



00,000,000'S OF STYLES!

ZILLIONS
OF CHOICES!

TRY 'EM ALL

EVEN MORE THAN EVER

WORLD FLAVORS

MEGA-CHOICE MALL

SOCKS!
1,000 colors!

12,000,000 TITLES

SHOP HERE ALL DAY!! TRY EVERY CAR!

SUIT THE...
BY LINE...
STYLE COLOR...
EVEN...

CHOICES 'R'U

LAWNCH...
CHOICE



【心理學】

選擇 多 ≠ 好

當社會變得
更富裕、更自由，
消費選擇多樣化、
人權更受尊重，
但人們卻沒有
比較快樂。
這是什麼道理？

撰文／史瓦茲（Barry Schwartz）

翻譯／姚若潔

比起過去，我們今日的生活在各方面都享有更多選擇。某種程度上，有所選擇能提升我們的生活品質。試想，如果有幾樣選擇是件好事，那麼有更多選擇就應該更好；在乎擁有各種選擇的人，會從中獲得好處，而不在乎的人可能永遠都沒法嚐到他們從未吃過的其他273種早餐穀片。這樣的推論不是很合理嗎？然而，最近的研究強烈顯示，在心理學上，這種設想是錯誤的。雖然有所選擇當然比毫無選擇要好，但選擇多，不見得永遠優於選擇少。

這項研究成果與大尺度社會趨勢吻合。包括美國霍普學院的麥爾斯（David G. Meyers）與耶魯大學的連恩（Robert E. Lane）

在內，許多社會科學家評估人們的幸福程度，結果顯示：在美國以及多數富裕社會，選擇與富裕的增加，伴隨的卻是幸福的減少。過去30年來，隨著美國國內生產毛額的倍增，自認為「非常快樂」的人口比率卻減少了5%，相當於1400萬人。被診斷為抑鬱症的人數也比過去任何一個時候要多。當然，沒有人相信，單一原因就能解釋幸福程度的下降，但有多項研究指出，選擇的遽增在這裡扮演了重要角色。

看樣子，當社會變得更富裕、人們變得更自由時，卻同時變得較不快樂。在個人自主、選擇與主控權這麼高的時代，到底是什麼因素造成這種苦難？

最近，我與幾位同事進行研究，對於為什麼當選擇變多時，人們反而變得不快樂提供了看法。首先，我們區分出「極大化者」（maximizer，總是盡可能達成最佳的選擇）與「滿足化者」（satisficer，無論更好的選擇是否可能存在，只要「夠好」就好了）。「滿足化者」這個詞引用自諾貝爾獎得主、卡

VISIT
500
STORES
IN ONE
DAY!



測量你的滿足指數

下面的敘述可以區分「極大化者」(盡可能做最佳選擇的人)與「滿足化者」(夠好就可以的人)。受試者對每個敘述做自我評估,分數由1~7,即「完全不同意」到「完全同意」。大致上,我們認為平均分數大於4者是極大化者。從數千個受試者得到的結果,我們發現大約有1/3的人分數高於4.75,約1/3低於3.25。大約10%的受試者是極端的極大化者(平均分數高於5.5),10%是極端的滿足者(平均值小於2.5)。

- 1 每當我面對某個選擇時,會試想其他所有的可能性是什麼,即使有些可能性當時並不存在。
- 2 無論我對於自己工作有多滿意,放眼觀望更好的機會對我來說都是對的。
- 3 當我在車上收聽廣播時,我通常會轉到其他電台,看是否播放更有趣的東西,即使我對於正在收聽的內容已感到滿意。
- 4 看電視時,我會逐台搜尋可能的選擇,即使已有想看的節目。
- 5 我看待伴侶關係像穿衣服:在找到最佳選擇前,我想要多換幾件。
- 6 我常覺得找禮物給朋友是一件很困難的任務。
- 7 租錄影帶實在很困難,我總是很難決定要租哪一部片最好。
- 8 購物時,要找到一件真正喜歡的衣服,總是困難重重。
- 9 我是個排行榜迷(如最棒的電影、最紅歌手、最佳運動員、最受歡迎的小說等等)。
- 10 我覺得寫東西很不容易,即使只是寫一封信給朋友,因為措辭適當是件非常困難的事。即使很簡單的東西,我也經常寫好幾次草稿。
- 11 無論我做什麼,都要做到最好。
- 12 我從來不滿意於次好的選擇。
- 13 我常幻想完全不同於現況的生活。

