

行为公共政策中的心理暗示效应

吕小康¹，付春野²

(1. 南开大学周恩来政府管理学院社会心理学系, 天津 300350;

2. 天津师范大学心理学部, 天津 300387)

[摘要] 传统公共政策的施行往往诉诸于理性与逻辑而忽略了人类行为的非理性和易受暗示性。巧妙的心理暗示可直接作用于人类的直觉系统, 从而辅助公共政策的推行、提高公众的政策遵从性。从公共卫生和环境保护两个公共领域归纳心理暗示的说服效果, 探讨其对公共卫生政策和环境保护政策的推进作用, 并归纳其作用机制: 通过可得性启发和情感启发, 降低心理阻抗并促成态度与行为的转变。后续研究可进一步探究心理暗示适用的公共政策范围及其效果的持续性, 从而为公共政策的良好实施提供新的行动视角与干预路径。

[关键词] 心理暗示; 行为公共政策; 政策遵从行为; 可得性启发; 情感启发

[中图分类号] G 446

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-6493(2021)04-0042-07

心理暗示是指人接受外界或他人愿望、观念、情绪、判断、态度影响的心理特点。是人们日常生活中最常见的心理现象。人类行为具有易受暗示性的特征。灵活地使用信息的心理暗示功能, 可在公共政策的制定、推进与实施中发挥功效, 从而实现通过政策改变行为的目标。已有研究发现, 提供指导行为改变的信息比直接禁止行为的公共政策更容易被公众所接受^[1], 这通常被称为“行为公共政策”(behavioral public policy)或“行为公共管理学”(behavioral public administration)。行为公共政策基于心理学等行为科学对人类行为的研究成果为理论依据, 注重政策沟通和宣传中的心理过程^[2], 以内隐的方式谋求公众利益的公共政策建构与施行取向。近年来, 这一视角已得到国内外学界的重视与应用^[3,4], 但仍需进一步积累其经验证据并拓展其理论深度。如何在公共政策的制订和推行中巧妙地利用人类心理与行为的易受暗示性进行心理暗示, 以更为精准和便捷地达到政策目标, 其研究与实践仍处于探索中。本文将归纳公共政策领域利用心理暗示进行行为改变的相关实践, 以期为我国公共政策的良好实施提供新的行动视角和干预路径, 同时为今后研究提供进一步的发展方向建议。

一 心理暗示对公共政策遵从行为的影响

心理暗示指用含蓄、间接的方法对人的心理和行为产生影响, 其在教育、营销等领域已有很广泛的应用。易受暗示性则指个体容易受到一些间接的线索性信息的影响, 进而无意识地加工线索性信息从而改变态度和行为, 这与人类总是避免使用消耗更多认知资源的分析加工倾向有关。从认知心理学的角度而言, 提供信息的路径有二: 一是中心途径(central route), 即基于客观事实来提供理性论据; 二是外周途径(peripheral route), 即提供那些可能令人不假思索就加以接受的外部线索^[5]。相对应地, 个体在决策过程中也存在两种思维方式, 一种是深思熟虑和理性的分析思维, 另一种是快速和非理性的直觉思维^[6]。两种系统在人类的信息加工中同时并存, 认知系统使用分析思维来加工中心途径信息, 使用直觉思维来加工外周途径信息。

在现实生活中, 认知系统通常遵循“吝啬原则”, 即相比于使用需要消耗更多认知努力的分析思维, 更倾向以需要更少认知努力的直觉思维来对现实中的问题进行判断与决策。例如, 当媒体呼吁

[收稿日期] 2021-05-20

[基金项目] 国家社会科学基金重点项目“医患社会心态的网络空间治理研究”(20ASH015)

[作者简介] 吕小康(1982—), 男, 浙江永康人, 南开大学周恩来政府管理学院社会心理学系教授, 博士、博士生导师, 主要从事社会心态、医患关系和健康治理研究。

