

國立臺灣大學理學院心理學研究所

碩士論文

Graduate Institute of Psychology


College of Science

National Taiwan University

Master Thesis

極大化傾向對後悔之影響：以調控焦點作為調節變項

Maximizing Tendency and Regret: The Moderating Role of
Regulatory Focus

The seal of National Taiwan University is a circular emblem. It features a central design with a book and a lamp, surrounded by the university's name in Chinese characters: '國立臺灣大學' at the top and '勵品學人' at the bottom. The author's name '楊淑雯' is written across the bottom of the seal.

楊淑雯

Shu-Wen Yang

指導教授：林以正 博士

Advisor: Yi-Cheng Lin, Ph. D.

中華民國 99 年 6 月

June, 2010

摘要

過去研究結果多指出：相較於滿意者，即便極大化者擁有比滿意者更好的物品，但對物品的滿意度、快樂、生活滿意度等均較低，而後悔、憂鬱等均較高（Schwartz, Ward, Monterosso, Lyubomirsky, White, & Lehman, 2002）。然而極大化者真的不快樂嗎？近來研究發現 Schwartz 等人（2002）所編製之極大化量表混雜太多因素（Nenkov, Morrin, Ward, Schwartz, & Hulland, 2008），而 Diab、Gillespie、Consulting 及 Highhouse（2008）以極大化量表中「高標準」向度做為極大化傾向指標，指出極大化傾向並非必然有較差的心理適應，而是要先經驗到後悔，才會再進一步影響其心理適應。可見極大化傾向（僅高標準意涵）與後悔分別扮演關鍵的角色，這些研究也顯示極大化者中可能有些人過得不錯，有些人過得不好。在本研究中，筆者認為個體的調控焦點動機是一個可能的調節變項，筆者假設極大化者做選擇時採取不同的調控焦點，如促進型調控焦點（promotion focus）或預防型調控焦點（prevention focus），對於其後悔有不同的影響；研究一（a）探討極大化量表及其子向度、極大化傾向量表與正負向心理適應的關係，以重複驗證過去研究，然本研究結果僅部分與過去研究相符。研究一（b）探討個體調控焦點特質對其極大化傾向與後悔的調節效果，結果發現個體調控焦點相對強度對於極大化傾向與後悔程度並未有顯著調節效果。研究二透過操弄調控焦點，探討極大化傾向者較高是否會受調控焦點訊息框架影響其選擇後後悔，結果顯示：極大化傾向越高者，在預防型調控焦點組的選擇後後悔較其在促進型調控焦點組為高。有別於過去研究多侷限於現象層次，本研究進一步以動機理論作為出發點，探討極大化傾向背後的心理歷程，以補足過去研究缺口。

關鍵字：極大化者、極大化傾向、後悔、促進型調控焦點、預防型調控焦點。

Maximizing Tendency and Regret: The Moderating Role of Regulatory Focus

Shu-Wen Yang

Abstract

Previous research showed maximizers, who strive for “the best” choice, usually have lower happy and life satisfies, but higher depression and regret than satisfiers, who strive for “good enough” choice (Schwartz, Ward, Monterosso, Lyubomirsky, White, & Lehman, 2002). However, recent studies (Diab, Gillespie, Consulting, & Highhouse, 2008; Nenkov, Morrin, Ward, Schwartz, & Hulland, 2008) suggest that maximization scale combines lots of factors, and the complex factors might confound maximizing construct and psychological adjustment. Diab and her colleague (2008) develop a maximizing tendency scale, which measure only “ high standard ” component, and found maximizing tendency was not significant with psychological adjustments, but only correlated with regret. They propose that regret plays an important role in maximizing tendency and psychological adjustment; The present study purposes that the regulatory foci behind strive the best might influence to maximizers’ regret. Study 1(a) shows the correlations between the two maximizing measure scales and psychological adjustments are partial consistent with past studies. Study 1 (b) indicates that either maximizers or satisfiers are not influenced from chronic regulatory foci related-strength. Study 2 shows that comparing to lower maximizing tendency, higher maximizing tendency show more regret in prevention focus framing than in promotion focus framing. Are maximizers really that unhappy? It depends on

the regulatory foci that individuals pursue their best choice and evaluate the object. Implication and application were discussed in term of maximization and regulatory focus literature.

Keywords: maximizer, maximizing tendency, regret, promotion focus, prevention focus.



目次

中文摘要	i
英文摘要	ii
第一章、緒論	1
第一節 研究動機與目的	1
第二節 極大化概念及相關研究	2
第三節 調控焦點理論文獻回顧	9
第四節 本研究主要目標	18
第二章、研究一 (a)	19
第一節 研究目的與假設	19
第二節 研究方法	19
第三節 研究結果	22
第三章、研究一 (b)	31
第一節 研究目的與假設	31
第二節 研究方法	31
第三節 研究結果	32
第四節 小結	33
第四章、研究二	35
第一節 研究目的與假設	35
第二節 研究方法	36
第三節 研究結果	38
第四節 小結	44
第五章、綜合討論	46
第一節 研究結果總結	46
第二節 討論	47

第三節 研究限制與未來展望.....	48
第四節 總結	51
參考文獻	53
附錄	60



表目次

表一、研究一 (a) 極大化量表及後悔量表因素分析結果	23
表二、研究一 (a) 調控焦點量表因素分析結果	25
表三、研究一 (a) 極大化傾向量表因素分析成分矩陣 (component matrix) ...	27
表四、各心理構念之樣本群組間差異	28
表五、研究一 (a) 描述統計 ($N=297$)	29
表六、研究一 (a) 相關表 ($N=297$)	29
表七、以調控焦點相對強度為調節變項之交互作用迴歸分析表	32
表八、研究二描述統計值 ($N=101$)	39
表九、以認知做為調控焦點操弄有效檢核之統計結果	39
表十、探討調控焦點組別在思考事件數是否有差異的 t 檢定	40
表十一、以情緒做為調控焦點操弄有效檢核之統計結果	41
表十二、操弄組別與手機選擇交叉表	42
表十三、以調控焦點操弄為調節變項之交互作用迴歸分析表	43

圖目次

圖一、極大化量表及後悔量表因素分析的陡坡圖檢驗	22
圖二、調控焦點量表因素分析的陡坡圖檢驗	25
圖三、極大化傾向量表因素分析之陡坡圖檢驗	27
圖四、調控焦點相對強度對極大化傾向與後悔的交互作用趨勢圖	33
圖五、調控焦點操弄對極大化傾向與後悔的交互作用趨勢圖	44



第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

「擇你所愛，愛你所擇」無非是勉勵人們不僅可以依照自己的心性選擇自己喜愛的，也能夠熱愛所選擇的人、事、物，但在現實生活中，人們似乎並不是那麼容易滿足於現有的選擇，常常面臨到選擇後，卻又巴望著其他沒有選到的東西。例如：已經決定要吃A餐廳，到了店門口後又東張西望看有沒有其他更值得一去的餐廳；儘管自己點了一道很想要吃的餐點，但看到別人的餐點送上來之後，反而覺得自己面前的餐點不那麼可口了；更有甚者，儘管自己的手機或是電腦已經很高級了，但總覺得還有哪裡差了一點...等等。在經濟學領域曾經討論人們是有限理性的（bounded rationality；Simon, 1955），這種觀點主張：人們會去評估真實情境以做出最符合經濟效益的選擇，比方說如果人們知道要獲得最好的東西必須要付出過多的勞力、時間成本，那麼人們會選擇付出剛剛好的心力，做出適切的選擇。然而事實真是如此嗎？Schwartz 及其同事（2002）發現追求最好的這一群極大化者（maximizer）相對於追求夠好就好的滿意者（satisficer），前者即使擁有比別人還要好的東西，仍感到不滿意，連帶的產生較差的心理適應。但 Diab 等人（2008）卻發現極大化者並非必然有較差的心理適應，而是必須要先經驗到後悔，才會再進一步影響其心理適應。可見，過去研究對於極大化者到底過得好不好，仍有所爭議。故在本研究中筆者企圖以個體極大化傾向背後所抱持的動機做為調節變項，筆者認為極大化者追求最好的動機可能出自於實現目標或是避免做錯決定，而這兩種不同的動機型態將會使得選擇結果對極大化者產生不同的結果，此係本研究所欲探究的核心。

第二節 極大化概念及相關研究

一、極大化 (maximization) 概念的提出背景與定義

在消費市場競爭下，為了因應每個人有不同的需求，同一產品會出現各種不同的種類，以滿足個體在選擇上的掌控權。Schwartz、Markus、及 Snibbe (2006) 指出從理性觀點來看，擁有更多的選擇，意味著有更多的自由，不僅如此，眾多的選擇也可以進一步形塑個體想要的生活方式、表現個體的偏好、性格、展現出自己獨特的一面。但研究者們卻發現：人們偏好選項較多的情境，但選項變多未必會帶來快樂。例如：Iyengar 與 Lepper (2000) 探討人們對選項多寡的偏好，結果發現，經過 6 種果醬試吃攤的消費者中，僅 40% 會停下腳步試試看，但有 24 種果醬可供品嚐的試吃攤則有 60% 的消費者願意佇足，可見人們對較多選擇表現出較高的興趣。但有趣的是：在 6 種果醬試吃攤的消費者，有 31% 有購買行為，而在 24 種果醬中試吃的消費者僅 3% 會有購買行為，表示較多選項並未能刺激買氣，甚至會影響消費者購買的意願。不僅如此，他們也比較在 6 種巧克力跟 30 種巧克力下做選擇的參與者，結果發現：相較於在 6 種巧克力下做選擇，在 30 種巧克力中做選擇的參與者表現出較不滿意、較後悔剛剛的選擇。

根據 Schwartz 及其同事 (2002) 的界定：極大化者 (maximizer) 即追求「最好 (the best)」之事物的人；而相較於極大化者，追求「夠好就好 (good enough)」之事物的人即為滿意者 (satisfier)。Simon (1956) 即提出滿意者的觀點，認為極大化者的目標是追求最好的事物，但由於真實環境的高複雜性，以及人類的認知資源有限，最好的事物其實是不易在真實生活中清楚地展現，因此在真實的選擇情境中，人們若用滿意者的目標，將事物與自己所設定可接受的最低標準 (the threshold of acceptability) 進行衡量，如此一來，人們不用汲汲營營於追求最好的，而是夠好的 (good enough) 就好，似乎較容易獲得安頓。但若人們追求的只是夠好就好，那麼為何人們仍偏好在選擇眾多的情境下做選擇，而選擇後卻又對結果不滿意呢 (Iyengar & Lepper, 2000； Dar-Nimrod, Rawn, Lehman, &

Schwartz, 2009)？可見，並不是每個人都甘於在有限的選項中做出選擇，人們不甘於夠好就好，這種現象也就是極大化的研究起點。

二、極大化者相關研究

回顧相關研究，採用極大化者相關研究結果多指出：相較於滿意者，極大化者的快樂、樂觀、生活滿意度卻較低，而後悔、憂鬱程度較高 (Iyengar, Wells, & Schwartz, 2006; Nenkov et al., 2008; Schwartz et al., 2002)。許多研究者思考極大化者為什麼會這麼不快樂？有研究指出，相較於極大化者，滿意者對事物的期望較低、較傾向做外在歸因，也較不會反芻 (Desmeules, 2002)。Polman (2009) 發現極大化者會進行較多的選項搜尋，卻搜尋到較多品質不佳的選項，而搜尋選項的品質不佳對於極大化者與負向情緒的關係具有中介效果。Larsen 與 McKibban (2008) 的研究也發現極大化者較不快樂，他們並推測可能是由於極大化者想要的比他們所擁有的還多。

極大化所帶來的負面效果不僅展現在個體的心理適應上，也影響著個體決策時的行為表現。Bruine de Bruin、Parker、及 Fischhoff (2007) 發現，相較於滿意者，極大化者較可能表現出不當的決策風格，例如：以他人的意見為根據、逃避做決定以及較會後悔等。不僅如此，Dar-Nimrod 等人 (2009) 發現極大化者在選擇行為的弔詭現象 (the paradox of maximize)，在該研究中，參與者填寫完極大化問卷及其他量表後，被問及他們可以在 6 種巧克力中或是在 30 種巧克力中選擇一個巧克力，若是想要在 30 種巧克力中選擇，必須答應完成一個事後的調查，參與者須回答其比較偏好哪一個選擇方案。在選擇巧克力時，受試者只會看到各個小盒子各裝著單一個小巧克力，及其名字跟成份。當受試者選完巧克力後，研究者收回巧克力，並請他們完成一份事後調查問卷。最後研究者再給所有參與者一個巧克力，然後請他們在獨自吃的時候評估自己的滿意度。透過羅吉斯迴歸分析 (logistic regression) 顯示：極大化分數每增加一單位，個體願意花較

多時間以便在 30 種巧克力中選擇的成敗比 (odds) 增加 5.5%。除此之外，結果發現相較於在 6 種巧克力中選擇的極大化者，在 30 種巧克力中選擇的極大化者，對於選擇結果的滿意度較低。但是此結果僅發生於極大化者，對於滿意者而言，則沒有顯著效果。由於極大化者會表現出較願意花更多時間（如答應參加事後調查）來獲得多樣選擇的機會，但最後又對選擇結果較不滿意，研究者將之稱為極大化者之吊詭。

有學者懷疑極大化者一直想要追求最好的，但卻又不滿意，那麼他們最後所得到的結果到底是好的或不好的呢？Iyengar 等人（2006）研究發現，極大化者的薪水較滿意者的薪水高出 20%，但極大化者主觀的心理感受對這樣已經高人一等的結果似乎不滿意。可見對於自己所擁有物品的主觀評價，可能是影響極大化者心理適應的重要因素。為什麼極大化者已經擁有比滿意者更好的東西還不滿足，甚至感到不快樂呢？Schwartz 等人（2002）認為可能的原因有四點：第一、懷疑自己沒有完善的搜尋；第二、不容易執行合理化或態度改變來加強對選擇項的喜好；第三、抱持高標準與高期待，容易失望；第四、容易依賴社會比較。根據多重差距理論，個體不只是跟相對他人比較，也會跟未來、跟現在、跟沒有選的、跟他們預期的、跟他們想要的……等做比較。在社會比較 (social comparison) 的相關論述中，Taylor 與 Lobel（1989）即指出：向上比較 (upward comparison) 會降低個體自尊，但透過向下比較 (downward social comparison) 則使個體可以達到自我彰顯 (self-enhancement) 的效果。而有趣的是，相對於滿意者，極大化者除了在進行向上比較時有較多負向心理適應，向下比較時卻不能帶給他們快樂、自我彰顯 (Schwartz et al., 2002)。此外，有別於滿意者可以接受夠好就好的事物，極大化者是如何知道自己選的是最好的呢？Schwartz 等人（2002）認為，相較於滿意者已為自己設定一個絕對標準，當事物符合此一絕對標準，滿意者就可以接受，而極大化者的參照點卻是要透過相對位置，故極有可能透過社會比較來尋找最好的。且 Tanius、Wood、Hanoch、及 Rice（2009）也指出極大化者的

目標在於追求最好的，但他們並未設定一個標準，因此他們判斷所謂最好的，其實就是透過不斷地評估、分析所有可能的選項：相反地，滿意者則是有一個事先決定的效標，因此當他們選到符合此標準的東西後，即使新的選項加入，也不會再進行比較！上述研究皆顯示極大化者似乎對於自己想要的到底是什麼較不確定、而且需要透過參照標準來衡量自己本身或是擁有物的價值，更糟糕的是向下比較時也無法讓他們暫時停止用負向認知來評估自己所擁有的事物。

三、極大化者未必是負面的

(一) 極大化者未必不好

過去研究顯示極大化者與滿意者在選項眾多又有時間壓力的情況下，對於時間壓力的知覺並無顯著差異（Chowdhury, Ratneshwar, & Mohanty, 2009），選項變多並非只對極大化者有影響，大多數人的面臨到選項很多時，都需要多一點時間做出選擇。不但如此，Iyengar及其同事（2006）研究發現：極大化者的平均薪水（\$44,515）較滿意者（\$37,085）高出20%，可見，極大化者生活品質的客觀條件較好。

(二) 極大化特質測量工具

許多研究多突顯出極大化者想要追求最好的事物之餘，卻又深受其苦的矛盾，近來有研究者認為可能是由於極大化構念的測量有缺陷，才使得相關研究中出現極大化者較不快樂的結果。儘管 Schwartz 等人在 2002 年的研究中，對極大化量表（Maximization scale）進行因素分析時即發現可概分為四個因素：後悔、高標準以及兩個行為指標—對事物的開放性（Open to Better）、購買行為（Shopping Behavior），但後續許多研究（Iyengar et al., 2006；Larsen & McKibban, 2008；Parker, de Bruin, & Fischhoff, 2007；Polman, 2009）均是以極大化量表¹總分做為個體極大化之指標，並未探討子向度存在可能造成的不同效果。

