, memory, and the self: An analysis of the personal and collective self in long-term memory. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2003, in press

Scare Buying under Emergency and Crisis Situations: Its Occurrence and Prevention

Fan Chunlei, Mao Mouchao, Wang Yong, Ding Xiaqi

(Institute of Psychology, Chinese Academy of Science, Beijing 100101)

Abstract: Scare buying phenomena occurred in China recently can be explained by the dual-process model (e.g., Jacoby, 1991). Human information process is generally influenced simultaneously by controlled and automatic processes, and many psychological findings suggest that emotional arousal impairs controlled process but increases automatic process. Under uncertainty and risk conditions, one's behavioral response is usually fast or automatic. In this situation, pre-trainings and well-learned behaviors will dominate one's response. During SARS broke out and spread in China, many panic legends were communicated amongst citizens and people's emotional arousal was further enhanced. So, buying as quickly as possible to avoid the severe risk becomes the dominant choice at the huge scale across residents, which ultimately results in the emerging of the scare buying.

Key words: crisis situation, human cognition and emotion, panic legends, automatic and dominant behavior.