

<<誰說人是理性的!>>

图书基本信息

书名：<<誰說人是理性的!>>

13位ISBN编号：9789862166727

10位ISBN编号：986216672X

出版时间：2011-1

出版时间：天下h出版股份有限公司

作者：Ariely, Dan

页数：382

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<誰說人是理性的!>>

### 前言

致讀者 丹·艾瑞利 歡迎閱讀《誰說人是理性的！》  
》全新增訂版。

從我年少時住進燒燙傷病房起，我就很清楚，人類會涉及通常與理性背離、而且有時極不完善的行動和決策。

這些年來，我嘗試要了解，我們全都會犯下的愚蠢、糊塗、怪異、有趣、而且有時危險的錯誤，希望藉由了解我們不理性的怪癖，重新訓練自己做出更好的決策。

我在「不理性」方面的理論和應用興趣，引導我走向新興的行為經濟領域，在這個領域中，我將這些怪癖納為人類行為的一個基本要素。

在我的研究裡，我檢視各種人類缺點，詢問諸如以下的問題：如果某樣東西是「免費」的，為什麼我們會變得極度興奮？

在我們的決策中，情緒扮演什麼角色？

拖延是怎麼和我們玩遊戲？

我們奇怪的社會標準有哪些功能？

我們為何執著於錯誤的觀念，即使證據顯示事實正好相反？

嘗試回答這些問題，讓我得到無限的樂趣，它所帶來的新領悟，已經改變了我的公私生活。

我同事和我所做的實驗，協助我們發現，受試者（以及包括我們自己在內的一般人）為何無法適當地推理。

嘗試了解我們為何會這樣行事，是令人滿意的，此外，和同樣好奇自身決定的人們分享我們的研究結果，是件很有趣的事。

然而，在二〇〇八年金融危機之前，我試著詳細闡明我們的構想、實驗和研究結果的含意時，遇到許多障礙。

例如，我在一項會議做完簡報後，一位我稱之為「邏輯先生」的人強留住我談話（多年來我曾經和許多人爭辯，此人便是那些人的綜合體）。

「我喜歡聽你說明，你在實驗中證明的各種小規模的不理性行為，」他告訴我，並遞給我名片。

「它們相當有趣，是適合在雞尾酒會談論的精彩故事。」

他停頓了一下。

「但是你不了解，事情在真實世界裡的運作方式。」

顯然，在論及重要決定時，這一切不理性都會消失，因為當事情真的很重要時，人們會先仔細思考手邊的選擇，然後才會行動。

而且當然，談到股市這個十分仰賴『決定』的地方，這一切不理性都會消失，理性會佔上風。

」持這種觀點的人，並不僅限於芝加哥經濟學家，也就是理性經濟思想的菁英。

我對於沒有受過經濟學特別訓練的人們普遍抱持這種觀點（我甚至敢稱之為灌輸），往往感到相當訝異。

不知為何，在我們對周遭社會、世界的理解中，基本的經濟學概念，以及對整體理性的信念，已經變得根深柢固，因此各行各業的人們似乎都把它們視為基本的自然法則。

談到股市，理性和經濟被認為是最佳拍檔，就像好萊塢銀幕情侶弗雷·亞斯坦（Fred Astaire）和琴速·羅傑斯（Ginger Rogers）一般。

