

# 《心理学报》审稿意见与作者回应

题目：性别化名字对个体印象评价及人际交往的影响

作者：佐斌，刘晨，温芳芳，谭潇，谢志杰

## 第一轮

### 审稿人 1 意见：

名字作为性别的标签，会激发人们的性别刻板印象。而且由于取名规则的原因，中国人的名字中性别定向与性别存在不一致的现象确实更多。这会不会影响名字拥有者的社会互动是个很有理论价值和实际意义的社会心理现象。本文从性别刻板印象中的热情和能力维度为切入点，探讨了名字的性别刻板预期对个体印象评价与人际交往的影响，很有趣。不过，本研究也有一些需要克服和澄清的地方。

**意见 1：**从理论上讲，作者在论述性别刻板预期与情境（交友 vs 任务）的部分，只强调了与情境相符的假设，而忽略了与情境不相符的假设。这个是需要进一步完善的。也就是说为什么在性别刻板预期在某个情境中，只对某个性别有作用，而对另一个性别没有作用。比如，在交友情境中，为什么只对女性的性别定向有作用，而对男性的性别定向没有作用。

**回应：**感谢专家的仔细阅读与宝贵意见！作者在问题提出部分，补充完善了“名字影响特定情境下交往结果”的相关理论，对名字影响不同性别的伙伴选择结果进行了详细的讨论，**具体的修改内容如下：**

名字对不同情境下的人际交往有何影响呢？结合名字的知觉特征以及情境和特质的匹配关系，人们在交友时更关注潜在交往对象的热情特质，如果使用男性化名字会降低女性的热情感知，那么使用女性化名字的女性就更可能被选为伙伴。而对于使用女性化名字的男性，虽然热情特质在交友中备受重视，但西方研究发现，网络交友中人们也更喜欢能力突出的男性（Whitty & Buchanan, 2010）。不过，不同于西方的“男性化”文化，中国文化偏“女性化”（王登峰，崔红，2007），温润如玉的君子形象蕴含了中国文化“刚柔相济”的思想理念。研究表明，中西方文化的差异影响个体对男性面孔的感知与审美（李朝旭，赵凯宾，潘文静，2017；温芳芳，佐斌，2012），个体对不同名字男性的交友偏好或许也存在文化差异。而在完成任务时，人们更关注同伴的能力特质，若女性化名字会降低男性的能力感知，则男性化名字的男性更可能被选作共事搭档。对于使用男性化名字的女性，研究发现男性化名字有助于女性在男性传统优势领域获得良好的发展（Coffey, & McLaughlin, 2016; Coffey, & Walker, 2009），但这些研究多为相关研究，并未探究他人对女性的特质感知对于不同名字女性事业发展的影响。因此，名字对人际交往的影响及其机制仍需研究加以深入探讨。

**意见 2：**在研究 3 中，作者已经让被试评价了情境中候选人的能力和热情，但是只是分别报告了在不同情境中的热情、能力的差异以及人际交往的倾向性（在情境中选择与谁搭档或者互动），但是作者并没有进一步检验热情和能力的评价对人际交往倾向性是否有预测作用。而这个才是本研究中最有价值的部分。

**回应：**感谢专家的仔细阅读与宝贵意见！作者在问题提出部分，补充完善了“名字影响特定情境下交往结果”的相关理论，对名字影响不同性别的伙伴选择结果进行了详细的讨论，**具体的修改内容如下：**

名字对不同情境下的人际交往有何影响呢？结合名字的知觉特征以及情境和特质的匹配关系，人们在交友时更关注潜在交往对象的热情特质，如果使用男性化名字会降低女性的热情感知，那么使用女性化名字的女性就更可能被选为伙伴。而对于使用女性化名字的男性，虽然热情特质在交友中备受重视，但西方研究发现，网络交友中人们也更喜欢能力突出的男性（Whitty & Buchanan, 2010）。不过，不同于西方的“男性化”文化，中国文化偏“女性化”（王登峰，崔红，2007），温润如玉的君子形象蕴含了中国文化“刚柔相济”的思想理念。研究表明，中西方文化的差异影响个体对男性面孔的感知与审美（李朝旭，赵凯宾，潘文静，2017；温芳芳，佐斌，2012），个体对不同名字男性的交友偏好或许也存在文化差异。而在完成任务时，人们更关注同伴的能力特质，若女性化名字会降低男性的能力感知，则男性化名字的男性更可能被选作共事搭档。对于使用男性化名字的女性，研究发现男性化名字有助于女性在男性传统优势领域获得良好的发展（Coffey, & McLaughlin, 2016; Coffey, & Walker, 2009），但这些研究多为相关研究，并未探究他人对女性的特质感知对于不同名字女性事业发展的影响。因此，名字对人际交往的影响及其机制仍需研究加以深入探讨。

**意见 3：**在研究 3 中，作者已经让被试评价了情境中候选人的能力和热情，但是只是分别报告了在不同情境中的热情、能力的差异以及人际交往的倾向性（在情境中选择与谁搭档或者互动），但是作者并没有进一步检验热情和能力的评价对人际交往倾向性是否有预测作用。而这个才是本研究中最有价值的部分。

**回应：**感谢专家的宝贵意见！根据专家建议，作者采用名字类型作为自变量，同伴/搭档的选择结果（二分变量）作为因变量，以热情能力评价作为中介变量，采用 Logistic 回归进行中介分析。采用 G-power 进行样本量估算后，发现至少需要近千名被试方可满足 Logistic 回归的分析条件。作者对研究 3 进行调整并重新开展实验，故在修改稿中未呈现原研究 3 的结果。不过，鉴于先前研究仍具有一定的参考价值，**下面将呈现原研究 3 的中介效应分析结果，以供专家参考**

原研究 3 中介效应分析结果：

为检验假设 3（在交友情境中，人们倾向于选择女性化名字的女性为伙伴；在任务情境下，人们倾向于选择男性化名字的男性为搭档），分别在交友和任务情境下，建立以被试性别、人物性别以及二者的交互作用项为自变量，选择结果为因变量的 Logistic 回归模型。结果如表 1 所示，在交友情境下，名字主人性别不能预测被试对交往伙伴的选择。而在任务情境中，名字主人性别能够正向预测被试对共事搭档的选择，即被试更可能选择取男性化名字的男性和女性化名字的女性为搭档。

表 1 热情、能力特质在两种情境下预测男性、女性名字主人选择的 Logistic 回归模型

		<i>B</i>	<i>S.E</i>	<i>Wals</i>	<i>df</i>	<i>P</i> 值	<i>Exp(B)</i>
交友情境	名字主人性别	-0.535	1.20	0.20	1	0.66	0.59
	被试性别	-1.30	1.28	1.02	1	0.31	0.27
	名字主人性别 × 被试性别	0.86	0.83	1.08	1	0.30	2.36
	常数	1.21	1.86	0.42	1	0.52	3.35
	名字主人性别	4.02	1.75	5.30	1	0.02	55.54
任务情境	被试性别	3.23	1.84	3.07	1	0.08	25.29
	名字主人性别 × 被试性别	-1.31	1.04	1.57	1	0.21	0.27
	常数	-8.72	3.18	7.49	1	0.01	0.000

进一步, 采用 Logistic 回归分析方法, 以搭档选择结果作为因变量, 特质评分作为自变量, 分别在名字主人为男性、女性两种条件下, 建立热情、能力评分在名字性别化和搭档选择结果之间的中介模型。结果如表 2 所示, 能力评价正向预测被试对男性化名字男性的搭档选择结果, 能力评价能正向预测被试对男性化名字的女性的搭档选择结果。

表 2 热情能力特质在任务情境下预测男女搭档选择的 Logistic 回归模型

名字主人性别	特质评分	<i>B</i>	<i>S.E</i>	<i>Wals</i>	<i>df</i>	<i>P</i> 值	<i>Exp(B)</i>
男性	热情	0.06	0.54	0.01	1	0.92	1.06
	能力	1.71	0.61	7.76	1	0.01	5.52
	常数	-1.56	0.47	10.99	1	0.00	0.21
女性	热情	-0.22	0.31	0.51	1	0.48	0.80
	能力	1.11	0.32	12.42	1	0.00	3.03
	常数	1.12	0.44	6.35	1	0.01	3.06

注: 任务情境中, 特质评分=男性化名字-女性化名字

作者对原研究 3 加以调整并重新开展实验, 调整如下: (1) 由于研究 2、3 中的名字数量较少, 在一定程度上可能限制了研究结论的推广性, 故在研究 3a 和 3b 中纳入更多的名字 (10 个性别化名字, 男性化名字和女性化名字各半) 作为实验材料; (2) 将目标人物的选择结果这一因变量调整为连续变量, 请被试在百分制量表上分别评价在多大程度上会和两个人物交往或者完成任务, 交友情境例题: 在多大程度上, 你会选择和余铭辉这位乘客同座。任务情境例题: 在多大程度上, 你会选择和余铭辉这位选手搭档; (3) 本研究无需对情境加以比较, 因此在修改稿中将研究 3 分为研究 3a 与 3b 两个子研究, 研究 3a 考察交友情境下名字和性别对人际交往的影响及其机制; 研究 3b 考察任务情境下名字和性别对人际交往的影响及其机制。下面是研究 3a 和研究 3b 的中介效应分析结果:

研究 3a 中介效应分析结果:

以被试对不同名字个体的选择结果作为被试内变量,名字主人性别和被试性别作为被试间变量,方差分析发现,性别化名字主效应显著,  $F(1, 132)=5.38, p<0.05, \eta^2=0.04$ , 被试对女性化名字主人的交往意愿 ( $M=54.11, SD=22.07$ ) 高于男性化名字主人 ( $M=45.89, SD=22.07$ )。名字和人物性别交互效应显著,  $F(1, 132)=24.34, p<0.001, \eta^2=0.16$ 。简单效应分析发现,对女性人物的交往意向在名字上存在差异,  $F(1, 134)=25.16, p<0.001$ , 被试对女性化名字女性的交往意向 ( $M=62.72, SD=20.20$ ) 高于男性化名字的女性 ( $M=32.28, SD=20.20$ ); 对男性人物的交往意向在名字上的差异边缘显著,  $F(1, 134)=3.05, p=0.08$ , 被试对男性化名字男性的交往意向 ( $M=54.24, SD=20.67$ ) 略高于女性化名字的男性 ( $M=45.76, SD=20.67$ )。

为进一步解释性别化名字影响人际交往的机制,使用 SPSS 的 MEMORE 插件(Montoya & Hayes, 2017; 王阳, 温忠麟, 2018), 建立热情、能力维度在名字性别化和交友意向之间的中介模型。由于名字影响被试对女性人物的交往意向,故建立以女性人物交往意向为预测变量的中介模型,纳入评价维度、名字性别化和交友意向评分后的回归方程显著( $R^2=0.44, F(4, 60)=11.64, p<0.001$ ; 见图 3), 女性化名字的女性比男性化名字的女性得到更高的热情评价 ( $b=0.48, SE=0.17; t(64)=2.90, p<.01, 95\% CI=[0.15, 0.81]$ ); 而不同名字女性的能力评价差异不显著, ( $b=0.20, SE=0.14; t(64)=1.40, p>.05, 95\% CI=[-0.09, 0.49]$ )。对女性的热情评价能够正向预测交往意愿( $b=0.91, SE=0.14; t(60)=6.69, p<.001, 95\% CI=[0.64, 1.18]$ )。对女性的能力评价无法预测交往意愿( $b=0.11, SE=0.15; t(60)=0.73, p>.05, 95\% CI=[-0.20, 0.42]$ )。热情在性别化名字对女性交友意向的预测模型中起到完全中介作用(间接效应=0.44,  $95\% CI=[0.16, 0.71]$ ; 直接效应=0.34,  $95\% CI=[-0.04, 0.72]$ )。

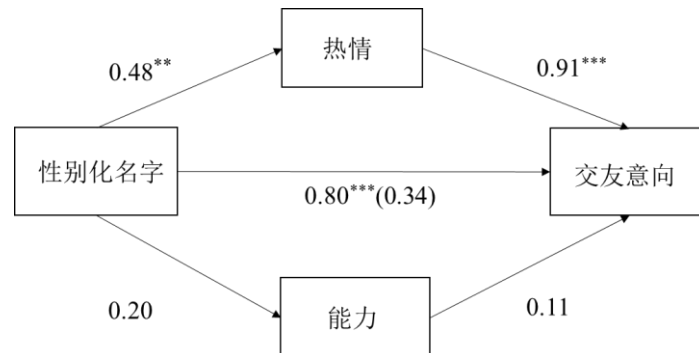


图 3 名字性别化对女性人物交友意向的中介模型图

研究 3b 中介效应分析结果:

以不同名字人物的选择结果作为被试内变量,名字主人性别和被试性别作为被试间变量,重复测量方差分析发现,性别化名字主效应显著,  $F(1, 127)=15.78, p<0.001, \eta^2=0.11$ , 被试对男性化名字主人的搭档意向 ( $M=58.18, SD=22.49$ ) 高于女性化名字主人 ( $M=41.82, SD=22.49$ )。名字和人物性别的交互效应不显著,  $F(1, 127)=1.73, p=0.22, \eta^2=0.01$ 。性别化名字和被试性别交互效应显著,  $F(1, 127)=4.82, p<0.05, \eta^2=0.04$ , 但二者的简单效应不显著。

使用 SPSS 的 MEMORE 插件, 建立特质评价在名字和搭档意向之间的中介模型。尽管

任务情境中名字和人物性别的交互效应不显著,说明男性化名字对于男性和女性搭档选择的影响可能是相同的,但为了检验假设 3 (能力维度在名字和男性搭档选择间的中介作用),将分别建立女性、男性搭档选择的中介模型:

纳入评价维度、名字性别化和对女性搭档意向评分后的回归方程显著( $R^2=0.52$ ,  $F(4, 59)=15.88$ ,  $p<0.001$ ),男性化名字的女性比女性化名字的女性得到更低的热情评价( $b=-0.35$ ,  $SE=0.16$ ;  $t(63)=-2.11$ ,  $p<.05$ , 95% CI = [-0.68, -0.02]);而不同性别化名字女性的能力评价差异不显著( $b=-0.10$ ,  $SE=0.17$ ;  $t(63)=-0.59$ ,  $p=.55$ , 95% CI = [-0.44, 0.24])。对女性的能力评价能够正向预测搭档意愿( $b=1.03$ ,  $SE=0.15$ ;  $t(59)=7.08$ ,  $p<.001$ , 95% CI = [0.74, 1.32]),而对女性的热情评价无法预测搭档意愿( $b=0.23$ ,  $SE=0.15$ ;  $t(59)=1.52$ ,  $p=.13$ , 95% CI = [-0.07, 0.54])。故评价维度在名字性别化到女性搭档选择意向的中介模型不成立。

纳入评价维度、名字性别化和对男性搭档意向评分后的回归方程显著( $R^2=0.50$ ,  $F(4, 62)=15.78$ ,  $p<0.001$ ; 见图 4),男性化名字的男性比女性化名字的男性得到更低的热情评价( $b=-0.29$ ,  $SE=0.14$ ;  $t(66)=-2.11$ ,  $p<.05$ , 95% CI = [-0.56, -0.01]);男性化名字的男性比女性化名字的男性得到更高的能力评价( $b=0.39$ ,  $SE=0.17$ ;  $t(66)=2.28$ ,  $p<.05$ , 95% CI = [0.05, 0.73])。对男性的热情评价无法预测搭档意愿( $b=-0.03$ ,  $SE=0.15$ ;  $t(62)=-0.22$ ,  $p=0.82$ , 95% CI = [-0.33, 0.27]),对男性的能力评价正向预测搭档意愿( $b=0.77$ ,  $SE=0.13$ ;  $t(62)=6.13$ ,  $p<.001$ , 95% CI = [0.52, 1.03])。能力在性别化名字对男性搭档意向的预测模型中起到完全中介作用(间接效应=0.30, 95% CI = [0.04, 0.60]; 直接效应=-0.08, 95% CI = [-0.43, 0.28])。

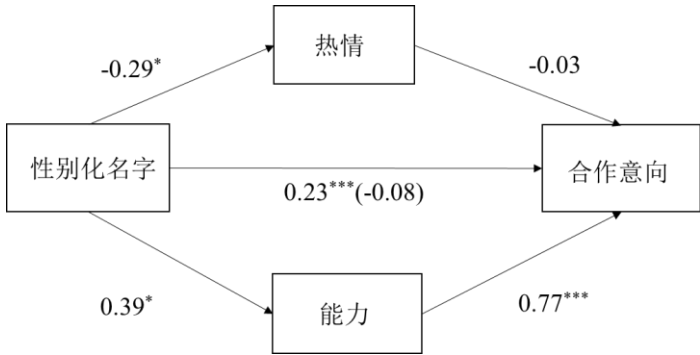


图 4 名字性别化对男性人物合作意向的中介模型

意见 4: 被试的性别也是需要控制的变量。作者可以根据研究结果提供在控制了被试的性别后的结果。

回应: 感谢专家的建议。本研究关注性别这一主题,因此需要考虑被试性别因素。作者将被试性别作为自变量纳入分析,在修改稿中报告了与主要结果有关的被试性别效应。文中的具体修改内容如下:

研究 1: 以被试为单位进行方差分析,比较同一被试对不同性别化名字的热情和能力评分。结果发现,评价维度主效应显著,  $F(1,82)=38.71$ ,  $p<0.001$ ,  $\eta^2=0.32$ , 被试对性别化名字的热情评价( $M=4.66$ ,  $SD=0.27$ )显著高于能力 ( $M=4.53$ ,  $SD=0.28$ ); 性别化名字主效应不显著,

$F(1,82)=0.83, p=0.38$ ; 被试性别主效应不显著,  $F(1,82)=3.30, p=0.07, \eta^2=0.04$ ; 被试性别和性别化名字的交互效应不显著:  $F(1,82)=3.31, p=0.07, \eta^2=0.04$ ; 性别化名字和评价维度的交互效应显著,  $F(1,82)=32.73, p<0.001, \eta^2=0.29$ 。性别化名字、评价维度和被试性别的交互效应不显著,  $F(1,82)=1.03, p=0.31, \eta^2=0.01$ 。对性别化名字和维度的简单效应分析发现, 女性化名字的热情评价( $M=4.72, SD=0.31$ )显著高于男性化名字( $M=4.58, SD=0.34$ ),  $F(1, 83)=11.73, p<0.001$ ; 男性化名字的能力评价( $M=4.62, SD=0.30$ )显著高于女性化名字 ( $M=4.44, SD=0.34$ ),  $F(1, 83)=23.75, p<0.001$ 。

研究 2: 重复测量方差分析结果表明, 评价维度主效应显著,  $F(1, 117)=5.21, p<0.05, \eta^2=0.04$ ; 性别化名字和名字主人性别的交互效应显著,  $F(1, 117)=15.92, p<0.001, \eta^2=0.12$ ; 性别化名字和评价维度交互效应显著,  $F(1, 117)=16.41, p<0.001, \eta^2=0.12$ ; **性别化名字和被试性别的交互效应显著,  $F(1, 117)=4.99, p<0.05, \eta^2=0.04$** 。其他主效应以及交互效应均不显著。

对性别化名字和被试性别的简单效应分析发现, 女被试对男性化名字个体的评价( $M=5.18, SD=0.60$ )显著高于女性化名字个体( $M=4.96, SD=0.82$ ),  $F(1, 119)=5.67, p<0.05$ 。

研究 3a: 交友情境下名字对评价的影响

5 个版本中的名字在热情和能力维度的评分的一致性信度较好, 可忽略材料版本对结果的影响。故以性别化名字、评价维度作为被试内变量, 人物性别和被试性别作为被试间变量, 进行重复测量方差分析, 结果见图 2。性别化名字、评价维度和名字主人性别的交互效应显著,  $F(1, 132)=4.52, p<0.05, \eta^2=0.03$ ; 性别化名字和人物性别交互效应显著,  $F(1, 132)=14.10, p<0.001, \eta^2=0.10$ ; 性别化名字和评价维度的交互效应显著,  $F(1, 132)=23.11, p<0.001, \eta^2=0.15$ 。**被试性别主效应不显著,  $F(1, 132)=3.51, p=0.06$ 。被试性别和性别化名字的交互效应不显著,  $F(1, 132)=0.02, p=0.89$** 。其他主效应、交互效应均不显著。

研究 3b: 任务情境下名字和性别对评价的影响

方差分析发现, 性别化名字和名字主人性别的交互效应显著,  $F(1, 127)=4.97, p<0.05, \eta^2=0.04$ ; 性别化名字和评价维度的交互效应显著,  $F(1, 127)=41.22, p<0.001, \eta^2=0.25$ ; 评价维度主效应显著,  $F(1, 127)=22.07, p<0.001, \eta^2=0.15$ , 被试对性别化名字主人的能力评价( $M=5.04, SD=0.68$ )高于热情( $M=4.86, SD=0.70$ )。**被试性别主效应不显著,  $F(1, 127)=3.38, p=0.07$ 。被试性别和性别化名字的交互效应不显著,  $F(1, 127)=0.25, p=0.62$** 。其他主效应、交互效应均不显著。

**意见 5:** 在文中有些数据似乎不太符合常规, 请进一步确认是否存在错误。比如在研究 1 中, “被试对名字的热情评价( $M=4.66, SD=0.03$ )显著高于能力维度的评价( $M=4.53, SD=0.03$ )”的 SD 值有点过小, 作者可以看看, 和本研究中其它部分的 SD 相比也偏小。

**回应:** 感谢专家指出文中的错误。作者已对数据结果进行了认真核对, 更正了文中抄写有误的数据。**文中具体修改内容如下:**

研究 1: 被试对性别化名字的热情评价( $M=4.66, SD=0.27$ )显著高于能力维度的评价( $M=4.53, SD=0.28$ )。

意见 6：在研究 2 和研究 3 中，无效回答有点偏多。作者应该解释一下为什么会有那么多被试的回答是无效的。

回应：感谢专家的宝贵意见！研究 2、3 考察名字和个体性别对印象评价的人际交往的影响，为了确保被试已掌握评价人物的名字和性别信息，研究中均设置了一道操纵性检验题目，询问被试先前呈现的人物性别，即“根据先前呈现的人物信息，选择人物的性别”，若该题作答错误视作无效答卷。作者在研究 2、3 中的方法部分，补充了操纵性检验题目，并详细说明了研究流程。**文中修改的具体内容如下：**

研究 2：3.2.3 实验材料与程序

研究采用想象情境范式，实验材料改编自包寒吴霜等（2016）研究 2 的情境指导语。首先，告知被试将参加一个印象评价研究。接着，向被试介绍有两位交换生将进入班级进行交流学习，且均为男生（另一批被试被告知为女生）。但因信息有限只能呈现学生名单，向被试呈现的名单上有两个人的名字，男性化名字和女性化名字为研究一中的“余铭辉”和“杜惠敏”。**随后，为确保被试已掌握交换生信息，被试需回答一道操纵性检验题：根据前面的人物信息，判断人物性别。该题答错自动停止作答，问卷作废。**通过操纵性检验的被试随后需凭借其直觉，在“热情的、友好的、真诚的”3 个热情特质词以及“聪明的、能干的、高效的”3 个能力特质词上，对两名交换生进行 1-7 分的评价。3 个热情特质词的评分均值以及 3 个能力特质词的评分均值分别作为热情和能力评价指标。本实验中热情测量的内部一致性信度为 0.84，能力测量的内部一致性信度为 0.82。

研究 3a：4.1.2.3 实验材料与程序

创设“交友”情境，实验材料参考 Kervyn 等人（2012）研究中热情取向的情境。被试被告知参与一项情境想象研究，首先阅读指导语：您将乘坐大巴去郊游。由于您报名时间晚，车上只剩下两个空位，这两个空位的位置差不多。您可以在报名系统看到客车座位预约旅客的名字和性别信息。接着，被试需根据游客的名字和性别信息，在热情和能力特质词上对两名游客进行 1-7 分评价，之后在百分制量表上分别评价与两名旅客的同座意向。**最后，被试需回答一道操纵性检验题：根据游客信息，判断下列游客的性别。此题答错问卷作废。**

意见 7：作者最好在后面的修改稿中提供使用的实验材料，方便审稿人判断。

回应：感谢专家的意见，作者在审稿意见回复的“附录”部分，列举了本研究所使用的实验材料范例，以供专家参考。

.....

审稿人 2 意见：

有关名字的研究是近来社会心理学的一个研究热点，本文将其与经典的刻板印象内容模型相结合，探讨名字性别刻板预期对个体印象评价及人际交往的影响，选题具有一定新意。文章通过 3 个研究，较一致的发现了人们对男性化男性和女性化女性的刻板预期，以及对违反刻板预期的负面评价，支持了较经典或传统的性别规范，作者也认为与国外的研究发现基本一致，从这点来讲，研究贡献略显不足。

**意见 1:** 名字性别刻板预期这个基本概念及相关研究设计。首先,名字性别刻板预期,在文中有时称为名字性别预期,虽然实际是一个意思,但是否还是统一说法或进行说明为好?其次,预期如何体现?综述中提到名字是操纵性别的一种方法,那么名字等于性别,显然本研究不是这个意思。本研究包括名字与性别不一致的情况,所以预期是指根据名字有个预先的对印象的期待?那么与预期一致不一致就是个比较过程?但文中对预期,1)在研究设计和测量上用的是基于特质的印象“知觉”。由于没有预先感知与之后知觉的比较,所以知觉无法体现预期?2)研究2被试先得知性别信息,然后看到名字,如果有预期,那么是性别预期,而不是名字性别预期?研究3叙述不够详细,看起来是名字和性别一起给被试的。3)按照文题和研究2和研究3的小标题,名字性别刻板预期是自变量,但研究设计看不出如何操纵“预期”,如果自变量是名字和性别的一致和不一致(最终指标是热情和能力评价),而因变量是印象评价,最终指标也是热情和能力评价,就变成同一个东西?

研究3除了印象评价,还有对同伴的选择,如果将“刻板预期(印象评价)”作为影响因素,可考虑做中介分析,看看是否印象评价的差异造成了选择的差异。

**回应:** 非常感谢专家的认真阅读和宝贵的意见。作者在原文中的表达的确存在不恰当之处,致使研究逻辑稍显混乱。为了准确表达本研究的目的,作者将对研究逻辑进行阐述,并针对修改稿中关于核心概念、研究标题的调整进行说明。

首先,在本文的研究逻辑上,本文拟解决的核心问题是“名字和性别如何影响个体评价”。而要想回答这一问题,则要明晰“名字如何影响个体评价”和“性别如何影响个体评价”。性别刻板印象的相关研究能够回答第二个问题。对于第一个问题,西方对名字的研究发现:英文名字在热情能力的感知上存在差异,国内研究者发现中文性别化名字在男性化、女性化上的感知存在差异(Newman, Tan, Caldwell, Duff, & Winer, 2018),鉴于能力、热情维度与男性化、女性化两大维度结构存在高相关(佐斌,代涛涛,温芳芳,索玉贤,2015),中文名字的感知在热情和能力维度上可能也存在差异。基于此,研究1将在中国文化背景下,探讨性别化名字的热情能力感知特点。在研究1的基础上,研究2将探讨名字和性别对个体热情、能力评价的影响。研究3是研究2的延伸,关注名字影响个体评价的行为后效,通过研究3a和3b两个子研究,考察名字对个体人际交往的影响,探讨评价因素在名字和选择结果之间的中介作用。三个研究层层递进,构成了“前因、现象和后效”的关系。

其次,在“名字性别刻板预期”这一概念上,从研究方法上看,作者测量了被试对性别化名字的特质感知,并没有对名字的性别感知进行测量并对性别和特质感知进行比较,也就无法体现“预期”。事实上,研究1的目的在于探究性别化名字在热情和能力维度上的知觉特征,“性别化名字的热情能力感知”这一提法更为贴切。

再者,在各研究标题的设置上,根据本研究的目的,遵循表达准确的原则,作者在修改稿中进行了适当调整。文中的修改内容如下:

**研究1标题: 性别化名字的热情与能力感知**

**研究2标题: 名字和性别对个体印象评价的影响**

**研究3标题: 名字和性别对人际交往的影响**

感谢专家的宝贵意见!根据专家建议,作者采用名字类型作为自变量,同伴/搭档的选择结果(二分变量)作为因变量,以热情能力评价作为中介变量,采用Logistic回归进行中介分析。采用G-power进行样本量估算后,发现至少需要近千名被试方可满足Logistic回归的分析条件。作者对研究3进行调整并重新开展实验,故在修改稿中未呈现原研究3的结果。不过,鉴于先前研究仍具有一定的参考价值,下面将呈现原研究3的中介效应分析结果,



以供专家参考

原研究 3 中介效应分析结果：

为检验假设 3（在交友情境中，人们倾向于选择女性化名字的女性为伙伴；在任务情境下，人们倾向于选择男性化名字的男性为搭档），分别在交友和任务情境下，建立以被试性别、人物性别以及二者的交互作用项为自变量，选择结果为因变量的 Logistic 回归模型。结果如表 1 所示，在交友情境下，名字主人性别不能预测被试对交往伙伴的选择。而在任务情境中，名字主人性别能够正向预测被试对共事搭档的选择，即被试更可能选择取男性化名字的男性和女性化名字的女性为搭档。

表 1 热情、能力特质在两种情境下预测男性、女性名字主人选择的 Logistic 回归模型

		<i>B</i>	<i>S.E</i>	<i>Wals</i>	<i>df</i>	<i>P</i> 值	<i>Exp(B)</i>
交友情境	名字主人性别	-0.535	1.20	0.20	1	0.66	0.59
	被试性别	-1.30	1.28	1.02	1	0.31	0.27
	名字主人性别 × 被试性别	0.86	0.83	1.08	1	0.30	2.36
	常数	1.21	1.86	0.42	1	0.52	3.35
	名字主人性别	4.02	1.75	5.30	1	0.02	55.54
任务情境	被试性别	3.23	1.84	3.07	1	0.08	25.29
	名字主人性别 × 被试性别	-1.31	1.04	1.57	1	0.21	0.27
	常数	-8.72	3.18	7.49	1	0.01	0.000

进一步，采用 Logistic 回归分析方法，以搭档选择结果作为因变量，特质评分作为自变量，分别在名字主人为男性、女性两种条件下，建立热情、能力评分在名字性别化和搭档意向之间的中介模型。结果如表 2 所示，能力评价正向预测被试对男性化名字男性的搭档选择结果，能力评价能正向预测被试对男性化名字的女性的搭档选择结果。

表 2 热情能力特质在任务情境下预测男女搭档选择的 Logistic 回归模型

名字主人性别	特质评分	<i>B</i>	<i>S.E</i>	<i>Wals</i>	<i>df</i>	<i>P</i> 值	<i>Exp(B)</i>
男性	热情	0.06	0.54	0.01	1	0.92	1.06
	能力	<b>1.71</b>	<b>0.61</b>	<b>7.76</b>	<b>1</b>	<b>0.01</b>	<b>5.52</b>
	常数	-1.56	0.47	10.99	1	0.00	0.21
女性	热情	-0.22	0.31	0.51	1	0.48	0.80
	能力	1.11	0.32	12.42	1	0.00	3.03
	常数	1.12	0.44	6.35	1	0.01	3.06

注：任务情境中，特质评分=男性化名字-女性化名字

作者对原研究 3 加以调整并重新开展实验，调整如下：（1）由于研究 2、3 中的名字数量较少，在一定程度上可能限制了研究结论的推广性，故在研究 3a 和 3b 中纳入更多的名字（10 个性别化名字，男性化名字和女性化名字各半）作为实验材料，；（2）将目标人物的选

择结果这一因变量调整为连续变量,请被试在百分制量表上分别评价在多大程度上会和两个人物交往或者完成任务,交友情境例题:在多大程度上,你会选择和余铭辉这位乘客同座。任务情境例题:在多大程度上,你会选择和余铭辉这位选手搭档;(3)本研究无需对情境加以比较,因此在修改稿中将研究3分为研究3a与3b两个子研究,研究3a考察交友情境下名字和性别对人际交往的影响及其机制;研究3b考察任务情境下名字和性别对人际交往的影响及其机制。下面是研究3a和研究3b的中介效应分析结果:

研究3a中介效应分析结果:

以被试对不同名字个体的选择结果作为被试内变量,名字主人性别和被试性别作为被试间变量,方差分析发现,名字主效应显著,  $F(1, 132)=5.38, p<0.05, \eta^2=0.04$ , 被试对女性化名字主人的交往意愿 ( $M=54.11, SD=22.07$ ) 高于男性化名字主人 ( $M=45.89, SD=22.07$ )。名字和人物性别交互效应显著,  $F(1, 132)=24.34, p<0.001, \eta^2=0.16$ 。简单效应分析发现,对女性人物的交往意向在名字上存在差异,  $F(1, 134)=25.16, p<0.001$ , 被试对女性化名字女性的交往意向 ( $M=62.72, SD=20.20$ ) 高于男性化名字的女性 ( $M=32.28, SD=20.20$ ); 对男性人物的交往意向在名字上的差异边缘显著,  $F(1, 134)=3.05, p=0.08$ , 被试对男性化名字男性的交往意向 ( $M=54.24, SD=20.67$ ) 略高于女性化名字的男性 ( $M=45.76, SD=20.67$ )。

为进一步解释性别化名字影响人际交往的机制,使用SPSS的MEMORE插件(Montoya & Hayes, 2017; 王阳, 温忠麟, 2018),建立热情、能力维度在名字性别化和交友意向之间的中介模型。由于名字影响被试对女性人物的交往意向,故建立以女性人物选择结果为预测变量的中介模型,纳入评价维度、名字性别化和交友意向评分后的回归方程显著( $R^2=0.44, F(4, 60)=11.64, p<0.001$ ; 见图3), 女性化名字的女性比男性化名字的女性得到更高的热情评价 ( $b=0.48, SE=0.17; t(64)=2.90, p<.01, 95\% CI=[0.15, 0.81]$ ); 而不同名字女性的能力评价差异不显著, ( $b=0.20, SE=0.14; t(64)=1.40, p>.05, 95\% CI=[-0.09, 0.49]$ )。对女性的热情评价能够正向预测交往意愿 ( $b=0.91, SE=0.14; t(60)=6.69, p<.001, 95\% CI=[0.64, 1.18]$ )。对女性的能力评价无法预测交往意愿 ( $b=0.11, SE=0.15; t(60)=0.73, p>.05, 95\% CI=[-0.20, 0.42]$ )。热情在性别化名字对女性交友意向的预测模型中起到完全中介作用(间接效应=0.44,  $95\% CI=[0.16, 0.71]$ ; 直接效应=0.34,  $95\% CI=[-0.04, 0.72]$ )。

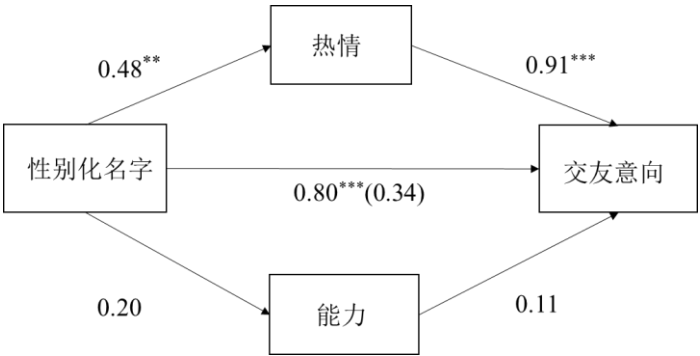


图3 名字性别化对女性人物交友意向的中介模型图

研究3b中介效应分析结果:

以不同性别化名字人物的选择结果作为被试内变量,名字主人性别和被试性别作为被试

间变量，重复测量方差分析发现，性别化名字主效应显著， $F(1, 127)=15.78, p<0.001, \eta^2=0.11$ ，被试对男性化名字主人的搭档意向( $M=58.18, SD=22.49$ )高于女性化名字主人( $M=41.82, SD=22.49$ )。名字和人物性别的交互效应不显著， $F(1, 127)=1.73, p=0.22, \eta^2=0.01$ 。性别化名字和被试性别交互效应显著， $F(1, 127)=4.82, p<0.05, \eta^2=0.04$ ，但二者的简单效应不显著。

使用 SPSS 的 MEMORE 插件，建立特质评价在性别化名字和搭档选择之间的中介模型。尽管任务情境中名字和人物性别的交互效应不显著，说明男性化名字对于男性和女性搭档选择的影响可能是相同的，但为了检验假设 3（能力维度在名字和男性搭档选择间的中介作用），将分别建立男性、女性搭档选择的中介模型：

