

壹、緒論

過去研究證實正向情緒可提升創造力，針對其歷程，學者們各有不同論點。有的是以正向情緒擴建理論（the broaden-and-build theory of positive emotions）來解釋，透過實徵研究證實正向情緒可擴展注意力廣度，以及影響思想－行動（thought-action）項目（Fredrickson & Branigan, 2005; Isen, Daubman, & Nowicki, 1987）；有的則認為正向情緒透過增加認知彈性（cognitive flexibility）提升頓悟性問題的解決能力（insight problem）（Hirt, Dever, & McCrea, 2008; Lin, Tsai, Lin, & Chen, 2014）；也有以「認知調整模式」（cognitive tuning model）理論來說明個體處於正向情緒中會感受到環境是安全的，因此較願意冒險且富有創意，並容易產生不尋常的聯想（賴佳旻，2012；Schwarz, 1990）；甚至還有學者進一步釐清正、負向情緒所影響的只是創造力部分指標（邱發忠、陳學志、徐芝君、吳相儀、卓淑玲，2008）。上述這些研究採取的立場均為正向情緒能促進創造力。

然而，近期卻有研究發現，並非所有正向情緒類型皆能提升創造力。針對上述正向情緒擴建理論的論點，Gable與Harmon-Jones（2008）提出質疑，認為過去研究之所以發現正向情緒

的擴建效果，是因為實驗中使用低趨向動機正向情緒（如快樂）來做為正向狀態，他們以實驗證明當正向情感屬於高趨向動機（如渴望、熱忱）時，個體注意力廣度會縮減。林筱純等人（2016）的實驗亦呼應Gable與Harmon-Jones的論點，發現低趨向動機的正向情感（快樂）確實能提升創造力擴散性思考的語文獨創性指標，但高趨向動機的正向情感（渴望）則無法提升創造力。由此可知，若欲探討正向情感提升創造力，勢必要先區分不同的正向情緒類型，方能釐清其對創造力的影響。

有鑑於此，本研究聚焦於正向情緒中的「感恩」，更留意要先區分不同的感恩類型，始可探討其對創造力之影響。過去鮮有研究直接探討感恩與創造力的關係，僅少數研究探討感恩及與一些創造力相關變項間的關係（連羽涵，2014；張嘉芸，2014；Baykal, Zehir, & Kole, 2018），故本研究希望能釐清不同感恩類型與創造力間的運作模式，以擴展過去對於感恩效益的發現。

此外，本研究欲進一步思考感恩提升創造力的可能影響因素。根據過去有關情緒提升創造力的研究，發現個體不同動機特質會影響其情緒對創造力提升的效果（Gable & Harmon-Jones, 2008）。其中，「調整焦點動機」（regulatory focus）已被證實與創造力的密切關係（邱發忠、姚妃宴，2010；

張旭中、邱發忠、陳學志、徐芝君，2011；Bittner, Bruena, & Rietzschel, 2016; Friedman & Förster, 2001; Lam & Chiu, 2002; Seibt & Forster, 2004; Wallace, Butts, Johnson, Stevens, & Smith, 2016; Wu, McMullen, Neubert, & Yi, 2008)。依據Higgins (2000, 2005) 所提出之調整適配理論 (regulatory fit)，個體表現不僅單一受到情境誘發影響，還要加入個體本身的動機特質來加以討論，才能更深入完整說明提升個體表現的因素及其作用為何。由此可知，將「調整焦點動機」加入討論，對於探討不同感恩提升創造力的機制有其必要性。

根據上述動機，本研究目的為釐清不同感恩類型提升創造力的差異，並以調整焦點動機中的促進焦點動機與預防焦點動機做為調節變項。以下就感恩的內涵與類型、感恩與創造力及調整焦點動機間的關係分別予以討論。

貳、文獻探討

一、感恩的內涵與類型

過去對於感恩的定義說法不一，大致可歸納為：可以做為一種道德 (Emmons & Shelton, 2002)、強項與心理特質 (Peterson & Seligman, 2004)、情感特質與人格特質 (McCullough, Emmons, & Tsang, 2002)、情緒狀態 (Bartlett & DeSteno, 2006;

McCullough, Kilpatrick, Emmons, & Larson, 2001; Tsang, 2006)，甚至是一種因應反應來看待 (Emmons & Crumpler, 2000)。本研究將感恩視為是一種情緒狀態，並透過影片來做誘發，以下就情緒狀態的感恩定義來進行闡述。

將感恩視為情緒狀態的學者，對於感恩的來源與形成機制可整理出三種理論觀點，分別為道德情感、認知評估及正向情緒觀點 (林志哲, 2011)。首先，「道德情感觀點」認為感恩來自於道德，因為施恩者的道德行為，而表現出個人的道德行為加以回應對方及他人。例如，當個體感受到來自他人的關心時，心裡會產生感恩的道德情感，促使他想要幫助其他的人，而施恩者感受到對方的感恩也會增強其善意行為，產生良性循環 (McCullough et al., 2001)。其次，「認知評估觀點」則認為感恩情緒來自於個體對事件進行判斷後所產生的認知，關鍵在於受恩者感受到施恩者的意圖，只有在受恩者感受到施恩者的善意而非目的性的幫助時，才能夠產生感恩情緒。最後，「正向情緒觀點」則是將感恩視為是正向情緒的一種，認為感恩擁有與其他正向情緒相同的特性，且能夠以正向情緒擴建理論來解釋感恩對個體所帶來的效益 (Fredrickson, 2004)。本研究主要採納「正向情緒觀點」，意即將感恩視為是