

# 【推出你的影響力】讀後感

## 一、前言

本書的英文原名是「Nudge」，原來的意思就是用手肘輕輕地碰觸對方，以達到提醒或推動的作用。這是一種極微細小、看似若有似無之力，不可能推動對方之力。期望透過這種微小的力量，卻可以在關鍵的時刻點，發揮出最大的影響力，使人們作出正確的選擇。

本書一開始提到學校營養午餐的事務，藉由不同的食物排列組合選擇，卻可以影響學生在選擇午餐食物時有著不同的選擇。可因小小的因素卻有著大不同的結果。這種影響學生的選擇且不會帶來負擔的影響力就是一個本書所說的推力。當透過推力使學生選擇對他們有益的選擇，便產生了一個新的運動「自由家長制」。

自由家長制可拆解成兩個部分來看，自由與家長制。自由指每個人都可隨個人的意思自由表達選擇自己的意見或做自己想要做的事，甚至遇到與自己意思不相同時，也可自由地選擇退出，絲毫不受別人的意見所左右。家長制指透過政策影響人們的選擇，使人們過得更好的生活。如同每位家長會對自己的小孩做出影響力，使小孩達到自己想要的目標與結果，發揮影響他人決策的一種模式。自由家長制就是一種相對微弱，不是用強硬手段的方法。

再來本書談到將人們分為一般人與經濟人。一般人是自由自在地

按照自己的意思不加以思索來做出選擇與決定，這個選擇與決定或許是可以預期的錯誤，但人們卻還是朝這個方向走，而經濟人卻是理性經過思考後才做出選擇與抉擇。不論是一般人或是經濟人都可能產生推力，無意識的影響你我之間。

本書在接下來的章節中用許多案例來探討「推力」，探討人們如何用推力來影響他人或是被他人影響。並且該如何善用這種推力來使人們、社會甚至是國家有更好的發展。

## 二、推力影響與被影響、運用與反對

### (一)一般人與經濟人

當我們在做任何選擇或任何決策時，往往會陷入不知該如何是好、選擇兩難的情況，這時就需要推力，也就是別人的給你一個關鍵的影響力。那人們何時需要影響力，影響力需要多大，多久需要影響與被影響別人，有一定的固定時間與頻率嗎？答案當然是否定的。有些人遇到需要選擇的時候，阻力與困難點並沒有那麼大，可藉由自己的力量或別人輕輕的一推就可以迎刃而解，絲毫不費吹灰之力。但有些人遇到需要選擇的時候，阻力與困難點並沒有想像中的那麼小，需要別人的出手與大大相挺才可能做出選擇。有些人需要推力的頻率並不高，因為他可以藉由自己的能力來解決；但有些人需要推力的頻率就是比別人高一點，因為他並沒有或是擁有較少自己可以解決能力。

為何人們會有這種不同的情況出現，因為有些人原因就可能如在前言所述的分為一般人與經濟人。「一般人」在做出選擇與決策是自由自在地按照自己的意思不加以思索來做出選擇與決定。如一般人在購買東西時，常會不假思索的大買特買，看見自己喜歡的就拿，自己喜歡的就買，也不管買了到底有無用處，是否真的有需要用到這樣東西。往往會因看到商品的外觀形狀及包裝就陷入不自覺的衝動大買特買，買了一堆後才發現自己並不是很需要這樣商品。但經濟人就不一樣了。經濟人則是會理性客觀的購買商品，他們會認真的思考項商品是否真的在平日的生活中所需要用到的，該買的時候才買，不該買的時候就不該買，會有自己的主張思考與選擇，並不會隨著其他因素起舞。又好比在選擇吃的食物時，一般人常會因別人或者是網路部落客與電視節目的介紹影響而一窩蜂地前往購買嘗鮮，或許是此項食物真的有如評論所說得如此美味，但對人的健康卻不見的有益處，反觀經濟人雖可能也會去嘗鮮與品嚐，但他們會因自己思考或者是為了自己的身體健康著想來購買，鮮少受到別人的影響。

## (二)選擇設計

預設值的設計，是把即將要做選擇、要做出決定的人們輕輕地推向設計者他所想要的方向，過程中並沒有採取任何強迫、威脅的手段，畢竟任何的消費者有選擇取消選擇的自由。

本書中，作者為了想要幫助閱讀者的印象，他將選擇設計的原則共六點用詞來稍微改變順序重組一下就變成了推力(NUDGES)。第一個為N(iNcentives)也就是誘因。通常每位選擇設計師會提出不同誘因，每個人的誘因也不盡相同。針對不同的情況，當然誘因也有所不同。例如要賣一項商品，假設它有夠好的誘因來吸引消費者，或許消費者就會願意提出高的價格來購買該項商品或購買較多數量的商品。第二個為U(Understand mappings)也就是瞭解對應關係。某些時候的選擇有很多的多樣性，當然選擇自己所想要的便可以了。在你選擇這方案時，對方也會給你適當的回饋與反應。或許不需要考慮得太多，一個反應一種適當的對應關係，或許就是這麼的簡單。第三個為D(Default)也就是預設值。當我們在面臨選擇時，往往或許不知該選擇哪種選擇才好，覺得選這個不對，選那個也不對，也許就會接受預設值。預設值的選擇結果不管最後的結果是好的還是壞的，對面臨選擇的人們而言，這樣或許是最輕鬆、也最不費力氣的選擇吧。第四個為G(Give feedback)也就是提供反饋。當選擇一個方案或道路，你也也會想知道到底這個選擇是否正確，是否有達到想要的結果，此時若是有人可以提出反饋，這樣就可以輕鬆地知道到底是否做得好不好，選擇的正不正確。第五個為E(Except error)也就是預期錯誤。人在選擇時，不可能永遠選擇的都是正確的，一定多多少少會有選錯的機