纳入评价维度、名字性别化和对女性搭档意向评分后的回归方程显著( $R^2=0.52, F(4, 59)=15.88, p<0.001$ )，男性化名字的女性比女性化名字的女性得到更低的热情评价( $b = -0.35, SE = 0.16; t(63) = -2.11, p < .05, 95\% CI = [-0.68, -0.02]$ )；而不同性别化名字女性的能力评价差异不显著( $b = -0.10, SE = 0.17; t(63) = -0.59, p=.55, 95\% CI = [-0.44, 0.24]$ )。对女性的能力评价能够正向预测搭档意愿( $b = 1.03, SE = 0.15; t(59) = 7.08, p < .001, 95\% CI = [0.74, 1.32]$ )，而对女性的热情评价无法预测搭档意愿( $b = 0.23, SE = 0.15; t(59) = 1.52, p = .13, 95\% CI = [-0.07, 0.54]$ )。故评价维度在名字到女性搭档选择意向的中介模型不成立。

纳入评价维度、名字性别化和对男性搭档意向评分后的回归方程显著( $R^2=0.50, F(4, 62)=15.78, p<0.001$ ；见图 4)，男性化名字的男性比女性化名字的男性得到更低的热情评价( $b = -0.29, SE = 0.14; t(66) = -2.11, p < .05, 95\% CI = [-0.56, -0.01]$ )；男性化名字的男性比女性化名字的男性得到更高的能力评价( $b = 0.39, SE = 0.17; t(66) = 2.28, p < .05, 95\% CI = [0.05, 0.73]$ )。对男性的热情评价无法预测搭档意愿( $b = -0.03, SE = 0.15; t(62) = -0.22, p=0.82, 95\% CI = [-0.33, 0.27]$ )，对男性的能力评价正向预测搭档意愿( $b = 0.77, SE = 0.13; t(62) = 6.13, p < .001, 95\% CI = [0.52, 1.03]$ )。能力在性别化名字对男性搭档意向的预测模型中起到完全中介作用(间接效应=0.30, 95% CI = [0.04, 0.60]；直接效应= -0.08, 95% CI = [-0.43, 0.28])。

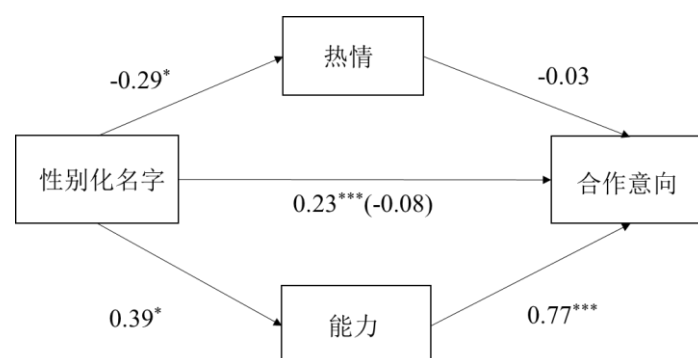


图 4 名字性别化对男性人物合作意向的中介模型

意见 2：接着第 1 点，文章在整体设计和结构上，三个研究层层递进的话，研究 2 比研究 1 递进的基础对应的不够清晰，研究 1 对比的是男性化名字和女性化名字，研究 2 将真实性别的男和女分开来分析，看不到总体上的名字性别的效应是否跟研究 1 一致。研究 3 比研究 2 递进，即在重复检验研究 2 基础上扩展，是否应该先展现图 3 的结果再展现图 2 的结果？同

时，图 3 和研究 2 图 1 的结果异同可以更详细的比较和讨论。

回应：感谢专家的意见。作者在研究 2 中，补充报告了名字和维度交互效应的分析结果，并在修改稿中对研究 2、3 结果的呈现顺序加以调整。另外，在总讨论 5.3 “名字改变个体的刻板化评价”中，作者对研究 2、3 的结果进行了比较并作详细讨论。文中修改内容如下：

研究 2 中名字和评价维度的交互作用分析：

3.3 结果 重复测量方差分析结果表明，名字和维度交互效应显著， $F(1, 117)=16.41$ ,  $p<0.001$ ,  $\eta^2=0.12$ 。结果见图 1。对名字和维度的简单效应分析发现，①两类名字在热情评价上存在显著差异， $F(1,120)=5.86$ ,  $p<0.05$ ；两类名字在能力评价上存在显著差异， $F(1,120)=10.63$ ,  $p<0.001$ 。②男性化名字在两维度评价上存在显著差异， $F(1,120)=24.83$ ,  $p<0.001$ ，男性化名字的能力评价( $M=5.36$ ,  $SD=0.84$ )显著高于热情( $M=4.92$ ,  $SD=0.94$ )。

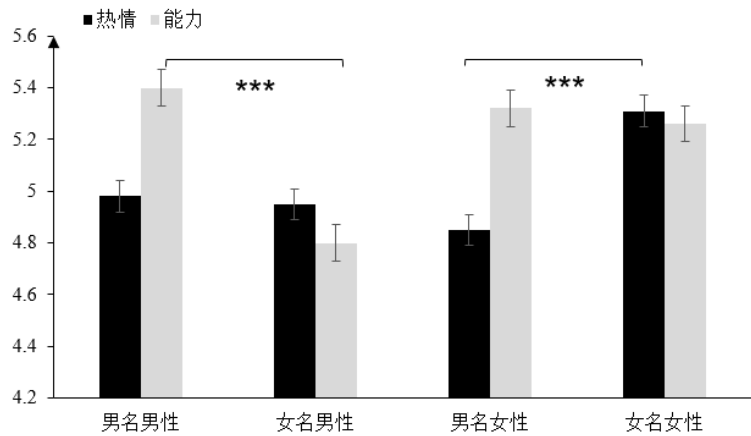


图 1 不同性别化名字男女个体的印象评分

3.4 讨论 研究 2 发现，男性化名字被感知为高能力与低热情，女性化名字被感知为高热情与低能力，进一步检验了研究 1 的结果。

研究 3a、3b 中名字和性别对个体热情能力评价的影响：

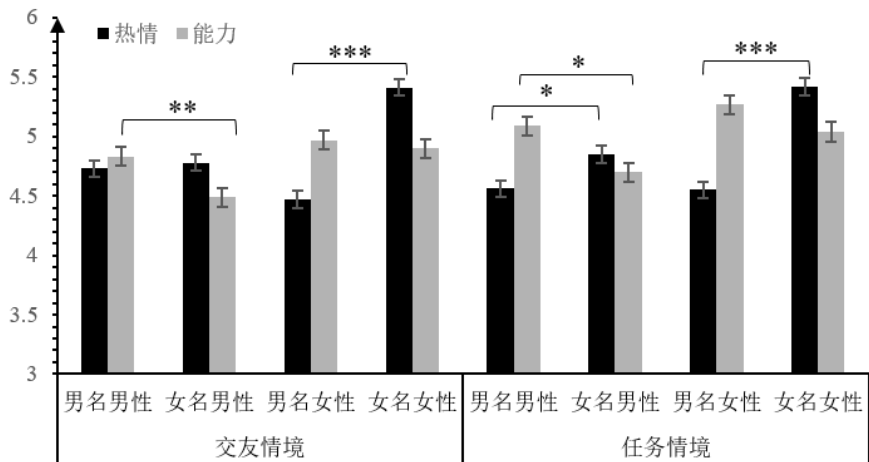


图 2 交友、任务情境下被试对不同性别化名字男女个体的热情、能力评分

#### 4.4 讨论

研究 3 对性别化名字的热情能力感知特点,以及名字对不同性别个体的印象评价进行了检验,结果与研究 1、2 的发现吻合。根据研究 3b,名字不仅影响男性的能力感知和女性的热情感知,还会影响男性的热情评价。这是名字印象评价研究中的首次发现。从现实影响上看,虽然热情、友善是积极的特质,但在研究 3b 这一任务情境中,评价者更关注潜在搭档的能力特质。尽管女性化名字的男性被认为是高热情的,然而也会被感知为能力不足,最终影响人们与之搭档的意愿。

#### 5.3 名字改变个体的刻板化评价

研究首次发现名字影响个体的刻板化评价。男性化名字的女性被认为高能力、低热情;研究 3a 中,女性化名字的男性被认为高热情、低能力,研究 2 和研究 3b 中女性化名字的男性在评价维度上无显著差异。名字改变了他人对个体应有特质的感知,引起两维度评分的相对变化,从而影响个体的刻板评价。总的来看,男性化名字对女性反刻板评价的影响非常稳定。在研究 3b 的任务情境中,男性化名字的女性在评价维度差异的效应量高达 0.35,且高于研究 3a 交友情境中的效应量 0.1,而两项子研究的名字材料相同,意味着情境可能也会影响人们对名字主人的评价。这一结果为男性化名字助力女性职场发展(Coffey, & McLaughlin, 2016; 郭凤, 任孝鹏, 苏红, 2020)的原因提供了可能的解释:女性高热情、低能力的刻板印象,在一定程度上限制了女性的职业发展(Atir, & Ferguson, 2018)。男性化名字削弱了人们对女性热情维度的感知,相对提升了女性的能力评价,从而助力女性的职业发展。

女性化名字的男性被感知为高热情、低能力,这一结果产生的原因可能和中国的文化环境有关。西方文化偏“男性化”,人们对男性的热情等社会性特质并未抱有太大期许(Bosak et al., 2018; Croft, Schmader, & Block, 2015)。而东方属于“女性化”文化,温润如玉的君子形象蕴含了中国文化“刚柔相济”的思想理念。名字作为一种社会文化符号,具有维持和传递社会观念的功能。女性化名字中蕴含的友好、亲和等特质,同人们对东方男性“宽厚仁爱”的期许相符合,名字主人会受到名字的影响被感知为具有高热情的特质。

**意见 3:** 在前两条意见的基础上,作者是否考虑了研究结果超出传统刻板印象的新发现?例如,虽然名字性别不一致的时候,降低了男性的能力和女性的热情,但研究 2 的图 1 表明,男性化女性的能力是很高的,女性化男性的热情没有明显的高。研究 3 的图 3 也类似,尤其男性化女性的能力显著高于女性化女性。根据作者引用的参考文献,这一带有性别刻板印象变迁的超出传统性别刻板印象的内容主题似乎是本领域新的热点。然而,本文没有进行任何讨论。

**回应:** 非常感谢专家的意见!作者对研究结果作了进一步的讨论,具体修改内容如下:

研究 2 讨论:此外,研究 2 发现男性化名字的女性被感知为低热情、高能力,女性化名字的男性在两维度上的评价基本持平。不同于男性高能力、低热情以及女性高热情、低能力的传统性别观念,本研究结果表明,使用相反性别化名字会改变对个体的刻板评价。名字影响个体应有特质的评价,导致个体的热情与能力评价发生相对变化,即男性化名字的女性被

认为低热情，使得人们对其能力的评价相对高于热情；而女性化名字的男性被认为低能力，使得人们对其热情维度的评价相对高于能力。

### 总讨论：5.3 名字改变个体的刻板化评价

研究首次发现名字影响个体的刻板化评价。男性化名字的女性被认为高能力、低热情；研究 3a 中，女性化名字的男性被认为高热情、低能力，研究 2 和研究 3b 中女性化名字的男性在评价维度上无显著差异。名字改变了他人对个体应有特质的感知，引起两维度评分的相对变化，从而影响个体的刻板评价。总的来看，男性化名字对女性反刻板评价的影响非常稳定。在研究 3b 的任务情境中，男性化名字的女性在评价维度差异的效应量高达 0.35，且高于研究 3a 交友情境中的效应量 0.1，而两项子研究的名字材料相同，意味着情境可能也会影响人们对名字主人的评价。这一结果为男性化名字助力女性职场发展（Coffey, & McLaughlin, 2016; 郭凤, 任孝鹏, 苏红, 2020）的原因提供了可能的解释：女性高热情、低能力的刻板印象，在一定程度上限制了女性的职业发展（Atir, & Ferguson, 2018）。男性化名字的女性被感知为低热情，而这相对提升了对女性的能力评价，从而助力女性的职业发展。

女性化名字的男性被感知为高热情、低能力，这一结果产生的原因可能和中国的文化环境有关。西方文化偏“男性化”，人们对男性的热情等社会性特质并未抱有太大期许（Bosak et al., 2018; Croft, Schmader, & Block, 2015）。而东方属于“女性化”文化，温润如玉的君子形象蕴含了中国文化“刚柔相济”的思想理念。名字作为一种社会文化符号，具有维持和传递社会观念的功能。女性化名字中蕴含的友好、亲和等特质，同人们对东方男性“宽厚仁爱”的期许相符合，名字主人会受到名字的影响被感知为具有高热情的特质。

**意见 4：**相关联的，本文涉及多个交互作用的分析，可以从不同的角度进行比较，除了研究 1 比较不同性别以外，作者主要进行的是同性别下不同名字性别化组别分别在热情或能力上的差异，而没有做同一名字性别化下不同性别的比较，以及同一性别化或同一性别下热情和能力高低的对比。这些比较综合起来有可能具有重要的发现或理论意义时，是值得重视的。

**回应：**感谢专家的宝贵意见。在第一轮修改中，作者从多角度对文中的交互效应进行了比较。比如对同一性别化名字进行热情和能力维度的比较、对同一性别化名字的不同性别的比较。

**具体修改内容如下：**

**研究 2 结果：**名字和性别的交互效应显著，进行简单效应分析来比较同一名字下不同性别对象的评价差异，发现对女性化名字主人的评价存在性别差异， $F(1,119)=7.23, p<0.05$ ，女性化名字的男性评价( $M=4.87, SD=0.89$ )低于女性( $M=5.29, SD=0.80$ )。

**研究 2 的讨论（修改稿 3.4）：**对于使用相反性别化名字的个体来说，人们对女性化名字的男性评价更消极，对男性化名字主人的评价则无性别差异，这体现了名字影响个体评价的性别不对称性，原因可能在于人们通常认为男性的地位比女性更高（Moss-Racusin & Johnson, 2016），容易将具有异性特质的男性和低地位联系起来（Rudman, Phelan, Moss-Racusin, &

Nauts, 2009), 由于使用反性别名字会被感知为具有异性的特质, 因此相较于男性化名字的女性, 使用女性化名字的男性会遭受更为消极的评价。

此外, 研究 2 发现男性化名字的女性被感知为低热情、高能力, 女性化名字的男性在两维度上的评价基本持平。不同于男性高能力、低热情以及女性高热情、低能力的传统性别观念, 本研究结果表明, 使用相反性别化名字会改变对个体的刻板评价。其原因可能在于, 名字影响个体应有特质的评价, 导致个体的热情与能力评价发生相对变化, 即男性化名字降低女性的热情评价, 使得其能力评价相对高于热情评价; 名字对男性的评价作用反之亦然。此外, 研究未发现性别和评价维度的交互效应, 该结果可能意味着在知觉线索有限的情况下, 相较于性别这一生理线索, 作为社会线索的名字对个体评价的影响更大。

**研究 3a 结果:** 名字、维度和人物性别交互效应显著, 分别在名字、维度和人物性别三个角度进行简单效应分析。结果发现: ①名字的简单简单效应: 不同名字的女性人物在热情评价上存在差异,  $F(1, 134)=29.80, p<0.001$ ; 男性人物在能力维度存在名字差异,  $F(1, 108)=7.23, p<0.01$ 。②人物性别的简单简单效应: 女性化名字的热情评价存在人物性别差异,  $F(1, 134)=16.61, p<0.001$ ; 女性化名字的能力评价存在人物性别差异,  $F(1, 134)=10.19, p<0.01$ 。③维度的简单简单效应: 男性化名字的女性评价存在维度差异,  $F(1, 134)=14.96, p<0.001$ ; 女性化名字的男性的维度差异显著,  $F(1, 134)=6.58, p<0.05$ ; 女性化名字的女性的维度差异显著,  $F(1, 134)=17.96, p<0.001$ 。

**研究 3b 结果:** 名字和人物性别简单效应分析发现, 对女性人物的评价在名字上存在差异,  $F(1, 129)=7.14, p<0.01$ ; 对女性化名字人物的评价存在性别差异,  $F(1, 129)=12.73, p<0.001$ 。名字和维度的简单效应分析发现, ①两类名字在热情维度上的评价差异显著,  $F(1, 130)=30.23, p<0.001$ ; 两类名字在能力维度上的评价差异显著,  $F(1, 130)=6.95, p<0.01$ ; ②男性化名字的评价存在维度差异,  $F(1, 130)=55.84, p<0.01$ ; 女性化名字的评价存在维度差异,  $F(1, 130)=12.12, p<0.001$ 。名字、维度和版本的简单简单效应不显著。

**研究 3 的讨论 (修改稿 4.4):** 根据研究 3b, 名字不仅影响男性的能力感知和女性的热情感知, 还会影响男性的热情评价。这是名字印象评价研究中的首次发现。从现实影响上看, 尽管热情、友善是积极的特质, 但并非典型的男性特质, 人们甚至会抵制谦逊温和的男性 (Croft, Schmader, & Block, 2015)。而在研究 3b 这一能力取向的情境中, 女性化名字虽然提升了男性的热情评价, 但同时降低了其能力感知, 最终影响人们与男性搭档的意愿。

### **研究 3 相关的讨论 (修改稿总讨论 5.3):**

研究首次发现名字影响个体的刻板化评价。男性化名字的女性被认为高能力、低热情; 研究 3a 中, 女性化名字的男性被认为高热情、低能力, 研究 2 和研究 3b 中女性化名字的男性在评价维度上无显著差异。名字改变了他人对个体应有特质的感知, 引起两维度评分的相对变化, 从而影响个体的刻板评价。总的来看, 男性化名字对女性反刻板评价的影响非常稳定。在研究 3b 的任务情境中, 男性化名字的女性在评价维度差异的效应量高达 0.35, 且高于研究 3a 交友情境中的效应量 0.1, 而两项子研究的名字材料相同, 意味着情境可能也会影响人们对名字主人的评价。这一结果为男性化名字助力女性职场发展 (Coffey, & McLaughlin,

2016; 郭凤等, 2020) 的原因提供了可能的解释: 女性高热情、低能力的刻板印象, 在一定程度上限制了女性的职业发展 (Atir, & Ferguson, 2018)。男性化名字的女性被感知为低热情, 而这相对提升了对女性的能力评价, 从而助力女性的职业发展。