內基美倫大學的心理與經濟學家西蒙(Herbert A. Simon)。

我們製作了一連串的敘述,做為「極大化尺標」,來診斷人們力求最佳選擇的傾向。我們讓數千人用這些敘述,為自己打分數,例如對於「我從不滿意次佳的選擇」,依「完全不同意」到「完全同意」的程度,給自己打1~7分。我們也評估他們對自己下的決定的滿足感。

我們並未界定一個決斷的標準,來區分極大化者與滿足化者。但一般而言,我們認為平均分數高於中間值4者是極大化者,低於4為滿足化者。分數最高的那些人,也就是最強的極大化者,無論在決定購買之前或之後,都會比分數最低的人做更多的產品比較,也會花比較長的時間才決定要買什麼。而滿足化者在找到了一個符合他們標準的東西之後,就不再尋找。然而極大化者會盡最大的努力閱讀商品標籤、查購物雜誌、嘗試新產品,他們也花較多時間比較自己與他人的購買成果。

當然,沒有人能夠一一查看所有的產品,但極大化者會為了這個理想而奮鬥,也因此當可供選擇的數量提高時,要下決定就變得越來越困難。更糟的是,做了一個選擇之後,他們還會為那些沒時間調查的選項感到煩惱。結局是,比起滿足化者,他們的確更有機會做出客觀上較好的選擇,但獲得的滿足感卻較少。當現實逼迫極大化者妥協、結束搜尋,並做決定時,他們又開始憂慮可能會出現比現在更好的選擇。

我們也發現,最強的極大化者也是對自己的成果最不滿意的人。當他們拿自己與別人比較,自己的成果較佳時,只獲得一點點的快樂,自己的決定較差時,卻極度的不滿。他們較容易在買了東西之後感到後悔,而如果他們的戰利品讓自己失望,需要花比較長的時間才能恢復過來。他們也比滿足化者容易陷入憂思。