每當我遭遇這類批評，我會試著進一步追根究柢，詢問為什麼每次人們在股市中做決定時，對於理性的信念就會顯現出來。

我的談話夥伴通常會試著耐心說服我接受他的想法。

「你不了解嗎？」

」邏輯先生會說，「如果要考慮的金額很多，人們會特別認真思考手邊的選擇，並且盡全力充分提高收益。」

」我會反駁說：「盡全力，和能夠做出最佳決定，兩者並不一樣。」

那些把所有的錢投入自家公司股票，沒有充分多樣化投資，結果損失慘重的個別投資人呢？

## &lt;&lt;誰說人是理性的!&gt;&gt;

快滿六十歲，卻還沒有加入退休計畫的人呢？

他們放棄了公司提撥的錢，因為一到六十歲，他們幾乎馬上就可以一併領取公司相對提撥的金額！

」 他會勉強同意：「好，的確，有時候有些個人投資人會犯錯。

但是根據定義，專業投資人必須理性行事，因為他們經手鉅款，而且拿人薪水，任務就是充分提高收益。

此外，他們在競爭的環境中工作，這種環境讓他們保持警覺，並且確保他們總是會做出符合規範的決定。

」 我斜眼看他：「你真的想要爭辯，只因為專業投資人以最符合本身利益的方式行事，他們就絕不會犯下重大錯誤？

」 邏輯先生會冷靜地回答：「並非一直都是如此，但整體而言，他們會做出符合規範的決定。

某個人會在這方面犯下隨機錯誤，另一個人會在另一方面犯下錯誤，整體來說，這些錯誤會互相抵消，使市場定價保持最佳狀態。

」 話談到這裡，我必須承認，我的耐心已開始逐漸喪失。

我會問：「是什麼原因讓你認為，即使是專業投資人，人們犯的錯也只是隨機性質？

想想安隆的例子，安隆的稽查人員涉及重大的利益衝突，最後促使他們對公司裡發生的事情睜一隻眼閉一隻眼（或者可能完全視而不見、塞住鼻子、掩住耳朵）。

再想想財務經理的獎勵方案：客戶賺大錢，他們就賺大錢，但若是客戶慘賠，他們絲毫不受影響，這該怎麼說？

在這種環境中，方向偏離的獎勵和利益衝突很普遍，人們很有可能會一再犯下同樣的錯誤，這些錯誤不會相互抵消。

事實上，這些錯誤是最危險的，因為它們絕非隨機，而且整體來說，對經濟可能極具破壞力。

」 這時，邏輯先生會從理性彈藥庫中拿出最後的武器，提醒我套利的力量，也就是排除個人錯誤所造成的影響，並且使整體市場充分理性行事的神奇力量。

套利如何校正市場？

當市場自由、沒有磨擦，而且即使大多數投資人是非理性的，也會有一小群超級聰明、理性的投資人利用別人的錯誤決定（例如，他們可能會買下那些錯誤低估股價者的股票），在爭奪大餅的過程中為自己賺大錢，同時使市場定價恢復理性和正確的水準。

邏輯先生會洋洋得意地告訴我：「套利可以解釋，為什麼你的行為經濟學觀念是錯的。

」 可惜的是，套利並不是我們可以實際測試的概念，因為我們無法操作某個版本的股市，這個股市包含像你我這種普通人，然後又操作另一個版本的股市，這個股市包含普通人，再加上一些極為特別、超級理性的投資人，也就是每天拯救金融世界遠離危險，同時保持「克拉克·肯特」（Clark Kent）化名身分的超人。

