



心理所研究发现后天经验对红色心理效应的反转作用

文章来源：心理研究所

发布时间：2014-03-07

【字号：小 中 大】

“红色心理效应”指在先天遗传和后天环境的共同影响下，红色与心理意义联结会在特定情境下诱发对应的心理状态，从而影响个体心理与行为的一种效应。颜色情境理论认为，红色在进化中形成的意义是攻击和支配，例如动物身上的红色往往是攻击力的象征；而在社会生活中，红色又总被用来表征危险和失败等涵义。在成就情境下，由于这些心理意义被激活，个体在面对红色刺激时会产生回避，降低他们在运动或智力任务上的成绩。人类这种对颜色信号进行无意识反应的机制在进化过程中形成，并在代代相传中不断被后天经验所强化。许多研究都证明了红色具有先天的心理意义，但后天经验的强化作用一直停留在经验阶段，缺少实证研究。我国股票市场用红色代表上涨，与西方惯例恰好相反。中国科学院心理研究所心理健康重点实验室韩布新研究组最近一项研究发现，这种特殊的后天经验能够反转股票从业人员的红色心理效应。

该研究招募了24名大学生被试（23.46±2.83岁）和24名股票经纪人（24.79±1.84岁）参加实验。实验整合了前人研究的范式和任务，让被试在短暂的红色（或绿色）刺激后完成智力测验，并测量他们的情绪和颜色偏好。结果发现大学生被试的红色心理效应与以往研究相同：与绿色组相比，红色启动组被试报告更多的担忧情绪，随后的智力测验成绩更低；而股票经纪人的红色心理效应相反，红色启动组被试的智力测验成绩更高。大学生倾向于报告自己讨厌红色，而股票经纪人则报告喜欢红色。所有被试皆未发现实验目的是检验颜色对智力的影响，也不认为颜色会影响自己的成绩。本研究证明，后天的特殊经验能够赋予红色新的意义，改变原有的效应方向。

该研究首次为红色心理效应受后天经验影响提供了实证证据。在中国被试中建立红色心理效应，并发现红色能诱发更多的负性情绪，这验证了红色心理效应的跨文化一致性。另外，被试对红色效应没有觉察以及颜色偏好等结果也证明了颜色情境理论的有效性。

该研究受国家质量监督检验检疫总局公益项目（Y0HX331Y01）的资助。研究成果已在线发表于国际学术期刊 *PLoS ONE*。审稿人给予了较高评价，认为该研究创意新颖、实验严谨、结果和讨论丰富合理，对颜色心理学领域有较好贡献。

论文信息：Zhang T, Han B (2014) *Experience Reverse the Red Effect among Chinese Stockbrokers*. *PLoS ONE*, 9(2): e89193. doi:10.1371/journal.pone.0089193.