

《心理学报》审稿意见与作者回应

题目：人如其食：食物性别刻板印象及对人物评价的影响

作者：佐斌 戴月娥 温芳芳 高佳 谢志杰 何赛飞

第一轮

编委初审意见：

本研究探究的是内隐外显食物刻板印象的存在情况以及对人际判断的影响，选题很独特，方法和统计得当，结果清晰，但是更需要增加研究的说服力，研究在假设推导上存在一些逻辑上的不足，论文还有一些需要继续完善之处

意见 1：文章缺乏鲜明的理论及实践意义，研究结果对理论和实践的开创性贡献未能在文章明确体现。

回应：非常感谢评审专家的建议。作者进一步对本研究在理论和实践上的开创性贡献进行了归纳，具体修改如下：

讨论部分：

“4.3 本研究的理论创新与应用意义

本研究在中国文化背景下，从外显和内隐两个层面验证了食物性别刻板印象的存在，并且以“大二”模型为主要理论基础和测量指标，系统考察了食物性别刻板印象对人们人际评价产生的影响，具有一定的理论与实践意义，具体如下：

首先，本研究加深了人们对食物性别刻板印象的理解，对东、西方食物性别刻板印象比较的跨文化研究进行了补充。具体而言，西方关于食物性别刻板印象的现有研究基本围绕外显的刻板印象内容展开，即人们认为男性偏爱哪些食物，女性偏爱哪些食物。而本研究不仅考察了不同性别人群对食物的偏好，还在外显和内隐层面均对食物刻板印象的存在进行了验证，发现女性同时持有外显和内隐的食物性别刻板印象，而男性只在外显层面体现。这说明中国丰富的食物种类以及独特的饮食文化使中国人持有的食物性别刻板印象内容更加丰富；而独特的女性文化使男性对食物性别刻板印象持有更矛盾的态度，这种矛盾的态度使男性在外显和内隐层面表现出截然不同的食物性别刻板印象。

第二，本研究创造性地将社会认知领域的“大二模型”作为理论基础和测量指标，从内隐和外显的角度更细致、更系统地考察了食物性别刻板印象对人际评价的影响，其方法与结论对未来研究的开展有重要的启示作用。一方面，在理论和方法选择上，以往关于食物性别刻板印象对人际评价的影响的研究基本停留于性吸引力、个人品质或男/女性化程度等零散的方面，这些因变量结果难以概括食物性别刻板印象对人际评价影响的全貌，而对“大二”模型的应用恰好可以弥补过去研究的缺陷。此外，本研究创造性地采用内隐关系评估程序，用内隐方式直接考察人们对（反）食物性别个体的印象评价，可以更全面了解人们的态度。另一方面，本研究的结果表明社会对反刻板男性更为严苛，对反刻板女性则相对宽容，男性需要持续付出努力，不断按照社会对男性角色的行为规范行事才能证明其身份，因而社会更加严厉地惩罚违背这种社会规范的男性，对其评价会更加负面；而女性身份则是与生俱来，不需要证明的，即使女性身上出现男性化特质，人们也会以更宽容的态度对待她们，这一结果这是对“男性身份的不确定性”理论的重要的跨文化补充。

第三，实践意义上，本研究为通过摄食来进行印象管理提供了更丰富的证据和更新的思路。中国的饮食文化悠久而丰富多彩，古往今来，中国人都会在大小节日、婚丧嫁娶、乔迁、

升职等情况下通过饮食来进行自我表达。随着信息技术的发展，不仅在现实生活中，网络社交平台上也不乏分享美食的个体，他们通过展示自己的饮食来进行印象管理，而本研究的结论恰好可以帮助其更好地通过选择食物建立不同热情和能力水平的人设。此外，由于人们也会通过他人的饮食来推测其人格特质和爱好，因此本研究的结论也可以帮助他们了解自己做出这些推断的深层原因。”

意见 2：假设提出的有些突兀。人们对（反）食物性别刻板印象的个体的评价，是如何在能力和热情两个维度上产生区别的，所依据的理论基础有哪些，未在文献综述部分进行梳理，使假设提出缺乏理论支撑。

回应：非常感谢评审专家对文章的认真用心指导！作者在文献综述中对假设提出的理论依据进行了进一步梳理，具体补充部分如下：

问题提出部分：

“由上述可知，西方关于食物性别刻板印象的研究还处于探索阶段，现有研究多关注食物性别刻板印象的具体表现，即人们认为男性偏爱哪些食物，女性偏爱哪些食物，国内更是鲜有关于食物性别刻板印象的研究；此外，关于食物性别刻板印象对人际评价的影响的研究基本也仍停留于性吸引力、个人品质或男/女性化程度等方面，缺乏更系统的研究。而在中国文化下，由于食物种类更加丰富，因此或许存在更为复杂的食物性别刻板印象内容，其对人们人际评价所产生的影响可能也有所不同。因此，本研究将首先对中国文化背景下的食物性别刻板印象的存在进行检验。其次，人们对（反）食物性别刻板印象的个体持有怎样的印象评价也是本研究将探讨的重点问题。Park, Smith 和 Correll（2008）的研究表明，与男性相比，被试更多地认为热情与女性联系更为紧密，个体认为女性具有比男性更高的热情，这一点在 Abele(2003)的研究中也得以验证。此外，管健等人（2011）的研究发现，中国被试对男人存在着消极热情-积极能力的混合刻板印象，而对女性存在着积极热情-积极能力的双高刻板印象。张庆，王美芳（2014）通过内隐态度研究发现中国大学生被试对男性存在着消极热情-积极能力的内隐混合性别刻板印象，对女性存在着消极能力-积极热情的内隐混合性别刻板印象。总体而言，对于男性来说，“能力”是其主要特质，对于女性来说，“热情”是其主要特质。当男、女性违反刻板预期时，相应地，人们会降低对其主要特质的评价，即反刻板女性的热情会低于刻板女性，反刻板男性的能力会低于刻板男性。而针对两类反刻板个体，“男性身份的不确定性”理论认为男性身份是“难以达到的”和“脆弱的”（Bosson & Vandello, 2011），需要不断地用表现在外的证据来证明，而这种男性身份的“珍贵性”则可能意味着相比拥有男性特点的女性，人们拥有女性特点的男性给予的人际评价可能更低。因此，为探究在食物性别刻板印象上人们是否持有类似评价，以及在面对反食物性别刻板印象的个体人们又将如何评价其热情和能力，研究拟以“大二”模型为主要理论基础和测量指标，系统考察食物性别刻板印象对人们人际评价产生的影响。”

意见 3：研究未对食物本身的健康程度进行控制，而食物词汇本身积极/消极的性质也未进行控制，可能会对实验结果产生影响。另外，在研究 2A 的文字启动中，不同食物是否启动了不同的生活场景，从而影响了被试的评价，而非是食物的性别化所带来的影响。

回应：非常感谢评审专家的建议。研究 2A 侧重考察外显食物性别刻板印象对人际评价的影响，对食物本身的健康程度以及食物词汇本身的积极/消极性质是本研究尚未考虑之处，不同的食物可能启动了不同的生活场景，被试的评价或许受到场景的影响。未来的研究可进一步对这些额外变量进行控制，对本研究的结论进行验证。因此，作者对本研究的不足与展望部分进行了补充，具体内容如下：

讨论部分：

“4.4 研究不足与展望

.....第二，本研究未对食物本身的健康程度以及食物词汇本身的积极/消极性质进行控制，不同的食物或许会启动不同的生活场景，进而影响被试对目标个体的评价，未来的研究可对这些额外变量进一步进行控制，验证本研究的结论。.....”

意见 4：研究 1B 和 2B，删除数据的比例是多少？以及给结果带来的影响是怎样的？

回应：非常感谢评审专家的提出的疑问。在研究 1B 中，作者共收到 45 名被试的数据，实验后剔除了错误率超过 20%的被试 3 名，极端数据的被试 1 名，最后有效被试 41 名；研究 2B 中作者共收到 100 名被试的数据，剔除了错误率超过 20%的被试 6 名，极端数据的被试 3 名，最后有效被试 91 名。相关内容已在正文中进行修改，具体如下：

实验部分：

“2.2.2 研究方法

(1) 被试

招募 45 名武汉某高校大学生，实验后删除错误率超过 20%的被试 3 名，并删除极端数据的被试 1 名，最后有效被试 41 名（男性 18 名，女性 23 名），平均年龄 $M=19.71$ ， $SD=1.83$ 。

3.2.2 研究方法

(1) 被试

招募武汉某高校 100 名大学生，实验后剔除了错误率超过 20%的被试 6 名，极端数据的被试 3 名，最后得到有效被试 91 名（男性 50 名，女性 41 名），平均年龄 $M=20.56$ ， $SD=1.96$ 。”

意见 5：根据当前研究 2B 的设计，体现的是食物与评价词汇之间的匹配关系，而未能体现目标对象性别与食物的配对，从而也不能体现食物性别刻板印象。从结果中也能看出，无论目标对象是男性还是女性，被试都对女性化食物配对的积极热情词汇反应时较短，只能说明女性化食物与积极热情词汇间有更强的联系，而非被试的食物性别刻板印象。

回应：非常感谢评审专家的建议。本研究所使用的内隐关系评估程序确实存在一些缺陷，该范式的认知加工模式是值得进一步探讨的，此外未来的研究也可用其他范式对本研究的结果进行检验。对于实验范式上的不足，作者对本研究的不足与展望部分进行了补充，具体内容如下：

讨论部分：

“4.4 研究不足与展望

.....就内隐人际评价而言，研究采用的内隐关系评估程序体现的可能只是食物与评价词汇之间的匹配关系，而非目标对象性别与食物的配对，存在不能体现食物性别刻板印象的可能性，该范式的加工模式是需要进一步探讨的，此外，未来研究也可探索在多种研究方法（如 IAT）下，实验结论是否相同。.....”