¹ 為求與極大化傾向量表(Diab et al., 2008)有所區隔，故在此將 Schwartz 等人(2002)所編之量表稱為極大化量表。

Highhouse 與 Diab (2006) 使用 Schwartz 等人 (2002) 所編之極大化量表進行因素分析 ($N = 319$) 後發現，透過主成份法 (principal component analysis) 共可得到五個因素，其中第一個因素所能解釋的變異僅佔所有變異量的 14%，由此可見，極大化量表所含的因素在某些研究中並不完全相同，將極大化量表總分視為單一的指標並不合適，甚至讓人懷疑並非所有因素都會對心理適應造成負向影響，也就是說，極大化量表有其他因素存在，而這其他因素可能會對心理適應造成正、負向不同的影響。之後，Diab 等人 (2008) 提出「極大化者未必不快樂」的論述，他們認為，根據 Schwartz 等人 (2002) 的定義界定，極大化者僅表示該個體有「追求最好的」之傾向，且進一步去分析極大化量表時也發現，這極大化量表非單一向度，是多向度。因此，Diab 等人重新編定極大化傾向量表 (Maximizing Tendency Scale)，在該量表中僅含有單一因素—追求最好的、高標準，例句如：「無論要付出多少，我總是試著去選擇最好的事物」、「我有想要做出最好的選擇的傾向」。他們將極大化傾向量表與正、負向心理適應指標做相關分析後發現，極大化傾向並未和生活滿意度、神經質傾向以及逃避選擇有顯著相關 ($r = .04$; $r = .01$; $r = .08, ns.$)，僅和後悔有正相關 ($r = .27, p < .01$)。據此，他們提出：『除非個體經驗到後悔，不然有極大化傾向者仍可以很快樂』的想法。

Nenkov 及其同事 (2008) 考量到極大化量表出版後被廣泛用在不同主題，如：薪資滿意度、決策後後悔及禮物給予行為等研究；為了方便研究者可以使用較少的時間成本測到極大化構念，故他們企圖發展簡短版極大化量表。他們再次將極大化量表進行因素分析，結果更加確定在原本的量表中可找出三個因素，並將之命名為：難以決定 (Decision Difficulty)、選項搜尋 (Alternative Search) 以及高標準 (High Standard) 等向度。其後他們發展出三題、六題與九題版本的極大化簡短量表，各版本均含有三個因素，並分析其與正負向心理適應指標的相關。有趣的是，在不同題數版本的研究中，各因素與正、負向心理適應指標的相關並不一致，例如：「難以決定」向度在六題版本中與生活滿意度有顯著相關，

但在三題、九題版本中則不顯著。此外，不管是哪個版本中，難以決定與後悔均有顯著的正相關；而「高標準」向度在六題版本中，與後悔有正相關，但在九題版本中並未得到相同結果；在各個版本中的「選項搜尋」並未和主觀快樂（subjective happiness）及憂鬱有相關，與後悔、生活滿意度的相關則會因不同題數版本而有不同。可見極大化量表雖只有 13 題，但內含豐富的構念，在捕捉極大化者及其心理適應時未有一致、穩定的結果。

承上，儘管過去研究多指出極大化與心理適應有負相關，但在 Diab 等人（2008）探討極大化者快樂與否的研究則發現：若「極大化」的構念僅是代表「高標準」，那麼極大化傾向越高者（僅高標準向度），未必越不快樂。同時，比較 Nenkov 等人（2008）與 Schwartz 等人（2002）在極大化量表因素分析部份的研究結果，可以發現在 Schwartz 等人的分類中被視為是行為指標的「購買行為」向度，即是「難以決定」向度。筆者推想可能是因為「難以決定」向度帶有焦慮的意涵，極大化量表存在「難以決定」向度，將使得極大化與負向心理適應有相關。而有鑑於極大化量表混雜太多因素，因此筆者於本研究中將極大化者的操作型定義認定為「抱持高標準、有追求最好的傾向」之個體，並探討此一純化的極大化構念，而為了要與混雜太多因素的「極大化者」概念有所區分，在後續行文時將使用「極大化傾向」來指稱。

四、後悔在本研究中的角色

後悔為一種負向情緒，來自於個體想像如果當時行動跟實際的行動不一樣，可能會有怎樣比較好的結果出現（Roese et al., 2009； Schwartz, 2004），或是想像有更好的東西存在（Schwartz, 2004）。Zeelenberg 與 Pieters 在 2006 年指出：後悔是一種嫌惡的認知情緒，當個體經驗到後悔時，會想要去逃避、壓抑、否認、甚至是調節它（引自 Lee & Cotte, 2009）。更有研究顯示，後悔與個體心理健康結果，如焦慮、憂鬱有關連（Roese et al., 2009）。在選擇情境中，許多時候人們

只能選擇一個，同時放棄其他沒有被選中的選項，然而人們很容易拿已經選擇的物品，與其他沒有被選中、或是在未來有可能出現的物品做比較，Ritov 及 Baron 在 1995 年指出那些比較的對象可能是透過想像而來或是實際存在的(引自 Lee & Cotte, 2009)。在本研究中，筆者主要探討極大化與後悔的關係，而非極大化與心理適應的關係，其主要原因有以下三點：第一、過去研究多將焦點放在極大化與心理適應的相關，事實上筆者認為個體心理適應的好、壞是一個長期累積的過程，從個體認為做錯決定的後悔到形成憂鬱、焦慮等，當中可能會有許多可能的影響因素。第二、過去研究發現後悔對於極大化與心理適應有中介效果(Schwartz et al., 2002, study 4)，且極大化傾向與心理適應無顯著相關，僅與後悔有關(Diab et al., 2008)，顯示後悔對於極大化及心理適應有重要的影響。第三、在選擇情境中，後悔是最直接回應個體對所做的選擇滿意與否的指標，比方說在電腦商場逛了很久總算買到一個喜歡的 MP3，沒想到去百貨公司 3C 專櫃時發現同款商品竟然破天荒首度特價，大多會引發個體後悔的感受。然而這樣後悔的感受，可能只持續幾分鐘，未必會持續到第二天、第三天還覺得心情很差。基於這些因素，在探討極大化與其心理適應時，後悔扮演一個重要的角色。本研究嘗試採用情境操弄的方式探討極大化傾向者的運作歷程，僅討論單一選擇事件所造成的影響，且由於後悔可能是一項比心理適應更為直接、敏感的指標，故本文兩個研究皆以後悔做為主要依變項。因此本研究將著重在個體的後悔感受，而非長期心理適應。

五、小結

綜合以上論述，本研究在變項的選取和測量上有兩項重點：第一、以「極大化傾向」(高標準)作為較純化的極大化概念。過去多從個體性格特質角度切入探討極大化與心理適應的關係，但極大化對於個體的心理適應的正向、負向影響，未有一致的說法。且過去研究均忽略了極大化量表當中把「難以決定」向度納入極大化之測量中，忽略了該向度可能本身帶有焦慮意涵，使得極大化者有較

差心理適應的論點遭到質疑。第二、倘若極大化與心理適應產生關聯，那麼後悔在此應扮演關鍵角色，故以「後悔」做為主要之依變項指標。以心理適應描繪極大化者的適切性值得討論，Schwartz 等人（2002）的研究出發點乃是為了回應在生活品質逐漸提升的現代社會，選項過多是否可以讓人們過得更好。然而筆者認為在一次性的選擇情境中，相較於長期的心理適應指標，後悔乃是最直接反應個體做完選擇後對於所做的決定、選擇的滿意度，而長期的心理適應指標可能也較無法立即反映出決策產生的心理後果，因此在本研究中將把個體經歷決策後的主觀心理結果放在個體的後悔。

第三節 調控焦點理論文獻回顧

綜觀過去研究在探討極大化時，多將極大化視為性格傾向，接著討論極大化者在決策風格、心理適應等方面與滿意者的差異。然筆者認為，即使同樣都是追求最好的傾向，個體亦有可能是受到不同的動機所驅使。以追求學業成就為例，有些人是希望現在的好成績可以幫助自己未來取得出國深造的機會，有些人則是希望現在取得好成績以避免自己喪失未來出國深造的機會，因此即使個體追求最好的傾向一樣強烈，但不同的動機將有可能會影響他們看待自己的表現以及對結果的評估。

一、調控焦點理論

(一) 促進型調控焦點與預防型調控焦點

Higgins（1987）在其提出的自我差距理論（self-discrepancy theory）提出個體有不同的自我狀態的存在，除了自我概念所建構出的真實我（actual self）外，還有由個體或其重要他人的盼望（hopes）、期許（wishes）及抱負（aspirations）信念所構築的理想我（ideal self）及由個體或其重要他人的本份（duty）、義務（obligations）信念所構成的應該我（ought self）。當個體的自我間有差距出現時，

將會使得個體有不一致、不舒服的感受，因此個體將嘗試縮小不同自我間的差距。根據 Higgins (1997) 之論述：在進行真實我與理想我間的自我調控時，個體將焦點著重在自我提升 (advancement)、成長 (growth) 及實現盼望、期望 (accomplishment)，此時的調控焦點稱之為促進型調控焦點 (promotion focus)；而進行真實我與應該我間的自我調控時，個體將焦點著重在個體的義務、本份及責任 (responsibility)，此時的調控焦點稱之為預防型調控焦點 (prevention focus)。此兩種有區別性的調控焦點亦可滿足個體特定之需求，促進型調控焦點著重在養育需求 (nurturance)，如滋養 (nourishment)，而預防型調控焦點則著重在於安全需求 (security)，如預防、保護 (protection)。而個體調控焦點的使用可從幼年與主要照顧者 (caretaker) 的互動經驗中習得，例如照顧者對幼兒的擁抱、親吻或是在幼兒不乖時暫停說故事等，幼兒從中連結正向事物與愉悅的心情，正向結果的出現與否將是幼兒生活中重要的結果評估。反之，照顧者對幼兒的打罵、吼叫或是在幼兒不乖時責備、懲罰等，將使幼兒從中連結負向事物與難過的心情，故負向結果的出現與否也可能成為幼兒生活中重要的結果評估。筆者認為，過去極大化相關研究鮮少從動機的角度切入，可能是因為極大化概念—追求最好的傾向，帶有實現盼望、期望的意涵，人們追求最好的傾向似乎可以很直觀地對應到想要獲得正向的結果，而不是避免被懲罰、不想犯錯。但事實上，人們在追求最好的同時，可能既受到自我實現動機所影響，也有可能受到避免沒有選到最好的想法所影響。比方說：同樣都是想要買一支功能最齊全、最適合自己的手機，在選擇過程中，有人(促進型調控焦點)可能是想著一定要買到最好的，以滿足自己追求最好的需求。另一方面，有人(預防型調控焦點)可能是害怕自己買到的如果不是最好的，好像就浪費錢了、擔心自己買了會後悔。可見，同樣都是期望做出一個最棒的選擇，前者傾向於看到自己擁有最好的東西後的正面結果，後者則是看到若沒有得到可能會出現的負面結果。也就是說無論是促進型調控焦點亦或是預防型調控焦點皆包含享樂原則中趨樂的動機，只是前者對正面訊

息較敏感，後者則是對負面訊息較敏感（Higgins, 1997）。

（二）兩種調控焦點在認知、行為與情緒的差異

不同的調控焦點將會進一步影響個體的認知、行為與情緒。在認知部分，Zhu 與 Meyers-Levy（2007）從回憶作業發現：抱持促進型調控焦點之個體傾向用關係式精緻化推敲（relational elaboration），在自由回想（free recall）作業表現較預防型調控焦點者佳。而抱持預防型調控焦點者則傾向用項目特定式精緻化推敲（item-specific elaboration），在線索回憶（cue recall）作業表現較促進型調控焦點者好。不僅如此，促進型調控焦點的個體展現出較寬廣的思考結構、也較有創造力，預防型調控焦點的個體則較細微、狹隘也較謹慎（Werth & Foerster, 2007）。在行為部分亦可區別出兩種相對應的策略使用，一為熱切型（eager）策略，著重於達成目標，強調正向結果的出現，而另一種則是警覺型（vigilant）策略，著重於避免錯失目標，強調負向結果不出現（Higgins & Molden, 2003）。例如同樣都是追求課業上得高分，採用熱切型策略的人可能偏好參與每堂課、花很多時間在圖書館、提前為考試做準備，而警覺型策略者可能避免讓自己缺課、達成課程要求、減少與朋友社交的機會。

在情緒反應部分，以享樂原則（hedonic principle）的觀點，當個體的自我調控成功時，個體會有正向情緒，不成功時，則產生負向情緒，但這個論點似乎沒有辦法回答為什麼有些人在自我調控失敗時是難過的，有些人則是焦慮的

（Higgins, 1997）。然而，透過調控焦點理論，Higgins 指出自我調控的成敗將牽引不同的情緒感受，當個體沒有達到他們的盼望或目標時，個體將經驗到與沮喪有關的情緒（dejection-related emotions），例如：失望（disappointment）、不滿意（dissatisfaction）或難過（sadness）等。而若個體沒有實現他們的本分、責任時，個體將經驗到與不安有關的情緒（agitation-related emotions），例如：感到威脅（threatened）、害怕（afraid）或擔心（uneasy）等。反之，當個體達到他們的盼望或目標時，個體將經驗到愉快有關的情緒（cheerfulness-related emotions），例

如快樂 (happy) 或滿意 (satisfication)，若個體實現他們的本分或責任時，個體將經驗到與沉靜有關的情緒 (quiescence-related emotions)，例如放鬆 (relax)、平靜 (clam) 等；總和以上論點，個體在選擇情境中，抱持不同的調控焦點將使得個體在選擇時，對於選項有不同的認知評估、採用不同的策略、以及引起個體不同的情緒感受。

二、調控焦點理論應用在消費者行為學的相關研究

在消費者行為領域，調控焦點理論較常被應用於廣告訊息 (Kim, 2006; Zhao & Pechmann, 2007)、說服訊息 (Aaker & Lee, 2001) 的設計等。例如 Werth 及 Foerster (2007, study 1) 以買太陽眼鏡為例，探討不同調控焦點傾向的個體對於不同產品類別感興趣的程度。該研究結果發現：對促進型相關的產品屬性，諸如眼鏡邊框看起來很時髦、可替換的鏡片等，促進型調控焦點個體感興趣的程度比預防型調控焦點個體為高。對預防型相關的產品屬性，諸如可以抗紫外線、鏡框很穩固等，預防型調控焦點個體感興趣的程度比促進型調控焦點個體為高。從個體著重於「獲得/失去」訊息探討不同調控焦點個體心理感受的研究，如 Idson 及其同事發現同樣都是必須付出 65 元買書，相較於沒有獲得五美元折扣的促進型調控焦點組，失去五元折扣的預防型調控焦點組感受較差 (Idson, Liberman, & Higgins, 2004)。此結果亦符合 Kahneman 與 Tversky (1979) 所提出厭惡失去原則 (loss aversion principle)，該原則主張：相較於「沒有獲得」，「失去」所帶給個體的情緒衝擊更大。相似的想法在 Polman (2009) 研究結果也發現：極大化者之所以不快樂的原因在於，個體在搜尋很多訊息來做決定的過程中，做決定的同時也意味著他放棄、失去了其他的東西，因而個體會感到不快樂。以上研究皆指出個體處在不同調控焦點訊息框架下，會對選擇結果有不同的心理感受。

(一) 調控焦點與選擇

承上所述，在選擇過程中個體常常要面對選了一個東西，就要放棄其他東西

的情境，此時個體將焦點放在手上擁有的東西，抑或是那些沒有選擇的東西將會影響個體的後悔感受。在 Liberman 等人（1999）研究結果顯示：相較於預防型調控焦點組，促進型調控焦點組對於改變的彈性較大、也較願意在作業被中斷後接受用另一個作業來取代，也會有較少的稟賦效應（endowment effect），意即較不會因為擁有該物品，就認為它的價值提升了。可見，相較促進型調控焦點組，預防型調控焦點組對於被放棄的選項較為在乎，其嫌惡失去的程度較強。而根據調控焦點理論，相較於促進型調控焦點者，預防型調控焦點者較著重於負向結果出現與否（Higgins, 1997）。在創造力的研究（Friedman & Forster, 2001, 2002）也指出，相較於預防型調控焦點，促進型調控焦點較可以促進創造力。筆者認為，由於抱持促進型調控焦點的個體著重在正向結果的出現，選擇時考量的是他們想要的正向結果，最後真實所選的物品跟所預期得到的正向結果差距較小；而預防型調控焦點的個體則著重在負向結果的出現，考量的是避免做錯選擇，他們要面臨的是在選擇時視野較狹隘，因此做完選擇後，他們可能會看到其他選項的優點是他們沒有注意到的，認為真實所選的物品比未選的物品還差；綜合上述，筆者假設：相較於慣用促進型調控焦點之個體，慣用預防型調控焦點個體在選擇後較容易後悔，因為後者會將注意力放在那些它沒有選擇、放棄的東西，其在做完選擇、決策後，後悔的感受較強。

