

情绪性别刻板印象的归因解释

张艳红^{1,2}, 佐斌¹

(1.华中师范大学心理学院·人的发展与心理健康湖北省重点实验室,湖北 武汉 430079;

2.长江大学教育科学系,湖北 荆州 434023)

【摘要】 目的:通过两个行为实验来探究人们对情绪性别刻板印象的归因解释。方法:采用 Barrett 等修改了的自发特质推论范式,以不同强度(44%和 88%)的面部表情图片和问卷调查得到的情境句子为实验材料,以大学生为被试在计算机上进行实验。首先在屏幕上呈现随机配对的目标情绪图片和情境句子,接着要求被试对表情强度为 88%的目标情绪图片作出归因判断,然后对目标情绪图片进行再认,最后要求被试回忆情境句子。结果:感知者对女性的正性面部表情和负性面部表情均做出了更多的性格归因解释,而对男性的面部表情则没有。结论:感知者对女性的面部表情表现出更多的对应偏见,而男性的情绪反应则被认为是环境导致。

【关键词】 情绪性别刻板印象;归因;对应偏见

中图分类号: R395.1

文献标识码: A

文章编号: 1005-3611(2011)05-0578-04

Attributional Explanations for Gender Stereotypes of Emotions

ZHANG Yan-hong, ZUO Bin

School of Psychology, Central China Normal University, Wuhan 430079, China

【Abstract】 **Objective:** Two experiments were conducted to investigate Chinese attributional explanations for gender stereotypes of emotions. **Methods:** Pictures of facial expressions morphed by Magic Morph software to create composites that reflected signal strength of 44% and 88% and situational sentences got by investigation were used as experimental materials. First, male versus female faces paired with situational sentences were presented on the screen. Secondly, subjects were asked to make attributional judgement for 88% strength of target emotions. Later, subjects were asked to recognize the faces and recall the sentences. **Results:** Both male and female perceivers made more dispositional attributions for female target faces depicting emotional expressions compared with male ones. **Conclusion:** It demonstrated that perceivers are more likely to show a stronger correspondence bias when judging the cause of emotional behaviors in women when compared with men, whereas men's emotional behavior is caused by situation.

【Key words】 Gender stereotypes of emotions; Attribution; Correspondence bias

作为一种普遍的社会心理现象,性别刻板印象是人们对男性和女性在行为、人格特征等方面的固定看法或信念^[1]。情绪性别刻板印象(gender stereotypes of emotions)已成为性别刻板印象的一个新兴研究领域^[2]。该领域包括人们对男性和女性体验和表现具体情绪程度所持有的特定信念^[3]。不区分具体的情绪,从总体水平上而言,女性比男性更情绪化是最持久的性别刻板印象之一^[4]。

研究发现,当对他人行为的原因进行解释时,感知者经常抱有对应偏见(correspondence bias),即认为行为反映了目标人一些深沉、本质和独特的东西(例如,对行为做性格归因),但实际上,该行为有可能是情境的反应^[5]。有证据表明,感知者更可能对女性(和男性相比)的表情做出性格归因^[6]。

那么,在以儒家文化为代表的东方文化下,人们

是否对女性的情绪也表现出更强的对应偏见?另外,Barrett 等的研究^[7]中仅对离散的负性情绪进行了考察,但是,有研究表明人们在女性的面孔上看到更多的高兴^[8],因此女性的情绪化表现中还应包括高兴等这样的积极情绪。基于对这两方面问题的考虑,本研究拟通过两个实验,采用 Barrett 等修改了的自发特质推论范式^[7],考察当同样的情绪化行为(包括正性和负性情绪)表现在女性和男性面孔上,且同时和表情一起配对呈现情境信息时,人们对目标情绪是否会做出不同的归因解释。

1 实验一:负性情绪的归因研究

1.1 被试

有偿招募在校大学生 49 人,其中男生 21 人,女生 28 人,年龄 18-25 岁,平均年龄为 20.96 岁。所有被试身体健康,视力或矫正视力正常,均为右利手。