公众在日常生活中尽量减少塑料制品的使用时,是提供一份关于塑料制品对环境造成危害的统计数据,还是呈现一张被塑料制品缠住脖子而濒临死亡的海豹照片更具有说服力?从心理学角度而言,两种策略核心差异之一其实就是采用中心途径还是外周途径来提供信息。经由中心途径提供的信息客观、准确,但不一定有吸引力;经由外周途径提供的信息虽然存在人为加工、美化或丑化的痕迹,但往往能够瞬间击中人心并产生持久的震撼力。两者的区别,类似于科学报告与文艺作品对人类心理的不同作用方式与效果。

但是,传统的公共政策推出多基于“理性人”假设,强调通过知识、素养等具有相对客观的认知属性内容来改变公众的态度和行为^[7,8]。这种政策逻辑虽然在证据上客观、理由上正当,但执行的社会成本往往较高,很多时候并不能有效地改变公众行为。因为其与人类的某些认知天性存在直接的相悖之处,甚至可能产生逆反作用。比如,推行减糖减盐减油的健康宣传可能花费巨大且成效甚微,因为这与民族的饮食习惯正好相反,个体在许多时候并不愿意为了长期健康目标而放弃短期的口腹之欲。人们即使意识到“病从口入”,也不必然放弃一时欢娱。这种“意识”与“行为”的不同步性^[9],使得越来越多的研究者开始质疑公共政策激发大规模的目标态度和目标行为的潜力^[10,11]。

传统的公共政策倾向于诉诸理性与逻辑,即使用中心途径来呈现信息,其目标在于引发理性的反思过程以达成长期效果。但公共政策决策是一种基于“人”的决策,其大部分是自动的且易受到非理性信息的暗示,在很大程度上并不伴随有意识的反思^[10]。心理暗示正是基于人类行为的“有限理性”假设,承认判断与决策过程中的认知局限,主张需要通过外周途径等作用于直觉思维的内容才能够有效地改变态度和行为。近年来,通过外周途径信息来作用于自动、非逻辑的直觉思维,从而辅助与加强公共政策的推行与应用已日益得到关注。

接下来,本文分别从公共卫生领域(个人利益) and 环境保护领域(群体利益)两个得到较多应用的政策领域对相关研究和实践进行归纳和探讨,并进一步总结其中的作用机制,以便为公共政策创新提供经验总结与理论借鉴。

二 心理暗示在公共领域中的应用

(一) 公共卫生

全球大部分的疾病负担均与过度饮食、过度饮酒、吸烟和缺乏体育运动等不良健康行为有关^[12]。基于“理性人”假设的干预政策在公共卫生领域的作用有限,类似营养教育这种传递健康饮食知识的方法往往不能有效改善公众不健康的饮食习惯^[13]。造成这一局面的原因之一是公共政策所引导的健康行为可能引发公众的动机冲突,比如不良饮食习惯带来的当下的愉悦感与改变饮食习惯所带来的长远的健康收益之间的冲突,这种动机冲突会导致“知易行难”或认知失调。因此,公共卫生政策的顺利施行需要心理暗示来弱化动机冲突。

多数公共卫生政策是以预防为目标,因此通过心理暗示来唤醒恐惧心理,从而建立对可预防疾病的风险感知已被证实是一种有效的健康促进方式。如针对戒烟的研究发现,与提供描述性的信息相比(吸烟有害健康),向参与者提供疾病图片来暗示吸烟的后果能够有效地唤醒恐惧和推动戒烟意向^[14];一项针对乳腺癌筛查的研究也发现,通过将恐惧信息嵌入到框架结构中,强调不做乳腺癌筛查的风险能够促使更多的参与者完成筛查^[15]。对此类结果的元分析还发现,唤醒恐惧的同时包括预防的效果等信息能够积极地影响参与者的健康行为^[16]。此外,心理暗示也可以通过诱发积极情绪来引发健康行为。在一项针对HPV(human papillomavirus,人乳头状瘤病毒)疫苗的研究中,研究者使用不同的时间框架(指向当下和未来)和呈现方式(叙事和非叙事)来提供HPV疫苗对健康的收益,其中叙事是以一个接种HPV疫苗的学生口吻讲述了接种后的积极心理体验。结果发现,当使用当下的时间框架时,叙事引发了更高的接种意愿^[17]。这可解释为由低水平知识建构的叙事与指向当下的时间框架进行匹配提高了加工流畅性,进而使信息更容易被获得。