（二）調控焦點與後悔/逆事實思考

後悔（regret）與逆事實思考（counterfactual thinking）有時候是同義詞，兩者主要的差別在於前者是情緒層面，後者則是認知層面（Roese & Olson, 1995）。許多研究顯示當人們回想最近後悔的事情時，會對「已經做過」（action）的事情感到後悔，而回想過去後悔的事情時，則是對「沒有做」（inaction）的事情感到後悔（Gilovich & Medvec, 1995；Gilovich, Medvec, & Kahneman, 1998；Kahneman & Tversky, 1982；Landman, 1987）。在認知層面，逆事實思考又可進一步分為附加性逆事實（additive counterfactual）與減去性逆事實（subtractive counterfactual）

兩種，前者是指對於沒有做的行動耿耿於懷，因此會有「如果做了」就好的逆事實思考，而後者則是指對於已經做的行動耿耿於懷，因此會產生「如果沒有做」就好的逆事實思考。過去研究顯示，在人們日常生活中減去性逆事實思考比附加性逆事實思考更常出現(Pennington & Roese, 2003)。Gilovich 與 Medvec(1994)指出：當人們想起以前的事情，個體比較會對沒有做的事情感到懊悔，認為應該要多做什麼行動；反之，當人們想起最近的事情，個體比較會對已經做的事情感到懊悔，認為如果當時沒有做什麼行動會不會比較好。也就是說，當人們想起以前的事情會有較多附加性逆事實思考，想起最近的事情則是會有較多的減去性逆事實思考。Pennington 與 Roese 認為促進型調控焦點之個體較會考量到行動的合宜性，因此當他們在促進調控失敗後，會更謹慎地思考他們當時應該要採取怎樣的行動以獲得一個較好的結果；相反的，預防型調控焦點之個體則是關注在避免做出不適當的行動，因此傾向對於過去做錯的行動會有較多抹去重來(undo)想法；由於本研究主要探討選擇後後悔，其多半是在做完決策後伴隨產生的情緒，個體認知的時間距離較短，故個體的選擇後後悔與減去性逆事實思考想法有關。另根據 Roese、Hur、與 Pennington (1999) 發現：當促進型調控失敗，會產生較多的附加性逆事實思考，減去性逆事實思考則好發於預防型調控焦點失敗。綜合上述，若將極大化傾向者進一步區分為促進型調控焦點者與預防型調控焦點者，筆者假設對極大化傾向較高者，相較於在促進型調控焦點組，在預防型調控焦點組者於選擇過後，若覺得不滿意，會有較多的減去性逆事實思考，意即會產生「如果沒有做此選擇就好」的逆事實思考，且其選擇後後悔較強烈。

三、調控焦點測量及操弄方法

Higgins 指出個體在社會化過程中，即學習到習慣將焦點放在與正向相關(positive-related)的結果或是與負向相關(negative-related)的結果。但調控焦點不僅是個體特質傾向，也可以透過作業指示引導(Higgins, 2002)，例如根據

「獲得 (gain) — 沒有獲得 (non-gain)」以及「失去 (loss) — 沒有失去 (non-loss)」的訊息框架引導出參與者的促進型/預防型調控焦點等；以下將介紹調控焦點測量方式及操弄方法。

(一) 測量調控焦點傾向

視調控焦點為性格特徵之測量方式主要有三種：第一種為傳統調控焦點測量，研究者請參與者按照隨機的順序列出他們四個理想我、四個應該我的性格特徵，並且判斷該特徵描述自己「理想我」、「應該我」特徵的程度，例如，列舉出一個理想我的性格後，個體需再回答該特徵屬於理想我的程度有多強、屬於真實我的程度有多強，反之，列舉出一個應該我的性格後，也需回答該性格在應該我、真實我的程度有多強。據此，研究者可收集到個體的性格特徵、列舉性格特徵與判斷反應時間，以及理想我/應該我與真實我的差距，透過電腦程式計算後以取得個體促進型調控動機與預防型調控動機的強度 (Freitas & Higgins, 2002; Higgins, Shah, & Friedman, 1997; Liberman et al., 1999; Shah, Higgins, & Friedman, 1998)。這種測量方式是依循著 Higgins (1997) 自我差距理論的想法所設計的，然實行起來有不少難度，儘管這個方法較可以有效且準確地測量到個體的調控焦點強度，但所使用的電腦程式與計算方法並非人人都有，因此採這種方法的研究者多半為師承 Higgins 或是與他一起合作的研究者。有鑑於此種方法將限制對調控焦點有興趣的研究者進行研究，後續也發展了較適合紙筆測驗的方式；第二種即是使用紙筆測驗取得個體調控焦點強度，Higgins 及其同事 (2001) 發展調控焦點量表 (regulatory focus pride, RFQ)，透過個體評估過去生活經驗中成功達到目標時，採用促進型或預防型調控焦點的傾向來取得個體的調控焦點得分；第三種，則是 Lockwood、Jordan、及 Kunda (2002) 希望能夠更確切地測到個體調控焦點特質所發展的調控焦點量表 (regulatory focus scale, RFS)。在此量表中，他們設計一些與追求成功、避免失敗，或是著重達到正向結果、避免發生負向結果的問題，請參與者評估這些信念與他們平常在生活中所抱持的信念有多符合，

藉以取得個體調控焦點特質的分數。在他們的研究中亦發現：相較於抱持預防型調控焦點的人，抱持促進型調控焦點者較會向正向楷模看齊，希望有朝一日可以向正向楷模一樣成功，反之，相較於抱持促進型調控焦點者，抱持預防型調控焦點者則偏好避免成為負向楷模，避免讓自己變成他們不想要成為的樣子；儘管前兩種測量方式較符合 Higgins 所提出之調控焦點構念，但考量到第一種方式現階段不容易取得，第二種方式則太強調個體成長過程的過去經驗，例如有「在你嘗試去做的每件事情中，你是否常常做得很好呢？」（促進型調控焦點）、「在你成長過程，你是否曾經做出讓超出你父母忍受範圍的事情？」（預防型調控焦點）等問題，並不適用於呈現個體對於獲得、失去的焦點運用。而第三種 Lockwood 等人（2002）量表著重探討個體追求成功、避免失敗等意涵，例句如：「我常會想如何才能實現我的願望和抱負」、「我比較傾向於避免損失多於追求收穫」等，為顧及本研究重點在於選擇、決策情境中極大化者的調控焦點與選擇後後悔的關係，預期之現象較貼近正、負向結果的出現與否，故筆者認為 Lockwood 等人的量表較適合用於本研究中，藉此捕捉個體慣用的調控焦點傾向。

（二）用操弄引導調控焦點

以情境引導促發調控焦點之操弄方式主要可歸類為四種：第一種是透過「獲得—失去」訊息框架誘導參與者的促進型—預防型調控焦點(Liberman et al., 1999; Shah et al., 1998)，例如：請參與者做一項猜謎作業，在促進型調控焦點組告知參與者他現在手上握有 4 美金，若表現好，即可再多獲得 1 美金，反之在預防型調控焦點組則告知參與者他現在手上握有 5 美金，若表現不好，將會失去 1 美金 (Shah et al., 1998)；第二種不僅使用「獲得/失去」的訊息框架，更加入了「沒有獲得/沒有失去」的訊息，這樣出發點乃在於先前所提到的，促進型調控焦點會將注意力放在正向相關訊息的出現與否（獲得 vs.沒有獲得），而預防型調控焦點則是將注意力放在負向相關訊息的出現與否（失去 vs.沒有失去）。例如：在

Idson 等人 (2000, 2004) 實驗中，請參與者閱讀一則想像自己正在書局買教科書的情境故事，研究者以「如果付現可以獲得折扣 5 元美金，但若刷卡就不能獲得折扣 5 元美金」的訊息框架去促發促進型調控焦點，以及用「如果刷卡就會失去折扣 5 元美金的機會，若是付現則不會失去折扣 5 元美金的機會」的訊息框架去促發預防型調控焦點，由此透過操弄不同訊息來促發參與者不同的調控焦點，然後請參與者評估他們的感受。第三種則是將參與者隨機分派至促進型/預防型調控動機組，並請參與者描述最近他們的期待、盼望、抱負/責任、本份及其在成長過程中的改變，藉此引導參與者將注意焦點放在不同調控焦點 (Freitas & Higgins, 2002; Halamish, Liberman, Higgins, & Idson, 2008; Liberman et al., 1999); 第四種則是將參與者隨機分派至促進型/預防型調控焦點組，並請他們想像對於達成某個目標，希望達到的正向結果/避免發生的負向結果 (Wan, Hong, & Sternthal, 2009)。

四、小結

Higgins (1997) 主張之調控焦點理論 (Regulatory Focus Theory) 相關研究顯示，不同調控焦點對於個體在認知、情感、行為等方面均有影響，以其做為個體動機的指標，主要原因在於調控焦點不僅是個體性格特徵的一部分，亦可透過情境操控有效引導個體至特定的調控焦點 (顏志龍, 2009; de Lange & van Knippenberg, 2009; Liberman et al., 1999; Nan, 2008; Sengupta & Zhou, 2007; Wan et al., 2009; Yen, Chao, & Lin, in press)。由於過去對於極大化者的研究結果仍有爭議，亦缺少動機層次的探討，在本研究中採用調控焦點理論不僅可以就個體動機的特質傾向角度切入，亦可從情境脈絡觀察調控焦點對於極大化傾向之影響效果。

第四節 本研究主要目標

追求最好的人事物在我們的生活中不斷地被鼓勵著，似乎可以說是個天性，人不會去追求最糟糕的狀況，而是希望自己可以越來越好。然總觀過去研究，極大化者與滿意者的差異在心理適應上的爭議仍存在著，加上有研究者(Diab et al., 2008；Schwartz et al., 2002)亦主張：後悔對於極大化傾向與心理適應具有中介效果，意味著，極大化傾向對心理適應的影響，取決於個體的後悔感受。因此在本研究中，筆者著重探討極大化與後悔的關係。另外，筆者認為過去研究鮮少從更高層次的動機探討極大化議題有可能是因為「追求最好的傾向」此一構念本身帶有「正向」、「進步」的意涵，容易與「促進型調控動機」混淆，但筆者認為追求最好的傾向背後可能存在一較高層次的動機運作，筆者主張個體抱持不同的調控焦點將會影響個體極大化傾向及其對於所選物品的評估以及選擇後後悔強度，故本研究也將探討個體調控焦點對極大化傾向與後悔的調節效果。

本研究有三個目標：第一、探討極大化量表、極大化傾向量表、後悔量表等翻譯量表的使用於本研究中的適切性，以及分析極大化量表的子成份，以確定該量表混雜其它因素，且極大化傾向—「追求最好的」傾向與心理適應無顯著相關。第二、探討個體慣用調控焦點傾向對極大化傾向與選擇後後悔是否具有調節效果。第三、透過調控焦點操弄，探討情境脈絡及調控焦點對極大化傾向與選擇後後悔是否具有調節效果。

第二章 研究一 (a)

第一節 研究目的與假設

本研究首先針對相關的量表：極大化量表及後悔量表 (Schwartz et al., 2002)、極大化傾向量表 (Diab et al., 2008) 以及調控焦點量表 (Lockwood et al., 2002) 進行因素分析檢驗，以確保最後計分時所採用的題項可有效反映該心理構念。其次探討極大化 (Schwartz et al., 2002)、極大化傾向 (Diab et al., 2008) 兩者與正負向心理適應的關係，以驗證過去研究強調極大化者要先經驗到後悔，才會進一步影響其心理適應 (Diab et al., 2008) 的結果。據此，筆者提出兩點假設分列如下：

假設 1：極大化量表 (Schwartz, et al., 2002) 與正負向心理適應指標有顯著相關，此假設是為了重複檢驗過去極大化相關研究結果。

假設 2：極大化傾向量表 (Diab, et al, 2008) 僅與後悔有顯著相關，與正負向心理適應無顯著相關，此假設是為了檢驗 Diab 等人研究結果。

第二節 研究方法

參與者與施測程序

參與者來自三個樣本群：(1) 樣本群一為台灣大學修習普通心理學之學生，共 66 名，其中男性 29 人，女性 37 人，年齡在 18 至 22 歲間，參與者於心理系館實驗佈告欄填寫實驗登記表，並於指定時間到施測教室填寫問卷，需時約 40 分鐘，填寫完成後將給予參與者 1 小時實驗時數供普心課程加分；(2) 樣本群二為亞洲大學修習心理學課程之學生共 113 名，其中男性 57 人，女性 56 人，年齡在 18 至 22 歲間。此為大團體施測，於上課前請同學填寫實驗問卷；(3) 樣本群三為透過網路 (BBS) 招募前來實驗室的參與者，參與者先填答完本研究的量表

後，再進行與本研究不相關的實驗，大約 60 分鐘，結束後給予 100 元酬謝金，共 119 人，其中男性 50 名，平均年齡為 21.91 歲 ($SD = 2.61$)。三樣本群加總共 298 人，男性 136 人。在正式分析時，扣除一人在極大化傾向量表答題心向一致，未納入分析，總分析人數有 297 人，男性有 135 人。

研究工具

極大化量表：本研究採用《選擇的吊詭—只想買條牛仔褲》(貝瑞·史瓦茲，2004/2004) 中的極大化量表，此量表係翻譯自 Schwartz 等人 (2002) 所編之極大化量表 (Maximization Scale)，目的在於測量個體的極大化特質，包括有三個向度「選項搜尋」、「難以決定」、「高標準」，共 13 題。填答方式為李克式五點量表，1 分表示非常不同意，5 分表示非常同意，平均分數越高，表示個體極大化特質越強；根據研究一 (a) 因素分析萃取適當的題項後，此量表各子向度於本研究中的內部一致性係數分別為：極大化量表總分為 .66，「選項搜尋」子向度為 .65，「難以決定」子向度為 .67，以及「高標準」子向度為 .49。

後悔量表：此量表為翻譯自 Schwartz 等人 (2002) 所編之後悔量表 (Regret Scale)，共五題，目的在於測量個體之後悔特質。填答方式採用李克式五點量表，1 分表示非常不同意，5 分表示非常同意，僅第五題為反向題，平均分數越高表示個體之後悔特質越高。根據研究一 (a) 因素分析萃取適當的題項後，此量表於本研究中的內部一致性係數為 .80。

極大化傾向量表：此量表係翻譯自 Diab 等人 (2008) 所編之極大化傾向量表 (Maximizing Tendency Scale)，目的在於測量出極大化者的單一構念—高標準傾向，共九題，其中第 4、6、8 題取自 Schwartz 等人 (2002) 的極大化量表之「高標準」向度 (第 11、12、13 題)。填答方式採用李克式五點量表，1 分表示非常不同意，5 分表示非常同意，所有題目皆為正向題，平均分數越高表示個體之極大化傾向越高。根據研究一 (a) 因素分析萃取適當的題項後，此量表於本

研究中之內部一致性係數為.81。

調控焦點量表：本量表係 Lockwood 等人（2002）所編製的調控焦點量表（Regulatory Focus Scale），可區分為兩個分量表，分別是促進型調控焦點（promotion focus）和預防型調控焦點（prevention focus），共計 18 題，目的在於測量個體習慣的調控焦點傾向。填答方式採用九點量表進行評量，所有題目皆為正向題，各分量表平均分數越高表示個體該調控焦點傾向越強。根據研究一(a) 因素分析萃取適當的題項後，本研究中「促進型調控焦點」子量表的內部一致性係數為.85，「預防型調控焦點」子量表的內部一致性係數為.75。

生活滿意度：此量表係 Wu 與 Yao（2006）翻譯自 Diener、Emmons、Larsen 及 Griffin 的「生活滿意度量表」（The Satisfaction With Life Scale, SWLS），用以測量個體整體而言的生活滿意程度，共五題。填答方式為李克式七點量表，1 分表示非常不同意，7 分表示非常同意，平均分數越高表示個體生活滿意度越高。此量表於本研究的內部一致性係數為.89。

安適幸福感：此量表為李怡真、林以正及黃金蘭等人（2008）所編製，目的在測量個體之安適幸福感程度。安適幸福感為一種綜合性的情感狀態，核心構念主要包含「平靜、寧靜、安定」及「自在、和諧、舒適」兩類情感，此外也強調此兩類情感共存的狀態，共七題。填答方式為李克式七點量表，1 分表示非常不符合，7 分表示非常符合，平均分數越高表示個體安適幸福感越高。此量表於本研究所得之內部一致性係數為.90。

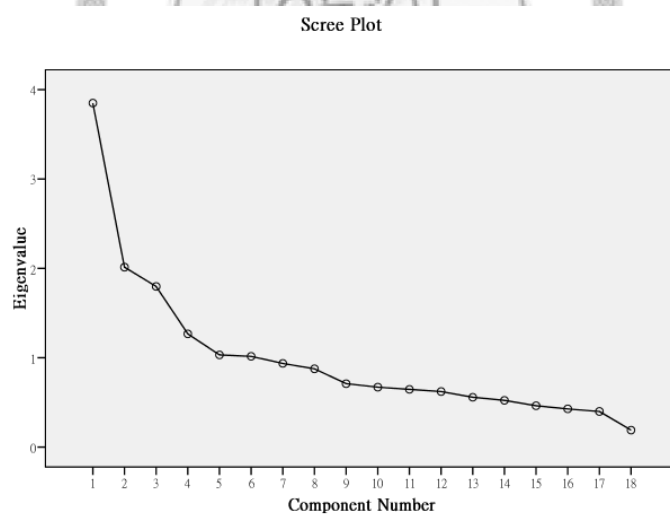
焦慮量表(STAI-特質焦慮量表):此量表係 Spielberger、Gorsuch、及 Lushene 發展編訂之量表，中文版由鍾思嘉、龍長風（1984）兩位學者修訂而成，用於測量個體較穩定持久的焦慮傾向，共 20 題。填答方式為四點量表，1 表示幾乎沒有、2 表示有時、3 表示常常、4 表示幾乎，平均分數越高表示個體特質焦慮程度越高，其於本研究之內部一致性係數為.88。