意见 6：格式方面：标题应在 20 字以内；中文摘要限 200 字以内标题仅限 3 级，文中出现了 4 级标题，应适当删改和调整。

回应：非常感谢评审专家对文章的认真用心指导！作者根据评审专家建议，将一些细节问题进行了仔细修改完善。其中包括：

(1) 对标题字数进行了控制，将“‘相由口生’？——外显与内隐食物性别刻板印象及对人际评价的影响”更正为“‘相由口生’？——食物性别刻板印象及对人际评价的影响”

(2) 将中文摘要进行了精炼，具体更正如下：

通过两个研究检验外显与内隐食物性别刻板印象的存在及其对人际评价的影响。研究一采用提名法、自我报告法和语义启动范式考察食物性别刻板印象的存在，发现男女被试均持

“男（女）性偏好男（女）性化食物”的外显食物性别刻板印象，仅女性被试持内隐食物性别刻板印象。研究二采用问卷法和内隐关系评估程序测量人们对（反）食物性别刻板个体在热情和能力上的评价，结果表明食物性别刻板印象仅对反刻板男性的内隐人际评价有影响。

（3）原稿因为有研究 1A 和研究 1B，就出现了 4 级小标题。现在对文中出现的所有四级标题进行了删改与调整。如将“2.1.2.1 被试”更正为“（1）被试”，其余类推。

（4）最后，作者对全文进行了从头到尾挑剔性阅读，将一些标点符号、错别字以及语句不通顺处进行了完善。

第二轮

编委初审意见：

返修后的稿件较好的回答了之前的问题，在理论上更加厚实一些。还存在以下一些问题：

意见 1：关于讨论，提到对于反刻板男性比反刻板女性评价更苛刻，表述略有不妥。首先，实验结果只有外显的结果显示会对反刻板男性降低能力评价，内隐没有，而且内隐外显都会增加对热情的评价，高热情应该不算是个贬低或不好的评价吧？其次，对反刻板女性而言，外显结果显示，对其能力评价提高，但对热情评价降低，也不算是对女性的评价宽容了吧？建议再谨慎考虑。

意见 2：讨论中并未对研究 2 内隐外显结果不一致做出解释，目前的讨论主要采用了研究 2a 的结果，没有太考虑说明研究 2b 的结果。

回应：非常感谢审稿专家的建议！针对问题 1 和问题 2，作者进一步对 4.2 部分讨论的措辞和内容进行了改进和补充，具体如下：

讨论部分：

“4.2 外显与内隐食物性别刻板对人物评价的效应

研究二发现，外显层面，人们认为食物性别刻板一致男性的能力水平高于食物性别刻板不一致男性，而热情水平低于食物性别刻板不一致男性，食物性别刻板一致女性的热情水平高于食物性别刻板不一致女性，能力水平低于刻板不一致女性，但内隐层面，男性和女性被试只持有食物性别刻板不一致男性更加热情的刻板人物评价。这与以往关于性别刻板印象和食物性别刻板印象存在性别差异的结果相符合（佐斌，刘珣，2006；Cavazza, Guidetti, & Butera, 2015a）。这一结果可以从以下几个方面来理解。

首先，有研究表明，人们普遍持有男性是“高能力低热情”，女性是“高热情低能力”的刻板印象（姜新华，杨峰，李秀丽，王美芳，2016）。对于男性来说，能力是男性的主要特质，在本研究中，食物性别刻板男性符合人们对其的预期，因此会得到“高能力低热情”评价；同样，对于女性来说，热情是女性的主要特质，刻板女性符合人们对其的预期，因此会得到“高热情低能力”的评价。而有关刻板印象维护的研究表明，当个体违反刻板预期时，人们会从认知和行为两个方面“抵制”反刻板个体（Plaks, Carol, Steven, & Jeffery, 2001）。在本研究中，刻板不一致男性违反了人们对其作为男性应该选择什么食物的性别刻板预期，因此降低了对其主要特质即能力的评价；同理，刻板不一致女性也违反了食物性别刻板预期，因而也得到了更低的女性主要特质即热情的评价。然而，又由于补偿效应的存在，人们提升了对刻板不一致男性的热情评价和刻板不一致女性的能力评价。补偿效应是指人们在比较两个社会目标时，会利用热情和能力的补偿使社会目标形成反差（代涛涛，佐斌，温芳芳，2014；Cambon & Yzerbyt, 2017；Cambon & Yzerbyt, 2018；Lindholm & Yzerbyt, 2018），即当目标个体在某一维度上被降低评价时，人们会提高其在另一个维度上的评价。在本研究中，正因为人们先形成了食物性别刻板不一致男性能力水平较低的印象，所以才相应地提高了对其热情

水平的评价；同理，也正是已认为食物性别刻板不一致女性的热情水平较低，人们才提高了对其能力水平的评价以达到某种认知上的平衡。因此，在外显层面，本研究发现食物性别刻板一致男性的能力水平高于食物性别刻板不一致男性，热情水平低于刻板不一致男性；而刻板一致女性的热情水平高于刻板不一致女性，能力水平低于刻板不一致女性。

其次，本研究在内隐层面发现了与外显不一致的结果，即男女被试只对食物性别刻板不一致男性持有其更加热情的刻板人物评价。以往许多关于双重态度模型的研究均证明，人们对同一目标个体的外显和内隐态度可能出现分离（Breen & Karpinski, 2013; 蔡华俭, 杨治良, 2002）。在本研究 2 中，被试对食物性别刻板是否一致的女性和食物性别刻板男性均不持有热情或能力方面的内隐积极或消极态度。对于食物性别刻板不一致的男性，人们并没有同外显结果显示的那样降低对其能力的评价，但认为他更加热情了。这一结果与以往研究的结果有着一致性。有众多研究表明，随着女性获得学士、硕士及博士学位的人数渐渐超过男性（Okahana & Zhou, 2018），人们对男女性持有的性别刻板印象也正在发生变化，比如人们对女性热情水平的评价继续不断上升，与此同时，对其能力的评价也渐渐与男性趋向一致（for a review, Eagly, Nater, Miller, Kaufmann, & Sczesny, 2020; Hentschel, Heilman, & Peus, 2019）。而正由于过去“男性能力比女性强”的性别刻板印象逐渐被削弱，即能力的性别差异已经逐渐消失，潜意识中女性化的特质不再与“低能力”相关联，因此在本研究中，即便男性食用了女性化食物，人们也并未降低对其的能力评价。此外，该结果也进一步反映了中国独特的女性化文化对中国人集体潜意识层面态度的影响，这包括“男优女劣”的性别刻板印象有所削弱，从而男性为获得男性身份的压力也有所减轻，被试并不排斥男性食用女性化食物，反而欣赏具有某些女性化特质的男性，从而对其身上的女性主要特质——热情也给予更高的评价。”

意见 3：整体文章理论阐述还是稍弱，所以出现了前言讨论等地方同样的内容反复出现，希望能减少反复出现的语句，或更深层次进行挖掘，更换表述等。

回应：非常感谢审稿专家的建议！为了丰富文章的理论基础，作者查阅了大量文献，并请教了一些同行专家，进一步厘清了研究逻辑，具体从刻板印象出发，后具体到性别刻板印象与食物性别刻板印象及影响，对问题提出部分进行了全面大修重新撰写，特别是对于已有研究目前已经做的和没有做的进行了梳理，对于本研究重点研究的问题进行了概述和清晰化，说明了本研究的创新之处。在讨论部分对研究结果进行了更深层次的挖掘并做了大量修改，对全文的语句与内容进行了进一步的完善与润色，减少了反复出现的语句。同时，更新了参考文献。问题提出部分修改为“1 引言”：

问题提出部分：

“1 引言

食物在社会生活中具有极为重要的作用，且被人们赋予了一定的性别文化意义。中国自古就有“民以食为天”、“饮食男女”的说法。国外有研究表明，人们普遍具有“肉类为偏男性化食物”、“蔬菜水果为偏女性化食物”的外显与内隐食物性别刻板印象（food-gender stereotype），这种刻板印象会影响对目标人物的男子气概和吸引力评价（e.g. Mooney, DeTore, & Malloy, 1994; Vartanian & Lenny, 2015）。西方研究发现的食物性别刻板印象在中国文化背景下是否存在？食物性别刻板印象如何影响对中国人的评价？是否有性别差异？本研究将聚焦食物性别刻板印象及其对人物评价的影响问题，一方面探索和检验中国被试外显与内隐食物性别刻板印象的存在及具体内容，另一方面从社会认知的热情与能力维度视角揭示食物性别刻板印象对人物评价的影响。

1.1 刻板印象和性别刻板印象

作为解释社会知觉与群体印象形成的基本概念,刻板印象是由人们对于某些社会群组的知识、观念和期望所构成的认知结构(Macrae 等, 1996; 佐斌, 2015)。作为一种社会认知图式,刻板印象是有关某一群体成员的特征及其原因的比较固定的观念或想法(Fiske, 2004)。

关注群体刻板印象内容的测量与描述是社会心理学刻板印象早期研究的特点和传统。美国普林斯顿大学最早进行了经典的种族刻板印象调查(Katz, Braly, 1933),之后围绕种族与国民、性别、年龄、职业、宗教、政党等社会群体的刻板印象内容被广泛重视和反复测量。1995年,Greenwald和Banaji提出了内隐刻板印象(Implicit stereotype)并界定为“调节某一社会类别成员的属性的不能内省辨别(或不能准确辨别)的过去经验的痕迹”,倡导采用间接测量方法如反应时法、投射测验和启动效应等开展内隐社会认知研究并得到了广泛认同。

近十年来,刻板印象研究在不同群体印象的内容维度、加工机制、应用干预等方面都取得了丰富的成果,而刻板印象内容研究始终热度不减并拓展到很多新的领域。刻板印象内容模型和社会认知“大二模型”(Big Two)的许多实验和跨文化比较研究的结果表明,无论在人际还是群际认知中,人们都会从热情(warmth)与能力(competence)两个基本维度进行印象评价(Fiske, Cuddy, & Glick, 2007; 佐斌等, 2015)。因此,热情与能力是群体印象与人物评价的基本维度和测量指标。

