

Các lựa chọn được đưa ra là:

1. Đặt tạp chí điện tử giá 59 đô-la
2. Đặt tạp chí in giá 125 đô-la
3. Đặt cả tạp chí in và tạp chí điện tử giá 125 đô-la

Khi tôi đưa ra ba lựa chọn này cho 100 sinh viên ở trường Quản lý Kinh doanh Sloan của Học viện Công nghệ Massachusetts (MIT), họ đã lựa chọn như sau:

1. Đặt tạp chí điện tử giá 59 đô-la – 16 sinh viên
2. Đặt tạp chí in giá 125 đô-la – 0 sinh viên
3. Đặt tạp chí in và tạp chí điện tử giá 125 đô-la – 84 sinh viên

Sinh viên ngành Quản trị kinh doanh của trường Sloan luôn là những người thông thái. Họ thấy được lợi thế của lựa chọn đặt cả tạp chí in và tạp chí điện tử so với lựa chọn chỉ đặt tạp chí in. Nhưng liệu họ có bị chi phối bởi sự có mặt của lựa chọn chỉ đặt tạp chí in (từ đây tôi sẽ gọi lựa chọn này là lựa chọn làm nền) hay không? Giả sử tôi bỏ lựa chọn làm nền và sắp xếp lại như sau: