

心理邏輯

參考資料：《大象為什麼不長毛》方舟子著，海豚出版社，2010。

請回答以下問題：

- 1、一張 100 元鈔票和 10 個十元硬幣，價值相同嗎？
- 2、一張新的 1000 元和一張沾滿污垢的舊 1000 元鈔票，哪一張比較值錢？

或許你會說，這有什麼好問的？當然是相同嘛！因為不管是紙鈔還是硬幣，只要面值相同，價值當然就是相同的。再者，只要是面值相同的紙鈔，不管是新的還是舊的，購買力都是相同的。這麼簡單的道理，還問什麼問？

可是事實上真的是這樣嗎？以上的說法是以數學邏輯思考的，但是在人類的心理還另存在一個心理邏輯。例如，就算是面值相同，但很多人總是討厭把 100 元的整鈔兌換成硬幣零錢，這樣的心理稱之為「面值效應」。事實上就是，相較於一張大面額的鈔票，會比小面額的花得更慢一些，即使它們的價值是相同的。還有，一張新的鈔票也比髒髒舊舊同樣面額的爛鈔票花得慢一些，這種對鈔票品項的興趣要遠大於印在鈔票上面值的心理，稱之為「面相效應」。

2013 年 10 月發表在《消費研究學報》上的論文，二位加拿大專家設計了一系列的實驗來驗證：

第一個實驗，招募了受試者玩一種字母遊戲，將一個單詞中的字母調換順序來得出一個新單詞，全部題目答對了 80% 以上的就算過關(不難)，可以當場得到 10 美元現金的獎金。當他們實驗完領到錢離去前，實驗主持人建議他們押手上的 10 元挑戰再玩一題，如果成功可得 20 元，如果失敗，押金 10 元就被沒收，玩不玩自己決定，不玩的話拿著手上的 10 元就可走人。結果是：當拿一張全新的 20 元在他們眼前晃的時候，超過 2/3 收到舊 10 元錢的人選擇賭一把，拿到新 10 元錢的人只有不到 3/10 願意再玩一把。

第二個實驗，帶受試者去購物，拿到 20 美元新鈔的人花錢速度要比拿到 4 張 5 美元舊鈔的人明顯慢得多。而拿到皺巴巴 20 美元舊錢的人花錢速度則要比拿到 4 張 5 美元新鈔的人快得多。這個結果暗示了「面相效應」要比「面值效應」來得更強大。

第三個實驗，專家們發現，那些被要求用 8 美元購物的人有更強的欲望把一張不再新的 10 美元鈔票破開，而不是把更小面額的新錢湊起來花。

論文的結論說，一張新錢對於持有者而言是自尊和驕傲之源，與新錢分離會讓持有者心疼肉也疼，也就是說鈔票的品相可以改變人們的消費行為！

心得：

這是一個有趣的實驗。憑良心說，好像我們自己也會有這樣的心態，總是希望把身上的破舊紙鈔趕快花出去。。

在此特別提醒同學，我們也要從此研究中學習和體會，如何去設計一個巧妙的實驗來驗證一個假設現象是否存在。還有，不妨想想自己能不能設計出不同，但更簡單的實驗方法驗證同樣的現象？這可是一個很好的自我磨練機會啊！