性别是个体与生俱来的重要特征和群体分类的重要线索(Zarate & Smith, 1990),性别刻板印象一直是国内外刻板印象研究的重点。性别刻板印象是人们对男性或女性在行为、人格特征等方面的期望、要求和笼统的看法。中国学者的研究表明,“男主外,女主内”的观念得到认同,人们认为“男性坚强能干,女性被动顺从”(蔡华俭,黄玄凤,宋海荣,2008;钱铭怡,罗珊红,张光健,陈萍,姚萍,1999),同时普遍存在着较强的内隐性别刻板印象(俞海运,梁宁建,2005;佐斌,刘珣,2006)。有研究进一步发现外显与内隐职业性别刻板印象和学科性别刻板印象也普遍存在,且内隐与外显评价上存在分离(蔡华俭,周颖,史青海,2001;马芳,梁宁建,2006,2008)。

“性别”作为性别刻板印象的关键变量,被试和目标的性别直接影响性别刻板印象及目标评价。有关男女两性在热情和能力维度评价的研究显示,与男性相比,被试更多地认为热情与女性联系更为紧密,个体认为女性具有比男性更高的热情(Park, Smith & Correll, 2008)。我国学者的研究发现,中国被试对男人存在着消极热情-积极能力的混合刻板印象,而对女性存在着积极热情-积极能力的双高刻板印象(管健等,2011);大学生被试对男性存在着消极热情-积极能力的内隐混合性别刻板印象,对女性存在着消极能力-积极热情的内隐混合性别刻板印象(张庆,王美芳,2014)。总体而言,对男性的印象中“能力”为主,女性印象中“热情”为主。当人们违反性别刻板预期时,人们会降低对其主要特质的评价,即刻板不一致女性的热情会低于刻板一致女性,刻板不一致男性的能力会低于刻板一致男性。

有研究进一步发现,普遍存在的性别刻板印象会对人们根据有限信息所产生的对他人的喜爱感及人格判断即人物评价产生很大的影响(Wolffhechel, et al., 2014; Rocco, Adams, Ursula, Kleck, & Leslie, 2017; 宋静静,佐斌,温芳芳,谭潇,赵苗苗,2017)。根据社会角色理论和性别刻板印象维护模型,人们对目标评价人物的性别刻板印象会导致评价者的感知评价偏差(Derous, Ryan, & Serlie, 2015),对违背性别刻板预期的个体普遍会表现出明显的“抵制效应”(Eagly & Wood, 2012)。

1.2 食物性别刻板印象及影响研究

“食物”在人们的社会交往互动和人物评价中发挥着非常重要的作用,具有身份表达和性别角色符号价值(Murcott, 1983; Vartanian, Herman, & Polivy, 2007)。在人物评价时,人们也会将食物与性别联系在一起(Thomas, 2016),因此,食物性别刻板印象的研究进入社会

心理学的研究视野。食物性别刻板印象是指人们对食物，包括食物类型、食物摄入量等方面持有的性别刻板印象（Vartanian et al., 2007）。

国外学者采用外显和内隐研究方法对食物性别刻板印象进行了初步研究。采用自我报告方式的研究发现（Cavazza, Guidetti, & Butera, 2015a; Mooney et al., 1994），人们认为红肉具有男性化特质，“烧烤”和“牛腰肉”等是典型男性化食物，而奶蛋、蔬菜水果更具有女性化特质，如“奶油芝士烤百吉饼”和“番茄酱意大利面”等则是女性化食物；女性偏爱女性化食物且食量小、喜欢排盘精致的食物，而男性偏爱男性化食物且食量大、喜欢外形粗糙的食物（Cavazza, Guidetti, & Butera, 2017; Drake, Primeaux, & Thomas, 2017; Mooney & Lorenz, 1997）。为了避免外显报告法的自我呈现偏差和社会称许性（Greenward et al., 2002），有研究采用内隐方法对食物性别刻板印象进行了探索。Rozin等人(2012)使用内隐联想测验（IAT）发现人们存在明显的男性与肉、女性与蔬菜的内隐联结；日本学者Kimura等人（2009, 2012）采用语义启动实验发现，相容条件下（女性化名字在女性化食物启动后呈现，男性化名字在男性化食物启动后呈现）的反应时显著短于不相容条件（女性化名字在男性化食物启动后呈现，男性化明在在女性化食物启动后呈现），男女被试不存在显著差异（Kimura et al., 2009, 2012; Rozin et al., 2012），这表明两性均持有内隐的食物性别刻板印象。

食物性别刻板印象存在一定的民族文化差异。Schösler, Boer, Boersema 和 Aiking（2015）对荷兰裔中国人、荷兰裔土耳其人和荷兰当地人三组被试进行了“肉-男性化”联结研究，总体上发现被试普遍认为“肉是男性化食物”，吃肉男性更接近“真男人”，但存在不同民族的文化差异，相比当地荷兰人和荷兰裔中国人，荷兰裔土耳其人具有更强的“肉与男性化联结”和性别差异，而当地荷兰人的这种联结和性别差异相对更弱。进一步研究表明，人们对特定食物的男性化与女性化联结通常与食物的特征相关，如健康价值、卡路里含量和脂肪含量等特征的好/坏分类有关（Oakes, 2004; Vartanian et al., 2007）。

尽管有研究采用内隐联想测验（IAT）和与语义启动范式在美国和日本被试中发现了食物性别刻板印象，但是新进发展的内隐关系评估程序（Implicit Relational Assessment Procedure, IRAP）在内隐研究方面具有更高的探测力。IRAP 从人类言语关系结构出发，借鉴 IAT 的诸多优点利用反应时之差作为测量指标，最大限度排除了个体本身反应快慢的影响，减少了个体差异对测量结果的干扰，能够直接测量刺激间的关系结构。与 IAT 和语义启动范式不同，IRAP 更能了解个体的绝对内隐态度（Barnes-Holmes, Barnes-Holmes, Stewart, & Boles, 2010; Finn, Barnes-Holmes, & Mcenteggart, 2018; 王沛, 王凯, 2009）。因此，采用 IRAP 内隐测量方式检验内隐食物性别刻板印象及效应显得尤为必要。

食物性别刻板印象影响人物评价的国外研究主要聚焦在当事人视角，侧重饮食者对食物选择的印象管理（Cavazza, Guidetti, & Butera, 2015a; Gal & Wilkie, 2010; Pliner & Chaiken, 1990）。例如人们倾向于选择与性别印象相一致的食物而避免不一致的食物（White & Dahl, 2006）；当存在其他共餐者时，符合食物性别刻板预期的男女会成功地展示出其特定的男性化或女性化特点（Higgs & Thomas, 2016）；当男性身份受到威胁时，男性会食用更多肉类来维护自我以此远离女子气（Nath, 2011; Pohlmann, 2014）。可见，食物性别刻板印象也作为自我形象建构的重要工具。最近有研究关注基于旁观者（评价者）视角的食物性别刻板印象对人物评价的影响，发现人们认为饮食以肉类为主的人比以蔬菜为主的更有男子气（Vartanian & Lenny, 2015），吃“女性化”食物的人比吃“男性化”食物者更加女性化（Mooney & Lorenz, 1997; Stein & Nemeroff, 1995），男性食用男性化食物会让其感觉“更像男人”，食物摄入量更少、更偏爱女性化食物的女性会让人觉得更女性化（Hoyt, Hamilton, & Rickard, 2003; Mooney & Lorenz, 1997; Rothgerber, 2013），并且不论男女，食用女性化食物都被认为具有更好的品质和吸引力评价（Mooney, DeTore, & Malloy, 1994; Vartanian et al., 2007）。已有研究虽然探讨了食物性别刻板印象在评价男子气概和吸引力的影响，但是基于社会认知“大二模型”，食物性别刻板印象对人们的热情和能力评价影响的基础性研究需要弥补。

1.3 研究问题与设计

国外研究发现了食物性别刻板印象，但是西方食物结构和中国存在一定差异，“民以食为天”的中国食物种类更多且烹调方法更加多样。西方文化中男性化食物主要指高脂肪的食物如肉或带饭的肉，女性化食物主要包括低脂肪食物如意大利面、沙拉和水果等（Mooney & Lorenz, 1997）。中国人是否具有食物性别刻板印象？中国具体哪些食物类型被感知为更男性化、哪些食物则被感知为更女性化？本研究将对此进行调查和测量。

食物性别刻板印象存在外显与内隐两个层面，国外学者采用IAT和语义启动范式研究发现两者在印象具体内容既有一致性也存在一定分离，而且与性别差异直接相关。由于“性别”在性别刻板印象和食物性别刻板印象中都发挥着重要影响，那么，中国人的外显与内隐的食物性别刻板印象是否存在性别差异？食物性别刻板印象是否对人物的基本热情与能力评价产生影响，有无目标性别差异？这也是本研究要探索的基本新问题。此外，本研究将首次采用更加精细化的IRAP内隐范式研究食物性别刻板印象。

基于国外食物性别刻板印象的研究问题和发现，本研究以社会认知“大二模型”为框架，通过两个研究考察中国人的外显与内隐食物性别刻板印象内容及对人物评价的影响。研究1拟通过两个实验，分别采用开放式提名、问卷法及语义启动范式考察人们是否存在外显和内隐食物性别刻板印象；研究2进一步通过两个实验，分别采用情境实验法和内隐关系评估程序（IRAP）从外显和内隐层面测量人们对食物性别刻板是否一致的目标个体在热情、能力基本维度上的评价。”

讨论部分：

“4 总讨论

本研究首次在中国文化背景下，立足社会认知的“大二”模型探讨了食物性别刻板印象的内容，从外显和内隐层面测量了其存在，从热情与能力两个维度考察了食物性别刻板印象对人物评价的影响，研究发现人们对不同食物性别刻板印象一致性的男（女）性四类个体目标持有不同的评价，但只对刻板不一致男性目标具有内隐效应。这些发现不仅加深了人们对食物性别刻板印象的理解，拓展了人物评价领域的研究，而且对于人们的食物印象管理也具有一定的应用价值。

