# 中國代華學会



# 心理学振

## Acta Psychologica Sinica

**2020** 第52卷 第10期 Volume 52 No.10

中国心理学会 主办中国科学院心理研究所 独 经 出版 社 出版

Sponsored by Chinese Psychological Society and Institute of Psychology, Chinese Academy of Sciences Published by Science Press





### 心理学报(Xinli Xuebao)

#### ACTA PSYCHOLOGICA SINICA

第52卷 第10期

2020年10月出版

#### 目 次

#### 研究报告

臧语阅读中中央凹词频效应及对副中央凹预视效应的影响			
	孙 敏	白学军	高 蕾 (1143)
编码强度对字体大小效应的影响    赵文博	姜英杰	王志伟	胡竞元 (1156)
分析思维降低情感预测影响偏差	·耿晓伟	刘 丹	牛燕华 (1168)
预期交流与创造力的关系:解释水平的调节作用	栾 墨	吴 霜	李 虹 (1178)
未意识到错误影响错误后调整的电生理证据	·王丽君	索 涛	赵国祥 (1189)
θ 频段(4~8 Hz)的活动反映了汉语口语产生中音节信息的加工 ·············	·蒋宇宸	蔡 笑	张清芳 (1199)
基于即时反馈的反应抑制训练对青少年和成人执行功能的训练效应和迁	- 移效应		
王 元	李 柯	盖笑松	曹逸飞 (1212)
生命早期环境不可预测性对过度进食的影响:基于生命史理论	·罗一君	牛更枫	陈 红 (1224)
<b>坦</b> 坟影响消弗 <b>老</b> 棒丝和购物 后	. 柳 岩 桂	口.抽.水	□抽化 (1227)



投稿请登录编辑部网站 http://journal.psych.ac.cn

#### ACTA PSYCHOLOGICA SINICA

Volume 52, Number 10

October, 2020

#### **CONTENTS**

#### **Reports of Empirical Studies** The word frequency effect of fovea and its effect on the preview effect of parafovea in Tibetan reading ...... GAO Xiaolei; LI Xiaowei; SUN Min; BAI Xuejun; GAO Lei (1155) Influence of encoding strength on the font size effect .....ZHAO Wenbo; JIANG Yingjie; WANG Zhiwei; HU Jingyuan (1166) Analytical thinking reduces impact bias in affective forecast ······ GENG Xiaowei; LIU Dan; NIU Yanhua (1176) The relationship between anticipated communication and creativity: Moderating role of construal level LUAN Mo; WU Shuang; LI Hong (1188) The influence of unaware errors on post-error adjustment: Evidence from electrophysiological analysis WANG Lijun; SUO Tao; ZHAO Guoxiang (1197) Theta band (4~8 Hz) oscillations reflect syllables processing in Chinese spoken word production JIANG Yuchen; CAI Xiao; ZHANG Qingfang (1210) Training and transfer effects of response inhibition training with online feedback on adolescents and adults' Early life environmental unpredictability and overeating: Based on life history theory LUO Yijun, NIU Gengfeng, CHEN Hong (1235) A meta-analysis of the effect of crowding on consumers' emotional reactions and shopping-related behavioral reactions ...... LIU Wumei; MA Zengguang; WEI Xuhua (1252)

Online submission please visit http://journal.psych.ac.cn