第三節 研究結果

一、因素分析結果

研究一 (a) 因素分析所使用之樣本群為：樣本群一、樣本群二及樣本群三，共 298 人，扣除一人在極大化傾向量表答題心向一致，未納入分析，總分析人數有 297 人。

極大化量表及後悔量表 首先針對 18 題測量個體極大化特質及後悔特質的題目進行探索性因素分析，參考 Schwartz 等人 (2002) 所採用的因素分析方式—主成分法 (principle component analysis) 及最大變異法 (varimax) 轉軸，得到取樣適當性量數 (KMO) 為 .749，Bartlett's 球形檢定值為 1217.036， $df = 153$ ， $p < 0.01$ 。結果特徵值大於一的因素有六個，但經陡坡圖 (圖一) 檢驗後，發現第五個因素始屬於後方因素群漸進線的一部分，因此決定只抽取前四個特徵值較顯的因素。



圖一：極大化量表及後悔量表因素分析的陡坡圖檢驗。

接下來強迫選取四個因素，此四個因素之初始特徵值 (initial eigenvalues) 分別為 3.85、2.01、1.80 與 1.27；變異解釋量分別為 21.39%、11.19%、9.99% 與 7.04%，四因素的總和變異量為 49.61%；各題項於四因素上負荷量詳見表一。

表一

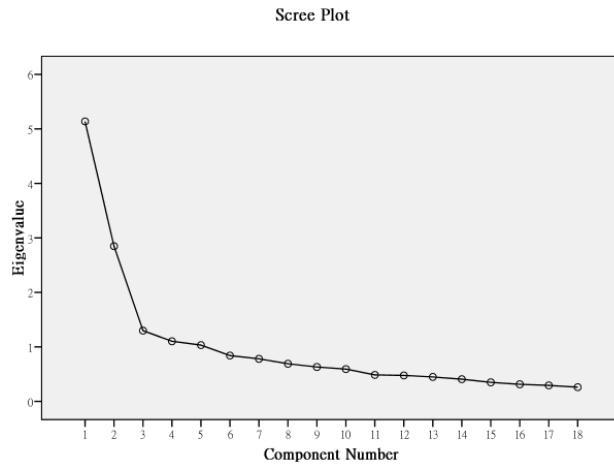
研究一 (a) 極大化量表及後悔量表因素分析結果。

題 號	題目	因素一	因素二	因素三	因素四
		後悔	選項 搜尋	難以 決定	高標準
r1	每次當我做完決定，總是很想知道：如果當時做出不一樣的選擇，結果會如何？	.84	.03	.16	.07
r2	每當我做出選擇，我會想要知道其它選擇的結果是甚麼。	.83	.07	.02	.02
r4	當我思考生活過得如何時，我常會評估那些我錯過的機會。	.70	.20	.10	.02
r3	就算做了一個不錯的選擇，如果發現有其他更好的選擇，我還是會感到失落。	.64	.18	.12	.08
r5	做了決定就不再回頭看。	.62	-.10	-.02	-.13
5	我經常想像和目前相差甚遠的生活方式。	.31	.28	.28	.08
2	聽廣播時，即使很滿意目前聽的節目，我經常還是會轉到其他電台，聽聽看有沒有更好的節目。	.01	.77	.03	-.04
1	看電視時會不停轉台，就算已有想看的節目，還是經常瀏覽其他頻道。	-.06	.74	.19	-.23
3	我對待人際關係的方式，就像挑衣服一樣：在找到最完美的那個人之前，想要有很多嘗試。	.15	.56	.01	.33
4	不管我有多滿意現在的工作，我總是期待會有更好的機會。	.28	.55	.06	.29
6	我對各種排行榜（最佳影片、最佳歌手、最佳運動員，……以及最佳小說等）相當興趣。	.07	.45	-.01	.30
13	面對抉擇時，我總會試著想像所有的可能性，即使有些可能性目前還不存在。	.21	.26	.14	.20
8	逛街時我很難找到真正喜歡的衣服。	.06	.09	.76	-.05
7	我覺得要挑選送給朋友的禮物是件很困難的事。	.05	-.01	.75	-.11
9	租影片是件非常困難的事，我總是花很多心力才能選到最想看的片子。	.12	.05	.72	.08
10	我覺得寫作很難，即使只是在寫一封給朋友的信，因為言詞很難表達到恰到好處。就算是寫一些很簡單的事，我通常要擬很多張草稿。	.07	.09	.55	.16
11	我做每件事時，都會為自己豎立最高標準。	.00	.07	-.02	.78
12	我從不接受次等的事物。	.14	.08	.12	.15

註：題號前，r 表示為後悔量表題項。

因素分析結果顯示：極大化量表第 5 題「我經常想像和目前相差甚遠的生活方式」並未落在「選項搜尋」向度，而是落在「後悔」向度。第 13 題「面對抉擇時，我總會試著想像所有的可能性，即使有些可能性目前還不存在」並未落在任一向度，因此後續研究分析中將刪除第 13 題與第 5 題。此量表（11 題）於本研究中之內部一致性係數為.66 ($N=292$)，「選項搜尋」分量表之內部一致性係數為.65 ($N=295$)，「難以決定」分量表之內部一致性係數為.67 ($N=295$)，以及「高標準」分量表之信度為.49 ($N=296$)。根據 Nenkov 等人 (2008) 在十個樣本群中所得到的資料，原始極大化量表內部一致性係數範圍分列如下：總量表（13 題）介於.54 到.75，「選項搜尋」介於.40 到.68，「難以決定」介於.52 到.69，以及「高標準」介於.53 到.68。儘管本研究中極大化量表總分及各分量表的內部一致性不高，但與過去研究所使用的量表信度相比，還算可以接受的範圍。後悔量表之內部一致性係數為.80 ($N=296$)。

調控焦點量表 本研究首先針對 18 題測量個體習慣之調控焦點傾向的題目進行探索性因素分析，採用的因素分析方式為主成分法 (principle component analysis)，而考量到兩調控焦點彼此有相關，遂進行直接斜交轉軸法 (directly oblimin) 轉軸，得到取樣適當性量數 (KMO) 為.843，Bartlett's 球型檢定值為 1850.171， $df=153$ ， $p<0.01$ 。結果特徵值大於一的因素有四個，但經陡坡圖 (圖二) 檢驗後，發現第三個因素始屬於後方因素群漸進線的一部分，因此決定只抽取前兩個特徵值較突顯的因素；接著再進行一次因素分析，此時強迫選取兩個因素，此兩個因素之初始特徵值 (initial eigenvalues) 分別為 5.14 與 2.85；變異解釋量分別為 28.54%與 15.82%，兩因素總和變異量為 44.37%。各題項於兩因素上負荷量詳見表二。



圖二：調控焦點量表因素分析的陡坡圖檢驗。

表二

研究一 (a) 調控焦點量表因素分析結果。

題號	題目	因素一	因素二
		促進型	預防型
14.	我覺得自己是那種努力去實現「理想中的我」的人——實現我的希望、願望和抱負。	.79	-.13
18.	總而言之，我比較傾向於追求成功多於避免失敗。	.78	-.12
16	一般而言，我注重追求生命中正面的結果。	.78	-.13
6.	我通常會將注意力集中於我希望在將來做成功的事。	.77	-.15
3.	我常會想如何才能實現我的願望和抱負。	.73	.02
5.	我常想到在我理想中自己將會成為的那種人。	.70	-.04
8.	我常會想如何才能使我的學業成功。	.56	.33
1.	一般而言，我注重防止負面的事情在我的生活中發生。	.51	.25
17.	我常想像經歷那些我希望會發生在自己身上的好事情。	.48	.00
12.	目前我在學校主要的目標是取得學業上的成就。	.40	.31
15.	我覺得自己是那種努力成為我「應該」做的人——完成我的本分、責任和義務。	.34	.24

(後頁續)

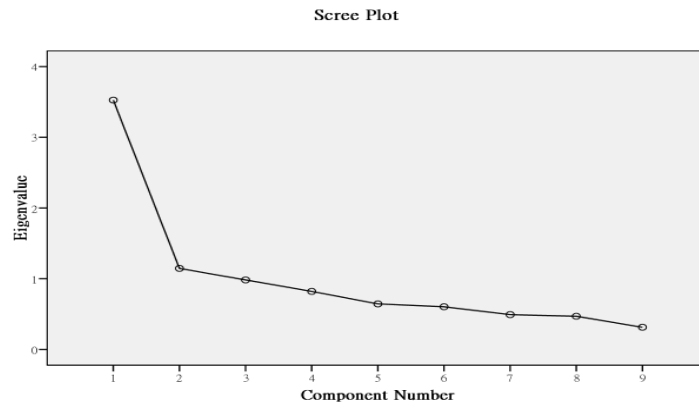
(續前頁)

9. 我常想像經歷那些我害怕會發生在自己身上的壞事。	- .10	.72
10. 我常會想如何才能避免失敗在我的生命中發生。	- .26	.67
7. 我常擔心不能達到我學業上的目標。	.26	.64
11. 我比較傾向於避免損失多於追求收穫。	.16	.63
4. 我常想到那種我害怕自己將來可能成為的人。	- .02	.62
13. 目前我在學校主要的目標是避免學業上的失敗。	- .16	.60
2. 我憂慮我不能盡到我的責任與義務。	.21	.48

因素分析結果顯示：屬於預防型調控焦點的第 1 題「一般而言，我注重防止負面的事情在我的生活中發生」及第 15 題「我覺得自己是那種努力成為我「應該」做的人——完成我的本分、責任和義務」兩題在「促進型調控焦點」向度亦有大於.30 之因素負荷量，後續分析中將把此兩題刪掉，雖然第 10 題在「促進型調控焦點」的因素負荷量也大於.30，但在「預防型調控焦點」的因素負荷量接近.70。因此將該題保留。另外，屬於促進型調控焦點的第 8 題「我常會想如何才能使我的學業成功」及第 12 題「目前我在學校主要的目標是取得學業上的成就」在「預防型調控焦點」向度的因素負荷量均大於.30，筆者認為此兩題可能混淆促進型調控焦點的內涵，後續分析也將此兩題刪掉。此量表於本研究中，促進型調控焦點分量表（7 題）之信度為.85（ $N=291$ ），預防型調控焦點分量表（7 題）之信度為.75（ $N=295$ ）。

極大化傾向量表 本研究針對極大化傾向量表進行探索性因素分析，使用主成分分析（principle component analysis），不轉軸，得出 KMO 值為.820，Bartlett's 球型檢定值= 680.450， $df=36$ ， $p < 0.01$ ，結果特徵值大於一的因素有兩個，經過陡坡圖（見圖三）後決定強迫取一個因素，結果此因素的特徵值為 3.53，變異

解釋量為 39.18%。



圖三：極大化傾向量表因素分析之陡坡圖檢驗。

各題項之負荷量詳見表三，第 7 題「在我知道所有的選項前，如果要我做決定，讓我感到不舒服」並未聚落在同一因素，故在後續分析中將第 7 題刪除，而本研究所使用的極大化傾向量表的內部一致性係數由 .79 提升至 .81 ($N = 290$)。

表三

研究一 (a) 極大化傾向量表因素分析成分矩陣 (component matrix)。

題號	題目	因素一
3	我是個追求最好的人。	.77
4	我做每件事時，都會為自己豎立最高標準。	.76
1	無論要付出多少，我總是試著去選擇最好的事物。	.74
5	不管要花多久的時間，我會等待最好的選擇出現。	.71
2	我不因為「夠好」，就感到滿足了。	.63
6	我從不接受次等的事物。	.62
9	我從不妥協。	.56
8	面對抉擇時，我總會試著想像所有的可能性，即使有些可能性目前還不存在。	.38
7	在我知道所有的選項前，如果要我做決定，讓我感到不舒服。	.27

二、三個樣本群於各量表得分之組間比較

由於樣本來自不同樣本群，故使用單因子變異數分析探討樣本群在各量表得分是否有顯著差異，結果(表四)顯示：樣本群僅在極大化量表總分($F(2, 294) = 3.54, p = .03, \eta^2 = .02$)有顯著差異，在選項搜尋向度($F(2, 294) = 2.87, p = .06, \eta^2 = .02$)之差異達臨界顯著，在其他變項並無顯著差異。兩者效果量(η^2)均小於.058，顯示在此兩變項的組間差異對整體並無太大影響效果，故後續研究不再探討三樣本間的差異。

表四

各心理構念之樣本群組間差異。

	均方	自由度	F 值	η^2
Diab et. al. (2008)	0.22	2	0.60	.00
Schwartz et. al. (2002)	0.92	2	3.54*	.02
— 選項搜尋	1.43	2	2.87†	.02
— 難以決定	0.95	2	1.51	.01
— 高標準	0.15	2	0.25	.00
後悔	0.78	2	1.29	.01
特質焦慮	0.07	2	0.39	.00
生活滿意度	2.08	2	1.63	.01
安適幸福感	0.06	2	0.05	.00
促進型調控焦點	2.71	2	1.93	.01
預防型調控焦點	0.03	2	0.01	.00
調控焦點相對強度	2.35	2	0.85	.01

* $p < .05$; † $p < .10$ 。

三、各量表之描述統計結果與相關分析

描述統計結果(表五)顯示各量表分數之平均數、標準差、偏態與峰度皆在正常範圍內。

表五

研究一 (a) 描述統計 (N=297)。

	最小值	最大值	平均數	標準差	偏態	峰度
Diab et al. (2008)	1.38	4.88	3.25	0.61	-0.08	-0.01
Schwartz et al. (2002)	1.55	4.45	3.07	0.52	0.01	0.09
—選項搜尋	1.60	5.00	3.27	0.71	0.04	-0.24
—難以決定	1.00	5.00	2.89	0.79	0.10	-0.16
—高標準	1.00	5.00	2.90	0.76	0.01	-0.05
後悔	1.00	5.00	3.48	0.77	-0.52	0.01
特質焦慮	1.15	3.55	2.31	0.43	0.04	-0.08
生活滿意度	1.00	6.40	4.11	1.13	-0.48	-0.28
安適幸福感	1.29	7.00	4.38	1.06	-0.33	-0.04
促進型調控焦點	2.29	9.00	6.80	1.19	-0.70	0.87
預防型調控焦點	1.57	9.00	5.69	1.32	-0.34	0.25
調控焦點相對強度	-6.29	7.43	1.11	1.70	0.22	1.79

註：

1. Diab et al. (2008)：極大化傾向量表。
2. Schwartz et al. (2002)：極大化量表。
3. 調控焦點強度為促進型調控焦點量表分數減去預防型調控焦點量表分數。

表六

研究一 (a) 相關表 (N=297)。

	1	2	2a	2b	2c	3	4	5	6	7	8
1. Diab et. al. (2008)											
2. Schwartz et. al. (2008)	.46**										
—2a.選項搜尋	.32**	.79**									
—2b.難以決定	.05	.69**	.19**								
—2c.高標準	.84**	.43**	.22**	.04							
3. 後悔	.11	.27**	.23**	.20**	.05						
4. 特質焦慮	-.02	.17**	.04	.25**	.00	.32**					
5. 生活滿意度	.10	.04	.09	-.08	.08	-.23**	-.34**				
6. 安適幸福感	.08	-.02	.05	-.11	.03	-.22**	-.71**	.56**			
7. 促進型調控焦點	.39**	.11	.18**	-.18**	.35**	-.02	-.25**	.21**	.21**		
8. 預防型調控焦點	.16**	.15*	.08	.10	.16**	.33**	.52**	-.11	-.34**	.13*	
9.調控焦點相對強度	.15*	-.04	.07	-.20**	.12*	-.28**	-.59**	.23**	.43**	.62**	-.70**

* $p < .05$; ** $p < .01$ 。

根據皮爾森相關 (Pearson correlation) 分析結果 (表六) 顯示：極大化量表 (Schwartz et al., 2002) 與其三個子向度「選項搜尋」 ($r = .79, p < .01$)、「難以決定」 ($r = .69, p < .01$) 及「高標準」 ($r = .43, p < .01$)、後悔特質 ($r = .27, p < .01$) 及特質焦慮 ($r = .17, p < .01$) 有顯著正相關，然與正向心理適應指標如生活滿意度、安適幸福感等並無顯著相關，此結果部分支持假設 1。