4.1 食物性别刻板印象的外显及内隐效应

实验1A首先通过开放性研究得到五种典型男性化食物（白酒、啤酒、牛肉、羊肉、大蒜）和五种典型女性化食物（奶茶、果汁、蛋糕、红枣、糖果），接着考察被试的外显食物性别刻板印象，结果表明，在中国文化下，男性和女性均持有“男性偏好男性化食物，女性偏好女性化食物”的外显食物性别刻板印象。男性化食物主要为肉类和酒类，肉类作为男性食物这一点具有跨文化的稳定性。从进化心理学的角度，男性会通过食用肉类来增加性吸引力，食用肉类使之感觉“更像一个男人”（Rozin, Hormes, Faith, & Wansink, 2012; Rothgerber, 2013）。而酒文化在中国历史悠久，古往今来与酒有关的社会活动多涉及男性，因此中国文化下，“酒”与“男性”紧密联系。女性化的食物主要为饮料和甜食，这可能与中国女性面对压力时所采取的策略有关。研究表明，甜食可以抑制皮质激素从而减缓压力（Trycm et al., 2015），而女性在压力状态下会更多的摄取含糖的食物（Zellner et al., 2006），这便解释了中国文化下，“甜食”与“女性”之间的紧密联系。对此本研究推测，食物性别刻板印象是经过长期历史发展形成并内化到集体无意识中的，中国文化中“食物分阴阳”就是一个例证；此外，根据进化心理学，远古时期，男性更多从事狩猎活动，女性更多从事采集活动等也是形成食物性别刻板印象的一种观点。总之，男性和女性都可以感知到社会对其食物偏好的期望，因此都外显表现出食物性别刻板印象。

然而，实验1B中内隐语义启动实验的结果却表明，在内隐层面，只有女性持有食物性别刻板印象。一方面，从社会规范来看，人们在食物的社会期望对于女性相比男性而言具有

更高的约束力 (Pliner & Chaiken, 1990)，因此，相对男性被试而言，女性的食物性别刻板印象表现出更多的外显与内隐的稳定性；另一方面，从文化角度看，有实证研究发现，亚洲人更多地与女性化相联系 (Galinsky, Hall, & Cuddy, 2013; Johnson, Freeman, & Pauker, 2012)，而中国更是拥有着对阴与柔等女性化气质崇尚的文化历史 (贺璋璐, 2012)，且作为集体主义国家，表现为较高的群体意识和合作精神，这种特质恰好与人们对女性的性别刻板印象相对应，即中国文化是一种女性化文化 (Hofstede, 2008)。这种女性化文化映射到饮食上，可能会导致中国人的整体饮食偏女性化。因此，男性在内隐层面并没有表现出食物性别刻板印象。此外，男性身份的不确定性 (precarious manhood, Vandello, Bosson, Cohen, Burnaford, & Weaver, 2008)，即男性身份是需要获得的，也提供了解释这个结果的一种可能性。Pohlmann (2014) 指出，男性之所以选择肉类这种相对不健康的食物，是因为社会对其男性化身份提出了食物选择标准，男性为了获得这种男性身份，会表现出对肉类的偏爱。因此，尽管男性在内隐层面上并没有表现出刻板印象，但为了维护其男性身份 (即社会对男性的期待)，男性在外显层面表现出显著的食物性别刻板印象。

4.2 外显与内隐食物性别刻板对人物评价的效应

研究二发现，外显层面，人们认为食物性别刻板一致男性的能力水平高于食物性别刻板不一致男性，而热情水平低于食物性别刻板不一致男性，食物性别刻板一致女性的热情水平高于食物性别刻板不一致女性，能力水平低于刻板不一致女性，但内隐层面，男性和女性被试只持有食物性别刻板不一致男性更加热情的刻板人物评价。这与以往关于性别刻板印象和食物性别刻板印象存在性别差异的结果相符合 (Cavazza, Guidetti, & Butera, 2015a; 佐斌, 刘珏, 2006)。这一结果可以从以下几个方面来理解。

首先，有研究表明，人们普遍持有男性是“高能力低热情”，女性是“高热情低能力”的刻板印象 (姜新华, 杨峰, 李秀丽, 王美芳, 2016)。对于男性来说，能力是男性的主要特质，在本研究中，食物性别刻板男性符合人们对其的预期，因此会得到“高能力低热情”评价；同样，对于女性来说，热情是女性的主要特质，刻板女性符合人们对其的预期，因此会得到“高热情低能力”的评价。而有关刻板印象维护的研究表明，当个体违反刻板预期时，人们会从认知和行为两个方面“抵制”反刻板个体 (Plaks, Carol, Steven, & Jeffery, 2001)。在本研究中，刻板不一致男性违反了人们对其作为男性应该选择什么食物的性别刻板预期，因此降低了对其主要特质即能力的评价；同理，刻板不一致女性也违反了食物性别刻板预期，因而也得到了更低的女性主要特质即热情的评价。然而，又由于补偿效应的存在，人们提升了对刻板不一致男性的热情评价和刻板不一致女性的能力评价。补偿效应是指人们在比较两个社会目标时，会利用热情和能力的补偿使社会目标形成反差 (Cambon & Yzerbyt, 2017; Cambon & Yzerbyt, 2018; 代涛涛, 佐斌, 温芳芳, 2014)，即当目标个体在某一维度上被降低评价时，人们会提高其在另一个维度上的评价。在本研究中，正因为人们先形成了食物性别刻板不一致男性能力水平较低的印象，所以才相应地提高了对其热情水平的评价；同理，也正是已认为食物性别刻板不一致女性的热情水平较低，人们才提高了对其能力水平的评价以达到某种认知上的平衡。因此，在外显层面，本研究发现食物性别刻板一致男性的能力水平高于食物性别刻板不一致男性，热情水平低于刻板不一致男性；而刻板一致女性的热情水平高于刻板不一致女性，能力水平低于刻板不一致女性。

其次，本研究在内隐层面发现了与外显不一致的结果，即男女被试只对食物性别刻板不一致男性持有其更加热情的刻板人物评价。以往许多关于双重态度模型的研究均证明，人们对同一目标个体的外显和内隐态度可能出现分离 (Breen & Karpinski, 2013; 蔡华俭, 杨治良, 2002)。在本研究 2 中，被试对食物性别刻板是否一致的女性和食物性别刻板男性均不持有热情或能力方面的内隐积极或消极态度。对于食物性别刻板不一致的男性，人们并没有同外显结果显示的那样降低对其能力的评价，但认为他更加热情了。这一结果与以往研究的结果

有着一致性。有众多研究表明,随着女性获得学士、硕士及博士学位的人数渐渐超过男性(Okahana & Zhou, 2018),人们对男女性持有的性别刻板印象也正在发生变化,比如人们对女性热情水平的评价继续不断上升,与此同时,对其能力的评价也渐渐与男性趋向一致(for a review, Eagly, Nater, Miller, Kaufmann, & Sczesny, 2020; Hentschel, Heilman, & Peus, 2019)。而正由于过去“男性能力比女性强”的性别刻板印象逐渐被削弱,即能力的性别差异已经逐渐消失,潜意识中女性化的特质不再与“低能力”相关联,因此在本研究中,即便男性食用了女性化食物,人们也并未降低对其的能力评价。此外,该结果也进一步反映了中国独特的女性化文化对中国人集体潜意识层面态度的影响,这包括“男优女劣”的性别刻板印象有所削弱,从而男性为获得男性身份的压力也有所减轻,被试并不排斥男性食用女性化食物,反而欣赏具有某些女性化特质的男性,从而对其身上的女性主要特质——热情也给予更高的评价。

4.3 本研究的理论创新与应用意义

本研究在中国文化背景下,从外显和内隐两个层面验证了食物性别刻板印象的存在,并且以“大二模型”为主要理论基础和测量指标,系统考察了食物性别刻板印象对人们人物评价产生的影响,具有一定的理论价值与实践意义。

首先,本研究加深了人们对食物性别刻板印象的理解,对东、西方食物性别刻板印象比较的跨文化研究进行了补充。具体而言,西方关于食物性别刻板印象的现有研究基本围绕外显的刻板印象内容展开,即人们认为男性偏爱哪些食物,女性偏爱哪些食物。而本研究不仅考察了不同性别人群对食物的偏好,还在外显和内隐层面均对食物刻板印象的存在进行了验证,发现女性同时持有外显和内隐的食物性别刻板印象,而男性只在外显层面体现。这说明中国丰富的食物种类以及独特的饮食文化使中国人持有的食物性别刻板印象内容更加丰富;而独特的女性文化使男性对食物性别刻板印象持有更矛盾的态度,这种矛盾的态度使男性在外显和内隐层面表现出截然不同的食物性别刻板印象。

第二,本研究创造性地将社会认知领域的“大二”模型作为理论基础和测量指标,从内隐和外显的角度更细致、更系统地考察了食物性别刻板印象对人物评价的影响,其方法与结论对未来研究的开展有重要的启示作用。在理论上,以往关于食物性别刻板印象对人物评价的影响的研究基本停留于性吸引力、个人品质或男/女性化程度等零散的方面,这些因变量结果难以概括食物性别刻板印象对人物评价影响的全貌,而对“大二”模型的应用恰好可以弥补过去研究的缺陷。在内隐方法上,本研究创造性地采用内隐关系评估程序(IRAP),用内隐关系结构方式直接考察人们对食物性别刻板印象是否一致的人物印象评价,不同于内隐联想测验等的“相对”内隐态度,可以更全面了解人们的“绝对”内隐态度。

第三,实践意义上,本研究为通过选择食物种类来进行印象管理提供了更丰富的证据和更新的思路。中国的饮食文化悠久而丰富多彩,古往今来,中国人都会在大小节日、婚丧嫁娶、乔迁、升职等情况下通过饮食来进行自我表达。随着信息技术的发展,不仅在现实生活中,网络社交平台上也不乏分享美食的个体,他们通过展示自己的饮食来进行印象管理,而本研究的结论恰好可以帮助其更好地通过选择食物建立不同热情和能力水平的人设。此外,由于人们也会通过他人的饮食来推测其人格特质和爱好,因此本研究的结论也可以帮助他们了解自己做出这些推断的深层原因。

4.4 研究不足与展望

食物性别刻板印象是刻板印象研究的新拓展,本研究是对中国人食物性别刻板印象的初步探索,仍有一些问题与不足需要未来进一步研究推进。第一,本研究的考察对象主要聚焦于年轻群体,其认知能力都处于较高水平,食物偏好和提名也具有时代特性,未来相关研究可加入代际因素,针对不同年龄、不同人群进行不同代际区别化的食物性别刻板印象研究。第二,本研究未对食物本身的健康程度以及食物词汇本身的积极/消极性质进行控制,不同的食物或许会启动不同的生活场景,进而影响被试对目标个体的评价,未来的研究可对这些

