



閒話腦神經科學－普羅大眾漫遊腦
科學殿堂的敲門磚

作者：謝豐舟

定價：300元

教育叢書

出版日期：2009年5月 初版
2014年7月再版

ISBN：978-986017762-6

出版單位：臺大出版中心

2009年出的閒話腦神經科學一書，台大出版中心再版了！我本是腦神經科學的門外漢，只是2004年起為了在台灣大學推動腦與心智科學，不得不東讀讀，西看看，至少知道一些皮毛，才能和眾多專家對話。洲年將這些讀書心得加上自己推動腦神經科學的一些心路歷程，結集成書，由台大出版中心出版。沒想到有機會再版，頗令人意外。不過，我覺得此書最好的部份是封面設計，你說呢？

本書出自謝豐舟醫師在臺大醫學院的授課精華，33個關於腦神經科學的生活議題。

適合

- 想了解腦效能的社會人士
- 對神經科學有興趣的理工醫學生
- 大專院校及高中的科普通識讀物

你可知道世界上從神經科學研究賺到最多錢的人是誰嗎？那就是日本東北大學的川島龍太（**Ryuta Kawashima**）教授。任天堂公司根據川島教授的一系列腦力訓練書籍開發出來的電玩遊戲「**Brain Age: Train Your Brain in Minutes a Day**」，光在日本就銷售了300萬套。許多神經科學家對這種腦力訓練有著頗為正面的期許，老人院裡的老人們每天接受15－20分鐘包括讀書及計算的練習，有效地改善了老年人的行為。

〈你的腦子高齡多少？〉

一般認為，人在睡眠時失去知覺（**consciousness**），而且人對睡眠時的心智活動缺乏記憶，讓我們將睡眠時腦部活動減少的說法視為當然。不過1950及60年代睡眠時快速眼球運動（**rapid eye movement, REM**）與非快速眼球運動（**non REM**）有周期性交替的發現，顛覆了睡眠時腦部活動劇減的說法。**REM**睡眠的發現與它和清晰幻覺做夢（**vivid hallucinatory dreaming**）的關連，證明了睡眠時，腦部是處於高度活躍狀態。

〈腦與睡眠〉

不管實際上喝到的是可口可樂或百事可樂，許多人對標示為可口可樂的可樂有強烈偏好，而且海馬迴（**hippocampus**）與中腦（**midbrain**）對可口可樂的紅色標幟產生強烈的反應，對百事可樂的藍色標幟則否。可見商品標幟對人的情緒及決策的影響力超乎我們的想像。難怪Montague說：「廣告是非常生物性的遊戲」（**Advertising is a deeply biological game**）。

〈可口可樂大戰百事可樂——淺談神經經濟學〉