

调节聚焦对期限效果的影响*

杨行 汪玲** 刘红瑞 苏天琦 宋晓月

(首都师范大学心理系, 北京市“学习与认知”重点实验室, 北京, 100048)

摘要 结合调节聚焦探讨了期限的时长、结果框架及效价对期限效果的影响。结果表明, 防御聚焦个体认为期限的阻碍效果更大, 且调节聚焦对前述变量与期限效果的关系具有调节作用: 4分钟期限中防御聚焦组认为期限的阻碍效果更大, 8分钟期限中则相反, 12和16分钟期限中均无显著差异; 收益框架下促进聚焦组认为期限对任务表现的阻碍作用更大, 促进聚焦组在正效价条件下认为收益框架下期限对策略使用的阻碍作用更大, 但在负效价条件下则相反。

关键词 调节聚焦 期限时长 结果框架 效价 期限效果

1 引言

期限 (deadline) 是时间轴上自主或外部强加的限制条件 (Wolfin & Jonas, 2012)。尽管有文献强调期限的积极意义 (Peetz, Buehler, & Wilson, 2010), 但较多文献强调其消极效果, 如在谈判任务中, 期限使人更易妥协、降低说服效果 (Kao, 2011)。故提及期限效果时一般指其阻碍性影响。影响期限效果的因素既有期限自身特征也有个体因素, 如期限长度影响人们对谈判收益的预测, 期限越短人们预测收益所受的消极影响越大 (Moore & Kim, 2003), 角色差异也影响对期限效果的判断, 人们认为期限对自己比对他人的阻碍作用更大 (Moore, 2005)。

调节聚焦是个体在自我调节过程中表现出的特定方式或倾向, 包括促进聚焦和防御聚焦 (Higgins, 1997)。促进聚焦下个体关注成长和进步, 而防御聚焦下关注保障和安全。调节聚焦影响信息注意及加工策略等方面的偏好, 促进、防御聚焦下个体分别对收益、损失更敏感, 分别偏好激进策略、保守策略 (Covey, 2014; Crowe & Higgins, 1997)。特定的调节聚焦与特定的策略、结果框架同时存在 (如促进聚焦与收益框架并存, 或防御聚焦与损失框架并存) 时, 会导致匹配效应, 它表现为认知、情绪、动机等方面的一种增益性效应, 会提高个体对行为价值及满意度的评价、情绪体验的强度、动机强度

等 (Higgins, 2000)。

目前尚未有研究直接探讨期限与调节聚焦的关系, 但文献显示两者可能存在密切关系。比如, 基于行为阶段理论 (Trope & Liberman, 2003), 时间距离越大, 越有利于最优目标的达成, 这会导致个体更倾向于追求最优目标。调节聚焦理论认为个体在促进聚焦下更偏好最优目标, 而防御聚焦下则偏好基本目标 (Freitas, Liberman, Salovey, & Higgins, 2002), 因此, 促进聚焦与最优目标同时存在时会导致匹配效应, 而防御聚焦则与基本目标同时存在时会导致匹配效应。在较长的期限中, 由于时间距离较大时个体倾向于追求最优目标 (Trope & Liberman, 2003), 因此促进聚焦个体处于匹配状态; 在较短的期限中, 由于个体倾向于追求基本目标, 那么则是防御聚焦个体处于匹配状态。匹配会提高个体对任务完成的预期 (Higgins, 2000; Ludolph & Schulz, 2015), 因而会扩大这种预期与实际情况的差距, 从而导致期限的消极影响在主观上被扩大。所以在较长期限中, 促进聚焦个体会认为期限的消极影响更大, 而在较短期限中, 则是防御聚焦个体认为期限的消极影响更大。另一方面, 基于时间解释理论 (Liberman & Trope, 1998), 时间距离较大时人们倾向于参考首要特征 (高解释水平), 较小则倾向于参考次要特征 (低解释水平) (Trope & Liberman, 2010)。而促进聚焦个体通常对信息进