但願我可以告訴你，我經常成功說服談話對象接受我的觀點，但是在幾乎所有的情況中，有一件事情變得非常清楚：我們彼此都無法改採對方的觀點。

當然，我在和標準的理性經濟學家辯論「非理性」主題時，會遇到最大的難題。

這些經濟學家對我的實驗資料漠視的程度，和他們對「理性」幾近宗教崇拜的程度不相上下。

（如果亞當·斯密「看不見的手」聽起來不像上帝，我不知道什麼聽起來像上帝。

）芝加哥兩位傑出經濟學家，史蒂芬·列維特（Steven Levitt）和約翰·李斯特（John List）簡潔地表達了這種基本觀點。

他們指出，事實顯示，行為經濟學的實用性充其量是微不足道的：或許行為經濟學面臨的最大挑戰，是證明它在真實世界的適用性。

在幾乎每一個例子中，實驗室都會得到最強大的實證，證明人類行為的非理性。

但是有許多理由可以懷疑，這些實驗結果可能無法類推到真實的市場&hellip;&hellip;例如，市場的競爭性質鼓勵個人主義行為，並且選擇具有那些傾向的參與者。

因此，相較於實驗室行為，市場力量和經驗的結合，可能會減少這些特質在日常市場中的重要性。

考量到這種反應，我通常會抓頭納悶：為什麼會有這麼多聰明的人相信，如果是關於金錢的重要決定，非理性的行為就會消失。

## &lt;&lt;誰說人是理性的!&gt;&gt;

為什麼他們會假設，機構、競爭和市場機制，可以讓我們避免錯誤？

如果競爭足以克服不理性，它不也可以消除體育競賽中的打架鬧事，或是職業運動員的不理性自毀行為？

所謂「牽涉到金錢和競爭的環境可能會讓人們更理性」的說法，究竟是怎麼一回事？

主張「理性說」的人難道認為，我們有各種不同的腦部機制，一個可以做出大型或小型決定，另外還有一個又一個機制可以用來處理股市？

或者，他們深深相信，看不見的手和市場的智慧，會保證所有情況下的最佳行為？

身為社會科學家，我不確定，哪個說明人類在市場中的行為理論（理性經濟、行為經濟，或其他理論）最好，我真希望我們可以安排一連串實驗來釐清這一點。

不幸的是，由於根本不可能對股市進行任何實際實驗，我還是一樣疑惑，為什麼有人深信市場的理性。

此外，我一直很想知道，我們是否真的想要根據這種基礎，建立我們的金融機構、法律制度和政策。

當我自問這些問題時，有一件重大的事情發生。

就在《誰說人是理性的！

》一書出版後不久，也就是二〇〇八年年初，金融界就像科幻電影裡的情節一樣，遭到粉碎。

二〇〇八年十月，備受推崇的前聯邦準備理事會（Federal Reserve）主席葛林斯班（Alan Greenspan）告訴國會，他很「震驚」市場未如預期運作，或是在理應自動自我修正時這麼做。

他說，他犯了一個錯誤，這個錯誤，就是假定組織，特別是銀行和其他企業的自我利益，會讓他們能夠保護自己的股東。

就我而言，我感到震驚的是，葛林斯班一向極力主張解除管制，而且深信要讓市場力量自行其是，如今他竟然會公開承認，他對「市場理性」的假設是錯的。

在他作這項告白的幾個月前，我根本無法想像，葛林斯班會說出這樣的話。

我除了確認自己的主張是正確的，同時也認為，葛林斯班坦承錯誤，是向前邁出重要的一步。

畢竟，他們說，邁向復甦的第一步，是承認自己有問題。

儘管如此，還是有很多人付出高昂的代價後才了解到，我們並不像葛林斯班和其他傳統經濟學家所認為的那麼理性，這個代價就是失去房子和工作。

我們學到的是，若只仰賴標準經濟理論做為建立市場和機構的指導原則，事實上可能很危險。

顯然，我們所有人犯下的錯誤，絕不是隨機發生，而是人生狀況的主要部分。

更糟的是，我們在判斷上的錯誤，會在市場中集結起來，產生彷彿地震、而且沒有人知道發生什麼事的情節。

（哈佛大學經濟學家、同時也是我認識的人當中數一數二聰明的艾爾·羅斯（Al Roth），在概述這個議題時說：「理論上，理論與實務之間沒有差別，但實際上差別很大。

」）在葛林斯班出席國會聽證會幾天後，《紐約時報》專欄作家大衛·布魯克斯（David Brooks）寫道，葛林斯班的自白，「&hellip;&hellip;」等於是行為經濟學家以及把複雜的心理學帶進公共政策領域的其他人初次進入社交界宴會，至少，這些人有表面上講得通的理由可以解釋，為什麼有這麼多人對於自己所冒的風險，會有如此錯誤的看法。