除了情绪的暗示性作用,示范性信息的暗示也能够促进健康行为。在一项针对大学生不安全性行为的研究中,研究者在提供不安全性行为的负面健康后果时,同时鼓励参与者与那些经历过负面健康后果的同学进行比较。结果发现,这一操纵促使参与者对自身的不安全性行为感知到更高的风险,并更愿意采取使用安全套等预防措施^[18]。这种通过

投稿网址: <http://xuebaobangong.jmu.edu.cn/jkb/>

比较的方式增强了参与者对自身发生不良健康后果的易感性,进而降低乐观性偏差。有关疫苗接种的研究也发现了此类示范性的心理暗示作用。比如当提供更高的疫苗接种覆盖率来告知参与者大部分亲人和朋友已经接种了疫苗时,参与者则更报告了更高的疫苗接种意愿^[19]。这说明通过同伴影响的心理暗示可以激励疫苗接种。

此外,心理暗示在公共卫生领域的应用也可通过非言语方式进行。由于受进化和文化的影响,不同的颜色会根据语境或情境激发相应的心理联想,从而对态度和行为产生与语境或情境相关的暗示。例如,研究者向参与者提供一份关于硬毛牙刷比软毛牙刷能去除更多牙菌斑的统计说明,并配合较温和或较强硬的健康建议,同时在不同实验条件下使用红色、灰色和绿色作为文本背景。结果发现,当使用红色背景来呈现较强硬的健康建议时,引发了参与者更高的心理阻抗,且更倾向拒绝健康建议;而当使用绿色或灰色背景时,参与者对温和和强硬的健康建议的心理阻抗没有差异^[20]。与之相似的是,也有研究发现通过改变餐具或桌布的颜色有助于改善消费者点餐过多的饮食行为^[21]。这两项研究均表明,视觉设计上的简单改进具有重要的现实意义。

公共卫生政策的目标是改变公众不健康的行为习惯和建立预防意识,而行为习惯的改变和预防意识的建立都非常困难,这使得许多公共卫生政策收效甚微。心理暗示的相关研究能够为这一难题提供解决途径,但此类洞察尚很少应用于公共卫生政策的实施中。为此,心理学工作者还需加强对其研究结果的价值整合与政策输出,以体现心理学在改善公共卫生中的实际功用。

(二) 环境保护

近年来,环境问题日益严峻,但环保政策的公众支持力度仍然有限。由于环境保护行为与其结果之间的直接联系往往较为微弱,比如公众难以察觉当下的环保行为与气候变化之间的直接关系^[22]。因此,亲环境行为的塑造比健康行为通常存在更弱的动机和更强的阻碍,需要更为积极地使用心理暗示以自动地激发环保意识和亲环境行为。

亲环境行为可通过唤醒情感的心理暗示来得到改善。例如,新媒体通过呈现更多关于雾霾严重程度的负面叙事等信息来激发情感,从而促进公众对环境问题的关注与亲环境行为^[23]。同时,亲环境

行为还与一些特殊的情感相关,比如地方依恋(place attachment),即指个体与一个地方的情感联系^[24](类似于中国人常说的“乡恋”),这种情感联系能够促进个体的亲环境行为^[25]。但是,通过情感激发直接促进亲环境行为的研究还较少,仍需要实证研究进一步检验通过心理暗示激发情感的效果。在此过程中,尤其需要关注一些与亲环境行为联系紧密的情感类型的作用。