* 本研究得到国家自然科学基金青年项目 (31100757) 的资助。

** 通讯作者: 汪玲。E-mail: wangling_lw@126.com

DOI:10.16719/j.cnki.1671-6981.20170102

行高水平解释如更关注整体、全局的状况,防御聚焦下则进行低水平解释如更关注局部、具体的细节(Lee, Keller, & Sternthal, 2010),可见,促进聚焦与高解释水平能达成匹配效应,而防御聚焦则与低解释水平相匹配。因此,在较长的期限中,促进聚焦个体处于匹配状态,但在较短的期限中,则是防御聚焦个体处于匹配状态。那么,由于匹配会使期限的消极影响被扩大,故在较长期限中促进聚焦个体会认为期限的消极影响更大,而较短期限中防御聚焦个体认为其消极影响更大。总之,行为阶段理论、时间解释理论等领域的研究均间接支持调节聚焦与期限之间的密切关系。

已有研究为我们理解调节聚焦与期限及期限效果之间的关系提供了一定基础,但尚有以下不足。一,尚无实证研究直接探讨调节聚焦与期限效果的关系;二,期限研究极少涉及非人际或个体内任务情境;三,在期限效果的评定上,研究多以任务开始之前的预测作为指标,而较少采用任务完成之后的评估指标。

综上所述,本研究试图在个体任务中,结合期限的时长、结果框架及效价等探讨调节聚焦对期限效果的影响。具体来说,实验1初步探讨调节聚焦对期限效果的影响;基于期限会导致注意范围下降、更关注消极信息、信息搜集更狭窄、冒险行为变少等防御聚焦性质的行为(Huber & Kunz, 2007),我们假设(1)防御聚焦个体比促进聚焦个体认为期限的消极影响更大。实验2引入期限时长考察调节聚焦对期限效果的影响;基于调节聚焦和时间距离的文献(Lee et al., 2010; Spassova & Lee, 2013; Trope & Liberman, 2010),我们假设(2)较短期限下,防御聚焦个体比促进聚焦个体认为期限的阻碍作用更大,而较长期限下则相反。实验3引入结果框架与效价探讨调节聚焦对期限效果的影响;基于调节匹配效应(Higgins, 2000),我们假设(3)调节聚焦对结果框架及效价与期限效果的关系具有调节作用,促进聚焦、收益框架与正性效价并存或防御聚焦、损失框架与负性效价并存时,期限的阻碍作用较大。

2 实验1 调节聚焦对期限效果的影响

2.1 被试

北京某大学59人(男21女38),平均年龄22.02岁。

2.2 材料

调节聚焦问卷(Higgins et al., 2001)。11条目,

含促进聚焦、防御聚焦。5点计分,1代表从不发生,5代表总是发生。本研究中Cronbach 分别为.73、.80。

谈判任务(Moore, 2005)。在3分钟内进行价格谈判。被试被告知要将一批电脑配件出售给买家,要求在3分钟内在争取己方利益最大化的前提下尽力谋求成交。

期限效果问卷。预测指标是有/无期限两种条件下的预测价与成本价之差(Moore, 2005)。后评指标是关于期限对任务表现(Moore, 2005)和谈判策略的影响(自编)的评定,以从结果、过程两方面考察期限效果。9点计分,1代表期限使自己表现极差,9则代表极好,反向编码后得分越高表示期限的阻碍性影响越大。两个指标的Cronbach 为.77、.68。

2.3 实验设计及程序

单因素(调节聚焦:促进/防御)组间设计。先填写调节聚焦问卷,随后让被试抽取谈判角色(被试只能抽到卖家角色),并发放谈判材料,接下来回答两个预测问题,然后进行谈判任务,最后对后评问题作答。

2.4 结果

根据两种调节聚焦得分之差的正、负,将被试归为促进、防御聚焦组。独立样本 t 检验表明,促进聚焦上,促进组得分($M = 3.58$)显著高于防御组($M = 3.30$) $t(57) = 3.41, p < .01$, Cohen's $d = .89$,防御聚焦上,防御组得分($M = 3.86$)显著高于促进组($M = 3.17$), $t(57) = -7.54, p < .001$, Cohen's $d = 1.97$,分组有效。

Harman 单因子分析表明,共有6个因子特征根值大于1,总贡献率为69.11%,第一个因子解释的变异量仅16.24%,不存在单一因子,也未发现单一因子的方差比率过高。故共同方法偏差问题不严重。