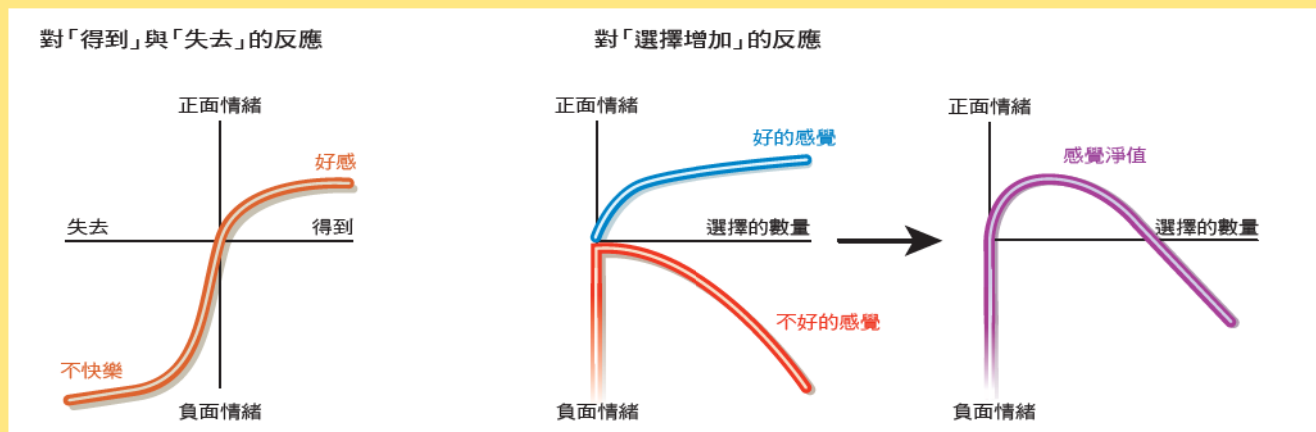
選擇越多,失落感越深

所以,這是否表示,極大化者一般而言比滿足化者不快樂?我們的測試方法,是讓人們填寫數種可信的幸福指標問卷。如同我們所預期,「極大化分數」高的人,對生活較不滿意、較不快樂、較不樂觀,也比分數低者更憂鬱。事實上,那些極大化分數最高的人,其抑鬱症的評分就位於患病的邊緣。

選擇多，不見得快樂

早期，卡恩曼與特佛司基所做的決策研究，顯示出人們對失去的反應，比得到要強得多（如左下圖）。同樣的，我們相信的選擇增加的初期，幸福感也會增加（下圖的藍線），但很快就會停止不再增加（好的感覺停止）。同時，雖然毫

無選擇（選擇的數量落在y軸）實際上會帶來無限的不快樂，但從選擇少到選擇多時，不好的感覺卻會增加（如紅線）。最後的淨值是（右圖中的紫線），在某個臨界點之後，選擇的增加反而降低快樂的程度。



有一些因素可解釋何以選擇多不見得較好，尤其對極大化者來說更是如此。首要因素應該是「機會成本」。各種選擇的好壞，都不能脫離其他選擇而獨立衡量。下一個決定的「成本」之一，就是喪失其他選擇所提供的機會。所以選擇到美國麻州鱈角海灘度假的機會成本，可能是犧牲加州納帕谷一家很棒的餐廳。如果我們假定，機會成本降低了最佳首選的整體滿意度，那麼越多的選擇存在，我們的失落感就會越深，對於最終決定也就不會那麼滿意。

美國弗羅里達大學的布藍納（Lyle Brenner）與他的合作夥伴，讓我們看到機會成本的影响力。他們讓受試者對訂閱雜誌或從舊金山飛到某景點的機票進行估價。有人被要求對單一雜誌或單一行程估價；其他人則須一起比較與其他三種商品一同出現的同種雜誌或行程。當某種商品被視為一群商品之一時，被評估的價值總是比被單獨估價時低。

為何會如此？當你要估價時，比方說《新聞週刊》（Newsweek）好了，旁邊同時也有《時人》（People）、《新共和》（New Republic）與《我們》（Us），你會開始比較這些雜誌。也許你會想：比起《時人》，《新聞週刊》資訊較多，但娛樂性較低。每次比較，《新聞週刊》獲勝時會贏得一些分數，但輸掉的項目則會扣分，也就是機會成本。透過與其他雜誌的比較，每一本

雜誌都會得分也會被扣分。不過，藉由諾貝爾得主普林斯頓大學的心理學家卡恩曼（Daniel Kahneman）與史丹佛大學的特佛司基（Amos Tversky）的研究，我們知道失去（在這個例子中為機會成本）帶來的心理衝擊，比得到更大。「失去」讓我們傷痛的程度，比「得到」讓我們高興的程度要高。

有時候，機會成本產生的利益衝突可能足以讓人癱瘓。舉例來說，在一項研究中，參與者填完一些問卷可以得到1.5美元。當他們填完問卷，給他們的不是1.5美元，而是一支精美的金屬筆，而且他們被告知這支筆市價為2美元。75%的人會選擇要這支筆。在第二種狀況，受試者可以選擇1.5美元，或在前述的金屬筆與一對較便宜的氈頭筆（合起來也約等於2美元）之間做選擇。現在，選擇筆的人（無論哪種筆）不到50%。