再者，就極大化量表 (Schwartz et al., 2002) 的子向度進行探討，相關分析結果顯示：「難以決定」向度與安適幸福感達顯著負相關 ($r = -.11, p < .05$)，與特質焦慮達顯著正相關 ($r = .25, p < .01$)，突顯出極大化量表 (Schwartz et al., 2002) 中可能測到個體的特質焦慮，而此結果可能會影響極大化與正負向心理適應的關係。

透過相關分析結果顯示：極大化傾向 (Diab et al., 2008) 與極大化量表 (Schwartz et al., 2002) 總分 ($r = .48, p < .01$)、極大化特質「選項搜尋」向度 ($r = .32, p < .01$)、極大化特質「高標準」向度 ($r = .84, p < .01$) 有顯著正相關。假設 2 預期極大化傾向 (Diab et al., 2008) 僅與後悔有顯著相關，與其他正負向心理適應指標無顯著相關。但結果顯示，極大化傾向與後悔 ($r = .11, p > .05$) 及其他正負向心理適應指標無顯著相關，此結果並未支持假設 2。

第三章 研究一 (b)

第一節 研究目的與假設

研究一 (a) 顯示，極大化量表與正向心理適應無顯著相關，與負向心理適應有顯著正向相關，顯示極大化量表的確混雜太多因素，因而使得極大化構念與心理適應的關係不甚穩定。而本研究主要重點在於探討純淨的極大化概念—極大化傾向量表，研究一 (a) 亦顯示極大化傾向與正負向心理適應均無顯著相關，也與後悔無顯著相關，兩結果與過去研究僅部分相符，與後悔的關係則不穩定，這也表示極大化傾向與後悔間可能存在調節因子。故在研究一 (b) 將重點放在探討極大化 (Schwartz et al., 2002) 及極大化傾向 (Diab et al., 2008) 兩者與調控焦點傾向的關係，以及個體的調控焦點傾向是否會對個體的極大化傾向及其後悔有調節作用。根據調控焦點理論 (Higgins, 1997)，促進型調控焦點者會將焦點放在正向結果的出現與否，而預防型則將焦點放在負向結果的出現與否，因此當促進型極大化傾向者發現可能有比自己所選擇的東西更好的物品存在時，他們知覺到的差距較小，反之，當預防型極大化傾向者面臨到有更好的東西存在時，他們所知覺到的差距較大，後悔的感受較前者強烈。故其假設如下：

假設 3：極大化個體越傾向預防型調控焦點，其後悔程度較越傾向促進型調控焦點者為高。

第二節 研究方法

研究一 (b) 所採用之參與者與施測程序，以及測量工具等均與研究一 (a) 相同。

第三節 研究結果

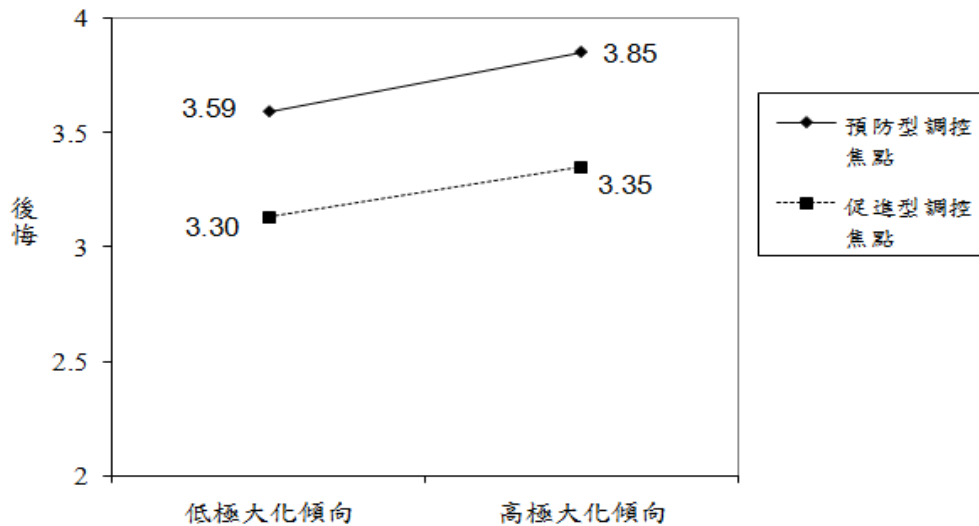
過去有些採用 Lockwood 等人所發展之調控焦點量表的研究在區分個體調控焦點傾向時，會將促進型調控焦點分數減去預防型調控焦點分數，以取得個體調控焦點傾向(Lockwood et al., 2002; Plessner, Unkelbach, Memmert, Baltes, & Kolb, 2009)，在本研究中將仿效此一方法取得調控焦點相對強度，分數越高表示個體促進型調控焦點強度較預防型調控焦點強度強，平均數為 1.11，標準差為 1.70。以調控焦點相對強度做為調節變項，探討其對極大化傾向在後悔的調節效果，筆者假設：極大化個體越傾向預防型調控焦點，其後悔程度較越傾向促進型調控焦點者為高。透過階層迴歸分析顯示：在模式一中，極大化傾向 ($\beta = 0.15, t(296) = 2.72, p < .00$) 與調控焦點相對強度 ($\beta = -0.30, t(296) = -5.41, p < .00$) 皆對後悔有顯著預測力。在模式二(表七)中，極大化傾向與調控焦點相對強度的交互作用對後悔無顯著， $\beta = -0.02, t(295) = -0.32, p > .05$ ，其交互作用趨勢圖見圖四。

表七

以調控焦點相對強度為調節變項之交互作用迴歸分析表。

獨變項	後悔	
	Model 1	Model 2
極大化傾向 (Diab et. al., 2008)	0.15**	0.15**
調控焦點相對強度	-0.30**	-0.30**
極大化傾向 x 調控焦點相對強度		-0.02
全部 (<i>R square</i>)	.10	.10
調整後 (<i>Adjusted R square</i>)	.10	.09
$\Delta R square$		-.01
<i>F</i> 值	16.53**	11.02**
估計標準誤	0.74	0.74

* $p < .05$; ** $p < .01$ 。



圖四：調控焦點相對強度對極大化傾向與後悔的交互作用趨勢圖。

第四節 小結

在研究一 (a) 中，筆者首先使用因素分析將各量表不適合的題項刪去，以確立後續各量表能適切的補捉到相對的心理構念，並進一步探討極大化量表、極大化傾向量表以及調控焦點量表與正負向心理適應變項的關係。根據分析結果看到極大化量表可能同時測到了個體的焦慮傾向，而若僅看追求最好的傾向（即高標準）與正負向心理適應的相關，並未發現有顯著相關，顯示個體追求最好的傾向不必然與其心理適應有關，此一結果較支持 Diab 等人 (2008) 所提出的想法，與過去採用 Schwartz 等人 (2002) 所編的極大化量表所做研究結果不一致。

研究一 (a) 結果亦顯示：極大化傾向量表 (Diab et al., 2008) 與極大化量表 (Schwartz et al., 2002) 之「高標準」向度的相關達.83，且前者內部一致性係數 ($\alpha = .77$) 亦較後者的「高標準」向度 ($\alpha = .49$) 為高，筆者考量將重點放在純化的極大化概念—追求最好的傾向，故後續研究僅採用 Diab 等人的極大化傾向量表來測量極大化。研究一 (b) 發現，雖然極大化傾向與兩個調控焦點傾向均有顯著相關，但個體調控焦點相對強度並未能對極大化與後悔具有調節效果。筆者認為假設未獲支持的原因可能有以下兩點，第一、特質層次的測量較不貼近選

擇情境，亦無法明確地展現出個體在選擇後的感受。筆者認為，個體對每次選擇的滿意與否是特定的 (specific)、一次性的 (one-shot)，且個體的選擇後後悔也是短暫的負面情緒，並非長期累積的心理感受，因此本研究結果未能支持假設。因此，在後續研究二中，筆者將自編選擇情境故事，並且依著情境故事的範例，修改後悔量表的測量，使其更貼近特定選擇後可能衍生的後悔；第二、使用 Lockwood 等人 (2002) 所編製的量表或許不太能確切表現出 Higgins (1997) 所提出調控焦點理論的意涵。Summerville 與 Roses (2008) 曾試圖釐清 Higgins 所主張的調控焦點跟 Lockwood 等人提出的調控機制在概念上的界定，他們認為前者較著重於個人追求目標時是採用積極或是謹慎的自我調控焦點 (self-guide)，後者則是強調個體最後達成的結果與目標參照點 (reference-point) 的比較，兩者概念有差異。又儘管原本預期該量表較著重於追求正向結果、避免負向結果的意涵，似乎較可以呼應極大化傾向者在追求最好的過程中所考量的，但透過描述統計可以發現，促進型調控焦點的平均數 ($M=6.80$) 大於預防型調控焦點的平均數 ($M=5.69$)，不僅如此調控焦點相對強度的平均數 ($M=1.11$) 大於 0，顯示大多數個體的促進型調控焦點強度高於預防型調控焦點。加上該量表某些題項特別著重於課業上的成敗，此量表分數可能反映出個體在學業上抱持促進型或預防型調控焦點傾向，且對於台灣的大學生而言，大多數的人從小就在以升學為導向的教育環境中求學，可能造就他們在追求課業成功、抑或避免課業失敗兩者間有相當程度的看重，因此採用量表難以區分出個體於兩個慣用調控焦點的強度差別，也難以突顯出極大化個體在做決定當下，不同調控焦點是否扮演不同的功能。是故，為求貼近 Higgins 所主張之調控焦點理論，筆者在研究二中，將捨棄特質層次的測量，嘗試操弄調控焦點，希冀在調控焦點理論的實際層面更貼近原始理論。

第四章 研究二

第一節 研究目的與假設

在研究一(a)、(b)中，探討極大化與後悔、及其他正負向心理適應的相關，並未發現與先前研究一致的結果，使用調控焦點特質探討調節效果亦未獲支持。筆者認為主要的原因是測量方式不適切，因此研究二中，將透過操弄調控焦點探討極大化者在特定情境中的選擇後後悔，主要針對三個部分進行修改：第一、將研究範圍限定於特定的選擇決策情境。筆者自編一個手機購買情境故事並引導參與者做一個他認為最好的選擇；第二、修改後悔量表。筆者認為選擇後後悔較為貼近個體選擇決策情境中可能經驗到的情緒，是故修改 Schwartz 等人 (2002) 後悔量表題目，使其更可以反映個體於自編的手機購買情境選擇後可能會有的後悔感受；第三，透過操弄調控焦點促發個體將焦點放在不同的調控。過去研究均指出調控焦點不僅是個人特質，亦可以透過情境操弄促發個體特定的調控焦點 (Lieberman, et al., 1999; Nan, 2008)，有鑑於研究一(b)中在特質層次的探討，未能區分個體抱持不同的調控焦點是否會調節極大化及其後悔，因此在本研究中採用操弄調控焦點的方式引導個體。

有學者認為極大化者與滿意者的差異取決於個體所在之情境脈絡，相關研究 (Chowdhury et al., 2009) 主張，極大化者與滿意者在個人特質上並無差異，但極大化者對情境訊息較為敏感。在他們的實驗中，參與者被要求從線上購物網中選擇一個送給同性親戚的聖誕禮物，但作決定時間只有三分鐘，研究者操弄線上購物網的選項數量，結果發現：當選項數量為 24 種時，極大化者與滿意者知覺到時間壓力的程度相當，但當選項數量減少為 6 種時，極大化者比滿意者感受到較多的時間壓力。該研究發現，極大化者在選擇群小 (6 個內) 加上有時間壓力下，其心理感受與滿意者有顯著的差異，極大化者會知覺的時間壓力程度較大。因此，筆者假設對於極大化傾向較低者而言，較不容易受到調控焦點操弄的影

響，調控焦點操弄僅會對於極大化傾向較高者有影響。假設分列如下：

假設 1：相較於極大化傾向較低者，極大化傾向越高，後悔程度越高。

假設 2：對於極大化傾向較高者，預防型調控焦點組的選擇後後悔感受較促進型調控焦點組強。

假設 3：對於極大化傾向較低者，不論是預防型調控焦點組或促進型調控焦點組，其後悔感受沒有差異。

第二節 研究方法

參與者與施測程序

參與者為 101 名亞洲大學修習心理學相關課程之大學生，其中男性有 49 名，年齡介於 19 至 22 歲間；施測方式為團體紙筆測驗，由於本研究為操弄促進型調控焦點及預防型調控焦點，故問卷版本有兩種，參與者隨機拿到其中一個版本，並要求參與者於作答時需一頁一頁進行，並要求參與者不可跳頁填答以及往翻回前頁，填答時間大約 10 至 15 分鐘。

研究工具

極大化傾向量表 採用 Diab 等人（2008）所編的極大化傾向量表，並將第二題修改為「我不因為東西已經『夠好』，就感到滿足」，根據研究一（a）因素分析結果將第 7 題刪去，填答方式為李克式七點量表，1 分表示非常不同意，7 分表示非常同意，得分越高表示個體的極大化傾向越高。本研究所用量表之內部一致性係數為.78。

選擇情境故事 參與者將閱讀一個購買手機的情境短文如：「請想像最近要換手機了，店員依照你的喜好、預算需求幫忙整理了一份評估，分別是 6 款價格相同的手機及各種功能的評價」，參與者可依據短文中所呈現之手機型號與功能評比（6 款手機 × 5 項功能）的表格進行比較，以做出最後的選擇。由於參與者

所是否選擇最好的手機並非研究關注重點，因此每款手機在五種功能的總和皆為 23，此選擇情境故事詳見附錄。

調控焦點情境操弄 在參與者要做出最後的決定之前，將先接受到筆者根據 Higgins (1997) 調控焦點理論的想法所設計之調控焦點訊息。參與者被隨機分派到促進型調控焦點組或預防型調控焦點組，而在促進型調控焦點組，問參與者「請問在這次選擇中，有哪些可能好的、正面的結果，是您希望獲得的？」並提示他們列舉出至少五個的結果；在預防型調控焦點組，則問參與者「請問在這次選擇中，有哪些可能不好的、負面的結果，是您盡量避免發生的？」並提示列舉出至少五個可能的結果。情境設計詳見附錄。

後悔量表修正版 為了要確認研究中所測到的後悔感受是來自於選擇後的後悔，筆者參考 Schwartz 等人 (2002) 編製的五題後悔量表並配合此手機選擇情境做了些許修改，請參與者在選購完手機後評估，題目如「即使當我選擇這支手機，我仍很想知道：如果做出不一樣的選擇，結果會如何？」和「就算這支手機是一個不錯的選擇，如果發現還有其他更好的手機，我還是會感到失落。」等。另外增加四題，如「如果可以，我會放棄這次選擇的機會，回去仔細做好評估後，再做最後的挑選。」、「如果發現有價格相近，但功能較佳的其他機型推出，我會再重新評估現在這支手機的價值。」等，全部共九題。填答方式為九點量表，-4 表示非常不同意，4 表示非常同意。計分時則將之轉換為 1 到 9 分，平均得分越高表示個體的選擇後後悔感受越強。在本研究中，此修改後的後悔量表其內部一致性係數為.87。修改後量表詳見附錄。

操弄檢核 本研究設計的操弄檢核指標主要有兩類，一類為認知指標：筆者認為若調控焦點操弄有效，那麼參與者在做選擇時將抱持不同信念，故以追求做出最好選擇的積極心態與避免沒有做出最好選擇的謹慎心態做為認知指標之依據。在參與者做完選擇情境及填答完後悔量表後，將會詢問參與者「當我在想像那些希望獲得的正向結果（促進型調控焦點組）/避免發生的負向結果（預防型

調控焦點組)時,我的心態是___?」,前者填答方式為-3(謹慎地做出選擇)到3(積極地做出選擇)的七點量表,後者填答方式為-3(積極地做出選擇)到3(謹慎地做出選擇)的七點量表。計分時則將之轉換為1到7分,1分表示越積極地做出選擇,7分表示越謹慎地做出選擇,平均得分越高表示個體在該選擇情境越傾向謹慎地做出選擇。另一類為情緒指標:根據調控焦點理論(Higgins, 1997; Shah & Higgins, 1997)指出,當個體使用調控焦點後,結果成功或失敗將會引發不同的情緒。當促進型調控成功時,將會誘發個體產生快樂的、滿足的情緒,失敗時將會有失望的、洩氣的、情緒低落的、以及難過的情緒;而當預防型調控成功時,則會誘發個體平靜的、放鬆的情緒,失敗時則是誘發個體焦躁的、不安的、心神不寧的、以及緊張的情緒。因此在本研究中,個體促進型調控焦點組的參與者做完選擇情境問卷後,將被問及「如果最後我發現我所做的選擇,並沒有讓我獲得那些正向結果,那麼我的情緒感受會是.....」,而預防型調控焦點組的參與者則是被問及「如果最後我發現我所做的選擇,並沒有讓我避免那些負向結果,那麼我的情緒感受會是.....」,兩組人均須針對這12個情緒詞評估情緒感受強度。筆者預期,在促進型調控焦點組在促進型調控焦點失敗所誘發之情緒應高於預防型調控焦點組,反之,預防型調控焦點組在預防型調控焦點失敗所誘發的情緒應高於促進型調控焦點組。操弄檢核詳見附錄。