预测指标上的配对样本 t 检验显示,有期限($M = 646$ 元)、无期限($M = 941$ 元)在获益值预估上存在显著差异, $t(58) = 5.73, p < .001$, Cohen's $d = .65$ 。即期限的存在降低了被试对任务成绩的预期。后评指标上,所有被试得分均高于理论均值5,显示被试认为期限对任务有阻碍作用。

后评指标的独立样本 t 检验表明,任务表现上促进组($M = 5.62$)与防御组($M = 6.06$)无显著差异, $t(57) = -1.60, p = .115$,但谈判策略上促进组($M = 5.23$)和防御组($M = 6.12$)有显著差异, $t(57) = -2.73, p < .01$, Cohen's $d = .71$,防御组认为期限对策略的影

响更大。假设 1 得到支持。

3 实验 2 调节聚焦、期限时长对期限效果的影响

3.1 被试

天津某大学 276 人（男 40 女 236），平均年龄 19.27 岁。

3.2 材料

情境性调节聚焦诱发材料（Friedman & Förster, 2001）。以纸笔迷宫任务诱发调节聚焦。迷宫任务要求被试引导迷宫中的老鼠走出迷宫，促进聚焦版本强调利益的获得（获得奶酪奖励），防御聚焦版本强调危险的排除（避免被迷宫中的鹰吃掉）。该材料运用广泛且诱发效果良好（Gino & Margolis, 2011）。

认知任务。包含计算等内容，难度适中。以 61 名大学生进行预测，平均完成时长为 16m4s，期限时长按其 25/50/75/100% 设置为 4/8/12/16 分钟。

期限效果问卷。材料同实验 1 期限效果问卷的后评指标。实验 2 中 Cronbach 为 .65。

3.3 实验设计和程序

2（调节聚焦：促进/防御） \times 4（期限时长：4/8/12/16 分钟）组间设计。首先诱发情境性调节聚焦，然后通过倒计时器控制实验过程中的期限时长，倒计时被投影在教室讲台屏幕上以确保所有被试都能看到，然后要求被试在限定时间内完成任务并规定计时结束必须马上停止，最后回答后评问卷。

3.4 结果

方差分析表明，在任务表现和任务策略上，期限时长的主效应均显著， $F_{表现}(3, 268) = 19.50, p < .001, \eta^2 =$

表 1 不同调节聚焦和期限时长下的期限效果 ($M \pm SD$)

调节聚焦	期限时长	人数	期限效果	
			任务表现	任务策略
促进聚焦	4 分钟	37	6.38 \pm 1.77	6.00 \pm 1.41
	8 分钟	28	6.75 \pm 1.08	6.46 \pm 1.00
	12 分钟	44	6.30 \pm 1.37	5.89 \pm 1.19
	16 分钟	28	4.93 \pm 1.78	4.79 \pm 1.23
防御聚焦	4 分钟	38	7.50 \pm 1.08	6.92 \pm 1.65
	8 分钟	29	6.00 \pm 1.44	5.76 \pm 1.38
	12 分钟	42	5.93 \pm 1.42	5.43 \pm 1.53
	16 分钟	30	5.20 \pm 1.24	4.67 \pm 1.12

.18; $F_{策略}(3, 268) = 19.55, p < .001, \eta^2 = .18$ ，期限时长越短，被试认为期限的阻碍效果越大。且调节聚焦和期限时长的交互作用均显著， $F_{表现}(3, 268) = 5.78, p < .01, \eta^2 = .06$ ； $F_{策略}(3, 268) = 5.03, p < .01, \eta^2 = .05$ 。

任务表现上的简单效应分析表明（图 1），4 分钟期限下，防御组得分 ($M = 7.50$) 显著高于促进组 ($M = 6.38$)， $t(73) = -3.32, p < .005, \text{Cohen's } d = .77$ ；而 8 分钟期限下，促进组 ($M = 6.75$) 显著高于防御组 ($M = 6.00$)， $t(55) = 2.22, p < .05, \text{Cohen's } d = .59$ ；但 12 和 16 分钟期限下，两组之间均无显著差异， $t_{12分钟}(84) = 1.22, p = .227$ ； $t_{16分钟}(56) = -.68, p = .502$ 。因此，期限较短时，防御组认为期限的阻碍作用更大；期限稍长时则正好相反；而期限更长时，两组没有明显区别。4 分钟及 8 分钟的结果支持假设 2。

任务策略上的简单效应分析表明（图 2），4 分

钟期限下，防御组 ($M = 6.92$) 得分显著高于促进组 ($M = 6.00$)， $t(73) = -2.59, p < .05, \text{Cohen's } d = .60$ ，但 8 分钟期限下，促进组 ($M = 6.46$) 显著高于防御组 ($M = 7.50$)， $t(55) = 2.21, p < .05, \text{Cohen's } d = .41$ ，而 12 和 16 分钟期限下均无显著差异， $t_{12分钟}(84) = 1.55, p = .124$ ； $t_{16分钟}(56) = .39, p = .701$ 。4 分钟及 8 分钟的结果支持假设 2。

4 实验 3 调节聚焦、期限的结果框架与效价对期限效果的影响

4.1 被试

天津某大学 259 人（男 102 女 157），平均年龄 19.75 岁。

4.2 材料

情境性调节聚焦诱发材料。同实验 2。

认知任务。同实验 2。任务时长为 8 分钟。

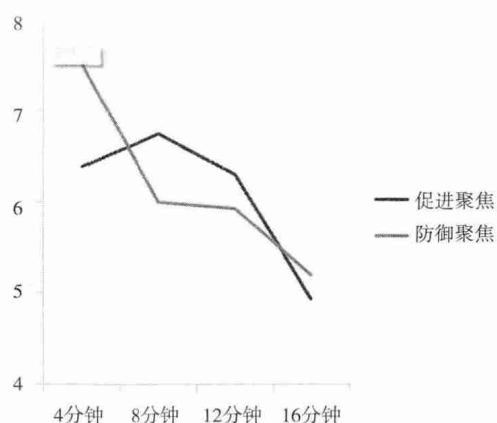


图1 调节聚焦与期限时长对任务表现的影响

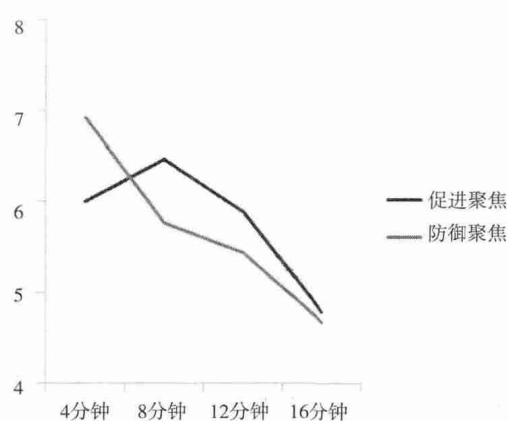


图2 调节聚焦与期限时长对任务策略的影响

结果框架与效价操作材料。参照 Brendl, Higgins 和 Lemm (1995) 的范式, 指导语含 2 (收益/损失框架) \times 2 (正/负效价) 4 个版本, 各版本含义相同仅叙述方式有异。如收益框架正效价告知被试设定期限的目的是为了让你完成更多的题目并帮助提高成绩, 损失框架负效价则告知被试如果没有期限会剩下更多的题目且降低成绩。

期限效果问卷。材料同实验 2。实验 3 中 Cronbach α 为 .71。

4.3 实验设计和程序

2 (调节聚焦: 促进/防御) \times 2 (结果框架: 收益/损失) \times 2 (效价: 正/负) 组间设计。首先操作调节聚焦, 然后操作期限的结果框架及效价, 接下来在限定时间内完成认知任务, 时间结束立即停止作答, 最后回答期限效果问卷。

4.4 结果

方差分析表明, 任务表现上, 调节聚焦和期限结果框架的交互作用显著, $F(1, 250) = 5.66, p <$

表 2 不同调节聚焦、期限的结果框架和效价下的期限效果 ($M \pm SD$)