与公共卫生领域类似,示范性信息的暗示作用也能够在环保领域发挥功效。例如,一项持续 80 天的现场实验检验了在酒店中投放不同类型环保计划标识的有效性。结果发现,与常规的环保计划标识相比(如“请在入住期间重复使用酒店提供的毛巾”),提供示范性信息时(告知入住顾客“在过去 3 个月里,这家酒店共有 75% 的顾客参与了‘入住期间毛巾循环使用’的活动”)可显著提高顾客循环使用毛巾的比例^[26]。另一项关于节能的研究与供电和天然气公司进行合作,向客户邮寄每月和每季度的同社区用电和用燃气的反馈报告。结果发现,相比于其他社区,邮寄反馈的社区的用电和天然气的能耗下降了 1.2% ~ 2.1%,且在 7 个月后持续下降^[27]。值得注意的是,这两项研究都采用了生态效度较高的现场实验,因此具有较高的可行性将其结果推广到应用中。

此外,还有研究发现了针对环保领域“量身定做”的心理暗示途径。由于公众对亲环境行为的高成本感知是降低对环境保护政策支持的有力预测因素,有研究者尝试使用收益框架来暗示亲环境行为的收益从而降低高成本感知。研究发现,与强调成本的框架相比(如减少开车次数),强调收益的激励式信息(如乘坐公共交通工具是在帮助解决气候变化问题)更能够激发亲环境行为^[28]。研究者认为,这种信息不仅突出了行为结果的收益,还暗示了更高的自由与主动性。另有研究通过拟人化信息推动亲环境行为。如将大自然比喻为“母亲”是一种常见的自然拟人化,即以“母亲”的形象赋予地球孕育生命的含义。实验研究发现,将自然拟人化为女性比将其拟人化为男性更能引导参与者与自然之间建立更强烈的联系,并激发更高的亲环境倾向与更多的亲环境行为^[29]。

总之,由于环保行为存在一系列的动机障碍,只靠经济或基于理性的教育性政策均不足以改变人们根深蒂固的生活方式,也难以营造保护环境的社

投稿网址: <http://xuebaobangong.jmu.edu.cn/jkb/>

会氛围。促进可持续发展的生活方式,需要类似于心理暗示这种作用于直觉系统的说服途径。

三 心理暗示推动公共政策施行的作用机制

虽然心理暗示具体应用到公共卫生领域 and 环境保护领域存在一些差异,但心理暗示通过一些通用的作用机制来发挥效力。Kahneman 曾言简意赅地总结了引发人们行为变化的关键点:如果希望人们改变,就应致力于让这种改变来得简单^[30]。这就涉及相应的认知心理规律和从态度到行为的转变机制。

从信息加工过程来看,心理暗示的作用机制主要来自于可得性启发和情感启发。可得性启发(availability heuristic)指人们依赖于某些启发法或经验法则,以简化信息加工中需要的认知资源并有助于作出对自身有利的决策^[31]。可得性启发通过属性替换的过程来工作,在这个过程中,人们用一个比较简单的问题来回答一个比较复杂的问题^[32]。比如当面对一堆关于可预防性疾病风险的统计知识时,没有相关知识背景或数学计算能力较差的人很难从中提取出关键信息以评估风险大小,但是一个现实中的例证能够促使其迅速建立准确的风险感知,从而促成健康行为。可得性启发的关键要义在于使信息接收者能够流畅地对信息进行加工,以上在公共卫生和环境保护领域中使用的示范性信息^[20 28 29]均属于通过可得性启发来鼓励目标行为。

情感启发(affect heuristic)来自于双加工模型中的经验系统。与分析系统依赖于概率、逻辑推理和证据不同,经验系统依赖于图像、隐喻和叙事,情感在经验系统中占主导地位。情感启发与可得性启发关系密切,可得性启发的作用来自于信息被贴上了情感标签^[33]。比如,被塑料制品缠住脖子而濒临死亡的海豹照片能够迅速激发同情,进而引发环境保护意识。一项健康风险的研究还发现,个体在对风险信息进行加工时不会单独使用可得性启发或情感启发,而是将两者相结合^[34]。针对气候变化的实证研究也发现,当同时结合可得性启发和情感启发两种机制建立干预策略,能够激发参与者更强烈的自我保护意愿^[35]。另外,前述提到的叙事信息^[18]也是同时通过可得性启发和情感启发来发挥作用。更重要的是,可得性启发和情感启发也具有促进政策公平的潜力,促使知识较为匮乏或信息