额外变量进一步进行控制，验证本研究的结论。第三，本研究对刻板一致性的激活采用的主要是材料想象法，未来研究可以采用更加多样化的启动方式，如情境模拟法或者虚拟现实技术等进行研究，增加生态效度；其次，就内隐人物评价而言，研究采用的内隐关系评估程序体现的可能是食物与评价词汇之间的匹配关系，而非目标对象性别与食物的配对，存在不能体现食物性别刻板印象的可能性，该范式的加工模式是需要进一步探讨的，此外，未来研究也可探索在多种研究方法（如 IAT，GNAT 等）下，实验结论是否相同。最后，本研究在考察人物评价时，主要考虑了被评价者因素，未对评价者变量进行研究，未来研究可以针对评价者因素展开研究，例如归因、自我卷入等如何影响评价者对被评价者的人物评价。”

审稿专家 1 意见：

本研究从内隐外显食物的刻板印象视角出发，探讨其对人际判断的影响，选题具有一定的新意，研究方法妥当，研究结论较恰当。

意见 1：题目“相由口生”源自“相由心生”，而后者一般是指内心影响人的相貌和外在外在，而“相由口生”与文章提及食物的食用会影响人们对其的感知觉判断，似乎不同。

回应：非常感谢审稿专家的建议！作者经过思考，为保证表述的科学性，决定将标题修改为“人如其食：食物性别刻板印象及对人物评价的影响”。

意见 2：文章中 2.1 认为“进一步关于食物偏好的分析还发现，男性被试比女性被试更认为男性喜欢女性化食物，这说明尽管男性被试持有男性更偏好男性化食物的刻板印象，但相比于女性被试，他们可能更能接受男性也喜欢女性化食物这一现象”，此句逻辑不够清晰。

回应：非常感谢评审专家提出的问题。作者对该句话的逻辑进一步进行了梳理，具体修改为：

实验部分：

“通过开放式提名法和问卷法对中国文化背景下人们外显层面的食物性别刻板印象内容进行测量后发现，男女性被试均持有外显的食物性别刻板印象，且他们认为男性更偏好男性化食物（如白酒、啤酒、羊肉、牛肉、大蒜），女性更偏好女性化食物（如奶茶、糖果、红枣、果汁、蛋糕）；此外，关于不同性别被试的食物性别刻板印象的分析还发现，男性被试比女性被试更认为男性喜欢女性化食物。上述两点说明，尽管男女性被试均持有“男性更偏好男性化食物”的刻板印象，但相比于女性被试，男性被试更认同“男性也喜欢女性化食物”这一现象。”

意见 3：本研究反复强调“在中国文化背景下”，但研究内容中未充分显现文化背景与文化因素。尤其是文章强调跨文化的比较研究，但研究结论似乎得到的是共识性的刻板印象内容。只是西方研究停留在外显层面，本研究从内隐层面做了分析，而且文章提及“日本学者此前采用语义启动实验也得到‘两性都持有内隐食物性别刻板印象’的结论”。这是否可以证明，不是独有的中国文化，而是东方文化的特点？

回应：非常感谢评审专家的建议！作者对问题提出部分“1 前言”进行了补充，表明在中国背景下进行本研究的必要性，具体修改如下：

问题提出部分：

“1 前言

食物在社会生活中具有极为重要的作用，且被人们赋予了一定的性别文化意义。中国自古就有“民以食为天”、“饮食男女”的说法。国外有研究表明，人们普遍具有“肉类为偏男性化食物”、“蔬菜水果为偏女性化食物”的外显与内隐食物性别刻板印象（food-gender

stereotype), 这种刻板印象会影响对目标人物的男子气概和吸引力评价(e.g. Mooney, DeTore, & Malloy, 1994; Vartanian & Lenny, 2015)。西方研究发现的食物性别刻板印象在中国文化背景下是否存在? 食物性别刻板印象如何影响对中国人的评价? 是否有性别差异? 本研究将聚焦食物性别刻板印象及其对人物评价的影响问题, 一方面探索和检验中国被试外显与内隐食物性别刻板印象的存在及具体内容, 另一方面从社会认知的情緒与能力维度视角揭示食物性别刻板印象对人物评价的影响。

.....

食物性别刻板印象存在一定的民族文化差异。Schösler, Boer, Boersema 和 Aiking (2015) 对荷兰裔中国人、荷兰裔土耳其人和荷兰当地人三组被试进行了“肉-男性化”联结研究, 总体上发现被试普遍认为“肉是男性化食物”, 吃肉男性更接近“真男人”, 但存在不同民族的文化差异, 相比当地荷兰人和荷兰裔中国人, 荷兰裔土耳其人具有更强的“肉与男性化联结”和性别差异, 而当地荷兰人的这种联结和性别差异相对更弱。进一步研究表明, 人们对特定食物的男性化与女性化联结通常与食物的特征相关, 如健康价值、卡路里含量和脂肪含量等特征的好/坏分类有关(Oakes, 2004; Vartanian et al., 2007)。

.....

1.3 研究问题与设计

国外研究发现了食物性别刻板印象, 但是西方食物结构和中国存在一定差异, “民以食为天”的中国食物种类更多且烹调方法更加多样。西方文化中男性化食物主要指高脂肪的食物如肉或带饭的肉, 女性化食物主要包括低脂肪食物如意大利面、沙拉和水果等(Mooney & Lorenz, 1997)。中国人是否具有食物性别刻板印象? 中国具体哪些食物类型被感知为更男性化、哪些食物则被感知为更女性化? 本研究将对此进行调查和测量。”

意见 4: 文章的研究意义第三部分强调“通过对摄食进行印象管理”, 与文章提及的食物有所不同, “摄食”在于行为方式, 如进食方式等, 而本研究中的“食物”实则为种类差异。建议类似语句精准表达。

回应: 非常感谢评审专家的建议! 作者对相关语句进行了更精准的表达, 具体修改内容如下:
讨论部分:

“第三, 实践意义上, 本研究为通过选择食物种类来进行印象管理提供了更丰富的证据和更新的思路。.....”

审稿专家 2 意见:

意见 1: 本文通过两个研究对中国人的食物性别刻板印象进行了评价。论文首先证明中国人有食物性别刻板印象, 再证明这个性别刻板印象会影响对刻板人物的评价。相对而言, 这两个实验最有趣的发现是外显和内隐性别刻板印象结果的不一致。作者在讨论里讲了导致这种不一致的可能原因。个人认为, 这个发现很有意思, 应该在引言里讲: 从跨文化的角度看, 相对于西方文化, 中国文化属于女性化文化(Hoofdyde, 1980)。这种文化特点对中国男性影响深远, 以一种集体无意识的方式存在于中国男性的意识中, 因而在内隐测量中表现出来。如果引言能够对此进行很好的分析和铺垫, 结果又验证了这种可能性, 将能更好的凸显目前研究的价值。毕竟目前的研究西方和日本都已经做过, 仅仅只是在中国重复, 价值有限, 需要特别说明: 前人已经做了很多, 为什么还要在中国做? 目前文中仅仅只是说中国没做过, 理由不够充分。

回应: 非常感谢评审专家的建议! 专家的宝贵建议对论文的思路框架梳理非常有帮助和启发。作者首先对问题提出部分进行了重新梳理, 特别对于目前已有研究已经做的和还没有做的进

行了梳理,对于本研究重点研究的问题进行了概述,进一步明晰了引言的思路,表明在中国背景下进行本研究的必要性,此外,在讨论部分,作者从跨文化的角度对导致本研究内隐测量结果的可能原因进行了分析。其中问题提出部分的修改为“1 引言”如下:

问题提出部分:

“1 引言

食物在社会生活中具有极为重要的作用,且被人们赋予了一定的性别文化意义。中国自古就有“民以食为天”、“饮食男女”的说法。国外有研究表明,人们普遍具有“肉类为偏男性化食物”、“蔬菜水果为偏女性化食物”的外显与内隐食物性别刻板印象(food-gender stereotype),这种刻板印象会影响对目标人物的男子气概和吸引力评价(e.g. Mooney, DeTore, & Malloy, 1994; Vartanian & Lenny, 2015)。西方研究发现的食物性别刻板印象在中国文化背景下是否存在?食物性别刻板印象如何影响对中国人的评价?是否有性别差异?本研究将聚焦食物性别刻板印象及其对人物评价的影响问题,一方面探索和检验中国被试外显与内隐食物性别刻板印象的存在及具体内容,另一方面从社会认知的热情与能力维度视角揭示食物性别刻板印象对人物评价的影响。

1.1 刻板印象和性别刻板印象

作为解释社会知觉与群体印象形成的基本概念,刻板印象是由人们对于某些社会群组的知识、观念和期望所构成的认知结构(Macrae 等, 1996; 佐斌, 2015)。作为一种社会认知图式,刻板印象是有关某一群体成员的特征及其原因的比较固定的观念或想法(Fiske, 2004)。

关注群体刻板印象内容的测量与描述是社会心理学刻板印象早期研究的特点和传统。美国普林斯顿大学最早进行了经典的种族刻板印象调查(Katz, Braly, 1933),之后围绕种族与国民、性别、年龄、职业、宗教、政党等社会群体的刻板印象内容被广泛重视和反复测量。1995年,Greenwald和Banaji提出了内隐刻板印象(Implicit stereotype)并界定为“调节某一社会类别成员的属性的不能内省辨别(或不能准确辨别)的过去经验的痕迹”,倡导采用间接测量方法如反应时法、投射测验和启动效应等开展内隐社会认知研究并得到了广泛认同。

近十年来,刻板印象研究在不同群体印象的内容维度、加工机制、应用干预等方面都取得了丰富的成果,而刻板印象内容研究始终热度不减并拓展到很多新的领域。刻板印象内容模型和社会认知“大二模型”(Big Two)的许多实验和跨文化比较研究的结果表明,无论在人际还是群际认知中,人们都会从热情(warmth)与能力(competence)两个基本维度进行印象评价(Fiske, Cuddy, & Glick, 2007; 佐斌等, 2015)。因此,热情与能力是群体印象与人物评价的基本维度和测量指标。