调节聚焦	期限的结果框架	期限的效价	人数	期限效果	
				任务表现	任务策略
促进聚焦	收益框架	正效价	31	6.65 ± 1.47	6.32 ± 1.19
		负效价	34	6.32 ± 1.51	5.09 ± 1.66
	损失框架	正效价	31	6.30 ± 2.02	5.47 ± 1.57
		负效价	34	6.29 ± 1.47	5.91 ± 1.40
防御聚焦	收益框架	正效价	35	5.31 ± 2.00	4.83 ± 1.95
		负效价	29	6.14 ± 1.13	5.41 ± 1.40
	损失框架	正效价	35	6.60 ± 1.83	5.57 ± 2.06
		负效价	30	6.40 ± 1.16	5.80 ± 1.65

.05, $\eta^2 = .02$; 任务策略上, 三重交互作用显著, $F(1, 250) = 6.14, p < .05, \eta^2 = .02$ 。

任务表现上的简单效应分析表明, 收益框架下, 促进组得分 ($M = 6.48$) 显著高于防御组 ($M = 5.69$), $t(127) = 2.81, p < .01$, Cohen's $d = .50$, 而损失框架下无显著差异, $t(127) = -.73, p = .468$; 防御聚焦下, 收益框架组得分 ($M = 5.69$) 显著低于损失框架 ($M = 6.51$), $t(127) = -2.86, p < .01$, Cohen's $d = .50$, 而促进聚焦下无显著差异, $t(127) = .63, p = .528$ 。可见, 在任务表现方面, 收益框架下, 促进组认为期限的影响更大, 而损失框架下则无差异 (图 3)。

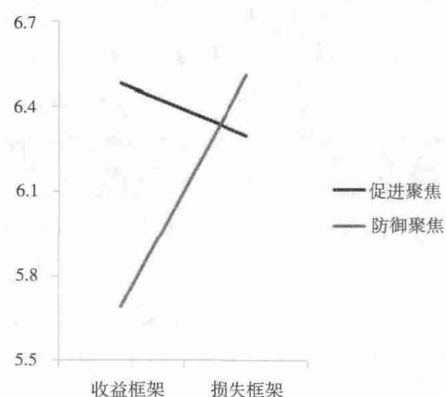


图3 调节聚焦与结果框架对任务表现的影响

对于任务策略上的三重交互效应，结合研究目的，仅针对促进聚焦与防御聚焦两种条件分析结果框架和效价的二重交互效应。

促进聚焦下，期限的结果框架与效价之间交互效应显著， $F(1, 126) = 10.46, p < .01, \eta^2 = .08$ 。正效价下，收益框架 ($M = 6.32$) 比损失框架 ($M = 5.47$) 得分更高， $t(60) = 2.39, p < .05$, Cohen's $d = .61$ ，而负效价下，收益框架 ($M = 5.09$) 比损失框架 ($M = 5.91$) 得分更低， $t(66) = -2.21, p < .05$, Cohen's $d = .54$ 。另外，在收益框架下，正效价 ($M = 6.32$) 比负效价 ($M = 5.09$) 得分更高， $t(63) = 3.41, p < .01$, Cohen's $d = .85$ ，这说明当促进聚焦、收益框架、正效价同时存在时，出现了匹配效应；而损失框架下，两种效价之间无显著差异， $t(63) = -1.17, p = .25$ 。可见，在促进聚焦情境中，正效价条件下，接受收益框架的被试认为期限的影响更大，而负效价条件下，接受收益框架的被试则认为期限的影响更小（图4）。

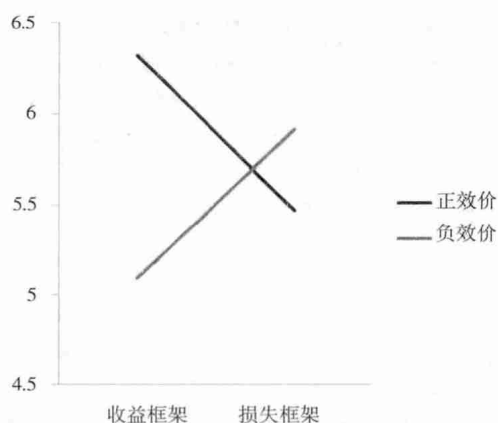


图4 促进聚焦组结果框架与效价对任务策略的影响

结果不显著，这可能是由于，策略与调节聚焦的关系更为紧密（Pennington & Roese, 2003），且任务表现可能由于受到更多因素的影响而对实验操作不那么敏感。