女性化名字的男性被感知为高热情、低能力, 这一结果产生的原因可能和中国的文化环境有关。西方文化偏“男性化”, 人们对男性的热情等社会性特质并未抱有太大期许 (Bosak et al., 2018; Croft, Schmader, & Block, 2015)。而东方属于“女性化”文化, 温润如玉的君子形象蕴含了中国文化“刚柔相济”的思想理念。名字作为一种社会文化符号, 具有维持和传递社会观念的功能。女性化名字中蕴含的友好、亲和等特质, 同人们对东方男性“宽厚仁爱”的期许相符合, 名字主人会受到名字的影响被感知为具有高热情的特质。

**意见 5:** 综上, 本文在理论创新和理论贡献, 包括跨文化一致与否, 与名字及性别的本土文化特征等方面, 作为读者期待有更深入的挖掘、提炼和引申讨论。

**回应:** 感谢专家的认真阅读与宝贵意见! 按照专家的建议, 作者从多角度对数据进行了深度挖掘, 并对结果进行了整理, 归纳总结了四个重要发现: (1) **名字知觉具有跨文化一致性**, 男性化名字被感知为高能力、低热情, 女性化名字被感知为高热情、低能力。(2) **名字影响个体“本应具有”的特质感知**, 该发现揭示出人际知觉中名字的作用机制。(3) **名字影响个体的刻板评价**, 具体而言, 女性化名字的男性被感知为高热情、低能力, 人们对表现出女性化特征的男性评价可能存在文化差异, **揭示出了名字知觉的本土化特征**, 本文对此进行了讨论; 男性化名字的女性被感知为高能力、低热情, 这一发现为名字影响女性职业发展的原因提供了新的解释。(4) **人—名匹配效应存在情境特异性**, 在特定情境下, 被试对人—名匹配个体的偏好在某一性别上有所凸显, 这一发现从评价者动机的角度拓展了名字的社会知觉研究, 揭示出名字影响人际交往可能的内部机制, **丰富了名字的人际知觉理论**。作者在原稿中对前两个发现进行了讨论, 在修改稿中对“名字影响个体的刻板评价”和“人—名匹配的情境特异性”进行了更为详尽的讨论, **文中具体修改内容如下:**

### 5.3 名字改变个体的刻板化评价

研究首次发现名字影响个体的刻板化评价。男性化名字的女性被认为高能力、低热情; 研究 3a 中, 女性化名字的男性被认为高热情、低能力, 研究 2 和研究 3b 中女性化名字的男性在评价维度上无显著差异。名字改变了他人对个体应有特质的感知, 引起两维度评分的相对变化, 从而影响个体的刻板评价。总的来看, 男性化名字对女性反刻板评价的影响非常稳定。在研究 3b 的任务情境中, 男性化名字的女性在评价维度差异的效应量高达 0.35, 且高于研究 3a 交友情境中的效应量 0.1, 而两项子研究的名字材料相同, 意味着情境可能也会影响人们对名字主人的评价。这一结果为男性化名字助力女性职场发展 (Coffey, & McLaughlin, 2016; 郭凤, 任孝鹏, 苏红, 2020) 的原因提供了可能的解释: 女性高热情、低能力的刻板印象, 在一定程度上限制了女性的职业发展 (Atir, & Ferguson, 2018)。男性化名字的女性被感知为低热情, 而这相对提升了对女性的能力评价, 从而助力女性的职业发展。

女性化名字的男性被感知为高热情、低能力, 这一结果产生的原因可能和中国的文化环境有关。西方文化偏“男性化”, 人们对男性的热情等社会性特质并未抱有太大期许 (Bosak et al., 2018; Croft, Schmader, & Block, 2015)。而东方属于“女性化”文化, 温润如玉的君子



形象蕴含了中国文化“刚柔相济”的思想理念。名字作为一种社会文化符号，具有维持和传递社会观念的功能。女性化名字中蕴含的友好、亲和等特质，同人们对东方男性“宽厚仁爱”的期许相符合，名字主人会受到名字的影响被感知为具有高热情的特质。

#### 5.4 人—名匹配效应的情境特异性

本研究从评价者动机的角度出发，首次发现人—名匹配效应存在情境特异性，即在特定情境下，被试对人—名匹配个体的偏好在某一性别上有所凸显。名字影响男性和女性个体“应有”的特质感知，而受到动机的驱使，人们在不同情境下选择交往对象时所关注的特质也不尽相同（Spence, 1985），这种特质与情境间的匹配关系，影响特定情境下人们对某一性别人物的偏好。综上，性别化名字对人际交往的影响，不仅受制于名字主人性别和名字的匹配关系，还会受到评价者动机的影响。本研究结合情境和特质的匹配关系，从评价者和评价对象两个方面考察名字在人际交往中的作用，拓展了名字的社会知觉研究。

虽然相反性别化名字相对提升了人们对女性的能力感知和男性的热情感知，但这些评价未产生相应的行为溢价，在交友情境中，被试并未表现出对女性化名字男性的偏好；在任务情境下，被试也没有表现出对男性化名字女性的青睐。尽管情境和潜在伙伴的特质匹配性为人们所关注，然而受到性别刻板印象的影响，人们会抵制那些违反性别预期的个体（刘珣，佐斌，2006）。使用相反性别化名字的个体会被感知为反刻板，因此不受人们欢迎。另有研究表明，拥有异性名字的个体使人感到惊奇、怪异（Pilcher, 2016）。或许使用相反性别化名字的个体给人带来的并非是“刚柔相济”的和谐感，而是一种“不阴不阳”的失调感。个体由名字引发的情绪体验和认知评价可能共同作用于交往过程，影响人际互动结果。后续研究可以结合情绪考察名字对人际互动的影响。

**意见 6：**其他细节。1）由于有热情和能力这个被试内因素，所以文中写到实验设计时，尤其用  $2 \times 2$  这种格式时，要把因素写完整。

**回应：**感谢专家指出文中的疏漏。作者已在修改稿将实验设计部分的所有因素补充完整，文中修改内容如下：

研究 2：采用  $2$ （名字性别化：男性化，女性化） $\times 2$ （名字主人性别：男，女） $\times 2$ （被试性别：男，女） $\times 2$ （评价维度：热情，能力）的混合实验设计，名字主人性别和被试性别为被试间变量，因变量为被试对名字主人的热情和能力评价。

研究 3a、研究 3b：采用  $2$ （名字性别化：男性化，女性化） $\times 2$ （名字主人性别：男，女） $\times 2$ （被试性别：男，女） $\times 2$ （评价维度：热情，能力）的混合实验设计，名字主人性别和被试性别为被试间变量。因变量为被试对名字主人的热情与能力维度评价以及交往选择结果。

**意见 7：**其他细节。2）研究 2 直接将男性和女性分开分析，缺总体的全模型分析。

**回应：**感谢专家指出文章的疏漏。作者补充了研究 2 对于各个实验因素的分析结果，文中修改内容如下：

重复测量方差分析结果表明,评价维度主效应显著,  $F(1, 117)=5.21, p<0.05, \eta^2=0.04$ ; 性别化名字和名字主人性别的交互效应显著,  $F(1, 117)=15.92, p<0.001, \eta^2=0.12$ ; 性别化名字和评价维度交互效应显著,  $F(1, 117)=16.41, p<0.001, \eta^2=0.12$ ; 性别化名字和被试性别的交互效应显著,  $F(1, 117)=4.99, p<0.05, \eta^2=0.04$ 。其他主效应以及交互效应均不显著。

**对性别化名字和名字主人性别的简单效应分析发现**, ①对男性的评价在性别化名字上存在显著差异,  $F(1, 119)=13.08, p<0.001$ ; 对女性的评价在性别化名字上存在显著差异,  $F(1, 119)=4.76, p<0.05$ 。②对女性化名字主人的评价存在性别差异,  $F(1, 119)=7.23, p<0.05$ , 女性化名字的男性评价( $M=4.87, SD=0.89$ )低于女性( $M=5.29, SD=0.80$ )。**对性别化名字和评价维度的简单效应分析发现**, ①性别化名字在热情评价上存在显著差异,  $F(1, 120)=5.86, p<0.05$ ; 名字在能力评价上存在显著差异,  $F(1, 120)=10.63, p<0.001$ 。②男性化名字在两维度评价上存在显著差异,  $F(1, 120)=24.83, p<0.001$ , 男性化名字的能力评价( $M=5.36, SD=0.84$ )显著高于热情( $M=4.92, SD=0.94$ )。对性别化名字和被试性别的简单效应分析发现, 女被试对男性化名字个体的评价( $M=5.18, SD=0.60$ )显著高于女性化名字个体( $M=4.96, SD=0.82$ ),  $F(1, 119)=5.67, p<0.05$ 。

**意见 8:** 参考文献, Etaugh & Geraghty, 2018 参考文献列表中没有, 韩燕, 邱江, 张庆林, 2008 这一篇, 先呈现英文文献条。其他也请再认真检查。

**回应:** 感谢专家的认真阅读。作者补充了遗漏的参考文献, 并按照《心理学报》的参考文献格式, 认真检查了文中的参考文献, 修正了格式有误的文献, **更正的参考文献如下:**

Etaugh, C., & Geraghty, C. (2018). Both Gender and Cohort Affect Perceptions of Forenames, but Are 25-Year-Old Standards Still Valid?. *Sex Roles*, 726–737.

Han, Y., Qiu, J., & Zhang, Q. L. (2008). Conflict Effect of Gender-Stereotypical Names and Pronouns. *Journal of Southwest University (Natural Science Edition)*, 30(10), 164–168.

[韩燕, 邱江, 张庆林. (2008). 性别刻板化人名推测判断中的冲突效应. *西南大学学报(自然科学版)*, 30(10), 164–168.]

**审稿人 3 意见:** 综合评价:

名字刻板印象及其对人际结果的影响是该领域的经典问题之一, 国内外已经积累了不少研究证据, 不仅涉及名字的“男性化-女性化”这一基本特征, 也有关于“积极-消极”、“独特-常见”、“加工流畅-加工困难”、“温暖-能力”等维度影响人际互动中的特质推理、人际吸引、人际信任、招聘偏见等诸多方面的研究。

该研究从刻板印象内容模型 SCM 的视角探讨了名字性别倾向对印象评价和人际交往的影响, 通过 3 个实验发现: 男性化名字具有“高能力”特征、女性化名字具有“高热情”特征, 这种刻板印象预期会影响与之对应的印象评价和人际交往意愿, 并且社会情境因素在其中起到一定的调节作用。

该研究的文献综述比较详实, 逻辑较为清晰, 在 3 个层层递进的实验中, 研究者对某些混淆因素做了一定的控制, 结论符合预期, 也符合一般直觉。但是, 该研究的理论意义和创新性仍然不足, 在研究方法和数据分析等方面亦存在不少问题, 结果比较单薄且不足以充分

揭示标题中所说的“对人际交往的影响”。综合来看，该研究尚未达到《心理学报》的发表标准，但仍具有一定的价值，建议在尽量解决下述问题之后另投它刊。

**意见 1：**该研究虽然是国内首次从 SCM 的角度考察名字刻板印象及其人际效应，但从研究具体内容上来说，并未有足够的创新。首先，前人研究已经发现，名字的性别倾向可以激活性别刻板印象，影响他人对名字持有者的特质推论（性别角色评价，相当于性别刻板化特质），并且这种特质评价作为中介变量可以进一步影响对名字主人的人际吸引力感知。其中，性别角色是个体在社会化过程中习得的与性别刻板印象密切相关的人格特质，例如女性被认为应该具有“温柔、亲和、有同情心”等特质，男性被认为应该具有“勇敢、精干、有领导力”等特质。显然，性别角色里面的女性和男性特质词，与研究使用的 SCM 里面的热情和能力特质词是高度重合的。这在很大程度上限制了该研究的创新性。

**回应：**感谢专家的宝贵建议！根据专家建议，作者进一步阅读学习了相关文献，对本文的思路和逻辑进行了认真梳理与思考。本文聚焦的核心问题是“性别化名字如何影响个体评价”。整体来看，本文的三个研究呈现出层层递进的关系，研究 1 关注性别化名字的热度和能力感知，为解决“性别化名字如何影响不同性别个体的评价”奠定基础；研究 2 聚焦核心问题，比较名字对男性和女性的热情能力评价；研究 3 是研究 2 的延伸，关注名字影响个体评价的行为后效，通过实验 3a 和 3b 两个子研究，考察名字对个体人际交往的影响，探讨评价因素在性别化名字和选择结果之间的中介作用。

其次，在“名字影响他人对名字主人的特质感知”方面，根据专家的意见，作者认真阅读学习了国内外相关文献并进行了总结。比如研究者曾从性别角色视角，探讨名字对人际交往的影响及内部机制（包寒吴霜等，2016），结果发现性别化名字能够激活性别刻板印象，并且双性化评价在名字和人际吸引之间起到中介作用。受到该研究“拥有中性化名字的个体被认为具有双性化特质”的结论的启发，作者联想到一个问题：拥有相反性别化名字的个体会给他人留下什么印象？通过搜集文献，作者发现这一问题与人—名匹配偏好（人们更喜欢名字性别倾向与性别相符的个体）的机制存在关联，而这一问题并未得到解决。性别角色中的“男性化”与“女性化”同刻板印象内容模型的“热情”和“能力”维度具有高相关，按照先前研究的逻辑：拥有中性化名字的个体被感知为双性化，使用男性化（女性化）名字的个体会被感知为男性化（女性化）。那么拥有女性化名字的男性可能被认为高热情，也可能被认为低能力；拥有男性化名字的女性可能被认为高能力，也可能被感知为低热情。那么持有不同名字的个体究竟因为缺乏还是具备了何种特质，而遭受他人的负面评价？结合刻板印象维护理论，个体缺乏“应该具有”的性别特质会遭到他人的抵制，因此名字可能影响他人对名字主人“应有”特质的感知。本研究结合刻板印象内容，考察名字和性别对个体热情和能力评价的影响，研究结果有助于揭示名字影响印象评价的机制。**文中相应内容如下：**

根据社会角色理论（social role theory），性别刻板印象源于人们对两性传统的职业角色的观察，具有社会规范的功能（Eagly, 1987; Eagly & Wood, 1999）。性别刻板印象对两性“应该具有”和“不应具有”的特质进行了严格规定：男性“应该”是成就定向、高能力的，女性“应该”是关怀取向、高热情的（Ellemers, 2018; Prentice & Carranza, 2002）。若个体缺乏“应有”的性别特质则违反了刻板印象，人们会在认知和行为层面抵制那些反刻板的个体，以维护性别刻板印象（Bosak, Kulich, Rudman, & Kinahan, 2018; 刘珣, 佐斌, 2006）。在评价这一认知层面上，人们对违反刻板预期的个体做出负面评价，比如缺乏亲和力的女性被评价

为低热情，优柔寡断、缺乏竞争力的男性被评价为低能力（Bosak, Eagly, Diekmann, & Sczesny, 2018; Eagly, Nater, Miller, Kaufmann, & Sczesny, 2020）。

以往研究发现，相较于名字和性别一致的个体，人们对名字和性别不一致个体的外显与内隐评价都更消极（包寒吴霜等, 2016; Fox, Russo, & Dutton, 2002; 张积家, 刘红艳, 叶倩仪, 2006）。这一现象可被概括为“人-名匹配效应”，指名字和性别一致的个体能获得更高评价也因此更受人欢迎。这种偏好反映了人们对违反性别刻板印象个体的抵制，暗示着名字和性别不一致的个体可能被名字赋予反刻板特质（包寒吴霜等, 2016; Etaugh & Geraghty, 2018; 杨婷, 任孝鹏, 2016）。从刻板印象维护视角出发，结合以往研究结果可以看出，在个体“应有”的评价维度，名字和性别不一致的个体可能会遭到比较负面的评价。具体而言，对于女性化名字的男性，名字具有的高热情低能力特征违反了男性高能力的刻板印象，在能力维度上人们可能对其印象较差；而对于取男性化名字的女性而言，名字传递的高能力与低热情特征违反了女性高热情的刻板印象，在热情维度上人们可能对其印象较差。

第二，Newman 等人（2018）已经正式提出 *warmth* 和 *competence* 也是名字的两个重要的社会认知维度，并且报告了相应的评价数据，从最新进展来看，名字本身的寓意也很可能具有这两方面的关联，这一点在中文名上尤为可能，因为中文名的含义比英文名更丰富。作者虽引用了 Newman 的研究，但对名字的性别倾向和名字的“温暖-能力”属性之间的区分是不够充分的，尤其是，如果这两者都是由主观评价确定的，那么很有可能在概念上存在很大的 overlap。

**回应：**感谢专家的宝贵意见，专家的意见对我们的研究非常重要。作者认真研读了专家提供的参考文献，认为对“名字性别倾向”和“名字热情能力维度”两个概念的区分确实存在不充分之处。名字性别倾向体现了名字判断性别的典型程度（包寒吴霜等, 2016），涉及到社会分类这一认知过程；名字热情能力维度的感知，是基于名字隐含的性别线索对名字的特质评价，涉及刻板印象以及社会认知领域。因此“名字性别倾向判断”和“名字的热情能力感知”具有本质区别。另一方面，从方法上看，研究 1 请一批不参与正式研究的被试评价名字适合男性和适合女性的程度，通过计算得到男性化名字和女性化名字。正式研究中请另一批被试对名字进行热情和能力评价。这种方法能够尽量降低名字的男性化、女性化和能力、热情维度的重合。**文中相关内容如下：**

名字的知觉研究主要西方开展。受到宗教文化的影响，很多英文名字具有明显的性别定向（Pilcher, 2016）。中国文化讲求男女有别，男性使用的名字强调阳刚之气，女性的名字则蕴含阴柔之美（苏红, 任孝鹏, 2015）。不过，目前少有研究聚焦性别化名字的特质感知。包寒吴霜等（2016）考察了人们对性别化名字持有者的评价，发现拥有男性化名字的个体被感知为男性化，拥有女性化名字的个体被感知为女性化。这一发现表明人们对性别化名字持有者的评价存在性别角色差异，但是对名字持有者的评价不同于对名字的感知。尽管性别角色的测量项目（男性化与女性化）与刻板印象内容（能力与热情）存在交叠（潘哲, 郭永玉, 徐步霄, 杨沈龙, 2017; 佐斌等, 2014），然而热情与能力涵盖的内容更为广泛，两维度对

于社会知觉中的变异也具有较高的解释力 (Wojciszke, Bazinska, & Jaworski, 1998)。因此有必要对名字的热情能力感知进行本土化检验。