第三節 研究結果

一、各變項描述統計結果

各變項描述統計結果(表八)顯示各變項的最大值、最小值、平均數、標準差、偏態與峰度均在正常範圍內。

表八

研究二描述統計值 ($N = 101$)。

	最小值	最大值	平均數	標準差	偏態	峰度
1. 極大化傾向 (Diab et. al., 2008)	2.38	6.38	4.29	0.93	0.00	-0.49
2. 選擇後後悔	1.78	9.00	5.70	1.71	-0.52	-0.55
3. 促進型調控失敗之情緒	0.33	5.00	3.04	0.95	-0.19	-0.11
4. 預防型調控失敗之情緒	0.00	4.33	1.89	1.10	0.13	-0.77

二、操弄檢核分析結果

(一) 以認知做為操弄有效指標。

操弄檢核項分數越低，表示個體在做選擇的心態越傾向於謹慎地做出選擇，分數越高表示心態越傾向於積極地做出選擇。由於是採用 1 分到 7 分的量尺，因此操弄檢核分析中，筆者將兩調控焦點組分別與量尺中位數 ($Median = 4$) 進行比較，筆者預期：促進型調控焦點組操弄檢核項的平均數小於量尺中位數，而預防型調控焦點組操弄檢核項的平均數則大於量尺中位數。透過單一樣本 t 檢定結果 (表九) 中顯示：促進型調控焦點組的操弄檢核項 ($M = 3.04$) 小於量尺中位數， $t(49) = -3.33$, $p < .01$ 。預防型調控焦點組的操弄檢核項 ($M = 5.98$) 大於量尺中位數， $t(49) = 9.67$, $p < .01$ ，也就是說：促進型調控焦點組接受到的情境訊息傾向於積極地做出選擇，預防型調控焦點組則是傾向於謹慎地做出選擇。此結果以證明研究二所設計之調控焦點操弄在認知成份上有效，並可促發個體將焦點放在不同調控動機上。

表九

以認知做為調控焦點操弄有效檢核之統計結果。

	人數	平均值	標準差	t 值	p 值
促進型調控焦點組	50	3.04	2.04	-3.33	.00
預防型調控焦點組	51	5.98	1.46	9.67	.00

(二) 探討不同調控動機組思考內容是否有差異。

研究二透過指導語指示參與者寫出他們想要獲得的正向結果(促進型調控焦點組)/避免發生的負向結果(預防型調控焦點組),在問卷中列出五點,但並未明確地要參與者寫出五點結果。過去研究指出:相較於預防型調控焦點,促進型調控焦點較可以促進創造力(Friedman & Forster, 2001),故接著檢視兩組參與者在操弄過程中所想的事件數有無差異。透過平均數 t 檢定分析結果(表十)顯示:促進型調控焦點組 ($M = 4.52$, $SD = 0.86$) 思考他們想要獲得的正向結果的事件數多於預防型調控焦點組思考他們想要避免的負向結果 ($M = 4.02$, $SD = 1.27$)。

表十

探討調控焦點組別在思考事件數是否有差異的 t 檢定。

	人數	平均值	標準差	t 值	p 值
促進型調控焦點組	50	4.54	0.86	2.41	.02
預防型調控焦點組	51	4.02	1.27		

不僅如此,再比較兩組人所寫的內容,促進型調控焦點組的內容包括有「受到注目」、「贈品豐富」、「音樂功能強」、及「外觀討喜」.....等,而預防型調控焦點組寫的內容則包括有「照相功能畫質差」、「通話時間太短」、「手機內建容量太小」、及「待機時間太短」.....等,大多侷限在指導語中所設定的功能範圍。

(三) 以情緒做為操弄檢核指標

在分析時,首先計算個體促進型調控焦點失敗的相對應情緒強度以及預防型調控焦點失敗的相對應情緒強度。描述統計之結果(表八)顯示:不論是在何種調控焦點失敗條件下,預防型調控焦點組之情緒感受均較促進型調控焦點組為高。根據單因子變異數分析結果(表十一)顯示:相對於促進型

調控組 ($M=2.86$)，預防型調控焦點組 ($M=3.22$) 在促進型調控失敗之情緒感受較高，兩組間有臨界顯著差異， $F(1, 99) = 3.69, p=.058$ ；相對於促進型調控組 ($M=1.67$)，預防型調控焦點組 ($M=2.10$) 在預防型調控失敗之情緒感受較高，且兩組間亦有臨界顯著差異， $F(1, 99) = 3.92, p=.051$ ；整體而言，預防型調控焦點組不論在促進型調控焦點失敗或是預防型調控焦點失敗所對應之情緒強度均較促進型調控焦點組為高。

表十一

以情緒做為調控焦點操弄有效檢核之統計結果。

		人數	平均值	標準差	F 值	p 值
促進型調控失敗 之情緒感受	促進型調控焦點組	50	2.86	0.84	3.69	.058
	預防型調控焦點組	51	3.22	1.03		
預防型調控失敗 之情緒感受	促進型調控焦點組	50	1.67	1.05	3.91	.051
	預防型調控焦點組	51	2.10	1.12		

三、探討不同調控動機組思考內容/選擇結果是否有差異。

根據調控焦點理論，個體抱持促進型調控焦點關注的是使獲得最大化 (maximizing)、讓沒有獲得最小化 (minimizing)，但若抱持預防型調控焦點則使失去最小化、讓沒有失去最大化 (Higgins, 1997)。在本研究選擇情境故事所提供的手機與功能評估表中，儘管每個選項加總分數皆為 23 分，但參與者的選擇仍有所不同，因此透過探討不同調控焦點組的參與者，在選擇手機上是否有所差異，亦可以檢驗此一調控焦點操弄是否對選擇產生的影響。為了檢驗兩組人在這六款手機選擇是否有顯著差異，透過卡方檢定獨立性考驗結果顯示： $\chi^2_{(5)} = 13.33, p = .02$ ，達顯著水準，表示兩變項之間有相互關連，不同調控焦點組別與手機選擇結果有關連。在調控焦點組別與手機

選擇交叉表（表十二）中也列出調整後殘差值（adjusted residual）後，以 $\alpha = .05$ ， Z 值 = ± 1.96 的標準檢驗哪些手機類型在兩組間有差異，結果顯示 phone B 在促進型調控焦點組的調整後殘差為 3.2，大於 1.96，顯示，phone B 在促進型調控焦點組被選擇的機會較在預防型調控焦點組為高，由於 phone B 中照相功能的評價最低，對於預防型調控焦點組而言，將會使得失去達到最大化，不僅與他們想要避免失去的動機有衝突，而這也是他們極力想要避免發生的目標，他們避免選到功能最差的手機，故預防型調控焦點較不會選擇 phone B。

表十二

操弄組別與手機選擇交叉表。

		手機選擇						χ^2	p
		Phone A	Phone B	Phone C	Phone D	Phone E	Phone F		
促進型調控焦點組	個數	7	15	18	4	5	1	13.33	.02
	調整後殘差	-1.7	3.2	-0.3	0.4	-0.3	-1.7		
預防型調控焦點組	個數	14	3	20	3	6	5		
	調整後殘差	1.7	-3.2	0.3	-0.4	0.3	1.7		

四、調控焦點操弄在極大化傾向及後悔的交互作用效果分析

透過階層迴歸（hierarchical regression）分析，將調控焦點操弄組別轉換成虛擬變項 0（促進型調控焦點組）、1（預防型調控焦點組）以方便進入迴歸分析。在主要效果部分：極大化傾向能夠有效地預測個體的選擇後後悔， $\beta = 0.34$ ， $t = 3.67$ ， $p < .01$ ，表示極大化傾向越高，其選擇後後悔程度越高，假設 1 預期極大化傾向高低在後悔有差異，獲得支持；調控焦點操弄亦可有效地預測個體選擇後

後悔， $\beta = 0.21$ ， $t = 2.32$ ， $p < .05$ ，表示預防型調控焦點組的選擇後後悔程度高於促進型調控焦點組。

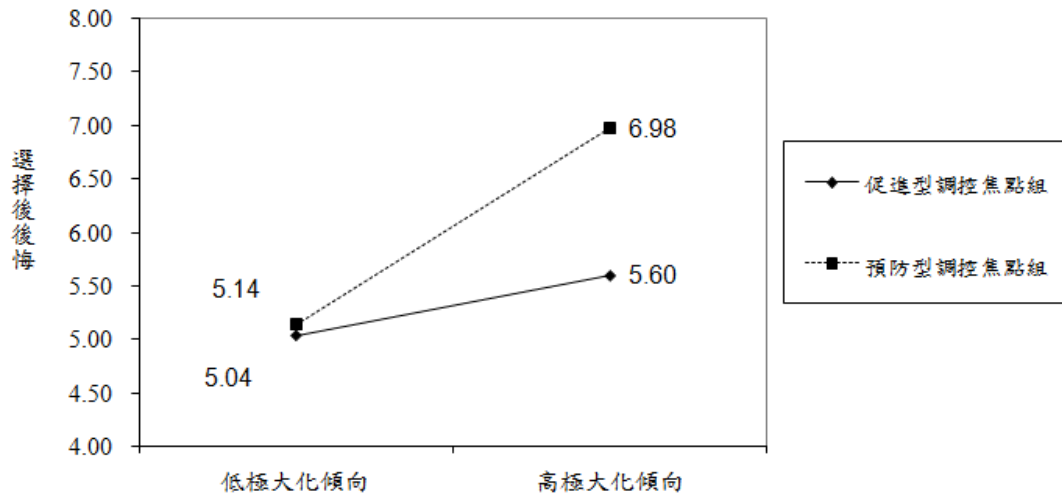
表十三

以調控焦點操弄為調節變項之交互作用迴歸分析表。

獨變項	後悔	
	M1	M2
極大化傾向	0.34**	0.16
調控焦點組別	0.21**	0.21*
極大化傾向 x 調控焦點組別		0.26*
全部 (<i>R square</i>)	.17	.20
調整後 (<i>Adjusted R square</i>)	.15	.18
<i>F</i> 值	9.77**	8.15**
估計標準誤	1.57	1.55

* $p < .05$ ；** $p < .01$ 。

交互作用分析結果(表十三)顯示不同調控焦點對於極大化傾向在選擇後的後悔感受有顯著差異， $F(3, 97) = 8.15$ ， $p < .05$ 。且交互作用項在選擇後後悔的結果達顯著， $\beta = .26$ ， $t = 2.07$ ， $p < .05$ ，其交互作用趨勢圖見圖五，顯示對於極大化傾向較高者而言，調控焦點訊息操弄對其有顯著影響，相較於在促進型調控焦點組，極大化傾向者較高在預防型調控焦點組的選擇後後悔較高，假設2獲得支持；但對於極大化傾向較低者，調控焦點操弄並未對其有顯著影響，支持假設3。



圖五：調控焦點操弄對極大化傾向與後悔的交互作用趨勢圖。

進一步進行斜率檢定，結果發現：在促進型調控焦點條件下，極大化傾向不能夠有效預測其選擇後後悔， $\beta = 0.18$ ， $t = 1.23$ ， $p > .05$ ；而在預防型調控焦點條件下，極大化傾向可以有效預測個體選擇後後悔， $\beta = 0.53$ ， $t = 4.35$ ， $p < .01$ ，表示極大化傾向者的選擇後後悔程度在預防型調控焦點狀況下會被加強。

第四節 小結

過去研究認為極大化者與滿意者的差異在於前者較易受到情境脈絡影響，在研究二中以極大化傾向量表（Diab et al., 2008）做為測量個體追求最好之傾向的指標，結果顯示，高/低極大化傾向者的選擇後後悔有顯著差異。此研究亦發現：影響極大化傾向較高者的選擇後後悔，個體在選擇前所抱持的調控焦點是一個關鍵的調節因素，分析結果顯示，極大化傾向較高者在選擇前接受了不同調控焦點訊息的操弄，其選擇後後悔感受之組間差異達顯著，在預防型調控焦點組的參與者，其後悔感受高於在促進型調控焦點組的參與者，因此筆者預期「調控焦點對於極大化傾向在選擇後後悔感受具有調節效果」的假設得到驗證。在研究二中，藉由操弄調控焦點以探討個體極大化傾向是否會影響個體的後悔感受，不僅可以

探討極大化個體在對於情境脈絡的反應，也驗證了調控焦點的調節效果。整體而言，研究二結果支持過去情境論的主張，認為極大化者（極大化傾向較高者）與滿意者（極大化傾向較低者）並未有顯著差異，而是在特定的情境脈絡下才會促發兩者的差異出現，意即調控焦點確實可以調節極大化傾向與選擇後後悔的關係。



第五章 綜合討論

第一節 研究結果總結

先前研究顯示相較於滿意者，極大化者容易感到後悔與憂鬱，然而最弔詭的地方在於：為什麼追求最好，卻反而讓人們不能因為這最好的選擇而感到滿足呢？本研究透過調控焦點理論分別從個體性格特質與情境脈絡的交互作用，探討不同調控動機對於極大化者與滿意者可能的差異。本研究論證要點主要有兩點：第一、過去極大化相關研究指出極大化者有較差的心理適應可能是由於所使用的測量工具隱含「焦慮」意涵所致。第二、個體有追求最好的傾向，其背後的動機可能是調節個體極大化傾向與後悔的重要因子。在研究一（a）中，透過相關分析結果發現，極大化量表（Schwartz et al., 2002）當中「難以決定」向度與焦慮有顯著相關，而主張單一構念之極大化傾向量表（Diab et al., 2008）則未顯示出與任何心理適應指標有顯著相關，表示極大化者與心理適應間存在可能的調節變項。另考量到個體追求最好的傾向在選擇情境較明顯，以及承接選擇情境後，最直接影響個體心理感受的是選擇後後悔，故在研究一（b）中，更進一步探討個體慣用的調控焦點傾向是否會影響其後悔，結果發現：調控焦點相對強度對於極大化傾向與後悔並未達顯著的調節效果。然而，有學者（Chowdhury et al., 2009）主張相較於滿意者，極大化者較易受到情境訊息所影響，進而影響其選擇滿意度，故在研究二，筆者使用調控焦點促發情境，設計促進型/預防型調控焦點訊息框架，結果發現，極大化傾向較高者相較於在促進型調控焦點訊息框架，在預防型調控焦點訊息框架下的選擇後後悔程度較高；有別於過去研究使用混雜許多因素的極大化量表（Schwartz et al., 2002）進行研究，因而未能適切的展現出極大化者的特性，故在本研究中將焦點放在個體想要追求最好的傾向，亦發現相較於極大化傾向較低者，極大化傾向較高者較易受到情境訊息的影響。

第二節 討論

一、從情境脈絡反映極大化者與滿意者的差異

有別於過去的研究多是探討極大化者、滿意者的性格傾向去比較此兩類人在決策結果或是心理適應的差異，Chowdhury 等人(2009)從情境脈絡的角度切入，發現如果在 24 種選擇中，限定受試者三分鐘選擇，極大化者與滿意者均感受到相同程度的時間壓力，但當選擇項較少時，極大化者較滿意者容易知覺到時間壓力，他們需要更多時間去評估，以利最後的選擇。可見，極大化者與滿意者的心理適應或是選擇滿意度等在一般狀況下可能並無差異，而是在特定的情境脈絡中才會突顯出兩者的差異。而在本研究二中，透過操弄調控焦點以營造出不同的情境訊息，無論是在促進型或是預防型調控焦點操弄，儘管並未要求參與者「積極地」或是「謹慎地」做出選擇，但操弄檢核結果顯示兩組在認知上接受到不同的訊息。且結果發現，相較於極大化傾向較低者而言，極大化傾向較高組較容易受到訊息操弄的影響，雖然本研究僅探討單一向度—高標準，但似乎在某種程度上反映了，高標準者對於情境訊息較敏感，較容易受到影響。

二、調控焦點與極大化傾向的關係

調控焦點理論指出，促進型調控焦點著重於使得想要的目標達到最大(maximal)，預防型調控焦點著重於讓不想要的結果發生的機會達到最小(minimal) (Idson et al., 2000; Pennington & Roese, 2003)，也就是說前者將焦點放在獲得最好的、比自己想要的還要好的事物上，後者則是將焦點放在避免讓最糟糕的結果發生。在本研究二的情境故事中 Phone B 在「照相功能」向度被評價位最低，預防型調控焦點組選擇 Phone B 與促進型調控焦點組有顯著差異。Schwartz 等人(2002)亦指出：滿意者會為自己設定一個標準，若選擇的物品到達此標準，滿意者就會收手，接受這個選擇結果。然而，這是否意味著滿意者等於預防型調控焦點者、極大化者等於促進型調控焦點者？