实验2表明，较短期限中被试认为期限的消极影响较大，较长期限中则相反。这与已有研究基本一致，如个体对远期目标比对近期目标信心更足（Stephan, Sedikides, Heller, & Shidlovski, 2015）。期限不断延长则与没有期限无异，故其阻碍性效果越来越小。更重要的是，实验2发现调节聚焦对期限时长与期限效果的关系具有调节作用，在较短期限下（4分钟），防御聚焦被试比促进聚焦被试认为期限的消极影响更大，而较长期限中（8分钟）

但防御聚焦条件下，期限的结果框架与效价交互效应不显著， $F(1, 125) = .31, p = .577$ ；主效应也均不显著， $F_{\text{框架}}(1, 125) = 3.13, p = .079$ ； $F_{\text{效价}}(1, 125) = 1.63, p = .205$ 。即在防御聚焦情境中，无论被试接受何种结果框架与效价的指导语，均认为期限对期限效果的影响不存在显著差异（图5）。

总的来说，实验3表明，在促进聚焦情境下，当收益框架与正效价并存时被试认为期限的阻碍效果较大。假设3得到部分支持。

5 总讨论

实验1表明，期限降低了对谈判获益值的预期，这和Moore（2005）的结果一致。更重要的是，实验1发现，防御聚焦被试比促进聚焦被试认为期限在谈判策略方面对自己的消极影响更大。已有研究支持这一结果，期限会导致加工策略等方面的变化，如信息搜集变窄、信息线索被忽略等（Chou, Wang, & Tang, 2015; Huber & Kunz, 2007）。任务表现上的

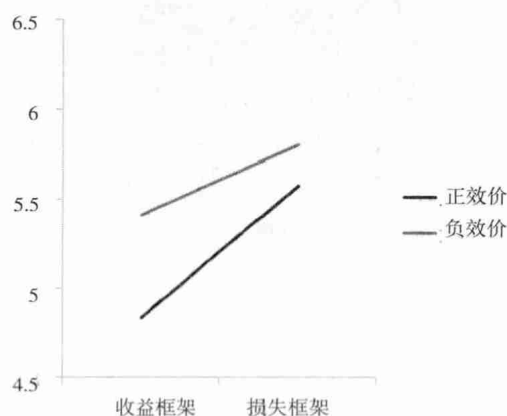


图5 防御聚焦组结果框架与效价对任务策略的影响

则相反，但期限延长至12分钟以上时两组被试无差异。我们认为，较短期限导致个体采用规避策略，这与防御聚焦相匹配，而匹配会由于提高了对完成情况的预期判断（Ludolph & Schulz, 2015）而放大期限的阻碍作用。12与16分钟期限下两种调节聚焦之间无显著差异，这可能是因为，过长的期限接近于没有期限，其对任务的影响会减弱以至微乎其微，从而导致两组之间无明显差异。

实验3发现，调节聚焦对期限的结果框架、效价与期限效果的关系具有一定的调节作用。在任务表现上，收益框架下促进聚焦组比防御聚焦组认为期限的消极影响更大。原因可能在于，促进聚焦下个体对收益更敏感（Covey, 2014），两者之间的匹

配效应会提高完成任务时的预期和自信 (Higgins, 2000; Ludolph & Schuiz, 2015), 而这会放大期限的阻碍作用。效价指标上的结果未见明显差异, 这可能是因为“错过收益”和“避免损失”的指导语分别对负效价和正效价的诱导不够强烈, 仅诱导了接近于中性效价的较弱负效价和较弱正效价。在任务策略上, 对于促进聚焦的被试而言, 正效价条件下, 被试认为收益框架下期限的影响大于损失框架, 而负效价条件下则相反。Yi 和 Baumgartner (2009) 认为, 多种调节匹配同时存在会增强匹配效应, 因此, 双重匹配进一步提高了被试对任务的预期, 从而进一步放大了期限的消极影响。对于防御聚焦的被试而言, 虽然四组被试在期限效果得分上并未表现出明显差异, 但对四组得分的比较可发现, 损失框架与负效价并存时, 被试会认为期限的阻碍作用大于其它组, 因此也在一定程度上表明双重匹配时效应会增强。