第三, 研究 3 创设的“交友”、“任务”情境是对以往研究的一个补充, 考察了社会情境因素对名字效应的调节作用, 结果也很有趣, 但其创新性和理论贡献仍然不大, 只是起到添砖加瓦的作用, 是“小修小补的贡献”。

**回应:** 感谢专家的认真阅读。本文研究 3 从性别化名字的知觉入手, 聚焦名字对人际交往的影响。以往研究多关注性别化名字对人际吸引的影响, 人们除了想与他人进行情感交流、建立良好的友谊, 也希望同他人形成协作关系达成个人无法实现的目标。基于此, 有必要从动机角度入手, 探讨不同情境下名字对不同性别个体人际交往的影响。通过实验 3a 和实验 3b, 本研究首次发现: **人一名匹配偏好具有情境特异性**, 即在特定情境下, 被试对人一名匹配个体的偏好在某一性别上有所凸显。这一结论有助于丰富名字人际知觉的相关理论, 同时也具有一定的现实意义。**文中相应的内容如下:**

#### 5.4 人一名匹配效应的情境特异性

本研究从评价者动机的角度出发, 首次发现人一名匹配效应存在情境特异性, 即在特定情境下, 被试对人一名匹配个体的偏好在某一性别上有所凸显。名字影响男性和女性个体“应有”的特质感知, 而受到动机的驱使, 人们在不同情境下选择交往对象时所关注的特质也不尽相同 (Spence, 1985), 这种特质与情境间的匹配关系, 影响特定情境下人们对某一性别人物的偏好。综上, 性别化名字对人际交往的影响, 不仅受制于名字主人性别和名字的匹配关系, 还会受到评价者动机的影响。本研究结合情境和特质的匹配关系, 从评价者和评价对象两个方面考察名字在人际交往中的作用, 拓展了名字的社会知觉研究。

虽然相反性别化名字相对提升了人们对女性的能力感知和男性的热情感知, 但这些评价未产生相应的行为溢价, 在交友情境中, 被试并未表现出对女性化名字男性的偏好; 在任务情境下, 被试也没有表现出对男性化名字女性的青睐。尽管情境和潜在伙伴的特质匹配性为人们所关注, 然而受到性别刻板印象的影响, 人们会抵制那些违反性别预期的个体 (刘珣, 佐斌, 2006)。使用相反性别化名字的个体会被感知为反刻板, 因此不受人们欢迎。另有研究表明, 拥有异性名字的个体使人感到惊奇、怪异 (Pilcher, 2016)。或许使用相反性别化名字的个体给人带来的并非是“刚柔相济”的和谐感, 而是一种“不阴不阳”的失调感。个体由名字引发的情绪体验和认知评价可能共同作用于交往过程, 影响人际互动结果。后续研究可以结合情绪考察名字对人际互动的影响。

**意见 2:** 名字的“男性化-女性化”特征, 严格来说是客观指标, 即某个名字在全国范围内男性和女性使用比例之间的差异 ( $\text{Name Gender} = P_{\text{男}} - P_{\text{女}}$ , 取值范围 $-1 \sim 1$ , 见附图)。作者在研究 2 和 3 使用的名字材料中, “余铭辉”和“杜惠敏”是可以分别代表男性名和女性名的, 但“任俊彦”和“汪雨昕”更偏向“中性名”, 对性别的代表性不高。具体指标参考如下: 铭 (0.60), 辉 (0.61), 惠 (-0.67), 敏 (-0.56), 俊 (0.34), 彦 (0.11), 雨 (-0.27), 昕 (-0.26)。能够代表性别化名字的理想取值范围, 建议是女性名 $[-1, -0.33]$ 、男性名 $[0.33,$

1], 而[-0.33, 0.33]准确来说是中性化、男女通用的。当然, 这一点也并非绝对, 此处只是一点建议。

另外, 如果作者可以纳入更多的名字作为实验材料, 而不是仅仅使用两个或四个名字, 那么材料将更具有代表性, 结论也将更具有可推广性。研究 2 里面只用男性名和女性名各一个作为材料, 其结论的可推广性非常有限。

\* 注: 关于实验材料的取样、代表性、可推广性等问题, 可参考以下文献。

Bahník, Š., & Vranka, M. A. (2017). If it's difficult to pronounce, it might not be risky: The effect of fluency on judgment of risk does not generalize to new stimuli. *Psychological Science*, 28(4), 427–436.

Wells, G. L., & Windschitl, P. D. (1999). Stimulus sampling and social psychological experimentation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(9), 1115–1125.

**回应:** 感谢审稿人的意见。作者参考了专家关于名字的筛选标准, 认真阅读了相关文献, 对研究 3 进行了调整, 包括纳入更多的名字作为实验材料, 尽量避免因研究材料选择对结果造成的干扰, 以提高研究结论的可推广性。在修改稿中, 研究 3 使用 10 个性别化名字(男女各半)作为实验材料。研究 3 中名字的筛选标准在研究 1 中有说明, 文中内容如下:

**筛选标准:** 本研究使用的名字材料源于高校花名册, 男性名、女性名各半。剔除名字姓氏仅保留名, 由 39 名本科生在性别化、熟悉度和吸引力方面进行 1-7 分评定。性别化评定采用双维评价法, 每名评价者需要分别评价名字在多大程度上适合男性和女性, 用适合男性分数减去适合女性分数, 男性化名字的取值范围[4, 6], 女性化名字的取值范围[-6, -4]。最终得到 50 个男性化名字和 50 个女性化名字, 两类名字在熟悉度、吸引力方面无差异。

研究 3 使用的名字材料及参数如下表:

名字的性别化、熟悉度及吸引力评价均值			
名字	性别化	熟悉度	吸引力
范坤鸿	4.63	3.5	3.45
余铭辉	4.64	3.84	3.28
任鸣涛	4.76	4.08	3.52
姜宏韬	4.88	3.48	3.32
谭振康	4.58	4.21	3.58
杜惠敏	-4.68	4.36	3.56
汪玥萱	-4.91	3.84	3.72
戴雪纯	-4.84	3.88	3.84
钟思莹	-4.58	4.21	4.08
姚钰静	-4.79	3.8	3.68

**意见 3:** 正如作者所说, “男性使用女名或者女性使用男名的情况并不少见”, 这一点也为该研究提供了一定的必要性。但实际上, 相比于“反性别化”的取名方式, 中国人可能更常出现的情况是“中性化”的取名方式。西方人的名字往往是高度符合个体性别的, 很少有“反性别化”或“中性化”的情况; 但中国人的名字存在大量“男女通用”的字, 也就是中性化名字(详见审稿意见最后的附图), 这一点比“反性别化”更值得探究。名字的性别倾向是一个连续变量, 该研究没有考虑中性化名字, 是比较遗憾的。例如, 人们是否倾向于认为中性化名字的持有者同时具有更高的热情特质和能力特质?

**回应：**非常感谢专家的意见！本研究在“中国人不乏使用相反性别化名字”的背景下，结合西方名字在热情和能力维度的知觉差异，以及目前国内性别化名字的研究结论，基于男性高能力低热情、女性高热情低能力的刻板印象内容，提出“名字和性别如何影响个体评价”这一问题。事实上，在中国有越来越多的人选择给孩子取男女通用的中性化名字（包寒吴霜，陈俊霖，林俊利，刘力，2016；苏红，任孝鹏，2015）。研究发现拥有中性化名字的个体被认为兼具男性特质和女性特质（包寒吴霜等，2016）。或许相较于男性化名字和女性化名字，中性化名字可能具有适度水平的热情和能力；拥有中性化名字的个体也可能被感知为热情和能力双高，进而更受人们欢迎或者事业发展更顺利。因此，中性化名字的知觉及其对人际关系和职业发展的影响等问题，也是非常值得探索的。本文在“研究局限与展望”中，对中性化名字进行了讨论，**具体内容如下：**

本研究考察性别化名字对印象评价与人际交往的影响。中国存在大量男女通用的“中性化”名字，中性化名字或许被感知为具有适度的热情和能力，拥有中性化名字的个体可能给人留下“刚柔并济”的印象也因此更受欢迎，未来可以考察中性化名字对个体印象评价和人际交往的影响（包寒吴霜等，2016）。

**意见 4：**研究 1 目前做的分析是以被试为单位的方差分析（对于同一位被试，不同名字的得分取平均值）。但考虑到研究 1 主要希望考察名字的性别倾向与热情-能力评价之间的关系，而且名字也共有 100 个作为实验材料，更应该做的是以名字为单位的方差分析（对于同一个名字，不同被试的打分取平均值）。类似的做法在心理语言学的研究中非常常见，即 ANOVA 可以做“被试间/被试内”的，也可以做“项目间/项目内”的，两者回答的问题不一样。研究 1 的设计其实是“被试内、项目内设计”（一名被试对所有名字打分、一个名字接受所有被试的打分）。因此为了结果的完整性，建议作者同时报告被试内 ANOVA 和项目内 ANOVA 的结果。

**回应：**感谢专家的宝贵意见！作者在研究 1 中补充了以名字材料为单位的方差分析结果，**文中修改内容如下：**

为检验性别化名字在热情和能力维度的感知特点，以性别化名字为单位进行方差分析，比较不同被试对同一个名字的热情能力评分。结果发现，评价维度主效应显著， $F(1,49)=29.48$ ,  $p<0.001$ ,  $\eta^2=0.38$ ；性别化名字主效应不显著， $F(1,49)=0.02$ ,  $p=0.88$ ；性别化名字和评价维度的交互效应显著， $F(1,49)=46.35$ ,  $p<0.001$ ,  $\eta^2=0.49$ 。简单效应分析发现，在热情维度，女性化名字的热情得分( $M=4.69$ ,  $SD=0.20$ )高于男性化名字( $M=4.52$ ,  $SD=0.18$ )， $F(1,49)=24.44$ ,  $p<0.001$ ；在能力维度，男性化名字的能力得分( $M=4.56$ ,  $SD=0.28$ )高于女性化名字( $M=4.41$ ,  $SD=0.22$ )， $F(1,49)=11.14$ ,  $p<0.05$ 。

**意见 5：**研究 2 的实验设计与 ANOVA 实际的设计并不对应，而且 ANOVA 的做法不严



谨。作者在 3.2.2 部分报告“采用 2（名字性别化：男性化，女性化） $\times$ 2（名字主人性别：男，女）的混合实验设计，名字主人性别为被试间变量”。但在结果中做 ANOVA 时，采用的却是“名字性别化  $\times$  热情-能力维度”的重复测量设计，是直接把人物性别拆开对待的。实际上，作者完整的实验设计应该是——2（人物名字：男性化、女性化） $\times$ 2（人物性别：男、女） $\times$ 2（被试性别：男、女） $\times$ 2（评价维度：热情、能力）四因素混合设计，其中，人物性别和被试性别是被试间因素。或者，如果作者认为被试性别不重要，也可以不考虑该因素，但至少不能直接拆开分析男性人物和女性人物，而且从图 1 呈现的图表来看，也应该考虑三因素 ANOVA，进而根据二阶或三阶交互作用，分析可能的简单效应或简单简单效应。相同的问题在研究 3 后半部分的分析中也存在。

**回应：**感谢审稿专家指出文中的疏漏！作者将实验设计的所有因素补充完整，并报告了全模型的检验结果。另外，作者对研究 3 进行调整并重新开展实验，研究 3 分为实验 3a 和实验 3b 两个子研究，实验 3a 在交友情境下考察名字对不同性别个体评价的影响，实验 3b 在任务情境下考察名字和性别对个体热情和能力评价的影响。**文中修改内容如下：**

研究 2：采用 2（名字性别化：男性化，女性化） $\times$ 2（名字主人性别：男，女） $\times$ 2（被试性别：男，女） $\times$ 2（评价维度：热情，能力）的混合实验设计，名字主人性别和被试性别为被试间变量，因变量为被试对名字主人的热情和能力评价。

重复测量方差分析结果表明，评价维度主效应显著， $F(1, 117)=5.21, p<0.05, \eta^2=0.04$ ；性别化名字和名字主人性别的交互效应显著， $F(1, 117)=15.92, p<0.001, \eta^2=0.12$ ；性别化名字和评价维度交互效应显著， $F(1, 117)=16.41, p<0.001, \eta^2=0.12$ ；性别化名字和被试性别的交互效应显著， $F(1, 117)=4.99, p<0.05, \eta^2=0.04$ 。其他主效应以及交互效应均不显著。

**对性别化名字和名字主人性别的简单效应分析发现**，①对男性的评价在性别化名字上存在显著差异， $F(1, 119)=13.08, p<0.001$ ；对女性的评价在性别化名字上存在显著差异， $F(1, 119)=4.76, p<0.05$ 。②对女性化名字主人的评价存在性别差异， $F(1, 119)=7.23, p<0.05$ ，女性化名字的男性评价( $M=4.87, SD=0.89$ )低于女性( $M=5.29, SD=0.80$ )。**对性别化名字和评价维度的简单效应分析发现**，①性别化名字在热情评价上存在显著差异， $F(1, 120)=5.86, p<0.05$ ；性别化名字在能力评价上存在显著差异， $F(1, 120)=10.63, p<0.001$ 。②男性化名字在两维度评价上存在显著差异， $F(1, 120)=24.83, p<0.001$ ，男性化名字的能力评价( $M=5.36, SD=0.84$ )显著高于热情( $M=4.92, SD=0.94$ )。对性别化名字和被试性别的简单效应分析发现，女被试对男性化名字个体的评价( $M=5.18, SD=0.60$ )显著高于女性化名字个体( $M=4.96, SD=0.82$ )， $F(1, 119)=5.67, p<0.05$ 。

尽管性别化名字、评价维度和名字主人性别的三项交互效应不显著，但依据假设 2：相较于女性化名字的女性，男性化名字的女性给人以低热情的印象；相较于男性化名字的男性，女性化名字的男性给人以低能力的印象，对于男性人物和女性人物的假设是彼此独立的，故分别比较名字对男性和女性名字主人的热情和能力评价的差异。对男性名字主人的方差分析结果发现，名字主效应显著， $F(1, 60)=12.54, p<0.001, \eta^2=0.17$ ；评价维度主效应、被试性别



主效应和相关的交互效应均不显著；名字和维度交互效应显著， $F(1, 60)=8.91, p<0.01, \eta^2=0.13$ 。简单效应分析发现：①男性的能力评价在名字上存在差异， $F(1,61)=16.69, p<0.001$ ；②男性化名字的男性评价存在维度差异， $F(1,61)=12.98, p<0.001$ 。

对女性名字主人的分析发现，名字主效应显著， $F(1, 57)=4.57, p<0.05, \eta^2=0.07$ ；名字和维度的交互效应显著， $F(1,57)=7.54, p<0.01, \eta^2=0.12$ 。维度主效应及其他交互效应不显著。简单效应分析发现：①在热情维度，被试对不同名字的女性评价存在显著差异， $F(1, 58)=12.90, p<0.001$ ；②男性化名字的女性评价存在维度差异， $F(1, 58)=11.83, p<0.001$ ，被试对男性化名字女性的热情评价( $M=4.85, SD=0.99$ )低于能力( $M=5.32, SD=0.94$ )。

研究 3：采用 2（名字性别化：男性化，女性化） $\times$ 2（人物性别：男，女） $\times$ 2（被试性别：男，女） $\times$ 2（评价维度：热情，能力）的 4 因素混合实验设计，人物性别和被试性别为被试间变量。因变量为被试对名字主人的热情与能力维度评价以及交往选择结果。

#### 实验 3a：交友情境下名字对个体评价的影响

以性别化名字、维度作为被试内变量，人物性别和被试性别作为被试间变量，进行重复测量方差分析，结果见图 2。名字、维度和目标性别交互效应显著， $F(1, 132)=4.52, p<0.05, \eta^2=0.03$ ；名字和人物性别交互效应显著， $F(1, 132)=14.10, p<0.001, \eta^2=0.10$ ；名字和维度交互效应显著， $F(1, 132)=23.11, p<0.001, \eta^2=0.15$ 。其他主效应、交互效应均不显著。

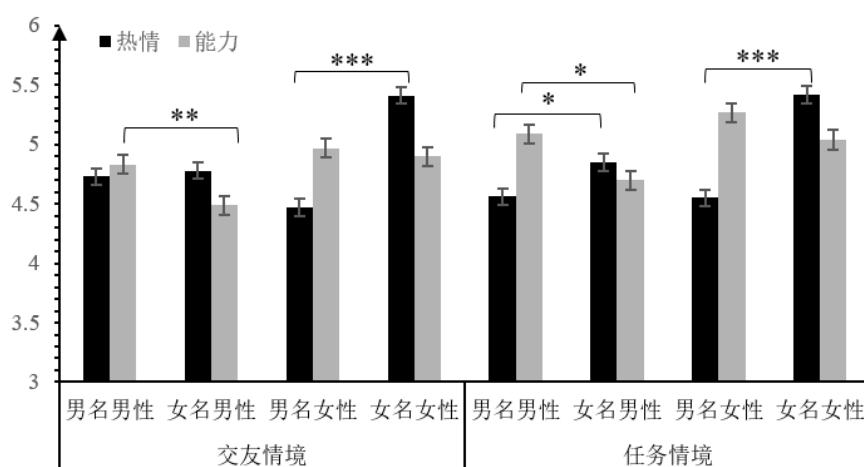


图 2 交友、任务情境下被试对不同性别化名字男女个体的热情、能力评分

性别化名字、评价维度和名字主人性别的简单效应分析表明：①名字的简单效应：不同名字的女性人物在热情评价上存在差异， $F(1, 134)=29.80, p<0.001$ ；不同名字的男性人物在能力评价上存在显著差异， $F(1, 134)=7.23, p<0.01$ 。②维度的简单效应：男性化名字的女性评价存在维度差异， $F(1, 134)=14.96, p<0.001$ ；女性化名字的男性的维度差异显著， $F(1, 134)=6.58, p<0.05$ ；女性化名字的女性的维度差异显著， $F(1, 134)=17.96, p<0.001$ 。

性别化名字和人物性别的简单效应分析：对女性人物的评价在名字上存在差异， $F(1, 134)=15.25, p<0.001$ ；对女性化名字人物的评价存在性别差异， $F(1, 134)=20.07, p<0.001$ 。名字和维度的简单效应分析：①两类名字在热情维度上的评价差异显著， $F(1, 135)=14.61,$