性别是个体与生俱来的重要特征和群体分类的重要线索(Zarate & Smith, 1990),性别刻板印象一直是国内外刻板印象研究的重点。性别刻板印象是人们对男性或女性在行为、人格特征等方面的期望、要求和笼统的看法。中国学者的研究表明,“男主外,女主内”的观念得到认同,人们认为“男性坚强能干,女性被动顺从”(蔡华俭,黄玄凤,宋海荣,2008;钱铭怡,罗珊红,张光健,陈萍,姚萍,1999),同时普遍存在着较强的内隐性别刻板印象(俞海运,梁宁建,2005;佐斌,刘珣,2006)。有研究进一步发现外显与内隐职业性别刻板印象和学科性别刻板印象也普遍存在,且内隐与外显评价上存在分离(蔡华俭,周颖,史青海,2001;马芳,梁宁建,2006,2008)。

“性别”作为性别刻板印象的关键变量,被试和目标性别直接影响性别刻板印象及目标评价。有关男女两性在热情和能力维度评价的研究显示,与男性相比,被试更多地认为热情与女性联系更为紧密,个体认为女性具有比男性更高的热情(Park, Smith & Correll, 2008)。我国学者的研究发现,中国被试对男人存在着消极热情-积极能力的混合刻板印象,而对女性存在着积极热情-积极能力的双高刻板印象(管健等, 2011);大学生被试对男性存在着消

极热情-积极能力的内隐混合性别刻板印象，对女性存在着消极能力-积极热情的内隐混合性别刻板印象（张庆，王美芳，2014）。总体而言，对男性的印象中“能力”为主，女性印象中“热情”为主。当人们违反性别刻板预期时，人们会降低对其主要特质的评价，即刻板不一致女性的热情会低于刻板一致女性，刻板不一致男性的能力会低于刻板一致男性。

有研究进一步发现，普遍存在的性别刻板印象会对人们根据有限信息所产生的对他人的喜爱感及人格判断即人物评价产生很大的影响（Wolffhechel, et al., 2014; Rocco, Adams, Ursula, Kleck, & Leslie, 2017; 宋静静, 佐斌, 温芳芳, 谭潇, 赵苗苗, 2017）。根据社会角色理论和性别刻板印象维护模型，人们对目标评价人物的性别刻板印象会导致评价者的感知评价偏差（Derous, Ryan, & Serlie, 2015），对违背性别刻板预期的个体普遍会表现出明显的“抵制效应”（Eagly & Wood, 2012）。

1.2 食物性别刻板印象及影响研究

“食物”在人们的社会交往互动和人物评价中发挥着非常重要的作用，具有身份表达和性别角色符号价值（Murcott, 1983; Vartanian, Herman, & Polivy, 2007）。在人物评价时，人们也会将食物与性别联系在一起（Thomas, 2016），因此，食物性别刻板印象的研究进入社会心理学的研究视野。食物性别刻板印象是指人们对食物，包括食物类型、食物摄入量等方面持有的性别刻板印象（Vartanian et al., 2007）。

国外学者采用外显和内隐研究方法对食物性别刻板印象进行了初步研究。采用自我报告方式的研究发现（Cavazza, Guidetti, & Butera, 2015a; Mooney et al., 1994），人们认为红肉具有男性化特质，“烧烤”和“牛腰肉”等是典型男性化食物，而奶蛋、蔬菜水果更具有女性化特质，如“奶油芝士烤百吉饼”和“番茄酱意大利面”等则是女性化食物；女性偏爱女性化食物且食量小、喜欢排盘精致的食物，而男性偏爱男性化食物且食量大、喜欢外形粗糙的食物（Cavazza, Guidetti, & Butera, 2017; Drake, Primeaux, & Thomas, 2017; Mooney & Lorenz, 1997）。为了避免外显报告法的自我呈现偏差和社会称许性（Greenward et al., 2002），有研究采用内隐方法对食物性别刻板印象进行了探索。Rozin等人(2012)使用内隐联想测验（IAT）发现人们存在明显的男性与肉、女性与蔬菜的内隐联结；日本学者Kimura等人（2009, 2012）采用语义启动实验发现，相容条件下（女性化名字在女性化食物启动后呈现，男性化名字在男性化食物启动后呈现）的反应时显著短于不相容条件（女性化名字在男性化食物启动后呈现，男性化名字在女性化食物启动后呈现），男女被试不存在显著差异（Kimura et al., 2009, 2012; Rozin et al., 2012），这表明两性均持有内隐的食物性别刻板印象。

食物性别刻板印象存在一定的民族文化差异。Schöler, Boer, Boersema 和 Aiking（2015）对荷兰裔中国人、荷兰裔土耳其人和荷兰当地人三组被试进行了“肉-男性化”联结研究，总体上发现被试普遍认为“肉是男性化食物”，吃肉男性更接近“真男人”，但存在不同民族的文化差异，相比当地荷兰人和荷兰裔中国人，荷兰裔土耳其人具有更强的“肉与男性化联结”和性别差异，而当地荷兰人的这种联结和性别差异相对更弱。进一步研究表明，人们对特定食物的男性化与女性化联结通常与食物的特征相关，如健康价值、卡路里含量和脂肪含量等特征的好/坏分类有关（Oakes, 2004; Vartanian et al., 2007）。

尽管有研究采用内隐联想测验（IAT）和与语义启动范式在美国和日本被试中发现了食物性别刻板印象，但是新发展的内隐关系评估程序（Implicit Relational Assessment Procedure, IRAP）在内隐研究方面具有更高的探测力。IRAP 从人类言语关系结构出发，借鉴 IAT 的诸多优点利用反应时之差作为测量指标，最大限度排除了个体本身反应快慢的影响，减少了个体差异对测量结果的干扰，能够直接测量刺激间的关系结构。与 IAT 和语义启动范式不同，IRAP 更能了解个体的绝对内隐态度（Barnes-Holmes, Barnes-Holmes, Stewart, & Boles, 2010; Finn, Barnes-Holmes, & McEnteggart, 2018; 王沛, 王凯, 2009）。因此，采用 IRAP 内隐测量方式检验内隐食物性别刻板印象及效应显得尤为必要。

食物性别刻板印象影响人物评价的国外研究主要聚焦在当事人视角,侧重饮食者对食物选择的印象管理 (Cavazza, Guidetti, & Butera, 2015a; Gal & Wilkie, 2010; Pliner & Chaiken, 1990)。例如人们倾向于选择与性别印象相一致的食物而避免不一致的食物 (White & Dahl, 2006); 当存在其他共餐者时, 符合食物性别刻板预期的男女会成功地展示出其特定的男性化或女性化特点 (Higgs & Thomas, 2016); 当男性身份受到威胁时, 男性会食用更多肉类来维护自我以此远离女子气 (Nath, 2011; Pohlmann, 2014)。可见, 食物性别刻板印象也作为自我形象建构的重要工具。最近有研究关注基于旁观者 (评价者) 视角的食物性别刻板印象对人物评价的影响, 发现人们认为饮食以肉类为主的人比以蔬菜为主的更有男子气 (Vartanian & Lenny, 2015), 吃“女性化”食物的人比吃“男性化”食物者更加女性化 (Mooney & Lorenz, 1997; Stein & Nemeroff, 1995), 男性食用男性化食物会让其感觉“更像男人”, 食物摄入量更少、更偏爱女性化食物的女性会让人觉得更女性化 (Hoyt, Hamilton, & Rickard, 2003; Mooney & Lorenz, 1997; Rothgerber, 2013), 并且不论男女, 食用女性化食物都被认为具有更好的品质和吸引力评价 (Mooney, DeTore, & Malloy, 1994; Vartanian et al., 2007)。已有研究虽然探讨了食物性别刻板印象在评价男子气概和吸引力的影响, 但是基于社会认知“大二模型”, 食物性别刻板印象对人们的热情和能力评价影响的基础性研究需要弥补。

1.3 研究问题与设计

国外研究发现了食物性别刻板印象, 但是西方食物结构和中国存在一定差异, “民以食为天”的中国食物种类更多且烹调方法更加多样。西方文化中男性化食物主要指高脂肪的食物如肉或带饭的肉, 女性化食物主要包括低脂肪食物如意大利面、沙拉和水果等 (Mooney & Lorenz, 1997)。中国人是否具有食物性别刻板印象? 中国具体哪些食物类型被感知为更男性化、哪些食物则被感知为更女性化? 本研究将对此进行调查和测量。

食物性别刻板印象存在外显与内隐两个层面, 国外学者采用IAT和语义启动范式研究发现两者在印象具体内容既有一致性也存在一定分离, 而且与性别差异直接相关。由于“性别”在性别刻板印象和食物性别刻板印象中都发挥着重要影响, 那么, 中国人的外显与内隐的食物性别刻板印象是否存在性别差异? 食物性别刻板印象是否对人物的基本热情与能力评价产生影响, 有无目标性别差异? 这也是本研究要探索的基本新问题。此外, 本研究将首次采用更加精细化的IRAP内隐范式研究食物性别刻板印象。

基于国外食物性别刻板印象的研究问题和发现, 本研究以社会认知“大二模型”为框架, 通过两个研究考察中国人的外显与内隐食物性别刻板印象内容及对人物评价的影响。研究 1 拟通过两个实验, 分别采用开放式提名、问卷法及语义启动范式考察人们是否存在外显和内隐食物性别刻板印象; 研究 2 进一步通过两个实验, 分别采用情境实验法和内隐关系评估程序 (IRAP) 从外显和内隐层面测量人们对食物性别刻板是否一致的目标个体在热情、能力基本维度上的评价。”

讨论部分:

“4.1 食物性别刻板印象的外显及内隐效应

.....