若追求最好的傾向為個體調控焦點的性格特質，根據 Higgins (2000) 主張的調控焦點適配性 (regulatory fit)，亦即當個體本身的調控焦點傾向 (chronic) 與環境中可變的調控焦點訊息框架 (framing) 一致，個體會感覺較好 (feel right)，該觀點常被用在廣告、說服、以及認知偏好等研究，結果顯示：當調控焦點適配時，個體對於所選擇的物品會有較高的評價 (Higgins, Idson, Freitas, Spiegel, & Molden, 2003)，對參與的活動會有較高的內在動機、會覺得比較有趣 (Higgins, Cesario, Hagiwara, Spiegel, & Pittman, 2010)，以及比較容易被說服 (Cesario, Grant, & Higgins, 2004；Cesario & Higgins, 2008) 等。因此，若極大化傾向可以對應到促進型調控焦點，那麼在研究二中，在極大化傾向較高者在促進型調控焦點組將會因調控焦點適配，而感受較好，其後悔程度將是四組中最低。但圖五顯示：促進型高極大化傾向者其後悔程度 ($M = 5.58$) 亦高於促進型低極大化傾向者 ($M = 5.07$)。表示：追求最好的傾向並不直接對應促進型調控焦點，無獨有偶，研究一 (a) 的相關表亦顯示出：極大化傾向與高標準向度不僅與促進型調控焦點有顯著相關，也與預防型調控焦點有顯著相關。

然而根據調控焦點適配性的論點，慣用預防型調控焦點的個體在預防型調控框架下也會有一致、適配的感受 (feel right)，研究二結果發現在預防型調控框架的極大化者，其選擇後後悔程度高於在促進型調控框架的極大化者，若個體本身即慣用預防型調控焦點，在預防型調控焦點框架下仍有此一效果嗎？在研究二中並未收集參與者慣用調控焦點的資料，本研究未能檢驗此一結果。後續研究將可進一步探討，個體在追求極大化的同時，調控焦點適配性是否處在一更高的層次，影響著個體對選擇決策結果的滿意度或後悔。

第三節 研究限制與未來展望

一、概念須釐清：極大化者 vs. 滿意者

本研究出發點是為了驗證個體追求最好的傾向未必會帶來負向心理適應，因

此著重在純化的極大化向度，並未對於極大化者與滿意者的意涵多做區別，僅仿效過去研究使用單一連續向度的高低分來區分兩者。但事實上，目前極大化相關研究所使用的測量工具中，無論是在極大化量表（Schwartz, et al., 2002）或是極大化傾向量表（Diab, et al, 2008）中，均未有測量滿意者意涵的向度，筆者認為儘管在兩量表得分中低於中位數者，亦不能稱之為滿意者²，筆者認為極大化與滿意的區分並非一個連續向度，若是將分數低於中位數者是為滿意者，亦表示滿意者可能是低標準、做較少的選項搜尋、以及較不會難以決定等，以此區分經濟學家 Herbert Simon（1955，1956）所主張的滿意者意涵並不貼切。建議後續研究將可嘗試研究較可以描繪滿意者的行為指標，例如適可而止、較有主見等，另建立一個適切的量表區分出極大化者與滿意者。

二、情緒扮演的角色

當個體調控焦點失敗時，會產生負向情緒。在本研究中預防型調控焦點組無論是在促進型調控失敗相應情緒—沮喪（dejection）向度或是在預防型調控失敗相應情緒—不安（agitation）向度，其情緒感受均較促進型調控焦點組強烈。儘管研究結果顯示處在預防型調控焦點組的高極大化傾向者其選擇性後悔程度最高，較其他三組為高，筆者不禁思考：此結果是不是因為個體焦慮的情緒比失望的情緒還高所導致的？由於後悔為一負向情緒，後續研究將需針對負向情緒本身可能的混淆進行釐清。

三、應用的範圍

本研究探討極大化傾向時，將焦點鎖定於選擇決策情境，其考量為選擇決策情境發生在真實生活中較為頻繁，且 Schwartz 等人 2002 年提出極大化者概念時，也是為了回應真實生活中過多選擇非但未讓人更自主，反而讓人困擾的吊詭

² 本研究皆將極大化傾向量表得分大於中位數組，稱為極大化傾向較高組；低於中位數組，則稱為低極大化傾向較低組。

現象。事實上，個體追求最好的傾向可能會展現在不同的生活層面，諸如：在挑選伴侶時總是希望可以找到什麼條件都符合自己設定的標準的那個 Mr./Miss right、去圖書館念書時會想要挑一個最適合自己的位置、或是出遊時會規劃最經濟實惠的行程……等。也有可能因事件的重要性而拿捏自己追求最好的強度，例如：有些人可以隨便吃路邊攤，但剪頭髮非要給知名的設計師剪，相較於吃頓飯，個體賦予較高的權重於追求最好的外在。在選擇情境中，調控焦點對於極大化傾向及其選擇後後悔有顯著的調節效果，但對於非選擇情境是否也有調節效果呢？後續研究不僅可以探討在不同事件範疇的極大化傾向，亦可探討在不同事件範疇的極大化者是否能有彈性地運用不同的調控焦點策略，與其主觀心理感受的關係。

四、極大化者的決策行為與調控動機的關係

先前研究指出相較於滿意者，極大化者較容易以他人意見為依據、放棄做選擇等 (Parker et al., 2007)，極大化者願意花比較多心力找到最好的 (Dar-Nimrod et al., 2009)。在本研究中，由於筆者關注選擇後後悔，當參與者思考完想要獲得的正向結果/避免發生負向結果後，在情境故事中被迫做一個決定。然此一情境故事設計，未能回答不同的動機所驅使的極大化者，在選擇過程中花時間心力搜尋的方式是否有差異、是否會放棄做決定、甚至是對於結果的主觀感受等等的差異；以本研究為例，高極大化傾向者在預防型調控焦點組的選擇性後悔較其在促進型調控焦點組高，可進一步探討個體所擁有的真實物品跟想要的物品間的差距是否會影響極大化者，Van Yperen 與 Hagedoorn (2008) 主張高標準未必會有心理壓力，而是看個體如何去對沒有達到標準的差距做回應，他們認為個體知覺差距的能力以及評估差異的意義使得個體在選擇過程中經驗到不同的正負向情緒。處在不同調控焦點組的極大化者，對於差距的存在是否有其特有的因應方式，需留待後續研究探討。

五、和過去研究對話：從「高標準」出發

本研究僅探討純淨的極大化概念「高標準」，與多數極大化相關研究從三向度角度切入有很大的差異，似乎難以和過去研究進行直接的對話，但 Nenkov 及其同事（2008）發展極大化短版量表時，鑒於極大化量表混雜多向度，亦主張後續研究可就各向度加以探討。儘管本研究只關注「高標準」向度，但筆者認為這是一個很好的出發點，未來研究將可以「高標準」做為出發點，進一步探討極大化者的其他面向。例如：Schwartz 等人（2002）在主張極大化的概念時，認為「選項搜尋」、「難以決定」是極大化者的行為指標，並將之放入自編的極大化量表，但「高標準」真的會做比較多的選項搜尋嗎？高標準者真的比較難以決定嗎？筆者認為，這些行為指標需要用單一「高標準」構念再重新驗證。此外，本研究發現極大化個體選擇時的調控焦點將會影響到個體選後的心理感受，是否採取不同調控焦點的極大化者，在選項搜尋的策略有差異？做決定的策略也有差異？種種可能存在的差異留待後續研究繼續探討。

第四節 總結

自從 Schwartz 等人（2002）提出極大化的概念開始，其測量工具被廣泛地使用於消費行為（Chowdhury et al., 2009；Dar-Nimrod et al., 2009）、決策風格（de Bruin et al., 2007）、後悔（Zeelenberg & Pieters, 2007）等範疇，但大多數研究的出發點是將極大化視為性格傾向的一部份，多探討極大化者與滿意者在從現象層面的差異，鮮少加以討論為什麼極大化者這麼糟糕？而是以極大化者通常就是很糟糕的預設來討論，僅有少數幾篇從社會比較（Schwartz et al., 2002）、嫌惡失去（Polman, 2009）的心理歷程加以討論，但筆者認為這些研究仍著重於極大化的果，都忽略了極大化背後的因—動機歷程是否也存在差異，抱持不同的動機可能會影響極大化者在追求最好的事物時所採取的策略、認知評估以及因應方式。本研究證實，儘管都是擁有追求最好傾向的極大化者，可能源於兩個不同的動機

—促進型、預防型調控焦點，且不同的調控焦點對於極大化者在選擇後的心理感受有所影響，補足極大化研究在心理歷程的研究缺口。

極大化者真的比較不快樂嗎？在本研究中發現：極大化傾向與個體的心理適應、選擇後後悔並無顯著相關，可見，極大化者並不若過去研究呈現出的那麼糟糕。其效果端視個體追求最好之時背後的動機及所處情境脈絡，儘管預防型調控焦點可以幫助人們避免做最不好的決定，但是有可能讓人們犧牲更多忽略更多優點他們沒看到的，或是侷限個體思考，當個體選擇過後發現還有更好的東西存在時，其後悔的比率較高。在本篇研究中，個體慣用的調控焦點對於極大化者在後悔的影響效果並未顯著，但引導個體至特定的調控焦點其效果是顯著的，可見個體在做選擇時很容易受到外在情境訊息的影響，根據研究結果，筆者認為可能有兩個方式可以使他們在選擇過程中更悠然自在，第一、察覺自己在選擇時使用何種調控焦點，如果個體可以覺察到自己在選擇過程中過度關心做錯選擇會帶來的負向結果，那麼應該要停止使用這種方式。第二、在做決定前先想想自己努力地搜尋、分析、比較、判斷訊息到最後做出一個決定，自己可能獲得的正向結果，調整自己到促進型調控焦點的框架，以降低個體在做完選擇後可能會有的負面情緒。

參考文獻

- 貝瑞·史瓦茲 (Schwartz, B., 2004 / 2004)。「只想買條牛仔褲：選擇的吊詭」(劉世南譯)。台北：天下雜誌。
- 李怡真、林以正、黃金蘭、Fredrickson, B. L. (2008)。安適幸福感的構念、測量與檢驗。中國社會心理學會研討會(天津)的口頭發表論文。
- 鍾思嘉、龍長風(1984)。修訂情境與特質焦慮量表之研究。「測驗年刊」, 31, 27-36。
- 顏志龍(2009)。死亡威脅對態度說服之影響：調控焦點之調節效果。中華心理學刊, 51, 235-250。
- Aaker, J., & Lee, A. (2001). "I" seek pleasures and "we" avoid pains: The role of self-regulatory goals in information processing and persuasion. *Journal of Consumer Research*, 28(1), 33-49.
- Cesario, J., Grant, H., & Higgins, E. (2004). Regulatory fit and persuasion: Transfer from "feeling right". *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 388-404.
- Cesario, J., & Higgins, E. (2008). Making message recipients "feel right". *Psychological Science*, 19, 415-420.
- Chowdhury, T., Ratneshwar, S., & Mohanty, P. (2009). The time-harried shopper: Exploring the differences between maximizers and satisficers. *Marketing Letters*, 20, 155-167.
- Dar-Nimrod, I., Rawn, C., Lehman, D., & Schwartz, B. (2009). The Maximization Paradox: The costs of seeking alternatives. *Personality and Individual Differences*, 46, 631-635.
- Bruine de Bruin, W., Parker, A., & Fischhoff, B. (2007). Individual differences in adult decision-making competence. *Journal of Personality and Social*

Psychology, 92, 938 - 956.

de Lange, M., & van Knippenberg, A. (2009). To err is human: How regulatory focus and action orientation predict performance following errors. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 1192-1199.

Desmeules, R. (2002). The impact of variety on consumer happiness: Marketing and the tyranny of freedom. *Academy of Marketing Science Review*, 12, 1-17.

Retrieved from <http://www.amsreview.org/articles/desmeules12-2002.pdf>

Diab, D., Gillespie, M., Consulting, D., & Highhouse, S. (2008). Are maximizers really unhappy? The measurement of maximizing tendency. *Judgment and Decision Making*, 3, 364-370.

Freitas, A., & Higgins, E. (2002). Enjoying goal-directed action: The role of regulatory fit. *Psychological Science*, 13(1), 1-6.

Friedman, R., & Forster, J. (2001). The effects of promotion and prevention cues on creativity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(6), 1001-1013.

Friedman, R., & Forster, J. (2002). The influence of approach and avoidance motor actions on creative cognition. *Journal of Experimental Social Psychology*, 38, 41-55.

Gilovich, T., & Medvec, V. (1994). The temporal pattern to the experience of regret. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 357-365.

Gilovich, T., & Medvec, V. (1995). The experience of regret: What, when, and why. *Psychological Review*, 102, 379-395.

Gilovich, T., Medvec, V., & Kahneman, D. (1998). Varieties of regret: A debate and partial resolution. *Psychological Review*, 105, 602-605.

Halamish, V., Liberman, N., Higgins, E., & Idson, L. (2008). Regulatory focus effects on discounting over uncertainty for losses vs. gains. *Journal of Economic Psychology*, 29, 654-666.

- Higgins, E. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94, 319-340.
- Higgins, E. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, 52, 1280-1300.
- Higgins, E. (2000). Making a good decision: Value from fit. *American Psychologist*, 55, 1217-1230.
- Higgins, E. (2002). How self-regulation creates distinct values: The case of promotion and prevention decision making. *Journal of Consumer Psychology*, 12, 177-191.
- Higgins, E., Cesario, J., Hagiwara, N., Spiegel, S., & Pittman, T. (2010). Increasing or decreasing interest in activities: The role of regulatory fit. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98, 559-572.
- Higgins, E., Friedman, R., Harlow, R., Idson, L., Ayduk, O., & Taylor, A. (2001). Achievement orientations from subjective histories of success: Promotion pride versus prevention pride. *European Journal of Social Psychology*, 31, 3-23.
- Higgins, E., Idson, L., Freitas, A., Spiegel, S., & Molden, D. (2003). Transfer of value from fit. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(6), 1140-1153.
- Higgins, E., & Molden, D. (2003). How strategies for making judgments and decisions affect cognition: Motivated cognition revisited. In Bodenhausen, G. V., & A. J., Lambert (Eds.), *Foundations of social cognition: A festschrift in honor of Robert S. Wyer, Jr.* (pp. 211-235). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Higgins, E., Shah, J., & Friedman, R. (1997). Emotional responses to goal attainment: Strength of regulatory focus as moderator. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 515-525.
- Highhouse, S., & Diab, D. . (2006). *Who are these maximizers?*. Paper presented at

the 27th Annual Conference of the Society for Judgment and Decision Making, Houston, TX.

Idson, L., Liberman, N., & Higgins, E. (2000). Distinguishing gains from nonlosses and losses from nongains: A regulatory focus perspective on hedonic intensity. *Journal of Experimental Social Psychology, 36*, 252-274.

Idson, L., Liberman, N., & Higgins, E. (2004). Imagining how you'd feel: The role of motivational experiences from regulatory fit. *Personality and Social Psychology Bulletin, 30*, 926-937.

Iyengar, S., & Lepper, M. (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? *Journal of Personality and Social Psychology, 79*, 995-1006.

Iyengar, S., Wells, R., & Schwartz, B. (2006). Doing better but feeling worse. *Psychological Science, 17*, 143-150.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica: Journal of the Econometric Society, 47*, 263-291.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1982). The psychology of preferences. *Scientific American, 246*, 160-173.

Kim, Y. (2006). The role of regulatory focus in message framing in antismoking advertisements for adolescents. *Journal of Advertising, 35*, 143-151.

Landman, J. (1987). Regret and elation following action and inaction: Affective responses to positive versus negative outcomes. *Personality and Social Psychology Bulletin, 13*, 524-536.

Larsen, J., & McKibban, A. (2008). Is happiness having what you want, wanting what you have, or both? *Psychological Science, 19*, 371-377.

Lee, S., & Cotte, J. (2009). Post-purchase consumer regret: Conceptualization and development of the PPCR scale. *Advances in Consumer Research, 36*,

456-462.

- Liberman, N., Idson, L., Camacho, C., & Higgins, E. (1999). Promotion and prevention choices between stability and change. *Journal of Personality and Social Psychology, 77*, 1135-1145.
- Lockwood, P., Jordan, C., & Kunda, Z. (2002). Motivation by positive or negative role models: Regulatory focus determines who will best inspire us. *Journal of Personality and Social Psychology, 83*, 854-864.
- Nan, X. (2008). The pursuit of self-regulatory goals: How counterfactual thinking influences advertising persuasiveness. *Journal of Advertising, 37*, 17-27.
- Nenkov, G., Morrin, M., Ward, A., Schwartz, B., & Hulland, J. (2008). A short form of the Maximization Scale: Factor structure, reliability and validity studies. *Judgment and Decision Making, 3*, 371-388.
- Parker, A., de Bruin, W., & Fischhoff, B. (2007). Maximizers versus satisficers: Decision-making styles, competence, and outcomes. *Judgment and Decision Making, 2*, 342-350.
- Pennington, G., & Roese, N. (2003). Regulatory focus and temporal distance. *Journal of Experimental Social Psychology, 39*, 563-576.
- Plessner, H., Unkelbach, C., Memmert, D., Baltes, A., & Kolb, A. (2009). Regulatory fit as a determinant of sport performance: How to succeed in a soccer penalty-shooting. *Psychology of Sport & Exercise, 10*, 108-115.
- Polman, E. (2009). Why are maximizers less happy than satisficers? Because they maximize positive and negative outcomes. *Journal of Behavioral Decision Making, 23*, 179-190.
- Roese, N., Epstude, K., Fessel, F., Morrison, M., Smallman, R., Summerville, A.,...Segerstrom, S. (2009). Repetitive regret, depression, and anxiety: Findings from a nationally representative survey. *Journal of Social and*

Clinical Psychology, 28, 671-688.