$p<0.001$ ；两类名字在能力维度上的评价差异显著， $F(1, 135)=5.21, p<0.05$ ；②男性化名字的评价存在维度差异， $F(1, 135)=10.24, p<0.01$ ；女性化名字的评价存在维度差异， $F(1,135)=22.78, p<0.001$ 。

#### 实验 3b：任务情境下名字对个体评价的影响

方差分析发现，性别化名字和名字主人性别的交互效应显著， $F(1, 127)=4.97, p<0.05, \eta^2=0.04$ ；性别化名字和评价维度的交互效应显著， $F(1, 127)=41.22, p<0.001, \eta^2=0.25$ ；维度主效应显著， $F(1, 127)=22.07, p<0.001, \eta^2=0.15$ ，被试对性别化名字主人的能力评价( $M=5.04, SD=0.68$ )高于热情( $M=4.86, SD=0.70$ )。其他主效应、交互效应均不显著。

性别化名字和人物性别简单效应分析发现，对女性人物的评价在名字上存在差异， $F(1, 129)=7.14, p<0.01$ ；对女性化名字人物的评价存在性别差异， $F(1, 129)=12.73, p<0.001$ 。性别化名字和评价维度的简单效应分析发现，①两类名字在热情维度上的评价差异显著， $F(1, 130)=30.23, p<0.001$ ；两类名字在能力维度上的评价差异显著， $F(1, 130)=6.95, p<0.01$ ；②男性化名字的评价存在维度差异， $F(1, 130)=55.84, p<0.01$ ；女性化名字的评价存在维度差异， $F(1,130)=12.12, p<0.001$ 。

分别比较名字对男性和女性名字主人的热情和能力评价的差异。对男性名字主人的方差分析结果发现，评价维度主效应显著， $F(1, 65)=13.97, p<0.001, \eta^2=0.18$ ；性别化名字和评价维度的交互效应显著， $F(1, 65)=11.83, p<0.001, \eta^2=0.15$ 。简单效应分析发现：①男性的热情评价在名字上存在差异， $F(1,66)=4.43, p<0.05$ ；男性的能力评价在名字上存在差异， $F(1,66)=5.22, p<0.05$ ；②男性化名字的男性评价存在维度差异， $F(1,66)=22.57, p<0.001$ 。

对女性名字主人的分析发现，名字主效应显著， $F(1, 62)=6.62, p<0.05, \eta^2=0.10$ ；评价维度主效应显著， $F(1,62)=8.81, p<0.01, \eta^2=0.12$ ；性别化名字和评价维度的交互效应显著， $F(1,62)=31.67, p<0.001, \eta^2=0.34$ 。简单效应分析发现：①在热情维度，被试对不同名字的女性评价存在显著差异， $F(1, 63)=33.44, p<0.001$ ；②男性化名字的女性评价存在维度差异， $F(1, 63)=33.66, p<0.001$ ；女性化名字的女性评价存在维度差异， $F(1, 63)=13.53, p<0.001$ 。

**意见 6：**研究 3 的样本量不足。虽然按照三因素混合设计计算出来的是至少 66 人，但由于研究 3 主要做的是卡方检验，或者说是检验比例差异，那就不能再以方差分析的 power 计算为依据。以中等效应量 ( $w = 0.30$ )、80% power、 $df = 1$  的卡方检验为例，需要至少 88 名被试。而且这个数值只是单个卡方检验所需要的被试量，实际上作者进行了 4 次卡方检验，每次的总被试量都未达到 88。虽然结果的效应量比中等效应量更大，但较小的被试量也会使结果不够稳定、不够有说服力，容易受到偶然因素的干扰。况且作者剔除了 31 名被试的数据，最好补充报告如果纳入这 31 名被试，主要结果是否会发生变化（见《心理学报》论文自检报告第 8 条提到的“包含这部分数据统计结果如何变化”）。

**回应：**非常感谢专家的仔细阅读和宝贵意见！研究 3 中存在样本量不足的问题，且鉴于研究 2、3 中使用的名字材料比较单一，在一定程度上限制了研究的生态效度。故作者对研究 3

进行调整并重新开展实验，具体调整如下：（1）纳入更多的名字（10 个性别化名字，男性化名字和女性化名字各半）作为实验材料，（2）将目标人物的选择结果这一因变量改为连续变量，在百分制量表上，请被试选择在多大程度上会和某个人物交往或者完成任务。例题：在多大程度上，你会选择余铭辉作为你的同座。（3）将原研究 3 调整为实验 3a 与 3b 两个子研究，实验 3a 考察交友情境下名字和性别对人际交往的影响及评价机制；实验 3b 考察任务情境下名字和性别对人际交往的影响及内部机制。文中详细介绍了实验 3a 和实验 3b 的被试筛选情况、实验设计，文中修改内容如下：

实验 3a 中，在网上招募大学生被试 159 名。23 名被试未通过操纵性检验被剔除，有效被试 136 名（男 62 名，女 74 名）。平均年龄 21.65 岁( $SD=2.94$ )。按照名字主人性别将问卷分为两组，每组问卷有 5 个版本，每个版本中人物的名字不同。其中问卷 1-5 中的人物均为男性，问卷 6-10 的人物均为女性。作答每个版本问卷的男、女被试数量基本平衡。71 人作答第一组问卷（男生 32 人，女生 39 人），65 人作答第二组问卷（男生 30 人，女生 35 人）。所有被试均自愿参与实验，通过操纵性检验的被试获得一定的实验报酬。

实验 3a 的实验设计为 2（名字性别化：男性化，女性化） $\times$ 2（人物性别：男，女） $\times$ 2（被试性别：男，女） $\times$ 2（评价维度：热情，能力）4 因素混合实验设计，人物性别和被试性别为被试间变量。因变量为被试对名字主人的热情与能力维度评价以及交往选择结果。以性别化名字、评价维度为被试内变量，人物性别和被试性别为被试间变量进行重复测量方差分析。

实验 3a 中，纳入无效数据和剔除无效数据的方差分析主要结果见表 2。实验 3a 剔除 23 名被试的无效作答数据后，存在显著差异的效应有：性别化名字和目标性别的交互效应、性别化名字和维度的交互效应，以及性别化名字、维度和目标性别的交互效应。而比较包含无效数据和剔除无效数据的分析结果发现，三组交互效应仍然存在显著性差异，并且其效应量有所升高，说明上述效应非常稳定，另一方面也表明无效数据的存在可能会对结果造成干扰。对于上述结果，文章进行了报告与讨论。

表 2 实验 3a 中纳入和剔除无效数据的方差分析主要结果

变量	纳入无效数据			剔除无效数据		
	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$
名字*目标性别	11.20	0.001	0.07	14.10	0.000	0.10
名字*被试性别*目标性别	1.04	0.31	0.01	0.25	0.62	0.002
维度*目标性别	0.83	0.36	0.01	0.97	0.33	0.007
维度*被试性别*目标性别	0.12	0.73	0.001	0.18	0.67	0.001
名字*维度	23.41	0.000	0.13	23.11	0.000	0.15
名字*维度*被试性别	0.27	0.60	0.002	0.24	0.62	0.002
名字*维度*目标性别	4.45	0.04	0.03	4.52	0.04	0.03

实验 3b 中，线上招募大学生 144 人。13 名被试未通过操纵性检验被剔除，最终有效被试 131 名（男 52 人，女 79 人）。平均年龄 21.95 岁( $SD=2.41$ )。按照名字主人性别将问卷分为两组。作答每组问卷的男、女被试数量基本平衡。67 人作答第一组问卷（男生 27 人，女

生 40 人），64 人作答第二组问卷（男生 25 人，女生 39 人）。所有被试均自愿参与实验，通过操纵性检验的被试获得一定的实验报酬。

实验 3b 的实验设计同实验 3a。实验 3b 中剔除和纳入无效数据的主要结果见表 3。

表 3 实验 3b 中纳入和剔除无效数据的方差分析主要结果

变量	纳入无效数据			剔除无效数据		
	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$
名字*目标性别	4.96	0.03	0.03	4.96	0.03	0.04
名字*被试性别*目标性别	0.36	0.55	0.003	0.20	0.66	0.002
维度*目标性别	0.05	0.82	0.000	0.02	0.88	0.000
维度*被试性别*目标性别	0.75	0.39	0.005	0.26	0.62	0.002
名字*维度	42.61	0.000	0.233	41.22	0.000	0.25
名字*维度*被试性别	1.25	0.27	0.01	1.09	0.30	0.01
名字*维度*目标性别	2.40	0.12	0.02	2.54	0.11	0.02

根据上表，剔除 13 名被试的无效作答数据后，存在显著差异的效应有：名字和目标性别的交互效应以及名字和维度的交互效应。比较包含无效数据和剔除无效数据的分析结果发现：(1)两组交互效应仍然存在显著性差异，并且效应量均有所升高，这一方面说明名字和目标性别的交互效应以及名字和维度的交互效应非常稳定，另一方面也表明无效数据的存在可能会对结果造成干扰。对于上述结果，文章均进行了报告与讨论。

**意见 7：**研究 3 对主要假设的分析方法是卡方检验，并且是拆开做的，其实并不严谨。考虑到研究设计比较复杂，不仅有名字持有者的性别因素，还会有被试的性别因素等，更为妥当的分析方法是做 Logistic 回归，因变量仍然是目前的 0/1 二分变量（可以对交友情境和任务情境分别建立各自的回归模型），自变量需要纳入被试性别、人物性别以及它们的交互作用项。如此一来，目前的被试量对于模型估计来说可能也是远远不够的。（或者从研究设计的角度来说，因变量的测量采用连续变量而非二分变量可能更有效）

**回应：**感谢专家的宝贵意见！根据专家建议，作者采用名字类型作为自变量，同伴/搭档的选择结果（二分变量）作为因变量，以热情能力评价作为中介变量，采用 Logistic 回归进行中介分析。采用 G-power 进行样本量估算后，发现至少需要近千名被试方可满足 Logistic 回归的分析条件。作者对研究 3 进行调整并重新开展实验，故在修改稿中未呈现原研究 3 的结果。不过，鉴于先前研究仍具有一定的参考价值，下面将呈现原研究 3 的中介效应分析结果，以供专家参考

原研究 3 中介效应分析结果：

为检验假设 3（在交友情境中，人们倾向于选择女性化名字的女性为伙伴；在任务情境下，人们倾向于选择男性化名字的男性为搭档），分别在交友和任务情境下，建立以被试性别、人物性别以及二者的交互作用项为自变量，选择结果为因变量的 Logistic 回归模型。结果如表 1 所示，在交友情境下，名字主人性别不能预测被试对交往伙伴的选择。而在任务情境中，名字主人性别能够正向预测被试对共事搭档的选择，即被试更可能选择取男性化名字的男性和女性化名字的女性为搭档。

表 1 热情、能力特质在两种情境下预测男性、女性名字主人选择的 Logistic 回归模型

		<i>B</i>	<i>S.E</i>	<i>Wals</i>	<i>df</i>	<i>P</i> 值	<i>Exp(B)</i>
交友情境	名字主人性别	-0.535	1.20	0.20	1	0.66	0.59
	被试性别	-1.30	1.28	1.02	1	0.31	0.27
	名字主人性别 × 被试性别	0.86	0.83	1.08	1	0.30	2.36
	常数	1.21	1.86	0.42	1	0.52	3.35
	名字主人性别	4.02	1.75	5.30	1	0.02	55.54
任务情境	被试性别	3.23	1.84	3.07	1	0.08	25.29
	名字主人性别 × 被试性别	-1.31	1.04	1.57	1	0.21	0.27
	常数	-8.72	3.18	7.49	1	0.01	0.000

进一步,采用 Logistic 回归分析方法,以搭档选择结果作为因变量,特质评分作为自变量,分别在名字主人为男性、女性两种条件下,建立热情、能力评分在名字性别化和搭档意向之间的中介模型。结果如表 2 所示,能力评价正向预测被试对男性化名字男性的搭档选择结果,能力评价能正向预测被试对男性化名字的女性的搭档选择结果。

表 2 热情能力特质在任务情境下预测男女搭档选择的 Logistic 回归模型

名字主人性别	特质评分	<i>B</i>	<i>S.E</i>	<i>Wals</i>	<i>df</i>	<i>P</i> 值	<i>Exp(B)</i>
男性	热情	0.06	0.54	0.01	1	0.92	1.06
	能力	<b>1.71</b>	<b>0.61</b>	<b>7.76</b>	<b>1</b>	<b>0.01</b>	<b>5.52</b>
	常数	-1.56	0.47	10.99	1	0.00	0.21
女性	热情	-0.22	0.31	0.51	1	0.48	0.80
	能力	1.11	0.32	12.42	1	0.00	3.03
	常数	1.12	0.44	6.35	1	0.01	3.06

注:任务情境中,特质评分=男性化名字-女性化名字

意见 8: 总体来看,研究 1 和 2 均考察的是名字刻板印象,只有研究 3 进一步考察了名字对人际结果的影响,而且研究 3 没有进行必要的中介作用分析,仅仅是把印象评价和人际交往作为两个平行的、同等地位的结果变量对待,结果比较单薄。实际上,按照意见 7 的做法,把卡方检验换成 Logistic 回归,并且把后面的方差分析也换成回归分析(*t* 检验和 ANOVA 都是回归分析的特例),是可以做中介效应检验的。这将大大丰富本研究的结果和意义。

回应：感谢专家的认真阅读和宝贵意见！作者对原研究 3 加以调整并重新开展实验，调整如下：（1）由于研究 2、3 中的名字数量较少，在一定程度上可能限制了研究结论的推广性，故在研究 3a 和 3b 中纳入更多的名字（10 个性别化名字，男性化名字和女性化名字各半）作为实验材料；（2）将目标人物的选择结果这一因变量调整为连续变量，请被试在百分制量表上分别评价在多大程度上会和两个人物交往或者完成任务，交友情境例题：在多大程度上，你会选择和余铭辉这位乘客同座。任务情境例题：在多大程度上，你会选择和余铭辉这位选手搭档；（3）本研究无需对情境加以比较，因此在修改稿中将研究 3 分为研究 3a 与 3b 两个子研究，研究 3a 考察交友情境下名字和性别对人际交往的影响及其机制；研究 3b 考察任务情境下名字和性别对人际交往的影响及其机制。下面是研究 3a 和研究 3b 的中介效应分析结果：

研究 3a 中介效应分析结果：

以被试对不同名字个体的选择结果作为被试内变量，名字主人性别和被试性别作为被试间变量，方差分析发现，名字主效应显著， $F(1, 132)=5.38, p<0.05, \eta^2=0.04$ ，被试对女性化名字主人的交往意愿 ( $M=54.11, SD=22.07$ ) 高于男性化名字主人 ( $M=45.89, SD=22.07$ )。名字和人物性别交互效应显著， $F(1, 132)=24.34, p<0.001, \eta^2=0.16$ 。简单效应分析发现，对女性人物的交往意向在名字上存在差异， $F(1, 134)=25.16, p<0.001$ ，被试对女性化名字女性的交往意向 ( $M=62.72, SD=20.20$ ) 高于男性化名字的女性 ( $M=32.28, SD=20.20$ )；对男性人物的交往意向在名字上的差异边缘显著， $F(1, 134)=3.05, p=0.08$ ，被试对男性化名字男性的交往意向 ( $M=54.24, SD=20.67$ ) 略高于女性化名字男性 ( $M=45.76, SD=20.67$ )。

为进一步解释性别化名字影响人际交往的机制，使用 SPSS 的 MEMORE 插件(Montoya & Hayes, 2017; 王阳, 温忠麟, 2018)，建立热情、能力维度在名字性别化和交友意向之间的中介模型。由于名字影响被试对女性人物的交往意向，故建立以女性人物选择结果为预测变量的中介模型，纳入评价维度、名字性别化和交友意向评分后的回归方程显著( $R^2=0.44, F(4, 60) = 11.64, p<0.001$ ；见图 3)，女性化名字的女性比男性化名字的女性得到更高的热情评价 ( $b = 0.48, SE = 0.17; t(64) = 2.90, p < .01, 95\% CI = [0.15, 0.81]$ )；而不同名字女性的能力评价差异不显著，( $b = 0.20, SE = 0.14; t(64) = 1.40, p > .05, 95\% CI = [-0.09, 0.49]$ )。对女性的热情评价能够正向预测交往意愿( $b = 0.91, SE = 0.14; t(60) = 6.69, p < .001, 95\% CI = [0.64, 1.18]$ )。对女性的能力评价无法预测交往意愿( $b = 0.11, SE = 0.15; t(60) = 0.73, p > .05, 95\% CI = [-0.20, 0.42]$ )。热情在性别化名字对女性交友意向的预测模型中起到完全中介作用(间接效应=0.44,  $95\% CI = [0.16, 0.71]$ ；直接效应= 0.34,  $95\% CI = [-0.04, 0.72]$ )。

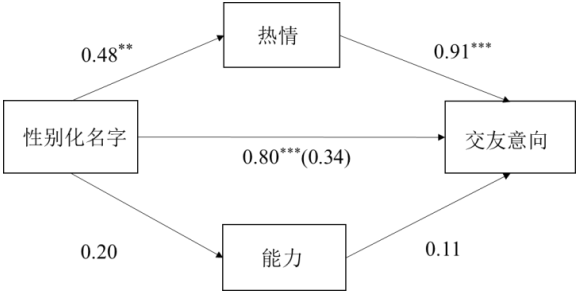


图 3 名字性别化对女性人物交友意向的中介模型图

研究 3b 中介效应分析结果：

以不同名字人物的选择结果作为被试内变量，名字主人性别和被试性别作为被试间变量，重复测量方差分析发现，性别化名字主效应显著， $F(1, 127)=15.78, p<0.001, \eta^2=0.11$ ，被试对男性化名字主人的搭档意向( $M=58.18, SD=22.49$ )高于女性化名字主人( $M=41.82, SD=22.49$ )。名字和人物性别的交互效应不显著， $F(1, 127)=1.73, p=0.22, \eta^2=0.01$ 。性别化名字和被试性别交互效应显著， $F(1, 127)=4.82, p<0.05, \eta^2=0.04$ ，但二者的简单效应不显著。

使用 SPSS 的 MEMORE 插件，建立特质评价在名字和搭档选择之间的中介模型。尽管任务情境中名字和人物性别的交互效应不显著，说明男性化名字对于男性和女性搭档选择的影响可能是相同的，但为了检验假设 3（能力维度在名字和男性搭档选择间的中介作用），将分别建立男性、女性搭档选择的中介模型：