理解能力较弱的个体也能够作出有利于自身或社会的行为决策。

可得性启发和情感启发均关注的是信息加工过程中的作用机制,从结果上来看,心理暗示能够有效地降低心理阻抗。心理阻抗(psychological reactance)是降低说服效果的主要障碍之一,其本质上是一种动机状态,即个体感到自己的自主性受到威胁时,就会迫使其以恢复自主性的方式行事,比如从事与信息宣传中相反的行为。研究发现,在新冠肺炎流行期间,当提倡佩戴口罩的公益广告信息中包含了对自由的威胁时,会导致更低的参与社会责任行为的意愿以及更高的心理阻抗^[36]。因此,如果信息使用较为强硬的语言、传达明确的说服意图或者提出太大的改变要求,都可能会引起心理阻抗^[37]。但与其他说服意图明显的信息不同,心理暗示是间接的、无意识的过程,不具有明显的说服意图,而是通过引发公众的直觉加工后主动地建立相应的风险感知、环保意识等,这就避免了心理阻抗的产生。

简言之,心理暗示通过可得性启发和情感启发等直觉加工方式绕过或消解心理阻抗,进而内隐地增强了信息的说服效果,提高了公众的政策遵从行为。这构成了心理暗示促成公共政策施行的核心机制。

四 启示与展望

如何有效地制定公共政策信息从而引发目标行为,是一个亟待解决的难题,心理暗示能够为这一难题提供有效的解决途径。但也有学者担忧,公众往往并未意识到公共政策信息中嵌入的心理暗示,这种作用于直觉系统的信息可能存在剥夺个人自主决策和限制个人自由的风险^[38]。针对这一问题,目前较为被学界认同的观点是,致力于直觉系统的干预策略并不会造成对自主性的侵犯,且有助于公众作出真正想要和有益的决策^[39],比如对健康饮食的理性诉求。鉴于心理暗示在行为公共政策中的应用价值与实践意义,后续研究至少可从以下三个方向进一步推进。

首先,强调通过心理暗示所提供的外周途径信息的价值,并非忽略或弱化中心途径信息的作用。如何将二者进行有效地整合,比如形成以中心途径为主,以外周途径为辅的信息模式,进而促进公共政策推行效果的强度和持续性,是今后研究的一个

投稿网址: <http://xuebaobangong.jmu.edu.cn/jkb/>

主要着力点。一些特定领域公共政策的制定应该同时兼顾中心途径和外周途径进行信息供给。例如,通过中心途径提供客观的数据和知识等认知属性内容来促进公众对健康、环保等问题的反思与行动,而通过外周途径的心理暗示功能来激发自动化的健康预防观念和环保意识。另外,在对这一框架进行检验或实施时,不同的政策背景也是一个不容忽视的关键因素^[40]。比如当公众对某一特定公共政策问题的认知能力和动机^[41]均较高时,则可更多地依赖中心途径来提供信息。对这一问题的考虑需要以深入地了解中国国情下公众对特定政策问题的认识与态度为前提。

其次,对心理暗示的适用领域和群体以及效果进行更加系统性的考察和评估。心理暗示不仅限于目前成果相对丰富的公共卫生和环保领域,其适用性应该更加广泛,比如群际关系、种族冲突、网络空间治理、信息隐私权益问题等^[42],都可以利用人类行为的易受暗示性出台恰当的公共政策。除领域适用性外,其群体适用性也应该得到进一步系统性的检验。近年来,研究者们已经开始意识到,行为公共政策不仅要致力于改变普通公众行为的决策环境,还要关注公共专业人员的行为决策^[43]。因此,后续研究也应该更精细化地检验心理暗示在不同群体之间的作用效果以及差异。更进一步地,全面评估公众政策效果也是检验心理暗示在公共政策应用中的一个标准,比如考虑作用效果的溢出效应^[44-45]。

