

thời sinh viên, một trải nghiệm sau này anh sẽ truyền lại cho con cháu mình. “Vậy thì làm sao anh có thể đặt giá cho điều đó?” anh hỏi. “Anh có thể đặt giá cho các kỷ niệm không?”

William và Joseph chỉ là hai trong số hơn 100 sinh viên chúng tôi gọi điện tới. Nhìn chung, những sinh viên không có vé sẵn sàng trả khoảng 170 đô-la/vé. Giá họ đưa ra bị kìm giữ bởi các cách thức chi dùng khoản tiền (ví dụ như dùng để mua đồ uống và đồ ăn tại quán bar để xem các trận thể thao). Những người sở hữu vé đòi khoảng 2.400 đô-la/vé. Giống Joseph, họ giải thích mức giá của mình căn cứ vào tầm quan trọng của kỷ niệm mà họ sẽ có.

Tuy nhiên, điều thật sự ngạc nhiên là trong tất cả các cuộc gọi chúng tôi thực hiện, không có một người nào sẵn lòng bán vé ở mức giá ai đó sẵn lòng trả. Vậy chúng ta có gì? Chúng ta có một nhóm sinh viên, tất cả đều khao khát cháy bỏng một tấm vé của trận bóng rổ trước khi diễn ra việc rút thăm may mắn; và rồi chỉ trong chốc lát sau khi việc rút thăm hoàn tất, họ được chia thành hai nhóm – nhóm có vé và nhóm không có vé. Đó là một hố sâu ngăn cách về mặt cảm xúc được tạo ra giữa những người lúc này đang tưởng tượng ra vinh quang của trận đấu, và những người hình dung xem họ có thể làm gì khác với số tiền trả cho việc mua chiếc vé đó. Đó cũng là một khoảng cách có giá trị thực nghiệm – mức giá bán trung bình (khoảng 2.400 đô-la) cách khoảng 14 lần so với mức giá trung bình người mua đưa ra (khoảng 175 đô-la).