1.2 实验材料

从某公司工作人员中招募 8 名模特(4 名男性,

【基金项目】 教育部人文社会科学研究规划项目(05JAXLX009);教育部新世纪优秀人才计划(NCET-06-0675)资助

通讯作者:佐斌

4 名女性,与参与本研究的所有被试均不相识),让他们分别表演 3 种(伤心的、害怕的、生气的)表情。使用 Canon SX210 1400 万像素相机,对拍摄模式进行统一调试。以白墙为背景,表演者取正坐位,距墙 0.2m、距相机 1.0m,以相机聚焦时光线聚集在脸部鼻梁正中时的位置定位相机高度。并由 2 名心理学工作者,就表情的内在情绪涵义、表情特征对表演者进行解释说明,并结合不同的情境和经历诱发其情绪。所有照片均由同一人在同一实验室和同样条件下完成拍摄,图片的大小均标准化为 256×192 像素。初次得到表情图片 48 张。请 40 名心理学专业的本科生(其中男生 17 名,女生 23 名)对这些面孔图片进行评定。按照 Osgood 等的情绪维度理论,从愉悦度(Valence)、唤醒度(Arousal)和优势度(Dominance)三个方面对表情图片进行 5 点量表式评分^[9]。评定等级为 1 到 5,1 表示低值,5 表示高值。然后根据他们评价的结果从中选取较具代表性的图片 24 张,这 24 张图片的评定结果见表 1。并借鉴王妍、罗跃嘉的评定方法^[10],请 30 名大学生(男生 14 名,女生 16 名)对这 24 张图片的情绪类别进行识别,图片情绪类别的识别一致率均超过了 70%(见表 1)。

为了提高表情图片的生态效度,利用 Magic Morph 软件得到各种表情下 44%和 88%强度的图片^[7,11],0%代表中性表情,100%代表表演的表情。考虑到东西方的文化差异,西方人情绪表现夸张,而中国人崇尚情绪抑制,情绪表现较为内向、含蓄,所以本研究中使用情绪强度 88%的表情图片作为目标表情图片。

以 40 名心理学专业的本科生(其中男生 17 名,女生 23 名)为被试,对情绪的情境归因进行了开放式的问卷调查。再根据情境句子的频率,从每种情绪的情境归因句子中,选出 8 个频率高的情境句子。这 8 个情境句子随机地与情绪图片进行配对。

表 1 各种负性表情图片愉悦度、唤醒度和优势度的平均值(标准差)及识别一致率

	伤心	害怕	生气
愉悦度	1.39 (0.57)	2.16 (0.70)	2.13 (0.60)
唤醒度	3.01 (0.85)	2.96 (0.91)	3.05 (0.94)
优势度	3.02 (0.89)	3.08 (0.90)	3.16 (0.89)
识别一致率	78.33%	72.08%	80.42%

1.3 实验设计

采用 2(目标性别:男、女)×3(情绪:伤心、害怕、生气)×2(被试性别:男、女)混合实验设计,其中被试性别是组间变量,其它因素均为组内变量。因变量是性格归因的平均频次、再认正确率。

1.4 实验程序

1.4.1 学习阶段 首先在电脑屏幕中心出现一个红色“+”符号注视点,提醒被试实验开始。接着,向被试呈现目标男性和目标女性的面部表情图片和描绘该表情的情境句子,表情图片在中心,情境句子在图片下面。让被试想象目标人的表情所对应的情境,并尽力记住这个表情和与之配对的情境句子。在实验的最后阶段将让被试辨认这些表情面孔图片和回忆这些情境句子。面部表情图片(图片中表情的强度为 88%)共 24 张,每种表情图片随机地与 8 个情境句子中的一个配对。每一“表情图片-情境句子”配对随机呈现 4 次,一共有 96 个 trials。“图片-句子”配对在屏幕上的呈现时间为 3000ms,间隔时间为 1000ms。

1.4.2 归因阶段 接着,给被试呈现目标面部表情,但不呈现情境句子。要求被试迅速做出判断,判断该目标表情是由目标人物的性格引起还是由情境引起。若认为目标面部表情是个性因素导致,按 L 键;若认为目标表情是情境因素导致,按 S 键。反应按键在被试间平衡。例如,如果你看到一个人生气的表情,也许你认为他(她)是反应过激,属于个性因素;也许你认为他(她)刚经历了一些烦恼的事情,属于情境因素。每张面部表情呈现两次,判断结束,面部表情图片消失,间隔时间 1000ms,一共 48 个 trials。记录其判断和反应时。