最后,系统分析中外公共政策中心心理暗示效应的作用条件及其局限性,推进中国特色行为公共政策的精准性与有效性。前文列举的研究结果多依赖于西方国家的已有政策实践和实证研究而得出,但中外社会的政治体制和政府体系迥然不同,其政策建构、执行和评估的基本逻辑与量化指标也不尽相同;同时,东西方社会民众的社会文化与大众心理也存在明显差别,不能简单地认为在其他国家适用的心理暗示策略就一定能在中国社会起到同样的政策助推效果。此外,即使是西方国家,美国与欧洲以及欧洲不同国家之间也存在诸多经济水平、种族意识、民族构成和历史文化的差别,使得我们在分析公共政策的心理暗示效果时不能脱离其具体社会历史情境而做出简单化的概括。为此,未来研究还需要对已有的心理暗示效应做出更为全面深入的考察,分析其之所以成功或不成功的政治、经济

和社会条件,从更全面的视角观察政策遵从行为得以产生和促进的客观条件及其心理机制,以便推进政策措施与公众心理之间的适配性,从而使心理暗示真正直到“四两拨千斤”的“以小拨大”积极效应。也只有这样,才能为中国情境下的公共政策推出与执行提供真正具有指导价值的研究建议。否则,照抄其他国家的经验不仅可能无助于实际问题解决,反而可能造成新的社会问题的产生,起到适得其反的后果。

总之,如何在公共治理中更为妥当和完善地发挥心理学理论与技术,是一个方兴未艾的主题,值得进一步的探索与总结。而如何结合中国国情,尤其是中国特有的政治体制和文化传统而推出具有中国特色的行为公共政策案例,从而丰富中国特色国家治理的工具箱和理论库,还需学界与实务界的协同努力。

[参考文献]

- [1] BRANSON C, DUFFY B, PERRY C, WELLINGS D. Acceptable behaviour: Public opinion on behaviour change policy [DB/OL]. (2012-02-27) [2021-04-25]. <http://www.ipsos-mori.com/researchpublications/publications/1454/Acceptable-Behaviour.aspx>.
- [2] 朱德米,李兵华.行为科学与公共政策:对政策有效性的追求[J].中国行政管理,2018(8):59-64.
- [3] FABIAN M, PYKETT J. Be happy: Navigating normative issues in behavioral and well-being public policy [J]. Perspectives on psychological science: a journal of the Association for Psychological Science, 2021(12): 121-129.
- [4] 张书维,李纾.行为公共管理学探新:内容、方法与趋势[J].公共行政评论,2018,11(1):7-36.
- [5] PETTY RE, CACIOPPO JT, SCHUMANN D. Central and peripheral routes to advertising effectiveness: The moderating role of involvement [J]. Journal of Consumer Research, 1983, 10(2): 135-146.
- [6] EVANS JSBT. Dual-processing accounts of reasoning, judgment, and social cognition [J]. Annual Review of Psychology, 2008, 59(8): 255-278.
- [7] 吕小康,武迪,隋晓阳,等.从“理性人”到“行为的人”:公共政策研究的行为科学转向[J].心理科学进展,2018,26(12):2249-2259.
- [8] 张书维,梁歆佚,岳经纶.行为社会政策“助推”公共福利的实践与探索[J].心理科学进展,2019,27(3):428-437.