然而, 实验 1B 中内隐语义启动实验的结果却表明, 在内隐层面, 只有女性持有食物性别刻板印象。一方面, 从社会规范来看, 人们在食物的社会期望对于女性相比男性而言具有更高的约束力 (Pliner & Chaiken, 1990), 因此, 相对男性被试而言, 女性的食物性别刻板印象表现出更多的外显与内隐的稳定性; 另一方面, 从文化角度看, 有实证研究发现, 亚洲人更多地与女性化相联系 (Galinsky, Hall, & Cuddy, 2013; Johnson, Freeman, & Pauker, 2012), 而中国更是拥有着对阴与柔等女性化气质崇尚的文化历史 (贺璋璐, 2012), 且作为集体主义国家, 表现为较高的群体意识和合作精神, 这种特质恰好与人们对女性的性别刻板印象相对应, 即中国文化是一种女性化文化 (Hofstede, 2008)。这种女性化文化映射到

饮食上,可能会导致中国人的整体饮食偏女性化。因此,男性在内隐层面并没有表现出食物性别刻板印象。此外,男性身份的不确定性(*precarious manhood*, Vandello, Bosson, Cohen, Burnaford, & Weaver, 2008),即男性身份是需要获得的,也提供了解释这个结果的一种可能性。Pohlmann(2014)指出,男性之所以选择肉类这种相对不健康的食物,是因为社会对其男性化身份提出了食物选择标准,男性为了获得这种男性身份,会表现出对肉类的偏爱。因此,尽管男性在内隐层面上并没有表现出刻板印象,但为了维护其男性身份(即社会对男性的期待),男性在外显层面表现出显著的食物性别刻板印象。

4.2 外显与内隐食物性别刻板对人物评价的效应

.....

其次,本研究在内隐层面发现了与外显不一致的结果,即男女被试只对食物性别刻板不一致男性持有其更加热情的刻板人物评价。以往许多关于双重态度模型的研究均证明,人们对同一目标个体的外显和内隐态度可能出现分离(Breen & Karpinski, 2013; 蔡华俭, 杨治良, 2002)。在本研究2中,被试对食物性别刻板是否一致的女性和食物性别刻板男性均不持有热情或能力方面的内隐积极或消极态度。对于食物性别刻板不一致的男性,人们并没有同外显结果显示的那样降低对其能力的评价,但认为他更加热情了。这一结果与以往研究的结果有着一致性。有众多研究表明,随着女性获得学士、硕士及博士学位的人数渐渐超过男性(Okahana & Zhou, 2018),人们对男女性持有的性别刻板印象也正在发生变化,比如人们对女性热情水平的评价继续不断上升,与此同时,对其能力的评价也渐渐与男性趋向一致(for a review, Eagly, Nater, Miller, Kaufmann, & Sczesny, 2020; Hentschel, Heilman, & Peus, 2019)。而正由于过去“男性能力比女性强”的性别刻板印象逐渐被削弱,即能力的性别差异已经逐渐消失,潜意识中女性化的特质不再与“低能力”相关联,因此在本研究中,即便男性食用了女性化食物,人们也并未降低对其的能力评价。此外,该结果也进一步反映了中国独特的女性化文化对中国人集体潜意识层面态度的影响,这包括“男优女劣”的性别刻板印象有所削弱,从而男性为获得男性身份的压力也有所减轻,被试并不排斥男性食用女性化食物,反而欣赏具有某些女性化特质的男性,从而对其身上的女性主要特质——热情也给予更高的评价。”

意见 2: 题目的主标题更合适的是:食物性别刻板印象及其对人物评价的影响。研究中没有迹象表明是人际评价,其实是人物评价。

回应: 非常感谢评审专家的建议!作者对标题进行了修改,并对正文中的相关表述全部进行了更正,其中标题更正为:“人如其食:食物性别刻板印象及对人物评价的影响”。

意见 3: 摘要第一句话没有主语。

回应: 非常感谢评审专家的用心指导!作者对摘要第一句话进行了完善,并对整个摘要内容进一步精炼和完善。具体修改为:

摘要部分:

“摘要 食物在人们的社会生活中发挥着重要的作用,具有性别文化意义。两个研究分别探索了外显与内隐食物性别刻板印象的存在及其对人物评价的影响。研究一采用提名法、自我报告法和语义启动范式检验外显和内隐食物性别刻板印象的存在,结果表明被试持“男性偏好男性化食物,女性偏好女性化食物”的外显食物性别刻板印象,女性被试持有内隐食物性别刻板印象。研究二采用情境实验法法和内隐关系评估程序进一步测量被试对食物性别刻板不一致目标人物在热情和能力维度上的评价,结果发现人们对食物性别刻板不一致男性在热情维度的内隐评价更高。”

意见 4: 一般检验力只要达到 80%就可以了; 36 名被试是指每个实验单元(共 8 个)还是

总的？

回应：非常感谢评审专家提出的疑问。当效应量设置为 0.25， α 设置为 0.05 时，为了达到 0.95 的统计检验力， 2 （被试性别：男性 vs. 女性） $\times 2$ （目标性别：男性 vs. 女性） $\times 2$ （食物性别化：男性化 vs. 女性化）混合设计所需的被试量共 36 名，并非每个实验单元的被试数。为了进一步明晰表述，作者在文中对相关内容进行了修改：

实验部分：

“（1）被试

本研究使用 G*power 3.1 软件（Faul, Erdfelder, Buchner, & Lang, 2009）计算研究所需样本量，效应量设置为 0.25， α 设置为 0.05，计算结果表明，为了达到 0.95 的统计检验力，研究共需要 36 名被试。实际招募 230 名被试（男性 95 名，女性 135 名），平均年龄 $M = 24.64$ ， $SD = 8.95$ 。”

意见 5:P11.(1)最后的评价部分被试量是多大？是验证阶段的 52 名？（2）结果部分：（ $M=3.83$ ， $SD=1.17$ ）等格式不对，等号前后有空格

回应：非常感谢评审专家提出的疑问和建议！

（1）最后评价部分的被试量为 230 名被试（男性 95 名，女性 135 名），平均年龄 $M = 24.64$ ， $SD = 8.95$ 。其中提名阶段和验证阶段的被试均为另外招募的。为了进一步澄清被试信息，作者对相关内容作出了修改，具体内容如下：

实验部分：

“（3）实验材料

实施预实验用于编制《食物性别刻板印象问卷》。具体过程如下：1）提名阶段：……2）验证阶段……3）评价阶段：将验证阶段筛选出的 10 种食物的名称随机排列作为评价问卷的材料，指导语为“人们在多大程度上认为男/女性偏好以下食物”，采用 7 点评分（1=非常不喜欢，7=非常喜欢），形成《食物性别刻板印象问卷》。

（4）实验流程

让 230 名被试填写《食物性别刻板印象问卷》，完成后发放实验报酬。”

（2）作者仔细地对错误格式进行了更正。

意见 6：实验 1B：（1）中的男女名字是否经过事先评定？（2）实验 1B 的样本太小： $2 \times 2 \times 2$ 设计的样本量需要多大？直觉目前的样本量不够。

回应：非常感谢评审专家提出的疑问和建议！

（1）作者对男女名字的来源进行了补充，具体内容如下：

实验部分：

“（3）实验材料

参考 Kimura 等人（2009）所做的研究，使用 E-prime 2.0 编制“语义启动范式”程序。该范式的基本逻辑为：如果被试持有内隐食物性别刻板印象，男性化食物启动后，被试对男性名字的反应时更短；女性化食物启动后，被试对女性名字的反应时更短。程序中使用的启动词为实验 1 中得到的 5 种典型男性化和 5 种典型女性化食物名称，目标词为典型男性和典型女性名字各五个，名字通过前期访谈和专家挑选得出，其中男性名字为：林志建、李德忠、刘晓军、祝家杰、王一凯；女性名字为：赵晓倩、胡文娟、罗素梅、何惠琴、张莹莹，招募 34 名（其中男性 15 名， $M_{age} = 23.03$ ， $SD = 2.20$ ）被试对所有名字的性别化程度（1=非常像男性名字，7=非常像女性名字）进行评定，结果表明所有男性名字的性别化评分（ $M = 1.35$ ，1.29，1.85，1.82，1.97）均显著小于中位数 4， $ps < 0.001$ ，所有女性名字的性别化评分（ $M = 6.62$ ，

6.44, 6.50, 6.65, 6.85) 均显著大于 4, $ps < 0.001$, 证明本研究挑选的名字是典型的男(女)性名字。”

(2) 实验 1B 采用 2(被试性别: 男性 vs. 女性) \times 2(语义一致性: 一致 vs. 不一致) \times 2(目标性别: 男性 vs. 女性) 的混合实验设计, 其中被试间变量为被试性别, 使用 G*power 3.1 软件(Faul, Erdfelder, Buchner, & Lang, 2009) 计算研究所需样本量, 效应量设置为 0.25, α 设置为 0.05, 计算结果表明, 为了达到 0.95 的统计检验力, 研究共需要 36 名被试, 实际招募的有效被试为 41 名(男性 18 名, 女性 23 名), 平均年龄 $M = 19.71$, $SD = 1.83$, 样本量足够。作者对每个实验的最低被试量做了进一步澄清:

实验部分:

“2.2.2 研究方法

(1) 被试

同实验 1A, 实验 1B 所需的最低被试量为 36 名, 实际招募 45 名武汉某高校大学生……

3.1.2 研究方法

(1) 被试

同实验 1A 和实验 1B, 实验 2A 所需的最低被试量为 36 名, 实际招募 208 名被试……

3.2.2 研究方法

(1) 被试

同实验 2A, 实验 2B 所需的最低被试量为 36 名, 实际招募武汉某高校 100 名大学生……”

意见 7: 表 2 中的均数是指热情和能力的差吗? 如果是, 需要说明

回应: 非常感谢评审专家提出的疑问和建议! 表 2 中的均值是指被试对目标个体在能力和热情上评分的差, 即 $M =$ 被试对该类个体的能力评分均值-热情评分均值, 作者在原文中为表 2 添加了注释进行说明, 具体如下:

实验部分:

“

表 2 (反) 刻板男性和女性在热情能力上评分的配对样本 t 检验

	<i>M</i>	<i>SD</i>	95% <i>CI</i>	<i>t</i>	<i>Cohen's d</i>
刻板男性	0.20	0.81	[0.09, 0.31]	3.62***	0.22
刻板女性	-0.51	0.85	[-0.62, -0.39]	-8.58***	0.55
反刻板男性	-0.57	0.89	[-0.69, -0.44]	-9.16***	0.56
反刻板女性	0.16	0.85	[0.04, 0.27]	2.67**	0.17