」突然間，一些人好像開始了解，對於小規模錯誤所進行的研究，並不只是飯桌上軼聞趣事的來源。

我感到無罪一身輕。

對整體經濟而言，這是令人極度鬱悶的時刻；但是對所有個人而言，葛林斯班態度的轉變，為行為經濟學，以及願意學習和改變思維及行事方式的人們，創造了新機會。

危機就是轉機，或許這項悲劇會使我們最後接納新構想，並且如同我期望的，開始進行重建。

在部落格和電子郵件時代寫書，絕對是一大樂事，因為我不斷得到讀者的反應意見，這使我重新考慮和重新思索人類行為的不同層面。

我也和讀者們進行一些非常有趣的討論，例如關於行為經濟學以及金融市場發生的事情之間的關聯，以及與日常不理性行為相關的任何主題。

在本書最後，我提供一些關於某些章節的反思和軼事，以及我對金融市場的想法 | 是什麼因素讓



## <<誰說人是理性的!>>

我們陷入這種困境、要如何才能夠從行為經濟學的觀點了解這種困境，以及如何脫離。

但是首先，讓我們探索自己的一些不理性行為。

導讀 重新思考，找到自我的平衡 黃復華 這幾年在行銷傳播業界，有一個常用流行語：Insight（洞察），意指對於消費者或其消費行為背後的成因或決策過程有更深一層的理解及認識。

為什麼Insight會成為顯學，原因有二：一、除了少數很新的產品/服務類別（例如：WiMax），絕大多數的產品及服務均已存在且為消費者所熟悉，即使尚未進入某類別（例如：數位攝影機），也很容易能從周遭的人脈及網路上獲取資訊；而即使有「全新」產品上市，基本上也是在原有的基礎上，加入新的功能。

因此，總體而言，消費者的接觸、理解、經驗、蒐集資訊、評比及決策能力，相較於過往，大幅增加！

二、在這樣一個資訊快速流通的世界，口碑與使用經驗愈來愈重要，如果還是只靠著曇花一現式的煙火表演，或是人云亦云式的跟隨等傳統式思維，絕對無法在競爭愈來愈激烈，而消費者卻愈來愈精明的狀況下殺出重圍。

唯一的方法，就是真正認識你的顧客，亦即那些曾經或正在購買你產品的人；也要去認識你的消費者，就是那些曾經或正在購買你競爭對手產品的人。

這裡所謂的「認識」，不是只作幾場市場調查或座談會，不只是一場結案報告的簡報，不是那些統計圖表和數字，而是背後所代表的意含，這些通常很難藉由市場調查研究而能窺其全貌，需要整個企業組織，而非僅由行銷部門，藉由各個與消費者接觸到的管道，蒐集、整理、分析所有的資訊，包括理性與非理性，再將其拼接成為一幅專屬你企業、品牌與消費者/顧客的圖像。

由此，你才有基礎能夠：一、分辨競爭對手對你的影響，是在門口叫囂或是已經登堂入室？

二、了解你的顧客對你的感覺，是興奮期待，或是已感到乏味？

三、了解目前的行銷規劃與投資，是恰如其分或是資源錯置？

四、思考企業與品牌的未來發展，是自己一廂情願或是能夠和顧客/消費者的需求與期待緊緊相連？

對企業而言，這是一個關鍵的課題。

而本書正是由科學實證的角度，以行為經濟學，又名「判斷與決策理論」為架構，同時涉及心理學及經濟學。

以經濟學來研究人類在各種事物的理性判斷與決策；而以心理學來探討人類在人生中各種事物的非理性部分，所造成最後判斷及決策的影響。

當我們可以了解並解讀那些非理性的行為背後的原因時，我們抓到「Insight」的能力及精準度才能提昇。

作者舉出很多在生活中的淺顯例子，為讀者不僅是在生活面向，更可以在商業及政策面帶來啟示。

第一章：相對性的真相 提出「所有事情都是比較得來」的觀點，我們看待身邊事物時，總是根據它們與其他事物的相對關係來評斷。

誘餌效應很有趣，記得，沒事不要邀請別人參加你的約會。

第二章：供需的謬誤 提出銘印（Imprinting）、初始價格、定錨點（Anchor）、任意連貫性、從眾（Herding）、自我因循（Self-herding）等論述，以說明我們的認知及習慣是如何形成的，而這一個重新思考我們生命中的銘印及定錨點的過程，能夠幫助我們改善自己，改善人我關係。

第三章：零成本的成本 害怕損失以及貪小便宜是天性，聰明的廠商以此設計包裝了新的行銷手法——免運費、免服務費、免費入場、零熱量，其實，政府也可以運用來推動一些公共政策。