投稿网址: <http://xuebaobangong.jmu.edu.cn/jkb/>

- [9] 李振,孙宇飞. 为何需要助推型政策:理解居民健康意识和行为的不同步 [J]. 公共管理与政策评论, 2021, 10 (1): 31-41.
- [10] MARTEAU TM, HOLLANDS GJ, FLETCHER PC. Changing human behavior to prevent disease: The importance of targeting automatic processes [J]. *Science*, 2012, 337 (6101): 1492-1495
- [11] KELLY MP, BARKER M. Why is changing health-related behaviour so difficult? [J]. *Public Health*, 2016, 136: 109-116
- [12] WORLD HEALTH ORGANIZATION. Tobacco [DB/OL]. (2020-05-27) [2021-04-25]. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>.
- [13] MURIMI MW, KANYI M, MUPFUDZE T, et al. Factors influencing efficacy of nutrition education interventions: A systematic review [J]. *Journal of Nutrition Education & Behavior*, 2017, 49 (2): 142-165.
- [14] WITTE K, ALLEN M. A Meta-Analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns [J]. *Health Education and Behavior*, 2000, 27 (5): 591-615.
- [15] BANKS SM, SALOVEY P, GREENER S, et al. The effects of message framing on mammography utilization [J]. *Health Psychology*, 1995, 14 (2): 178-184.
- [16] TANNENBAUM MB, HEPLER J, ZIMMERMAN RS, et al. Appealing to fear: A meta-analysis of fear appeal effectiveness and theories [J]. *Psychological Bulletin*, 2015, 141 (6): 1178-1204.
- [17] KIM J, NAN X. Temporal framing effects differ for narrative versus non-narrative Messages [J]. *Communication Research*, 2016, 46 (3): 401-417.
- [18] STOCK ML, BEEKMAN JB, GIBBONS FX, et al. It only takes once: The absent-exempt heuristic and reactions to comparison-based sexual risk information [J]. *Journal of Personality & Social Psychology*, 2015, 109 (1): 35-52.
- [19] VERELST F, WILLEM L, KESSELS R, et al. Individual decisions to vaccinate one's child or oneself: A discrete choice experiment rejecting free-riding motives [J]. *Social Science & Medicine*, 2018, 207 (6): 106-116.
- [20] ARMSTRONG KA, RICHARDS S, BOYD K. Red-hot reactance: Color cues moderate the freedom threatening characteristics of health PSAs [J]. *Health Communication*, 2021, 36 (6): 663-670.
- [21] ITTERSUM K, WANSINK B. Plate size and color suggestibility: The delboeuf illusion's bias on serving and eating behavior [J]. *Journal of Consumer Research*, 2012, 39 (2): 215-228.
- [22] WHITMARSH L. Behavioural responses to climate change: Asymmetry of intentions and impacts [J]. *Journal of Environmental Psychology*, 2009, 29 (1): 13-23.
- [23] LI ZY. Role of affective mediators in the effects of media use on proenvironmental behavior [J]. *Science Communication*, 2020, 43 (1): 64-90
- [24] BROWN BB, PERKINS DD, BROWN G. Place attachment in a revitalizing neighborhood: Individual and block levels of analysis [J]. *Journal of Environmental Psychology*, 2003, 23 (3): 259-271
- [25] GIFFORD R. Environmental psychology matters [J]. *Annual Review of Psychology*, 2014, 65 (1): 541-579.
- [26] GOLDSTEIN NJ, CIALDINI RB, GRISKEVICIUS V. A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels [J]. *Journal of Consumer Research*, 2008, 35 (3): 472-482
- [27] AYRES I, RASEMAN S, SHIN A. Evidence from two large field experiments that peer comparison feedback can reduce residential energy usage [J]. *Journal of Law Economics & Organization*, 2013, 29 (5): 992-1022.
- [28] GIFFORD R, COMEAU L. Message framing influences perceived climate change competence, engagement, and behavioral intentions [J]. *Global Environmental Change Part A: Human & Policy Dimensions*, 2011, 21 (4): 1301-1307.
- [29] LIU T, GENG LN, YE LJ, ZHOU KX. "Mother Nature" enhances connectedness to nature and pro-environmental behavior [J]. *Journal of Environmental Psychology*, 2019, 61: 37-45.
- [30] HERNANDEZ M. A conversation with Daniel Kahneman [DB/OL]. (2009-12-19) [2021-04-27]. <https://prosperitynow.org/blog/conversation-daniel-kahneman>.
- [31] KAHNEMAN D, SLOVIC P, TVERSKY A. Judgment under uncertainty: Heuristics and biases [M]. New York: Cambridge University Press, 1982: 73.
- [32] KAHNEMAN D, FREDERICK S. Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgment [M] // Gilovich T, Griffin D, Kahneman D. Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment. New York: Cambridge University Press, 2002: 49-82.
- [33] SLOVIC P, FINUCANE ML, PETERS E, MACGREGOR DG. Risk as analysis and risk as feelings: Some