纳入评价维度、名字性别化和对女性搭档意向评分后的回归方程显著( $R^2=0.52, F(4, 59)=15.88, p<0.001$ )，男性化名字的女性比女性化名字的女性得到更低的热情评价( $b = -0.35, SE = 0.16; t(63) = -2.11, p < .05, 95\% CI = [-0.68, -0.02]$ )；而不同名字女性的能力评价差异不显著( $b = -0.10, SE = 0.17; t(63) = -0.59, p = .55, 95\% CI = [-0.44, 0.24]$ )。对女性的能力评价能够正向预测搭档意愿( $b = 1.03, SE = 0.15; t(59) = 7.08, p < .001, 95\% CI = [0.74, 1.32]$ )，而对女性的热情评价无法预测搭档意愿( $b = 0.23, SE = 0.15; t(59) = 1.52, p = .13, 95\% CI = [-0.07, 0.54]$ )。故评价维度在名字到女性搭档选择意向的中介模型不成立。

纳入评价维度、名字性别化和对男性搭档意向评分后的回归方程显著( $R^2=0.50, F(4, 62)=15.78, p<0.001$ ；见图 4)，男性化名字的男性比女性化名字的男性得到更低的热情评价( $b = -0.29, SE = 0.14; t(66) = -2.11, p < .05, 95\% CI = [-0.56, -0.01]$ )；男性化名字的男性比女性化名字的男性得到更高的能力评价( $b = 0.39, SE = 0.17; t(66) = 2.28, p < .05, 95\% CI = [0.05, 0.73]$ )。对男性的热情评价无法预测搭档意愿( $b = -0.03, SE = 0.15; t(62) = -0.22, p = 0.82, 95\% CI = [-0.33, 0.27]$ )，对男性的能力评价正向预测搭档意愿( $b = 0.77, SE = 0.13; t(62) = 6.13, p < .001, 95\% CI = [0.52, 1.03]$ )。能力在性别化名字对男性搭档意向的预测模型中起到完全中介作用(间接效应 $=0.30, 95\% CI = [0.04, 0.60]$ ；直接效应 $= -0.08, 95\% CI = [-0.43, 0.28]$ )。

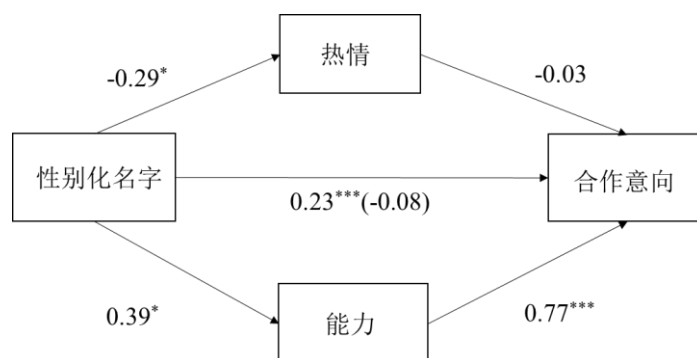


图 4 名字性别化对男性人物合作意向的中介模型

意见 9：次要意见：

1. 方法部分的描述需要再详细、明确一些，比如被试是具体通过何种标准剔除的、实验材料具有怎样的随机化设置、被试性别和人物性别到底是如何分配的等等。审稿人可以花时间去揣摩，但广大读者需要的是更清楚直接的描述。

回应：感谢审稿人的意见，作者在修改稿中对被试取样、材料随机化设置、人物性别分配等方法进行了详细的说明，文中具体修改内容如下：

研究 1：

#### 2.2.1 被试

招募大学生被试 176 名，其中 6 人选项重复或有明显作答规律，可能存在不认真作答的情况故剔除其数据，最终有效被试 170 人。被试平均年龄为 21.7 岁 ( $SD=3.06$ )，男性 73 名，女性 97 名。所有被试自愿参与研究，问卷作答完毕获得一定报酬。采用问卷星的题目随机设置，随机抽取 70-100 个名字请被试进行热情和能力评价。

研究 2：

#### 3.2.1 被试

140 名大学生参与线上实验，19 人未通过问卷中的操纵性检验被剔除，最终有效被试 121 名（男生 57 名，女生 64 名）。被试平均年龄为 22.6 岁 ( $SD=3.14$ )。问卷按照名字主人性别分为两个版本，问卷 1 中的人物均为男性，问卷 2 的人物均为女性。被试随机填答一个版本的问卷，其中 62 人作答问卷 1（男生 27 人，女生 35 人），59 人作答问卷 2（男生 30 人，女生 29 人）。所有被试自愿参加实验，实验结束后获得一定报酬。

#### 3.2.3 实验材料与程序

研究采用想象情境范式，实验材料改编自包寒吴霜等（2016）研究 2 的情境指导语。首先，告知被试将参加一个印象评价研究。接着，向被试介绍有两位交换生将进入班级进行交流学习，且均为男生（另一批被试被告知为女生）。但因信息有限只能呈现学生名单，向被试呈现的名单上有两个人的名字，男性化名字和女性化名字为研究一中的“余铭辉”和“杜惠敏”。随后，为确保被试已掌握交换生信息，被试需回答一道操纵性检验题：根据前面的人物信息，判断人物性别。该题答错自动停止作答，问卷作废。通过操纵性检验的被试随后需凭借其直觉，在“热情的、友好的、真诚的”3 个热情特质词以及“聪明的、能干的、高效的”3 个能力特质词上，对两名交换生进行 1-7 分的评价。3 个热情特质词的评分均值以及 3 个能力特质词的评分均值分别作为热情和能力评价指标。本实验中热情测量的内部一致性信度为 0.84，能力测量的内部一致性信度为 0.82。

研究 3a：

#### 4.1.2.1 被试

在网上招募大学生被试 159 名。23 名被试未通过操纵性检验被剔除，有效被试 136 名（男 62 名，女 74 名）。平均年龄 21.65 岁 ( $SD=2.94$ )。按照名字主人性别将问卷分为两组，每组问卷有 5 个版本，每个版本中人物的名字不同。其中问卷 1-5 中的人物均为男性，问卷



6-10 的人物均为女性。被试随机填答一个版本的问卷，其中 71 人作答第一组问卷（男生 32 人，女生 39 人），65 人作答第二组问卷（男生 30 人，女生 35 人）。所有被试均自愿参与实验，通过操纵性检验的被试获得一定的实验报酬。

#### 4.1.2.3 实验材料与程序

创设“交友”情境，实验材料参考 Kervyn 等人（2012）研究中热情取向的情境。被试被告知参与一项情境想象研究，首先阅读指导语：您将乘坐大巴去郊游。由于您报名时间晚，车上只剩下两个空位，这两个空位的位置差不多。您可以在报名系统看到客车座位预约旅客的名字和性别信息。接着，被试需根据游客的名字和性别信息，在热情和能力特质词上对两名游客进行 1-7 分评价，之后在百分制量表上分别评价与两名旅客的同座意向。最后，被试需回答一道操纵性检验题：根据游客信息，判断下列游客的性别。此题答错问卷作废。

在名字的选择上，选用研究 1 中 5 个男性化名字（余铭辉、范坤鸿、任鸣涛、谭振康、姜宏韬）和 5 个女性化名字（杜惠敏、汪玥莹、戴雪纯、钟思莹、姚钰静），在 Excel 中进行随机分组，具体过程如下：在 Excel 中按照性别化将名字列为两组并编号，之后采用“RANDBETWEEN”公式在 1 到 5 的范围内生成随机整数，两列名字中数值最接近的名字分为一组，生成 5 组研究材料。结合名字主人的性别，最终形成 10 套版本的问卷。特质词以及性别的操纵方式同研究 2。实验 3a 热情、能力测量内部一致性信度为 0.66 和 0.80。5 个男性化名字热情和能力评分的内部一致性信度为 0.71 和 0.69，5 个女性化名字热情和能力评分的内部一致性信度为 0.61 和 0.68。

研究 3b:

#### 4.2.2.1 被试

线上招募大学生 144 人。13 名被试未通过操纵性检验被剔除，最终有效被试 131 名（男 52 人，女 79 人）。平均年龄 21.95 岁( $SD=2.41$ )。按照名字主人性别将问卷分为两组。被试随机填答一个版本的问卷，其中 67 人作答第一组问卷（男生 27 人，女生 40 人），64 人作答第二组问卷（男生 25 人，女生 39 人）。所有被试均自愿参与实验，通过操纵性检验的被试获得一定的实验报酬。

#### 4.2.2.2 实验设计与程序

实验设计与流程同实验 3a。不同之处在于情境指导语。实验 3b 的任务情境指导语：您参加了一个知识竞赛，其中一个环节要求两人组队完成一项困难任务。赛制组为您随机安排了两名参赛选手，您可以看到选手的名字和性别信息。接着，被试需根据选手的名字和性别信息，在热情和能力特质词上对两位选手进行 1-7 分评价，之后在百分制量表上分别评价与两位选手的搭档意向。名字的选择同实验 3a。实验 3b 热情与能力测量内部一致性信度分别为 0.78 和 0.72。5 个男性化名字热情和能力评分的内部一致性信度为 0.69 和 0.75，5 个女性化名字热情和能力评分的内部一致性信度为 0.77 和 0.72。

意见 10：次要意见 2. 请避免“ $p < 0.000$ ”这样的错误（文章第 4.3 小节有一处）。

**回应：**非常感谢专家细心指出！作者比照数据结果对文章进行了认真核对，杜绝此类问题的发生。

**意见 11：**次要意见 3. 个别统计结果的表述不准确，如第 4.3 小节里面的“ $\chi^2 = 6.56, df = 1, p < 0.01, \phi = 0.35$ ”，根据后面报告的“ $n = 37$ ”和“ $n = 18$ ”重新验算， $p = 0.0104$ ，而非小于 0.01。

**回应：**感谢审稿人指出文中的疏漏。在修改稿中，作者对数据结果进行了认真检查，准确报告统计结果。

**意见 12：**次要意见 4. 不显著的结果最好也报告效应量。

**回应：**感谢审稿人的意见。作者在修改稿中对不显著的结果的效应量也进行了报告，以供读者参考。

**意见 13：**建议对效应量的大小进行必要的解读。

**回应：**感谢专家的宝贵意见。作者在文中各研究的讨论和总讨论中，对主要结果的效应量进行了解读，文中具体修改内容如下：

## 5.2 名字影响个体“本应具有”的特质评价

本研究中不同性别人物的名字和评价维度交互作用的效应量在 0.1~0.25 之间，属于低效应量，原因在于被试做出评价时参考的线索非常有限，并且当对人进行评价时，人们往往抱以比较谨慎的态度。在现实生活中，人们会整合多种线索评价他人，名字在评价中起到的作用可能会被冲淡。

## 5.3 名字改变个体的刻板化评价

在实验 3b 的任务情境中，男性化名字的女性在评价维度差异的效应量高达 0.35，高于实验 3a 交友情境中的效应量 0.1，两项子研究的名字材料相同，意味着情境可能也会影响人们对名字主人的评价。这一结果为男性化名字助力女性职场发展(Coffey, & McLaughlin, 2016; 郭凤, 任孝鹏, 苏红, 2020)的原因提供了可能的解释：女性高热情、低能力的刻板印象，在一定程度上限制了女性的职业发展(Atir, & Ferguson, 2018)。男性化名字削弱了人们对女性热情维度的感知，相对提升了女性的能力评价，从而助力女性的职业发展。

**意见 14：**根据 APA 格式，参考文献的文内引用也需要按照作者姓氏首字母排序，例如开头的(Robnett, 2017; Atir & Ferguson, 2017) 应改为(Atir & Ferguson, 2017; Robnett, 2017)。中文也一样，(朱忆萧, 2011; 杨婷, 任孝鹏, 2016) 应改为(杨婷, 任孝鹏, 2016; 朱忆萧, 2011)。其他地方请自行检查。

回应：感谢专家指出文中的疏漏，作者按照 APA 格式，在修改稿中调整了参考文献的引用顺序。

意见 15：某些文献的年份存在出入，例如文内引用的（Atir & Ferguson, 2017）应为（Atir & Ferguson, 2018）。其他地方请自行检查。

回应：感谢专家的细心指出！作者已对文中引用的参考文献进行逐一核对，修正了参考文献信息。

意见 16：文章 4.4 讨论中说“名字能将相应特质赋予其主人”，可能会让读者感到奇怪。名字可能是暗含某些特质的，但“将特质赋予主人”讲的是名字对个体自身的人格特质的影响，这需要与本研究探讨的社会知觉效应区分开。

回应：感谢专家的仔细阅读与宝贵建议。作者先前的表述确实存在语义不详的问题，作者对文章进行了挑剔性阅读，力求语言表达准确。

附录 1 研究一材料

名字评价问卷

你好，欢迎参加我们的研究。本研究旨在了解名字给人的第一印象，请凭你的直觉，对下面出现的名字进行评价。你的认真参与对我的研究结果非常重要，感谢你的配合。

1. 你的性别 [单选题]

男    女

2. 你的年龄 [填空题]

下面有一些人名，请凭借你的直觉，对这些名字进行评价

例题：

1. “香凝”这个名字给你的印象是

	非常不符合	比较不符合	有些不符合	一般	有些符合	比较符合	非常符合
热情友好， 真诚可信	1	2	3	4	5	6	7
聪明能干， 做事高效	1	2	3	4	5	6	7

2. “雨桐”这个名字给你的印象是

	非常不符合	比较不符合	有些不符合	一般	有些符合	比较符合	非常符合
热情友好， 真诚可信	1	2	3	4	5	6	7
聪明能干， 做事高效	1	2	3	4	5	6	7

3. “健宏”这个名字给你的印象是

	非常不符合	比较不符合	有些不符合	一般	有些符合	比较符合	非常符合
热情友好， 真诚可信	1	2	3	4	5	6	7
聪明能干， 做事高效	1	2	3	4	5	6	7

4. “绪波”这个名字给你的印象是

	非常不符合	比较不符合	有些不符合	一般	有些符合	比较符合	非常符合
热情友好， 真诚可信	1	2	3	4	5	6	7
聪明能干， 做事高效	1	2	3	4	5	6	7

## 附录 2 研究 2 实验材料

### 情境想象任务（问卷 1）

你所在的班级将有两位来自国内其他学校的交换生，她们将在班里进行一个学期的交流学习。在交换生名单上，你看到两位同学的名字，她们是**杜惠敏和余铭辉**，且均为**女生**。

1. 在前面的材料中，介绍了交换生的基本情况，其中名叫“**余铭辉**”的同学的性别是  
A. 男（若被试选择此项，系统将自动提交答卷）      B. 女

2. 下列词语在多大程度上符合你对**杜惠敏**这位女同学的印象，请凭直觉对杜惠敏进行评价。

	非常不符合	比较不符合	有些不符合	一般	有些符合	比较符合	非常符合
热情的	1	2	3	4	5	6	7
友好的	1	2	3	4	5	6	7
真诚的	1	2	3	4	5	6	7
聪明的	1	2	3	4	5	6	7
能干的	1	2	3	4	5	6	7
做事高效的	1	2	3	4	5	6	7

3. 下列词语在多大程度上符合你对**余铭辉**这位女同学的印象，请凭直觉对余铭辉进行评价。

	非常不符合	比较不符合	有些不符合	一般	有些符合	比较符合	非常符合
热情的	1	2	3	4	5	6	7
友好的	1	2	3	4	5	6	7
真诚的	1	2	3	4	5	6	7
聪明的	1	2	3	4	5	6	7
能干的	1	2	3	4	5	6	7
做事高效的	1	2	3	4	5	6	7

### 情境想象任务（问卷 2）

你所在的班级将有两位来自国内其他学校的交换生，他们将在班里进行一个学期的交流学习。在交换生名单上，你看到两位同学的名字，他们是**杜惠敏和余铭辉**，且均为**男生**。

1. 在前面的材料中，介绍了交换生的基本情况，其中名叫“**杜惠敏**”的同学的性别是  
A. 男（若被试选择此项，系统将自动提交答卷）      B. 女

2. 下列词语在多大程度上符合你对**杜惠敏**这位男同学的印象，请凭直觉对杜惠敏进行评价。

3. 下列词语在多大程度上符合你对**余铭辉**这位男同学的印象，请凭直觉对余铭辉进行评价。

注：2、3 题特质词同情境想象任务（问卷 1）

### 附录 3 研究 3a 实验材料

#### 交友情境想象研究（版本 1，人物性别为男性）

你好，欢迎参加我们的研究。这是一个关于想象的实验，请尽可能将自己置身于情境中，想象事情真实发生在自己身上。你的认真参与对我的研究非常重要，感谢你的配合。

您将乘坐大巴去郊游。由于您报名时间晚，车上只剩下两个空位，这两个空位的位置差不多。您可以在报名系统看到客车座位预约旅客的基本信息。

座位 1: 谭振康  
男

座位 2: 杜惠敏  
男

1. 下列词语在多大程度上符合你对谭振康这位男乘客的印象，请凭借直觉来评价谭振康。

	非常不符合	比较不符合	有些不符合	一般	有些符合	比较符合	非常符合
热情的	1	2	3	4	5	6	7
友好的	1	2	3	4	5	6	7
真诚的	1	2	3	4	5	6	7
聪明的	1	2	3	4	5	6	7
能干的	1	2	3	4	5	6	7
做事高效的	1	2	3	4	5	6	7

2. 下列词语在多大程度上符合你对杜惠敏这位男乘客的印象，请凭借直觉来评价杜惠敏。

	非常不符合	比较不符合	有些不符合	一般	有些符合	比较符合	非常符合
热情的	1	2	3	4	5	6	7
友好的	1	2	3	4	5	6	7
真诚的	1	2	3	4	5	6	7
聪明的	1	2	3	4	5	6	7
能干的	1	2	3	4	5	6	7
做事高效的	1	2	3	4	5	6	7

在两位男乘客中，你更愿意选择谁作为你的同座，请按照你的真实想法拖动滑条，或者在文本框中输入数字。【填写提示：数字越大，表明你想和某位乘客同座的意向越高；数字越小，表明你想和某位乘客同座的意愿越低。】