免費真是有神奇的魔力！

第四章：社會規範的成本 藉由很多有趣的例子來說明社會規範及市場規範如何操控我們的感受及判斷。

而在企業經營方面，社會規範及激勵是一個值得研究的領域，它可以融入企業文化、品牌精神而成為你的資產。

第五章：性興奮的影響 我想這一章由你自行探索，效果會更好。

## <<誰說人是理性的!>>

第六章：拖延和自制力的問題 因為人性中的拖延與自制力的不足，造成了相當多的社會與經濟問題。

作者建議用折衷及自制參與的方式來協調企業及消費者兩端，可謂創見。

其中向大銀行獻策的故事，發人深省。

第七章：所有權的昂貴代價 由於某人的屋頂是另一個人的地板，人事物的所有權及價值取決於每一個人的觀念及信念，因此不可能會一致。

而所有權在現代的競爭壓力之下，也是一個陷阱及無可救藥的毛病，唯有冷靜清心以對。

第八章：不願關上門的結果 通常在我們不確定哪一個選擇是對的時候，都會拖延並拚命希望保有各種選擇的機會。

但結果不是疲於奔命，就是錯失良機。

這在我們人生中的例子有很多：戀情、事業、健康、子女童年等等。

或許智慧的取捨就是刻意關上幾扇門。

第九章：預期心理的效應 通常我們先入為主的印象會矇蔽我們的認知。

而藉由重作Pepsi Challenge的活動實驗，運用現代化的儀器——核磁共振造影來確切了解喝不同品牌飲料時的大腦活動。

非常有趣的發現。

對於品牌的力量有疑慮的人，必讀。

第十章：價格的力量 解釋了正向思考及制約所扮演的暗示力量，進而讓安慰劑發揮預期心理的作用。

也揭露出人類由心靈控制身體的不可思議，以及即使在科技文明是人類歷史上最強的現代，我們對於頭腦與身體的關聯理解仍然是剛剛起步而已。

讀後，有幾點心得與你分享。

一、非理性的部分，也就是我前面所提的「Insight」在現代的企業經營及行銷非常重要。

它是企業與目標市場的接軌點，也是行銷策略規劃的起始點。

有好的洞察，才可能邁向成功。

二、理性與非理性其實也是相對的。

我們每一個人的理性，都是來自於教育、家庭、經驗等人生的歷練而逐漸成形的，重點是，我的理性（我所認為的理所當然）很可能在別人的眼中是不理性的，反之亦然。

因此，如何超越理性與非理性的爭辯，進而體認到人性是兩者的總和，如何深入了解進而調和彼此，是我們的功課。

三、我們每個人都會有自己各式各樣的銘記、定錨點，也因此，一定會有先入為主的觀點或甚至偏見，如果再加上自以為是的態度，就成了傲慢。

在這個網網相連的新世界裡，我們其實擁有前所未有的機遇，更多的豐富性、多樣性及可能性發生在各個層面之中。

但相對也帶來艱困的挑戰，不論是文化的、市場的、宗教的、政治的、經濟的，都在在從我們生活中隱性的位置，逐漸往前更強烈的影響我們。

在這個時刻，最重要的就是要有反省與重新思考的態度。

唯有重新思考解讀世界，認識自己、認識別人，放下成見、放下立場，才能找到自我的平衡、人際的和諧與企業發展的新契機！

## <<誰說人是理性的!>>

### 內容概要

任何行為都值得檢視，你沒有你想得那麼理性。

藉由行為經濟學，  
了解我們天生不理性的怪癖，重新訓練自己做出最好的決策！

接受不理性，才是理性的開始！

我們如何看待錢這件事？  
為何免費常讓人更花錢？

為何人們會採用自己其實負擔不起的抵押貸款？

銀行家該拿多少薪酬？  
非理性如何引導我們的決策？

為何我們就是無法未雨綢繆？

《誰說人是理性的！》  
》，這本長踞《紐約時報》、《華爾街日報》、《出版人週刊》暢銷排行榜著作，出了全新增訂版！

作者丹·艾瑞利，杜克大學行為經濟學家，深切探索人類在做決策時，背後究竟隱藏什麼力量，其中包括造成金融危機的因素。  
針對人們不理性的行為如何導致2008年的金融危機，以及影響我們日常生活，艾瑞利運用大量有趣且立意新穎的心理學實驗，提供獨到的見解，告訴你如何趨吉避凶，克制自我不理性的傾向，極大化個人的幸福指數。