本研究采用后评指标测量期限效果, 因而对 Moore (2005) 基于预测指标所获得的结论做出了补充。本研究关注期限在表现和策略两方面的效应, 且涉及人际和个体内两种任务, 因此对已有文献做出了一定拓展。更重要的是, 本研究发现了调节聚焦对期限的时长及信息框架等期限特征与期限效果之间关系的调节作用, 进一步推进了我们对于期限及其效果的理解。本研究也为实际生活中如何降低期限的阻碍效果提供了一定的启示, 例如, 可以基于任务的期限时长或框架而采取适宜的调节聚焦, 从而降低期限的阻碍效果。

本研究有以下不足。首先, 对因变量的考察仅涉及任务表现及任务策略, 未来研究还可以进一步探讨期限在其它方面的效果, 如任务完成的满意度、任务完成过程中的创造性等; 其次, 基于 Mussweiler 和 Strack (2000) 的观点我们假定在个体任务和人际任务中调节聚焦的效应是类似的, 但任务类型究竟是否会影响期限的效果, 有待未来研究的进一步探讨。

6 结论

调节聚焦影响期限效果, 防御聚焦个体比促进聚焦个体认为期限的阻碍作用更大; 调节聚焦对期限时长与期限效果的关系具有调节作用, 期限较短时, 防御聚焦下个体认为期限的阻碍作用更大, 期限较长时则正好相反, 但期限过长时两种调节聚焦

之间无差异; 调节聚焦对期限的结果框架、效价与期限的关系也具有一定的调节作用, 尤其是在任务策略上, 在促进聚焦情境中, 当收益框架与正效价并存时被试认为期限的阻碍效果最大。

参考文献

- Brendl, C. M., Higgins, E. T., & Lemm, K. M. (1995). Sensitivity to varying gains and losses: The role of self-discrepancies and event framing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 1028-1051.
- Chou, C. H., Wang, Y. S., & Tang, T. I. (2015). Exploring the determinants of knowledge adoption in virtual communities: A social influence perspective. *International Journal of Information Management*, 35, 364-376.
- Covey, J. (2014). The role of dispositional factors in moderating message framing effects. *Health Psychology*, 33, 52-65.
- Crowe, E., & Higgins, E. T. (1997). Regulatory focus and strategic inclinations: Promotion and prevention in decision-making. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 69, 117-132.
- Freitas, A. L., Liberman, N., Salovey, P., & Higgins, E. T. (2002). When to begin? Regulatory focus and initiating goal pursuit. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 121-130.
- Friedman, R. S., & Förster, J. (2001). The effects of promotion and prevention cues on creativity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 1001-1013.
- Gino, F., & Margolis, J. D. (2011). Bringing ethics into focus: How regulatory focus and risk preferences influence (Un)ethical behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 115, 145-156.
- Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, 52, 1280-1300.
- Higgins, E. T. (2000). Making a good decision: Value from fit. *American Psychologist*, 55, 1217-1230.
- Higgins, E. T., Friedman, R. S., Harlow, R. E., Idson, L. C., Ayduk, O. N., & Taylor, A. (2001). Achievement orientations from subjective histories of success: Promotion pride versus prevention pride. *European Journal of Social Psychology*, 31, 3-23.
- Huber, O., & Kunz, U. (2007). Time pressure in risky decision-making: Effect on risk defusing. *Psychology Science*, 49, 415-426.
- Kao, D. T. (2011). Message sidedness in advertising: The moderating roles of need for cognition and time pressure in persuasion. *Scandinavian Journal of Psychology*, 52, 329-340.
- Lee, A. Y., Keller, P. A., & Sternthal, B. (2010). Value from regulatory construal fit: The persuasive impact of fit between consumer goals and message concreteness. *Journal of Consumer Research*, 36, 735-747.
- Liberman, N., & Trope, Y. (1998). The role of feasibility and desirability considerations in near and distant future decisions: A test of temporal construal theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 5-18.
- Ludolph, R., & Schulz, P. J. (2015). Does regulatory fit lead to more effective health communication? A systematic review. *Social Science and Medicine*, 128, 142-150.
- Moore, D. A. (2005). Myopic biases in strategic social prediction: Why deadlines put everyone under more pressure than everyone else. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 668-679.
- Moore, D. A., & Kim, T. G. (2003). Myopic social prediction and the solo