谭振康 \_\_\_\_\_ 杜惠敏 \_\_\_\_\_

此题考察你作答的认真程度。请根据[先前人物的基本信息](#)，选择人物的性别。

谭振康的性别是 A 男 B 女

杜惠敏的性别是 A 男 B 女

4. 你的性别 [单选题] 男 女

5. 你的年龄 [填空题] \_\_\_\_\_

附录 3 研究 3b 实验材料

任务情境想象研究（版本 6，人物性别为女性）

你好，欢迎参加我们的研究。这是一个关于想象的实验，请尽可能将自己置身于情境中，想象事情真实发生在自己身上。你的认真参与对我的研究非常重要，感谢你的配合。

您参加了一个知识竞赛，其中一个环节要求两人组队完成一项困难任务。赛制组为您随机安排了两位参赛选手，您可以从这两个人中挑选一位作为搭档，选手的基本信息如下：

选手 1： 选手 2：  
余铭辉 汪玥萱  
女 女

1. 下列词语在多大程度上符合你对余铭辉这位女选手的印象，请凭借直觉来评价余铭辉。

	非常不符合	比较不符合	有些不符合	一般	有些符合	比较符合	非常符合
热情的	1	2	3	4	5	6	7
友好的	1	2	3	4	5	6	7
真诚的	1	2	3	4	5	6	7
聪明的	1	2	3	4	5	6	7
能干的	1	2	3	4	5	6	7
做事高效的	1	2	3	4	5	6	7

2. 下列词语在多大程度上符合你对汪玥萱这位女选手的印象，请凭借直觉来评价汪玥萱。

	非常不符合	比较不符合	有些不符合	一般	有些符合	比较符合	非常符合
热情的	1	2	3	4	5	6	7
友好的	1	2	3	4	5	6	7
真诚的	1	2	3	4	5	6	7
聪明的	1	2	3	4	5	6	7
能干的	1	2	3	4	5	6	7
做事高效的	1	2	3	4	5	6	7

在两位女选手中，你更愿意选谁作为你的搭档，请按照你的真实想法拖动滑条，或者在文本框中输入数字【填写提示：数字越大，表明你想和某位选手搭档的意向越高；数字越小，表明你想和某位选手搭档的意愿越低。】

余铭辉 \_\_\_\_\_ 汪玥萱 \_\_\_\_\_

此题考察你作答的认真程度。请根据先前人物的基本信息，选择人物的性别。

余铭辉的性别是 A 男 B 女

汪玥萱的性别是 A 男 B 女

4. 你的性别 [单选题] 男 女

5. 你的年龄 [填空题] \_\_\_\_\_

## 第二轮

**审稿人 1 意见：**作者在上次审稿意见的基础上增补了新的数据（研究 3），校正了错误，增加了理论阐述，同时提供了详细的研究材料，以及对正文中没有报告的实验数据的结果，得到的结果是可信的，而且也提供了合理的解释。本人没有新的问题和意见。这篇文章的价值在于很好地回应了中国社会情境中的社会现象，并提供了合理的解释，比较有意义。

**回应：**感谢专家的认真阅读与宝贵建议！

**审稿人 2 意见：**作者在概念和变量表述、补充中介分析、交互作用多角度分析讨论，以及核心理论讨论等方面做了很扎实地修改完善。修改稿在更严谨清晰地揭示“男性化女名降低了女性的热情和女性化男名降低了男性的能力”基础上，发现该效应分别在交友和任务两种不同情境下产生了对男性化女名和女性化男名在人际关系中的负面影响，从而比较有力地论证了使用相反性别化名字由于不符合社会期望的刻板印象而不被接受。针对本文这个核心，实际上研究的一些非核心细节有利于补充论证这个核心，以下跟作者商榷。

**意见 1：**文章主线使用类似“名字影响个体[本应具有]的特质评价”这样的表述，而[本应具有]有模糊性。文章也很多时候采用类似“男性化名字被感知为高能力低热情，女性化名字被感知为高热情低能力”这样的表述，默认的是在某一组内比较热情和能力值，如果名字性别一致的热情和能力值在组内（比如女性化女名）的比较相对高低是[本应具有]的参照值，那么，实际上文章的数据提供了[本应具有]的值，研究 2 的女名女性和研究 3a 的男名男性热情和能力没有差别。虽然这一点不妨碍与性别不一致的名字降低了[本应具有]的那一个优势维度的值这个结果，但是一方面这个小的违背刻板印象内容模型是重要的理论基础，本身需要交代和讨论。另一方面如果将比如研究 2 的女性名女性与男名男性相比（目前研究没有这种比较），可能女名女性的热情高于男名男性而能力也不低于男名男性。也就是说，不仅与性别不一致的名字不会给女性带来好处（目前已有的研究结论），而且女性本身能力也不被认为是低的（可能与社会变迁有关），但通过研究 3 可看出来，任何来源的女性的能力因素都不会转变成社会的认可。

**回应：**感谢专家的宝贵建议，作者在原文中的表述确实存在不严谨之处，特进行说明并修改。名字影响个体本应具有性别特质，指的是性别化名字影响男性的能力评价和对女性的热情评价，而不是对同一目标对象的维度比较。文中的相关内容如下：

性别刻板印象对两性“应该具有”的特质进行了严格规定：男性“应该”是成就定向、高能力的，女性“应该”是关怀取向、高热情的（Ellemers, 2018; Prentice, & Carranza, 2002）。若个体缺乏“应有”的性别特质则违反了刻板印象，人们会在认知和行为层面抵制那些反刻板的个体，以维护性别刻板印象（Bosak, Kulich, Rudman, & Kinahan, 2018; 刘珣, 佐斌, 2006）。在评价这一认知层面上，人们对违反刻板预期的个体做出负面评价，比如缺乏亲和力、不够温柔的女性被评价为低热情，优柔寡断、缺乏竞争力的男性被评价为低能力（Bosak, Eagly, Diekmann, & Sczesny, 2018; Eagly, Nater, Miller, Kaufmann, & Sczesny, 2020）。

从刻板印象维护视角出发，我们推断在个体“应有”的评价维度（能力之于男性，热情之于女性），名字和性别不一致的个体可能会受到负面评价。具体而言，男性被认为是高



能力的群体，而人们对女性化名字的能力评价可能低于男性化名字，使用女性化名字的男性也就违反了男性高能力的刻板印象，人们对女性化名字男性的能力评价可能低于男性化名字的男性；同理，男性化名字被感知为低热情，男性化名字的女性可能违反了高热情的刻板印象，人们对男性化名字女性的热情评价也就低于女性化名字的女性。

为确保表达的准确性，作者将“男性化名字被感知为高能力低热情，女性化名字被感知为高热情低能力”及类似表达更正为：女性化名字比男性化名字在热情维度上的评价更高，男性化名字比女性化名字在能力维度的评价更高。

另外，对于“某一组内的维度比较”问题，作者在此进行澄清：关于刻板印象的研究存在两种分析思路，其中主流的分析方式是比较不同评价对象在某一维度上的差异，以性别刻板印象为例，所考察的是某一维度上的性别差异，即人们对两性在热情维度的评价差异和在能力维度的评价差异；另一种分析方法是将评价维度作为一个变量的不同水平，比较某一评价对象在维度评分上的差异。研究2和研究3的目的在于分别在热情和能力两大刻板印象内容维度上，考察性别化名字对不同性别的名字主人评价的影响，恰当的分析方法是比较不同对象在某一维度上的评分差异。作者本着为读者和名字研究领域同行提供参考的考量，在原文中给出了基于两种分析方法的结果，但目前两种结果的呈现易使人对研究目的产生误解，因此作者在修改稿中删减了某一组内维度比较的结果及相关内容。

再者，作者进一步分析比较了性别化名字和性别一致、不一致个体在热情与能力维度的评价，包括对男性化名字的男性与女性化名字的女性分别在热情与能力维度的评分比较，以及对男性化名字的女性和女性化名字的男性的热情与能力比较，文中具体内容如下：

**研究2：**此外，采用独立样本t检验，分别比较了名字性别化与名字主人性别一致、不一致两种条件下个体的热情与能力评价分数，以进一步检验名字和性别对个体评价的影响。结果发现，在性别化名字和名字主人性别一致条件下，被试对男性化名字男性的热情评价低于女性化名字的女性， $t(119)=-1.94, p=0.055, d=-0.36$ ；而性别化名字和名字主人性别不一致时，被试对使用女性化名字的男性的能力评价显著低于男性化名字的女性， $t(119)=-2.77, p<0.01, d=-0.51$ 。

**研究3a：**采用独立样本t检验，分别比较了名字性别化与名字主人性别一致、不一致两种条件下个体的热情与能力评价。结果发现，在性别化名字和名字主人性别一致条件下，被试对男性化名字男性的热情评价低于女性化名字的女性， $t(134)=-4.38, p<0.001, d=-0.76$ ；而在性别化名字和名字主人性别不一致条件，被试对女性化名字的男性的能力评价显著低于男性化名字的女性， $t(134)=-3.25, p<0.01, d=-0.56$ ；被试对女性化名字的男性的热情评价略高于男性化名字的女性， $t(134)=1.83, p=0.07$ 。

**研究3b：**另外，对名字性别化与名字主人性别一致、不一致两种条件下个体的热情与能力评价的t检验发现，在性别化名字和名字主人性别一致条件下，被试对男性化名字男性的热情评价低于女性化名字的女性， $t(129)=-5.53, p<0.001, d=-0.97$ ；而在性别化名字和名字主人性别不一致条件，被试对女性化名字的男性的能力评价显著低于男性化名字的女性， $t(129)=-3.79, p<0.001, d=-0.67$ ；被试对女性化名字的男性的热情评价略高于男性化名字的女性， $t(129)=1.92, p=0.057$ 。

**意见 2:** 同样道理,除了与性别不一致名字的降低优势效应,还有其他的效应,作者也谈到了,主要是研究 3a 女性化男名被认为高热情低能力,也就是不仅能力降低了,而且有个反向的热情提高效应。这也是一种改变[本应具有],这方面对男名女性之所以没有出现(即提高女性的能力),是因为在原本的知觉上,女性的能力知觉就不比自己的热情低,甚至也不比男性低。这一点如果和上面一点结合起来分析,总体上还是指向对女性的不利。

**回应:** 非常感谢专家的认真阅读与宝贵意见。作者根据研究结果,在“**5.3 名字改变个体的刻板化评价**”部分进一步讨论了性别化名字对女性评价的影响,文中的内容如下:

名字通过影响个体“本应具有”的特质评价,能够改变个体的刻板化评价。具体而言,男性化名字的女性比女性化名字的男性被感知为更有能力;在研究 3 中,女性化名字的男性比男性化名字的女性被感知为更富热情。总的来看,男性化名字对女性能力评价的影响非常稳定,且使用相反性别化名字的女性和男性个体在能力评价上差异的效应量均高于 0.5。事实上,如果将名字与性别一致者的评价作为一般意义上的性别刻板印象,可以发现被试对女性的能力评价不低于男性。伴随社会发展与时代变迁,人们的性别观念已然发生变化。Eagly 及其同事(2020)的研究发现,人们对男性和女性的能力感知不存在显著差异。本研究的结果也揭示出人们对女性能力感知的变化。

**意见 3:** 因此,文中 5.3 部分讨论的“男性化名字的女性被感知为低热情,而这相对提升了对女性的能力评价,从而助力女性的职业发展”,这句话有些表面和简略,是否真的如此?至少文中 5.4 部分第 2 段与此矛盾,说的还是对女性的不利。也就是本文很重要的一个发现可能是,即使在热情和能力知觉上,不管是女性,还是男名女性即使有任何的得益,但其高热情也只有在交友情境最终得到认可,而能力高也不会在任务情境得到认可。综上,建议进一步围绕刻板印象和社会角色理论整合研究的所有结果,包括对结果的多角度分析,这些结果一方面可能会加强研究的结论,另一方面可能会揭示出一些与以往研究结果不一样的地方(包括可能文化的因素或社会变迁的因素导致),然而,两个方面也不矛盾。

**回应:** 非常感谢专家的认真阅读与宝贵建议!首先,我们十分认同专家的观点,从研究内容上看,本研究与以往研究考察性别化名字对女性职业发展的影响确实存在差异,故作者在“**5.3 名字改变个体的刻板化评价**”部分删减了“男性化名字的女性被感知为低热情,而这相对提升了对女性的能力评价,从而助力女性的职业发展”这一推论。

其次,如果将工作与任务情境归为能力取向的情境,那么本研究结果揭示出了有别于前人研究的内容:男性化名字的女性并未通过能力评价影响人们对人们与其搭档的意向,而这恰恰反映了人们不会仅凭名字传递的性别线索评估女性的能力。作者从研究内容和社会变迁的视角,调整了“**5.4 人—名匹配效应的情境特异性**”部分的第二段内容,对“性别化名字影响女性搭档选择”作了进一步的讨论,具体内容如下:

本研究发现,相较于女性化名字的女性,人们在任务情境中更青睐男性化名字的女性,印证了男性化名字助力女性职业发展的结论(Coffey, & McLaughlin, 2016; 郭凤等, 2020)。但值得注意的是,由于性别化名字不影响对女性的能力感知,女性的能力特质在性别化名字和搭档选择结果之间的中介路径并不成立。此外,被试能够准确判断名字主人的性别,这就排除了被试将男性化名字的女性误认为男性进而做出选择的可能。或许存在能力以外的因素

影响人们在任务情境下对男性化名字女性的偏好。此外，研究并未发现女性化名字能够帮助男性获得友谊，也就是说，使用相反性别化名字的个体能否从名字中获益取决于性别。有研究表明拥有异性名字的个体使人感到惊奇、怪异（Pilcher, 2016）。或许使用相反性别化名字的男性给人带来的并非是“刚柔相济”的和谐感，而是一种“不阴不阳”的失调感。后续研究可以将情绪与认知相结合来考察名字对人际互动的影响。

意见 4：最后，在进一步深入和完善之后再回过头来做精简的工作。

回应：非常感谢专家的意见！作者在对文章进行认真修改完善后，在不影响研究结论的前提下，对文章进行了适当精简。以下用删除线表示文中删减的内容。具体内容如下：

### 1.1 名字的热情能力特质感知

也因此作为感知性别的线索被广泛应用于研究中。比如研究发现，对于内容相同的两篇文章，教师对男性署名的文章评分更高（Goldberg, 1968; Seraydarian, & Busse, 1981），男性署名的简历邮件更可能得到积极的回复（Cotton, Neill, & Griffin, 2008; Smith, Tabak, Showail, Parks, & Kleist, 2005）。

## 2 研究 1 性别化名字的热情与能力感知

### 2.3 结果

另一方面，我们以被试为单位进行方差分析，比较同一被试对不同名字的热情和能力评分。结果发现，评价维度主效应显著， $F(1,82)=38.71, p<0.001, \eta^2=0.32$ ，被试对名字的热情评价（ $M=4.66, SD=0.27$ ）显著高于能力（ $M=4.53, SD=0.28$ ）；名字和评价维度的交互效应显著， $F(1,82)=32.73, p<0.001, \eta^2=0.29$ 。其他主效应及交互效应均不显著。对性别化名字和维度的简单效应分析发现，女性化名字的热情评价（ $M=4.72, SD=0.31$ ）显著高于男性化名字（ $M=4.58, SD=0.34$ ）， $F(1, 83)=11.73, p<0.001$ ；男性化名字的能力评价（ $M=4.62, SD=0.30$ ）显著高于女性化名字（ $M=4.44, SD=0.34$ ）， $F(1, 83)=23.75, p<0.001$ 。

### 5.2 名字影响个体“本应具有”的特质评价

人们对性别化名字的感知存在维度差异，那么拥有不同名字的男性和女性会给人留下何种印象？

## 5 总讨论

中国人非常重视人的名字，揭示性别化名字影响人际交往的可能机制，有助于引导人们合理运用名字进行印象管理，促进人际互动良性发展和社会关系和谐。

---

### 第三轮

#### 主编意见:

作者需要再仔细通读全文注意修改语言和格式,例如两个作者在正文中参考是(Glick & Fiske, 2011)而不是(Glick, & Fiske, 2011);此外有个细节的疑问想和作者确认,文中重复测量方差分析和交互作用效应量作者计算的为 $\eta^2$ 方还是偏 $\eta^2$ 方,以便给读者呈现准确信息。

回应:感谢专家的认真阅读与宝贵建议!作者对全文进行了挑剔性阅读,按照《心理学报》规范要求认真检查了文中的参考文献,对其中不合格格式规范的引文进行修改。另外,文中的各项效应量均为偏 $\eta^2$ 方,作者在修改稿中将“ $\eta^2$ ”一一更正为“偏 $\eta^2$ ”,并对文中使用的符号进行了仔细检查,确保为读者提供准确的信息。文中具体修改内容如下:

## 1 引言

(Glick, & Fiske, 2011) 改为 (Glick & Fiske, 2011)

### 1.1 名字的热情能力特质感知

(Lindsay, & Dempsey, 2017)改为(Lindsay & Dempsey, 2017), (Duffy, & Ridinger, 1981)改为(Duffy & Ridinger, 1981), (Abele, & Wojciszke, 2007)改为(Abele & Wojciszke, 2007), (Clough, & Bates, 2017; Glick, & Fiske, 2011)改为(Clough & Bates, 2017; Glick & Fiske, 2011), (Etaugh, & Geraghty, 2018)改为(Etaugh & Geraghty, 2018)

### 1.2 性别化名字对个体评价的影响

(Etaugh, & Geraghty, 2018)改为(Etaugh & Geraghty, 2018), (Prentice, & Carranza, 2002)改为(Prentice & Carranza, 2002)

### 1.3 性别化名字对人际交往的影响

(Deaux, & Major, 1987)改为(Deaux & Major, 1987), (McCroskey, & McCain, 1974)改为(McCroskey & McCain, 1974), (Whitty, & Buchanan, 2010)改为(Whitty & Buchanan, 2010), (Coffey, & Mclaughlin, 2016; Coffey, & Walker, 2009)改为(Coffey & Mclaughlin, 2016; Coffey & Walker, 2009)

### 3.4 讨论

(Moss-Racusin, & Johnson, 2016)改为(Moss-Racusin & Johnson, 2016)

### 5.2 名字影响个体“本应具有”的特质评价

(Vaidis, & Bran, 2018)改为(Vaidis & Bran, 2018)

### 5.4 人—名匹配效应的情境特异性

(Coffey, & Mclaughlin, 2016)改为(Coffey & Mclaughlin, 2016)

### 5.6 研究局限与展望

(Whitty, & Buchanan, 2010)改为(Whitty & Buchanan, 2010)