## <<誰說人是理性的!>>

### 作者簡介

丹·艾瑞利 ( Dan Ariely )

18歲時的一場爆炸意外，讓艾瑞利全身皮膚70%遭灼傷，住在燒燙傷病房達三年之久。

身穿彈性衣、頭戴面罩的他，活像個行動不便的冒牌蜘蛛人。

在這段漫長、無聊、而又痛苦不堪的歲月裡，他發展出觀察人類行為的興趣，滿身疤痕的他最後終於成為一名行為經濟學家。

艾瑞利是杜克大學行為經濟學教授，同時也在該大學福古商學院、認知神經科學中心、經濟學院，以及醫學院擔任教職。

艾瑞利擁有認知心理學博士及商學博士頭銜。

他的文章曾發表在重要的學術期刊，以及許多大眾媒體上，包括《紐約時報》、《華爾街日報》、《波士頓環球報》、《科學人》雜誌，以及《科學》期刊。

艾瑞利曾接受CNN、CNBC專訪，也在「美國公共媒體」

( American Public

Media ; APM ) 《市場》 ( Marketplace ) 節目中擔任評論家。

艾瑞利目前與妻子及兩名子女住在杜克大學所在地北卡羅來納州的杜罕市 ( Durham, North Carolina ) 。



## <<誰說人是理性的!>>

### 書籍目錄

#### 推薦序

發掘影響消費者決策的「隱性動力」 / 黃晴雯 (太平洋SOGO百貨董事長)

海嘯崩壞後的清醒之聲 / 陳樂融 (鷗業新媒體首席創意長)

#### 導讀

重新思考, 找到自我的平衡 / 黃復華 (奧美集團執行長)

#### 致讀者

前言 一場意外傷害領我走入人類的非理性層面

#### 第1章 相對性的真相

為何我們那麼愛比較?

#### 第2章 供需的謬誤

珍珠的價格誰說了算?

#### 第3章 零成本的成本

為何免費讓你更花錢?

#### 第4章 社會規範的成本

為何人們樂於自發行事, 不喜歡拿錢辦事?

#### 第5章 性興奮的影響

為何高張的情緒讓我們失去理智?

#### 第6章 拖延和自制的問題

為何我們不能讓自己為所欲為?

#### 第7章 所有權的昂貴代價

為何我們會敝帚自珍?

#### 第8章 不願關上門的結果

為何選擇太多會讓人偏離目標?

#### 第9章 預期心理的效應

為何心誠則靈?

#### 第10章 價格的力量

為何貴的阿斯匹靈比便宜的阿斯匹靈有效?

#### 第11章 品格的問題 ( )

人為何會不誠實?

有何對策?

#### 第12章 品格的問題 ( )

為何使用現金會讓我們更誠實?

#### 第13章 啤酒與免費的午餐

## <<誰說人是理性的!>>

行為經濟學是什麼？  
免費的午餐又在哪裡？

關於某些章節的反思和軼事  
關於次級房貸危機及其後果的一些想法  
誌謝  
貢獻者名單  
參考書目與延伸閱讀

## <<誰說人是理性的!>>

### 媒体关注与评论

「當我們可以了解並解讀那些非理性行為背後的原因時，我們抓到「insight」（洞察）的能力及精準度才能提昇。

作者舉出很多生活中的淺顯例子，為讀者不僅在生活面向，更可以在商業及政策面帶來啟示。

」&mdash;&mdash;黃復華（奧美集團執行長） 「不管您贊成『理性消費』或『感性消費』，相信讀者都可從丹．艾瑞利的這本新書中找到答案！

」&mdash;&mdash;黃晴雯（太平洋SOGO百貨董事長）

<<誰說人是理性的!>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>