機會成本的問題，極大化者會比滿足化者嚴重。後者的「夠好就好」哲學可以撐過機會成本的考量。再者，比起極大化者的「最好」標準，「夠好」標準減少了搜尋與查看不同選項的功夫。要考慮的選擇較少，就沒那麼多機會成本要扣除。

後悔，加重了成本

如同機會溜走會令人感到懊悔，人們也可能對已做下的決定感到遺憾。我與同事設計了一個尺標來測量後悔

的傾向，我們發現容易感到遺憾的人，相對來說也比較不快樂，對生命較不滿意、較不樂觀，也較沮喪。不出所料的是，我們同時發現高度易感遺憾的人，有成為極大化者的傾向。的確，我們認為，擔心將來會後悔，正是一個人變成極大化者的主要原因。要確保未來不會遺憾，唯一的辦法就是盡可能做最好的決定。不幸的是，選擇越多，你要承擔的機會成本就越高，也就越可能感到遺憾。

遺憾也許是我們討厭失去的理由之一。你是否曾經買了一雙很貴的鞋子，卻發現它難穿到讓你走不了10分鐘的路？你會把它們丟掉，還是收到鞋櫃深處？你很可能很難將它丟棄。買這雙鞋子時，你就已花費了實際的「沉沒成本」，你會把東西留著，期望有一天你花的錢會變得值得。把鞋子送人或丟棄，會迫使你承認錯誤——這次的購買是一次損失。

有一個經典範例可證明沉沒成本的力量。人們購買當地劇院的季票時，有的人買到原價票，有人買折扣票。然後，研究者持續追蹤購票者在當季上劇院的次數有多少。結果，買原價票的人比買折價票的人更常出現在劇院。研究者說，這道理在於：買原價票的人如果不用票，感到遺憾的程度會比較高，因為放著

這些比較貴的票不用，會是比較大的損失。

有一些研究顯示，影響遺憾的其中兩個因素，一是當事人自認對事情的結果要負多大責任，二是更好的替代方案有多容易想到。而選擇的增加顯然加劇了這兩種包袱。當你毫無選擇時，又能怎麼辦呢？你會覺得失望，或是感到遺憾？不會。如果沒有選擇，你只好盡力做你能做的。但有許多選擇時，很可能有一個最好的選擇就在某處，你覺得自己應該有能力把它找出來。



教戰守則

選擇何時做選擇

當某個決定不是那麼關鍵的時候，我們可以決定限制自己的選擇。例如，訂條規矩，買衣服的時候不可以逛超過兩家店。

學習接受「夠好了」

有符合主要需求的選擇出現時就定下來，不要繼續尋找空泛的「最好」。然後就別去想它了。

錯過的就別煩惱

刻意避免去想你拒絕掉的那些選擇有多誘人。教自己正面看待你的抉擇。

控制你的期待

「不要期待太高，就不會失望」也許是陳腔濫調，但如果你想要對自己的生命更滿意，這條建言頗為有用。

適應，讓愉悅麻木

還有一種叫做「適應」的現象，在我們面對太多選擇時，也會引發一些問題。簡單的說，我們會對事物產生學習慣，所以生命中很少會有事物像我們所預期的一樣好。經過多次的掙扎之後，也許你終於決定買一部凌志（Lexus）汽車，然後試著把其他也吸引你注意的車款全都拋諸腦後。但是，一旦你開始駕駛新車，「適應」便會開始發生，你會感到好像沒那麼滿意了。這是種雙重打擊——為你沒有選擇的感到遺憾，且為你選擇的感到

失望，即使你當時的選擇其實並不差。

由於適應的存在，正向經驗所引發的熱情並沒有產生幫助。哈佛大學的吉爾伯特（Daniel T. Gilbert）與維吉尼亞大學的威爾森（Timothy D. Wilson）及合作夥伴曾經指出，人們總是錯估了美好經驗令人持續滿意的時間，以及壞經驗讓人不滿的時間。美好感覺隨著時間而減損，總是個不討人喜歡的驚奇。