- comparison effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 1121-1135.
- Mussweiler, T., & Strack, F. (2000). The "relative self": Informational and judgmental consequences of comparative self-evaluation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 23-38.
- Peetz, J., Buehler, R., & Wilson, A. (2010). Planning for the near and distant future: How does temporal distance affect task completion predictions?. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46, 709-720.
- Pennington, G. L., & Roese, N. J. (2003). Regulatory focus and temporal distance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39(6), 563-576.
- Spassova, G., & Lee, A. Y. (2013). Looking into the future: A match between self-view and temporal distance. *Journal of Consumer Research*, 40, 159-171.
- Stephan, E., Sedikides, C., Heller, D., & Shidlovski, D. (2015). My fair future self: The role of temporal distance and self-enhancement in prediction. *Social Cognition*, 33, 149-168.
- Trope, Y., & Liberman, N. (2003). Temporal construal. *Psychological Review*, 110, 403-421.
- Trope, Y., & Liberman, N. (2010). Construal-level theory of psychological distance. *Psychological Review*, 117, 440-463.
- Wolfin, K. A., & Jonas, K. J. (2012). Thinking deadline: The impact of regulatory focus on deadline descriptions and deadline behavior. *European Journal of Social Psychology*, 42, 318-326.
- Yi, S., & Baumgartner, H. (2009). Regulatory focus and message framing: A test of three accounts. *Motivation and Emotion*, 33, 435-443.

The Influence of Regulatory Focus on Deadline's Effect

Yang Hang, Wang Ling, Liu Hongrui, Su Tianqi, Song Xiaoyue

(Beijing Key Laboratory of Learning and Cognition, Department of Psychology, Capital Normal University, Beijing, 100048)

Abstract Deadline has its influences on people's life in every aspect while these influences vary a lot. Previous research revealed that self-regulation and time-perspective were related. The interplay between these two variables could influence people's regret, time orientation, planning fallacy and the like. The present study attempted to examine the combined effects of regulatory focus and deadline's length, outcome framing, and overall valence on deadline's effect.

In Experiment 1, 61 college students were required to finish the Regulatory Focus Questionnaire and an immediate negotiation task, together with a prediction and a post-evaluation. In Experiment 2, 276 college students were divided into the promotion or prevention focus groups through the use of a maze task, and then, they were required to finish a series of cognition tasks during which the length of deadline was controlled by a countdown counter and, finally, the participants were required to complete the questionnaire about deadline's effect. In Experiment 3, firstly, 259 participants were also divided into the promotion or prevention focus groups through the use of a maze task, and then they were required to read the instructions which involved different outcome framing and overall valence, after that, they were asked to finish a series of cognition tasks, finally, they completed the questionnaire about deadline's effect.

The t-tests and ANOVAs revealed that: (1) Deadline had obstructive effect on tasks regardless of the prediction before the task or the post-evaluation after the task. For the prevention-focused participants, the effect of deadlines was stronger than that for the promotion-focused participants; (2) Regulatory focus had a moderating effect between the length of deadline and the deadline's effect. Specifically, faced with a shorter deadline the prevention-focused participants believed that the deadline had a stronger obstructive effect compared with the promotion-focused participants, while faced with a longer deadline, the promotion-focused participants believed that deadline had stronger obstructive effect compared with the prevention-focused participants; (3) Regulatory focus had a moderating effect between outcome framing, overall valence and deadline. To be specific, on the task performances, the promotion-focused participants believed that the negative effect of deadline was stronger than did the prevention-focused participants in the benefit framework; on the task strategy, the promotion-focused participants believed the deadline had a stronger negative effect in the benefit framework than in the loss framework when they were in the condition of positive value; however, the outcome was opposite when they were in the condition of negative value.

Based on the aforementioned results, it can be concluded that the regulatory focus has both main effect and interaction effect on deadline's effect. Both the theoretical and practical implications of the present study have been discussed in the paper. One of the contributions of this research is making a supplement to the existing literature. More importantly, this study discusses the influence of regulatory focus on deadline's effect for the very first time. The results help us deepen the understanding of deadlines and their effect. This study also provides enlightenment about how to reduce the obstructive effect of deadline in real life.

Key words regulatory focus, length of deadline, outcome framing, overall valence, deadline's effect