投稿网址: <http://xuebaobangong.jmu.edu.cn/jkb/>

- thoughts about affect, reason, risk, and rationality [J]. *Risk Analysis*, 2004, 24 (2), 311–322.
- [34] PACHUR T, HERTWIG R, STEINMANN F. How do people judge risks: Availability heuristic, affect heuristic, or both? [J]. *Journal of Experimental Psychology Applied*, 2012, 18 (3): 314–330.
- [35] BRUIN WD, LEFEVRECE, TAYLOR AL, et al. Promoting protection against a threat that evokes positive affect: the case of heat waves in the united kingdom [J]. *Journal of Experimental Psychology Applied*, 2016, 22 (3): 261–27.
- [36] SHOENBERGER H, KIM E, SUN Y. Advertising during COVID-19: Exploring perceived brand message authenticity and potential psychological reactance [J]. *Journal of advertising*, online, 2021.
- [37] QUICK BL, SHEN L, DILLARD, JP. Reactance theory and persuasion [M] // Dillard JP, Shen L. *The SAGE handbook of persuasion*. Los Angeles: Sage. 2013: 167–183.
- [38] HAUSMAN DM, WELCH B. Debate: To nudge or not to nudge [J]. *Journal of Political Philosophy*, 2010, 18 (1): 123–136.
- [39] DE RIDDER D, FEITSMA J, HOVEN MVD, et al. Simple nudges that are not so easy [J]. *Behavioural Public Policy*, 2020: 1–19.
- [40] ROEKEL HV, REINHARDJ, GRIMMELIKHUIJSEN S. Improving hand hygiene in hospitals: Comparing the effect of a nudge and a boost on protocol compliance. *Behavioural Public Policy*, 2021: 1–23.
- [41] HERTWIG R. When to consider boosting: Some rules for policy-makers [J]. *Behavioral Public Policy*, 2017, 1 (2): 143–161.
- [42] WOJCIESZAK M, KIM N. How to improve attitudes toward disliked groups: The effects of narrative versus numerical evidence on political persuasion [J]. *Communication Research*, 2016, 43 (6): 785–809.
- [43] DUDLEY SE, XIE A. Designing a choice architecture for regulators [J]. *Public Administration Review*, 2019, 80 (1): 151–156.
- [44] 凌卯亮, 徐林. 环保领域行为公共政策溢出效应的影响因素 [J]. *公共管理学报*, 2021, 18 (2): 95–104.
- [45] Alexander M, Amanda CR, Kaitlin RT, et al. Meta-analysis of pro-environmental behaviour spillover [J]. *Nature Sustainability*, 2019, 2 (4): 307–315.

(责任编辑: 孙永泰)

The Effect of Psychological Suggestion in Behavioral Public Policy

LYU Xiao-kang¹, FU Chun-ye²

(1. Zhou Enlai School of Government, Nankai University, Tianjin 300350, China;

2. Faculty of Psychology, Tianjin Normal University, Tianjin 300074, China)

Abstract: Conventional public policies often resort to rationality and logicity while neglecting the non-rationality or suggestibility of human behavior. Ingenious psychological suggestion can directly work on the human intuitive system, which assists in implementing public policies and improving public compliance. The present study mainly summarizes the persuasive effect of psychological suggestion from two areas of public health and environmental protection to explore its advancing effect on public health and environmental protection policies so as to conclude the mechanisms of psychological suggestion on persuasion: By means of availability heuristic, affect heuristic, psychological reactance can be reduced and attitude and behaviour can be changed. Furthermore, the scope of public policy application and the effect durability of psychological suggestion can be explored to provide a new perspective of action and intervention pathway for the excellent implementation of public policy.

Key words: psychological suggestion; behavioral public policy; behavioral policy compliance; availability heuristic; affect heuristic

投稿网址: <http://xuebaobangong.jmu.edu.cn/jkb/>