在一個擁有較多選擇的世界，可能造成的失落感，比選擇少的世界還要多。與每個決定有關的機會成本，以

及下決定所耗費的時間與精力，都是我們的「固定成本」，這些成本在一開始就已經被付出了，然後會隨著這個決定的壽命「分期償還」。我們對某一個決定投資得越多，就會期望這份投資帶來更多的滿足。如果一個抉擇帶來長時間大量的滿足，下決定的成本就變得不大明顯。但是，萬一這個決定帶來愉悅的時間很短，成本就顯得很大了。花四個月的時間決定買哪一部音響，如果能讓你享受15年，實在是挺不錯的；但是如果你只興奮了六個月就適應了，可能會覺得自己花那麼大心血，真像個傻瓜。

高期待，高失望

過量的選擇還會以另一種方式讓人覺得煩惱，就是提高你的期待。1999年秋，《紐約時報》與哥倫比亞廣播公司請青少年比較自己與父母成長年代的經驗。來自富裕家庭的青少年有50%認為自己的生活比較困難。進一步詢問後，他們談到高期待，包括自己與父母的期待。他們談到了「太多」：太多活動、太多消費選擇、太多東西要學。恰如一位時事評論家說：「孩子們感到壓力，……是為了要確定自己沒有退步。每件事都得向前進……退步是美國人的夢魘。」所以如果你的立足點比較高，則跌落的空間就比立足點低的人還大。

今日的生活在各方面都有令人眼花撩亂的選擇，導致我們的期待升高。幾年前，我在美國俄勒岡海岸的一個海濱小城度假時，曾到當地的小雜貨店去買晚餐的材料。那間店有10來種葡萄酒供選擇。結果我選的那瓶還算馬馬虎虎，但因為並沒有期待買到很好的酒，所以我對它已經感到滿足。如果當時我到一家有大量選擇的商店，期待就會高得多，而那瓶馬馬虎虎的酒很可能會讓我感到十分失望。

加拿大北卑詩大學的邁克拉斯（Alex C. Michalos）指出，對於自己所做、所買的事物，我們對它的評價都是比較而來——與過去經驗比較、與理想比較，以及與我們的預期比較。當我們說某些經驗是「好」的，有部份的意思是指那比我們預期的要好。所以，高期待幾乎已註定了那種好經驗不會太多，對極大化者而言尤其是如此，在遺憾、機會成本和適應都沒有被算進我們的期待裡時，更是如此。

誠徵

立志為
台灣科普運動一起努力的科學人

在21世紀的台灣，
凝聚科學人的智慧與力量
共同經營優質的科普媒體
是提昇全民科學素養的重要方法。
歡迎立志為台灣科普運動
付出努力的年輕人
共同加入《科學人》雜誌的工作行列！

科學編輯

我們徵求對科學採訪寫作與雜誌編輯工作
感興趣、具相關經驗的編輯人。

具備條件：

- ◆ 大學以上理工醫農相關系所畢業。
- ◆ 英文閱讀能力、中文寫作能力俱佳。
- ◆ 頭腦清晰、邏輯條理分明，具溝通協調能力、擅資料整理、細心有耐性。
- ◆ 對科普界、學術界，以及科技產業界有一定認識。
- ◆ 具產業採訪經驗尤佳。
- ◆ 熟悉個人電腦操作，略懂Mac操作。

意者請依下列方式應徵

■ 函寄 ■

將備妥附照片之履歷（若有作品請隨附），
函寄

（100）台北市南昌路二段81號6樓
遠流出版公司《科學人》雜誌
人力資源中心魏小姐 收

■ 電子郵件 ■

請將上述資料e-mail至resume@ylib.com

抑鬱症，隨失落而來

毫無限度的選擇所造成的後果，可能比輕微的失落感還嚴重，而變成痛苦的經驗。如我前面所述，美國人正表現出快樂感在減少、抑鬱症狀增加的情形。我認為其中一個重要原因是，當我們下了決定、經歷過後果，卻發現不如預期時，我們會責怪自己。令人失望的結果認定了一個人的失敗，如果當初做了比較好的決定，失敗是可以且應該能避免的。