會。假設可以事先預期選擇此種方法可能會出現的錯誤與情形，在真正要做出抉擇時便可以減少出錯的機會，也可以包容選擇後會發生的錯誤。最後為 S(Structure complex choices)也就是安排複雜的選擇。在選擇時不可能只有簡單情況而已，也許會面臨到想也想不到的複雜情況，此時只好只能做出取捨。也許過程較長較複雜，也許有好的結果；反觀，過程較短較簡單，或許所得到的結果卻不盡理想。複雜的選擇，也需要較多的方案來應對。如果高明的選擇設計師好好善用這些推力，相信這些推力應該可以改善一般人他的選擇結果。

### (三)反對意見

雖然一份推力可以幫助人們選擇或者是有往前的動力，但是推力真的是每個人都需要、每個人都贊同的嗎？答案當然是否定的。有認同推力當然就會有反對推力的聲音出現。反家長制的人就反對推力的其中之一。前面提到過家長制指透過政策影響人們的選擇，適度的干預或許是好的，但是過大的干預反而是不好的。說不定會假藉著要對你好，實質上是要控制你，讓你做出你自己不太想要的選擇於決定。例如，假設人們允許政府透過一些政策或者是資訊來宣導某些政策議題，久而久之，政府就會直接對你做出影響，甚至進一步來操控你。就算你不想被控制、被影響也不太可能，因為你已經沒有不受到影響的反對力量了。

那你也可以說那我不要影響別人，那別人也不要來影響我，保持在中立的情況，這有可能嗎？雖然說百分之百的中立狀況對人們來說是不太可能的，但是處於某種狀態下的中立，或許也是可行的。推力是否對人有幫助，就要看被影響的人是否可以從中的到益處了。

#### (四) 案例探討運用

如果我們說一個推力可以影響別人行為，甚至可以影響別人來做出決定，那麼推力是否有可能可以來影響整個社會，答案當然是肯定的。我們也可以從接下來的案例來探討推力如何影響社會。

首先是環境保護的案例。隨著科技的進步，人們的生活方式也愈來愈方便，也愈來愈進步，但隨之而來的是對環境的污染與破壞。為此，各國政府開始擬定些政策來減少對環境的破壞，如減少二氧化碳的排放。政府為了減少空氣汙染，運用各種的媒體或宣傳，甚至提供購買新車可以領取補助，積極的推動老舊車輛的汰換。政府也可制定法源來限制汙染的排放，短期而言或許是有用處的，長期來說還有待觀察。人們也可以彼此互相提醒或勸阻以達成減少汙染的排放量。雖然一開始施行效果不好，但是藉由政策實施與彼此的互相影響，慢慢發揮影響的推力，相信對環境的保護有相當的幫助。

「婚姻」近幾年也是相當火紅的議題。傳統的社會認為婚姻應該是由一男一女所組成建構一個家庭，但現在開始也有人提倡同婚。傳

統的觀念認為結婚應由男女共同組成，甚至應該也要有小孩才算是一個完整的家庭與婚姻，如果不是這樣就不算是婚姻。贊成同婚的人以往不敢表達自己的意見，但隨著現代社會的改變，也慢慢地敢表達自己的意見，也敢站出來。為此他們站在街頭上宣傳理念、遊行或者是藉由網路的傳播來影響別人對同婚的看法。隨著次數的增加，政府也關注到了這個議題，也開始討論現行的法律是否需要修正，甚至也有專法討論的聲音出來。

當然可探討的案例不只這些。往往問題的形成一開始都不是那麼的起眼，也沒有人關注。一旦有人率先發起，他就會發揮他的影響力與推力，雖不至於能完完全全可改變別人對此議題的看法，但別人也許因此就會較深入的瞭解，進而也去影響別人的看法，甚至是影響到政府制定相關的政策。千萬不要天真地以為推力可以解決所有的問題，那絕對是不可能的，唯有藉由提供相當的資訊與反饋，適時地扮演選擇設計師的腳色，就能在適時的關鍵推出不同以往的影響力，善用這種推力可使人們、社會甚至是國家有更好的發展。

### 三、結語

在讀完本書的同時，你也可以瞭解什麼是推力，推力可以帶來哪些影響，人們真的需要推力嗎。到底推力是否對個人，甚至是整個社會帶來益處，或者是有不好的影響，我們可從中一探窺知。

每個人在平常的日常生活當中，一定會碰觸到許許多多不知該如何抉擇時，選這個不對，選那個也不對的時候。當站在這個猶豫不知如何選擇與決定時，假設若有一個人在適當的時機給你一個的適當建議或方針，便可使你不再猶豫，進而跨出一步做出選擇與決定。像似處於在一片黑暗之中，伸手不見五指，進而感到慌張不知所措時，遠方突然出現一盞明燈，引導你走出黑暗。

當然作出決策你可以理性的思考做出決定，或者是憑自己的直覺、第六感作出決定。這沒有一個正確的答案，全憑你個人的喜好而走。相信只要有適當的推力，便可使人們在抉擇中做出較適當的選擇。

那你也許會說我不需要影響別人，我也不想被別人影響，沒錯，這當然是可以的，因為每個人都是一個獨立的個體。但是真正可以得到的人有多少，卻不得而知。不需要用強迫、硬逼的方式來影響別人，也不需要妨礙別人做出選擇的自由，一切自然而然的發生，在適當的時機扮演選擇設計師，自然就會形成一股推力，推出以往不同的關鍵影響力。

參考文獻：

理查·賽勒、凱斯·桑思坦著；張美惠譯，2014，推出你的影響力