

[opis]

Przewrotna książka, zachęcająca nas do odkrywania magii, która pojawia się, kiedy tylko trochę bardziej zaufamy naszej własnej kreatywnej intuicji

Aby być genialnym, trzeba być irracjonalnym - przekonuje Rory Sutherland, legenda reklamy i TED Talks.

Dlaczego napój Red Bull jest tak popularny, chociaż wszyscy nienawidzą jego smaku? Dlaczego dzięki peronowym tablicom odliczającym czas pozostały do odjazdu pociągu mniej nas denerwują opóźnienia? I dlaczego wolimy, gdy pasta do zębów jest... pasiasta?

Uważamy się za istoty racjonalne. A ekonomia i biznes opierają się na założeniu, że podejmujemy logiczne decyzje w oparciu o dowody. Ale wcale tacy nie jesteśmy. W wielu kluczowych obszarach naszego życia rozum odgrywa naprawdę znikomą rolę. Przyciąga nas to, co piękne, ale i to, co ekstrawaganckie, nadmierne, dziwaczne, absurdalne – od kosztownych zaproszeń ślubnych po maleńkie buteleczki zawierające najnowsze perfumy. Jeśli więc chcecie wpływać na wybory dokonywane przez ludzi, musicie ominąć rozum. Najlepsze pomysły nie mają bowiem racjonalnego sensu: sprawiają, że bardziej czujemy, niż myślimy.

[rec]

„To przełomowa książka, mądra i przy tym niezwykle zabawna. Rzeczywistość jest dobrze poukładana, często ujawnia swoje sekrety praktykom, choć prawie nigdy teoretykom, czego psychologowie, ekonomiści i osoby, które nie podejmują osobistego ryzyka, nie są po prostu w stanie zrozumieć. Koniecznie kupcie dwa egzemplarze tej książki – na wypadek gdyby jeden wam ukradli”.

Nassim Nicholas Taleb, autor Czarnego łabędzia