注: $M =$ 被试对该类个体的能力评分-热情评分

此外, 作者发现表 1 也存在类似的问题, 因此也为表 1 中的均值添加了注释进行说明, 具体如下:

表 1 男性和女性偏好男性化食物和女性化食物程度的配对样本 t 检验

	<i>M</i>	<i>SD</i>	95% <i>CI</i>	<i>t</i>	<i>Cohen's d</i>
男性食物偏好	1.88	1.48	[1.69, 2.08]	19.26***	1.81
女性食物偏好	-2.24	1.50	[-2.43, -2.05]	-22.71***	2.13

注: $M =$ 被试认为男(女)性偏好男性化食物的程度-男(女)性偏好女性化食物的程度; * $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ *** $p < 0.001$ (下同) ”

意见 8: p20: “被试对其他几类个体均不持有特殊的内隐评价。”最好改成“被试对其他几类个体均不持有特殊的内隐偏好。”其他很多地方需要做类似修改。

回应：非常感谢评审专家的用心指导！作者对相关内容作出了修改，具体如下：

实验部分：

“3.2.4 讨论

实验 2B 使用内隐关系评估程序发现，（1）男女被试均对反食物性别刻板男性持有其更加热情的内隐评价；（2）相比于反刻板女性，男性被试持有“刻板女性更加热情”的内隐评价，而女性被试未出现这一内隐评价。除此之外，被试对其他几类个体均不持有特殊的内隐偏好。”

意见 9：“其次，日本学者此前采用语义启动实验得到“两性都持有内隐食物性别刻板印象”的结论，这与本结论（只有女性持有内隐食物性别刻板印象）有所差异，未来研究可以进行重复验证”关于日本的研究应该在引言里讲。

回应：非常感谢审稿专家的建议！作者对引言部分进行了补充，具体修改内容如下：

问题提出部分：

“.....

为了避免外显报告法的自我呈现偏差和社会称许性（Greenward et al., 2002），有少量研究基于内隐测量方式对内隐食物性别刻板印象进行了探索，如Rozin等人(2012)基于内隐联想测验范式（IAT）发现人们存在明显的男性与肉、女性与蔬菜的内隐联结。此外，日本学者Kimura等人（2009, 2012）采用语义启动实验发现，在相容条件下（女性化名字在女性化食物启动后呈现，男性化名字在男性化食物启动后呈现）的反应时显著短于不相容条件（女性化名字在男性化食物启动后呈现，男性化名字在女性化食物启动后呈现），并且男性和女性被试不存在显著的差异（Kimura et al., 2009, 2012; Rozin et al., 2012），这表明两性均持有内隐的食物性别刻板印象。”

第三轮

审稿人 1 意见：

二审修改后的版本，较好回答了评审时提出的各种问题，特别是对于研究问题的梳理更加明确和聚焦，重新修改完善后的“1 前言”部分和讨论部分，明确了进行食物性别刻板印象及对人物评价影响的研究价值及创新点，理论论述恰当，对于从外显和内隐两个方面研究的必要性，对于采用 IRAP 内隐范式的重要性也进行了很好的阐述，研究设计也更加清晰。通过调整后的参考文献，看出作者做了大量阅读及进一步修改完善。作者认真修改了语言表达，解决了原文中少数语言重复的问题，现在的版本逻辑较之前更为清晰和规范。

回应：非常感谢评审专家对我们所作的论文再次修改的肯定。针对二审专家的意见和建议，我们梳理了问题提出的逻辑，重新撰写了“1 前言”，调整了讨论部分。尽管研究和数据结论没有变化，但是突出了本研究的创新之处与研究设计。三审专家对我们的认真修改给予了认可，虽然没有提出具体的问题，我们还是再一次对语言表达、标点符号、数字数据、标题表述、参考文献、中英文摘要进行了逐字逐句的研读并进行了优化。因为修改内容是语句中的小问题，我们在正文中用紫色字体进行了标注。再次向评审专家和编委的认真把关表示衷心感谢！

第四轮

编委意见：同意发表。

主编终审意见：原则上同意录用。读后有几条评论，供作者参考 1. 选用男女姓名作为刺激材料有些“人为”。本可以参考“苏红，任孝鹏，陆柯雯，张慧.(2016). 人名演变与时代变迁. 青年研究 , (3), 31-38.”的研究,选取更有代表性的姓名。 2. 我很疑惑，为什么非常有中国特色的、能分出地域水平的“吃辣椒能力”没有被选入“食物的性别刻板预期”。 3. 有新近研究表明：在儿童早期就形成了性别的刻板印象，我以为回答于此类似的“有关食物性别刻板印象”问题，比目前结论“人们对食物性别刻板不一致男性在热情维度的内隐评价更加积极”更有意义。

回应：非常感谢评审专家的肯定和宝贵意见。作者认真思考琢磨了专家的几条评论，觉得对本论文的进一步完善和质量提升具有非常好的促进作用，也对于未来本领域的进一步研究方向非常有启发，再次表示衷心感谢！

针对专家的评论建议，作者在文章的“4.4 研究不足与展望”进行了吸收补充，对论文再次完善，具体修改内容用绿色字体进行了标注，并将新的参考文献在文后进行了补充。具体修改内容如下：

讨论部分：

“4.4 研究不足与展望

食物性别刻板印象是刻板印象研究的新拓展，本研究是对中国人食物性别刻板印象的初步探索，仍有一些问题与不足需要未来进一步研究推进。

第一，考察对象和研究内容上，本研究的对象主要是年轻人群体，其认知能力总体处于较高水平，而食物偏好和提名也具有时代特性，未来相关研究可加入代际因素，针对不同年龄、不同人群进行不同代际区别化的食物性别刻板印象研究。在研究内容上，本研究侧重研究“食物性别刻板印象及对人物评价的影响”，而新近研究表明，在儿童早期就形成了性别刻板印象，如研究者发现 6 岁的儿童会接纳刻板印象并对他们的兴趣产生影响（Bian, Leslie, & Cimpian, 2017），因此，未来进一步基于年龄发展的视角来探讨儿童“食物性别刻板印象”的形成与演变规律，将具有重要的理论与现实意义。此外，在考察人物评价时，今后可以同时纳入被评价者和评价者两方面因素展开研究，例如归因、自我卷入等如何影响评价者对被评价者的人物评价。

第二，研究材料可以进一步精细化和生态化。从“食物”材料而言，本研究未对食物的健康程度及食物词汇本身的积极/消极性质进行控制，不同食物或许会启动不同的生活场景，进而影响被试对目标个体的评价，未来可对这些额外变量进一步进行控制，验证本研究的结论。值得一提的是，本研究主要关注社会分类“大三”中最重要“性别”（温芳芳，佐斌，2019），对人的食物与人的性别刻板印象预期进行了探究，而人们对食物本身还有丰富的其他社会意义感知。由研究表明食物选择偏好与人格特质有紧密相关，例如，蔬菜水果消费与尽责性和开放性特质感知呈显著正相关，而肉产品消费则呈显著负相关（Mötus et al., 2012; Raynor & Levine, 2009）；对偏好甜食的个体具有更高的随和性评价，对偏好吃辣的个体具有更高冒险性的评价（Wang, Geng, Qin, & Yao, 2016）。此外，食物具有文化与地域性，除了中外食物的明显差异，在中国也有不同菜系。吃辣、吃甜、吃酸等能力具有地域特点，类似此类“吃辣”等能力特点与性别也是有关联的，但是本研究中没有被选入“食物性别刻板预期”，可能因为相比“性别”线索，食物的地域特性起到了调节作用。因此，结合性别、地域和人格特质等进行多样交叉的“人如其食”刻板预期探索也将成为未来研究的重要方向。从“姓名”刺激材料而言，本研究主要基于性别刻板印象的传统访谈提名和专家评价法，然后进行名字性别化的操作性检验而获得，具有一定的主观感知色彩，未来研究可采用按规模成比例概率抽样

(PPS 抽样)等方法获得的随着时代变迁最常见有代表性的名字(苏红, 任孝鹏, 陆柯雯, 张慧, 2016)作为实验材料来进行探索, 增强名字性别化研究的社会生态性。

第三, 研究方法上, 本研究对刻板一致性的激活采用的主要是材料想象法, 未来研究可以采用更加多样化的启动方式, 如情境模拟法或者虚拟现实技术等进行研究, 增加生态效度; 同时, 针对内隐人物评价而言, 本研究采用的内隐关系评估程序体现的可能是食物与评价词汇之间的匹配关系, 而非目标对象性别与食物的配对, 存在不能体现食物性别刻板印象的可能性, 该范式的加工模式是需要进一步探讨的。此外, 采用多样内隐社会认知测量方法(如 IAT, GNAT 等), 并结合认知神经科学技术(如 fMRI, ERPs 等)对食物性别刻板印象进行检验, 也将成为未来研究的重要方向。”

本次修改增加的参考文献如下:

- Bian, L., Leslie, S. J., & Cimpian, A. (2017). Gender stereotypes about intellectual ability emerge early and influence children's interests. *Science*, 355, 389–391.
- Mattus, R., McNeill, G., Jia, X., Craig, L. C., Starr, J. M., & Deary, I. J. (2013). The associations between personality, diet and body mass index in older people. *Health Psychology*, 32(4), 353–360.
- Raynor, D. A., & Levine, H. (2009). Associations between the five-factor model of personality and health behaviors among college students. *Journal of American College Health*, 58(1), 73–81.
- Su, H., Ren, X. P., Lu, K. W., & Zhang, H. (2016). The evolution of names and the changes of the times. *Youth Studies*, (3), 31–38.
- [苏红, 任孝鹏, 陆柯雯, 张慧. (2016). 人名演变与时代变迁. *青年研究*, (3), 31–38.]
- Wang, X., Geng, L., Qin, J., & Yao, S. (2016). The potential relationship between spicy taste and risk seeking. *Judgment & Decision Making*, 11(6), 547–553.
- Wen, F. F., & Zuo, B. (2019). Concepts, cues and influential mechanisms of social categorization. *Journal of Psychological Science*, 42(2), 141–147.
- [温芳芳, 佐斌. (2019). 社会分类的概念、线索及影响机制. *心理科学*, 42(2), 141–147.]