我與同事進行的研究可推測，極大化者是抑鬱症的頭號候選人。研究過一組又一組的受試者，他們來自不同的年紀（包括青少年）、性別、教育程度、地理位置、種族與社會經濟地位，我們發現極大化者與抑鬱之間有很強的相關性。如果失落的經驗總是不斷的來，如果你做的每個選擇都無法滿足期待與渴望，又如果你總是認為自己必須對這份失望負責，那麼雪球就會越滾越大，最後你無法做出任何選擇，變得不知所措。雖然抑鬱有許多成因，而且選擇、極大化者與抑鬱症之間的關聯還有待進一步研究，但我們仍有理由相信，過量的選擇至少會造成不快樂之風在現代社會蔓延開來。

我們能做什麼？

以上報導的並非好消息。我們得到自稱是想要的東西，卻一再發現我們想要的東西無法滿足期待。這是否表示我們的選擇最好被嚴格限制、甚至完全禁止？我不這麼認為。選擇與幸福程度之間的關係是複雜的。完全沒有選擇的生活令人難以承受，能夠選擇，對我們來說有十分重要的正面影響。但這只到一個程度為止。隨著我們面對的選項數量上升，心理上的收穫會開始停止。同時，一些前面談過的負面作用會開始出現，他們不會

延伸閱讀

1. **Choices, Values, and Frames.** Daniel Kahneman and Amos Tversky in *American Psychologist*, Vol. 39, pages 341-350; April 1984.
2. **The Loss of Happiness In Market Democracies.** Robert E. Lane. Yale University Press, 2001.
3. **Maximizing versus Satisficing: Happiness Is a Matter of Choice.** Barry Schwartz, Andrew Ward, John Monterosso, Sonya Lyubomirsky, Katherine White and Darrin Lehman in *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 83, No. 5, pages 1178-1197; 2002.
4. **The Paradox of Choice: Why More Is Less.** Barry Schwartz. Ecco/HarperCollins Publishers, 2004.



停止，反而會加速攀升。1/4個世紀之前，已故的安娜堡密西根大學學者庫姆茲（Clyde H. Coombs）與麻州大學阿模斯特分校的亞盧尼（George S. Avrunin）便說：「好的感覺停止，壞的感覺便暴增。」的確，到達某個臨界點時，選擇增加會帶來更多問題，而非更多的機會。看樣子美國社會早已經超過了那個點。

沒有人會希望透過法律來限制選擇，不過每個人還是可以藉由一些方法來減輕相關痛苦。這些方法需要練習、自我約束，或許加上一些新的思考方式，不過每個方法都會帶來一些效果（請見第98頁〈教戰守則〉）。

在這些個人採取的對策之外，我認為我們的社會對於選擇的崇拜應該要好好反省。當我在撰寫本文時，美國大眾正持續爭論社會福利的私有化（因此人們可以選擇他們的退休投資方案）、爭論聯邦醫療保險與處方藥補助方案的私有化（民眾得以選擇各自偏愛的健康計畫），以及國民義務教育的選擇。在私領域上，醫療倫理學家把「病患自主」看得神聖不可侵犯，好像讓病人自己選擇治療方式，就會讓病情好轉，是理所當然的。軟體研發人員設計他們的產品，好讓使用者可以依自己的特殊需求和偏好將軟體客製化，但其所帶來的複雜與困擾，好像都是為了使用上的彈性而值得付出的代價。製造業持續提供新產品，或舊產品的新款式，好像我們真的需要更多花樣。這項研究教給我們的一課是：以上種種領域的發展，可能源自於嚴重誤解的假設。 SA

姚若潔 台灣大學昆蟲系碩士，目前就讀於英國布來頓大學視覺傳達博士班。