Roese, N., Hur, T., & Pennington, G. (1999). Counterfactual thinking and regulatory focus: Implications for action versus inaction and sufficiency versus necessity.

Journal of Personality and Social Psychology, 77, 1109-1120.

Roese, N., & Olson, J. (1995). *What might have been: The social psychology of counterfactual thinking*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Schwartz, B. (2004, December). The tyranny of choice. *Scientific American Mind*, 71-75.

Schwartz, B., Markus, H., & Snibbe, A. (2006, February 26). Is freedom just another word for many things to buy. *New York Times Magazine*, p. 14.

Schwartz, B., Ward, A., Monterosso, J., Lyubomirsky, S., White, K., & Lehman, D. (2002). Maximizing versus satisficing: Happiness is a matter of choice.

Journal of Personality and Social Psychology, 83, 1178-1197.

Sengupta, J., & Zhou, R. (2007). Understanding impulsive eaters' choice behaviors: The motivational influences of regulatory focus. *Journal of Marketing research*, 44, 297-308.

Shah, J., & Higgins, E. (1997). Expectancy \times value effects: Regulatory focus as determinant of magnitude and direction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 447-458.

Shah, J., Higgins, E., & Friedman, R. (1998). Performance incentives and means: How regulatory focus influences goal attainment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 285-293.

Simon, H. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69, 99-118.

Simon, H. (1956). Rational choice and the structure of the environment. *Psychological Review*, 63, 129-138.

- Summerville, A., & Roese, N. (2008). Self-report measures of individual differences in regulatory focus: A cautionary note. *Journal of research in personality, 42*, 247-254.
- Tanius, B., Wood, S., Hanoch, Y., & Rice, T. (2009). Aging and choice: Applications to medicare Part D. *Judgment and Decision Making, 4*, 92-101.
- Taylor, S., & Lobel, M. (1989). Social comparison activity under threat: Downward evaluation and upward contacts. *Psychological Review, 96*, 569-575.
- Van Yperen, N., & Hagedoorn, M. (2008). Living up to high standards and psychological distress. *European Journal of Personality, 22*, 337-346.
- Wan, E. W., Hong, J., & Sternthal, B. (2009). The effect of regulatory orientation and decision strategy on brand judgments. *Journal of Consumer Research, 35*, 1026-1038.
- Werth, L., & Foerster, J. (2007). How regulatory focus influences consumer behavior. *European Journal of Social Psychology, 37*, 33-51.
- Wu, C., & Yao, G. (2006). Analysis of factorial invariance across gender in the Taiwan version of the Satisfaction with Life Scale. *Personality and Individual Differences, 40*, 1259-1268.
- Yen, C. L., Chao, S. H., & Lin, C. Y. (in press). Field testing of regulatory focus theory. *Journal of Applied Social Psychology*.
- Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2007). A theory of regret regulation 1.0. *Journal of Consumer Psychology, 17*, 3-18.
- Zhao, G., & Pechmann, C. (2007). The impact of regulatory focus on adolescents' response to antismoking advertising campaigns. *Journal of Marketing research, 44*, 671-687.
- Zhu, R., & Meyers-Levy, J. (2007). Exploring the cognitive mechanism that underlies regulatory focus effects. *Journal of Consumer Research, 34*, 89-96.

附錄

附錄一：極大化特質量表 (Schwartz, et al., 2002)

在我們的生活中，會面臨著許多選擇的機會，研究者想要了解當我們看待這些選擇時大多抱持什麼態度。請您使用下面量表來表達你是否同意以下的敘述，請圈選適當的答案（1~5：1表示非常不同意，5表示非常同意）。

		非 常 不 同 意				非 常 同 意
1. 看電視時會不停轉台，就算已有想看的節目，還是經常瀏覽其他頻道。	1	2	3	4	5	
2. 聽廣播時，即使很滿意目前聽的節目，我經常還是會轉到其他電台，聽聽看有沒有更好的節目。.....	1	2	3	4	5	
3. 我對待人際關係的方式，就像挑衣服一樣：在找到最完美的那個人之前，想要有很多嘗試。.....	1	2	3	4	5	
4. 不管我有多滿意現在的工作，我總是期待會有更好的機會。.....	1	2	3	4	5	
5. 我經常想像和目前相差甚遠的生活方式。.....	1	2	3	4	5	
6. 我對各種排行榜（最佳影片、最佳歌手、最佳運動員，.....以及最佳小說等）相當興趣。.....	1	2	3	4	5	
7. 我覺得要挑選送給朋友的禮物是件很困難的事。.....	1	2	3	4	5	
8. 逛街時我很難找到真正喜歡的衣服。.....	1	2	3	4	5	
9. 租影片是件非常困難的事，我總是花很多心力才能選到最想看的片子。	1	2	3	4	5	
10. 我覺得寫作很難，即使只是在寫一封給朋友的信，因為言詞很難表達到恰到好處。就算是寫一些很簡單的事，我通常要擬很多張草稿。...	1	2	3	4	5	
11. 我做每件事時都為自己豎立最高標準。.....	1	2	3	4	5	
12. 我從不接受次等的事物。.....	1	2	3	4	5	
13. 面對抉擇時，我總會試著想像所有的可能性，即使有些可能性目前還不存在。.....	1	2	3	4	5	

附錄二：後悔量表 (Schwartz, et al., 2002)

請使用下面量表來表達你是否同意以下的敘述。請圈選適當的答案 (1~6：1表示非常不符合，6表示非常符合)。

	非 常 不 符 合						非 常 符 合
1. 每次當我做完決定，總是很想知道：如果當時做出不一樣的選擇，結果會如何？.....	1	2	3	4	5	6	
2. 每當我做出選擇，我會想要知道其它選擇的結果是甚麼。.....	1	2	3	4	5	6	
3. 就算做了一個不錯的選擇，如果發現有其他更好的選擇，我還是會感到失落。.....	1	2	3	4	5	6	
4. 當我思考生活過得如何時，我常會評估那些我錯過的機會。...	1	2	3	4	5	6	
5. 做了決定就不再回頭看。.....	1	2	3	4	5	6	

附錄三：極大化傾向量表 (Diab, et al., 2008)

在我們的生活中，會面臨著許多選擇的機會，研究者想要了解當我們看待這些選擇時大多抱持什麼態度。請您使用下面量表來表達你是否同意以下的敘述，請圈選適當的答案 (1~5：1表示非常不同意，5表示非常同意)。

	非 常 不 同 意					非 常 同 意
1. 無論要付出多少，我總是試著去選擇最好的事物。.....	1	2	3	4	5	
2. 我不因為「夠好」，就感到滿足了。.....	1	2	3	4	5	
3. 我是個追求最好的人。.....	1	2	3	4	5	
4. 我做每件事時，都會為自己豎立最高標準。.....	1	2	3	4	5	
5. 不管要花多久的時間，我會等待最好的選擇出現。.....	1	2	3	4	5	
6. 我從不接受次等的事物。.....	1	2	3	4	5	
7. 在我知道所有的選項前，如果要我做決定，讓我感到不舒服。.....	1	2	3	4	5	
8. 面對抉擇時，我總會試著想像所有的可能性，即使有些可能性目前還不存在。.....	1	2	3	4	5	
9. 我從不妥協。.....	1	2	3	4	5	

附錄三：調控焦點量表 (Lockwood, et al., 2002)

每個人對於生命的態度及處理事情的習慣都不一樣，在此我們希望了解您在一般生活中思考的習慣。答案沒有對錯，請依照您最近的狀況作答，依以下量尺在每題前面的空格內填入適當的數字

1	2	3	4	5	6	7	8	9
對我來說非 常不正確								對我來說非 常正確

- ___ 1. 一般而言，我注重防止負面的事情在我的生活中發生。
- ___ 2. 我憂慮我不能盡到我的責任與義務。
- ___ 3. 我常會想如何才能實現我的願望和抱負。
- ___ 4. 我常想到那種我害怕自己將來可能成為的人。
- ___ 5. 我常想到在我理想中自己將會成為的那種人。
- ___ 6. 我通常會將注意力集中於我希望在將來做成功的事。
- ___ 7. 我常擔心不能達到我學業上的目標。
- ___ 8. 我常會想如何才能使我的學業成功。
- ___ 9. 我常想像經歷那些我害怕會發生在自己身上的壞事。
- ___ 10. 我常會想如何才能避免失敗在我的生命中發生。
- ___ 11. 我比較傾向於避免損失多於追求收穫。
- ___ 12. 目前我在學校主要的目標是取得學業上的成就。
- ___ 13. 目前我在學校主要的目標是避免學業上的失敗。
- ___ 14. 我覺得自己是那種努力去實現「理想中的我」的人——實現我的希望、願望和抱負。
- ___ 15. 我覺得自己是那種努力成為我「應該」做的人——完成我的本分、責任和義務。
- ___ 16. 一般而言，我注重追求生命中正面的結果。
- ___ 17. 我常想像經歷那些我希望會發生在自己身上的好事情。
- ___ 18. 總而言之，我比較傾向於追求成功多於避免失敗。

附錄四：正負向心理適應量表

請針對下列每一個题目的描述，圈選出一個最符合你的想法的選項（1~7；1表示非常不符合，7代表非常符合）。

生活滿意度量表	非 常 不 符 合	1	2	3	4	5	6	7	非 常 符 合
1. 大致上，我目前的生活跟我理想的生活狀態相當接近。	1	2	3	4	5	6	7		
2. 我的生活狀態非常理想。.....	1	2	3	4	5	6	7		
3. 我對生活感到滿意。.....	1	2	3	4	5	6	7		
4. 到目前為止，我能夠在生活中獲得我所想要的事物。...	1	2	3	4	5	6	7		
5. 如果生活可以重頭來過，我不會做大幅度的改變。.....	1	2	3	4	5	6	7		

安適幸福感量表	非 常 不 符 合	1	2	3	4	5	6	7	非 常 符 合
1. 我的內心是輕鬆自在的。.....	1	2	3	4	5	6	7		
2. 在生活中我覺得怡然自得。.....	1	2	3	4	5	6	7		
3. 我的生活給我一種平靜安穩的感覺。.....	1	2	3	4	5	6	7		
4. 要讓自己擁有內心的安定感是很困難的。.....	1	2	3	4	5	6	7		
5. 我擁有內心的平靜與和諧。.....	1	2	3	4	5	6	7		
6. 我的內心十分安定平和。.....	1	2	3	4	5	6	7		
7. 我的內心感到焦躁不安。.....	1	2	3	4	5	6	7		

附錄四：正負向心理適應量表(續)

請使用下面量表來表達你是否同意以下的敘述。請圈選適當的答案 (1~6：1表示非常不符合，6表示非常符合)。

特質焦慮量表	非 常 不 符 合	1	2	3	4	5	6 非 常 符 合
1. 我覺得愉快。	1	2	3	4	5	6	
2. 我容易疲倦。	1	2	3	4	5	6	
3. 我有想哭的感覺。	1	2	3	4	5	6	
4. 我希望自己能和別人一樣快樂。	1	2	3	4	5	6	
5. 我不能很快下決心，以致坐失良機。	1	2	3	4	5	6	
6. 我覺得心情平靜。	1	2	3	4	5	6	
7. 我是冷靜、沉著的。	1	2	3	4	5	6	
8. 我覺得很難克服生活中的重重困難。	1	2	3	4	5	6	
9. 我擔心太多生活中無關緊要的事。	1	2	3	4	5	6	
10. 我是快樂的。	1	2	3	4	5	6	
11. 我易於把事情看得很難。	1	2	3	4	5	6	
12. 我對自己沒有信心。	1	2	3	4	5	6	
13. 我是有安全感的人。	1	2	3	4	5	6	
14. 我嘗試去避免危險或困難。	1	2	3	4	5	6	
15. 我覺得憂鬱。	1	2	3	4	5	6	
16. 我是知足的人。	1	2	3	4	5	6	
17. 一些不重要的想法盤旋在我腦中並對我造成困擾。	1	2	3	4	5	6	
18. 我對失望很介意，以致於難以釋懷。	1	2	3	4	5	6	
19. 我是個情緒穩定的人。	1	2	3	4	5	6	
20. 想到我最近關心的事情，我就會緊張或煩惱。	1	2	3	4	5	6	

接下來請閱讀一則情境故事，並想像你就是故事中的主角，且這件事情正發生在你的生活中。

情境故事

請想像最近要換手機了，店員依照你的喜好、預算需求幫忙整理了一份評估單（如下表），分別是 6 款價格相同的手機及各種功能的評價（1~5 表示：評價低~評價高）。請回答以下問題。

	Phone A	Phone B	Phone C	Phone D	Phone E	Phone F
照相功能	4	2	5	3	5	5
通話時間	5	5	4	4	4	5
待機時間	4	5	5	5	5	2
保固服務	5	5	4	5	5	5
內建容量	4	5	4	5	3	5

註：照相功能：畫素品質。

通話時間：手機可以用來通話多久時間。

待機時間：電池在手機等待狀態所能維持多久。

促進型調控焦點操弄如下：

請問在這次選擇中，有哪些可能好的、正面的結果，是您希望獲得的？

（注意：請盡可能去想出您希望獲得哪些「好的、正面的」結果。）

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

預防型調控焦點操弄如下：

請問在這次選擇中，有哪些可能不好的、負面的結果，是您盡量避免發生的？

(注意：請盡可能去想出您要避免哪些「不好的、負面的」結果發生。)

1.

2.

3.

4.

5.

反應變項（手機選擇、花費時間、及修改後的後悔量表）如下：

1. 我最後決定選的是_____？（請勾選）

Phone A Phone B Phone C Phone D Phone E Phone F

2. 到門市後，從挑選手機到做出這個選擇大概會花我多久時間？（請勾選）

0.5 小時內 0.5~1 小時 1~1.5 小時 1.5~2 小時 2 小時以上

（以下各題請圈選）

3. 在選擇時，我會擔心是否有條件相符的機型，但店員沒有列出來，我沒有考量到的。

非常不同意 -4 -3 -2 -1 0 1 2 3 4 非常同意

4. 即使當我選擇這支手機，我仍很想知道：如果做出不一樣的選擇，結果會如何？

非常不同意 -4 -3 -2 -1 0 1 2 3 4 非常同意

5. 就算這支手機是一個不錯的選擇，如果發現還有其他更好的手機，我還是會感到失落。

非常不同意 -4 -3 -2 -1 0 1 2 3 4 非常同意

6. 一旦我選擇了這支手機，就不會再去看還有什麼其他款的手機可以選。

非常不同意 -4 -3 -2 -1 0 1 2 3 4 非常同意

7. 當我在使用這支手機時，我可能會想到那些我最後沒選的手機。

非常不同意 -4 -3 -2 -1 0 1 2 3 4 非常同意

8. 如果發現有價格相近，但功能較佳的其他機型推出，我會再重新評估現在這支手機的價值。

非常不同意 -4 -3 -2 -1 0 1 2 3 4 非常同意

9. 雖然做了選擇，我有時還是會去回想和再評估當時的情況。

非常不同意 -4 -3 -2 -1 0 1 2 3 4 非常同意

10. 如果可以，我會放棄這次選擇的機會，回去仔細做好評估後，再做最後的挑選。

非常不同意 -4 -3 -2 -1 0 1 2 3 4 非常同意

11. 我覺得過一陣子自己可能會後悔買了這支手機的可能性為_____？

非常低 -4 -3 -2 -1 0 1 2 3 4 非常高

操弄檢核—情緒

12. 再回想剛才選手機時，想要避免的那些負向結果，如果最後我發現我所做的選擇，並沒有讓我避免那些負向結果，那麼我的情緒感受會是：(請圈選；每個情緒詞都要填答)

	非常不符合					非常符合
失望的	0	1	2	3	4	5
洩氣的	0	1	2	3	4	5
情緒低落的	0	1	2	3	4	5
難過的	0	1	2	3	4	5
快樂的	0	1	2	3	4	5
滿足的	0	1	2	3	4	5
焦躁的	0	1	2	3	4	5
不安的	0	1	2	3	4	5
心神不寧的	0	1	2	3	4	5
緊張的	0	1	2	3	4	5
平靜的	0	1	2	3	4	5
放鬆的	0	1	2	3	4	5

操弄檢核—認知

促進型調控焦點操弄檢核如下：

13. 當我在想像那些希望獲得的正面結果時，我的心態為：(請圈選)

謹慎地做出選擇 -3 -2 -1 0 1 2 3 積極地做出選擇

預防型調控焦點操弄檢核如下：

13. 當我在想像那些要避免發生的負面結果時，我的心態為：(請圈選)

積極地做出選擇 -3 -2 -1 0 1 2 3 謹慎地做出選擇