1.4.3 再认阶段 然后,同时左右呈现 44%和 88%强度的面部表情图片,88%强度的是目标表情图片。让被试判断归因阶段中看到的表情图片的位置。如果目标表情图片在左边,按 1 键;如果在右边,按 0 键。同样,判断结束,面部表情图片消失,间隔时间 1000ms。记录其判断和反应时。

1.4.4 回忆阶段 最后,给被试 5 分钟时间,写下他们能够记住的情境句子,尽可能地书写完整和正确。

1.5 实验结果

1.5.1 归因阶段 以性格归因的平均频次为因变量,进行 2(目标性别:男、女)×3(情绪:伤心、害怕、生气)×2(被试性别:男、女)的重复测量方差分析。各种情况下的性格归因平均频次见表 2。方差分析结果表明,目标性别的主效应显著,和男性目标表情相比,被试对于女性目标表情做出了更多的性格归因。 $F(1,44)=22.82, P<0.001$ 。情绪的主效应显著, $F(2,88)=3.90, P<0.05$ 。分析结果显示,被试总体而言对伤心表情做出更多的性格归因,接着是生气,然后是害怕。目标性别和情绪的交互效应显著, F

(2,88)=6.60, $P<0.01$ 。进一步的简单效应分析表明,在害怕情绪下,目标性别的简单效应显著 $F(1,45)=5.54,P<0.05$;在生气情绪下,目标性别的简单效应显著,且显著性水平更高, $F(1,45)=7.91,P<0.01$;在伤心情绪下,目标性别的简单效应显著,且显著性水平最高, $F(1,45)=30.38,P<0.001$ 。这些结果说明,被试对女性的表情更多的归因于性格原因,被试对女性害怕、生气、伤心表情做出性格归因的比例依次变高。其它效应不显著,包括被试性别的主效应。

1.5.2 再认阶段 以目标表情再认正确率为因变

量,进行 2(目标性别:男、女) \times 3(情绪:伤心、害怕、生气) \times 2(被试性别:男、女)方差分析。各种情况下的再认平均正确率见表 2。目标性别的主效应显著, $F(1,43)=5.37,P<0.05$,反映出被试能更准确地记忆女性的表情。

1.5.3 回忆句子 以句子的回忆正确率为因变量,进行 3(情绪:伤心、害怕、生气) \times 2(被试性别:男、女)方差分析。各种情况下的句子回忆平均正确率见表 2。结果为主效应和交互效应都不显著。

表 2 负性情绪各种情况下的性格归因平均频次、目标表情再认平均正确率、句子回忆平均正确率

阶段	a1b1s1	a2b1s1	a1b2s1	a2b2s1	a1b3s1	a2b3s1	a1b1s2	a2b1s2	a1b2s2	a2b2s2	a1b3s2	a2b3s2
归因	2.18	4.82	1.59	2.94	2.35	3.94	2.38	4.21	3.03	3.45	3.38	4.14
再认	0.54	0.73	0.56	0.59	0.50	0.66	0.53	0.62	0.58	0.57	0.58	0.53
回忆	b1s1:0.51		b2s1:0.60		b3s1:0.37		b1s2:0.55		b2s2:0.55		b3s2:0.42	

注:a1-男(目标性别),a2-女(目标性别),b1-伤心,b2-害怕,b3-生气,s1-男(被试性别),s2-女(被试性别);归因阶段的数值表示性格归因平均频次,再认阶段的数值表示目标表情再认平均正确率,回忆阶段的数值表示句子的回忆平均正确率;下同。

2 实验二:正性情绪的归因研究

2.1 被试

有偿招募在校大学生 21 人,其中男生 7 人,女生 14 人,年龄 20-24 岁,平均年龄为 21.81 岁。所有被试身体健康,视力或矫正视力正常,均为右利手。

2.2 实验材料

研究者发现男性比女性经历和表现更多的自豪,女性经历和表现更多的高兴^[2],因此实验二的情绪类别拟对高兴和自豪进行考察。选取实验材料的方法同实验一,不同的是让这 8 名模特表演高兴和自豪两种表情,初次得到表情图片 32 张。同时,请 40 名心理学专业的本科生(其中男生 17 名,女生 23 名)对这些面孔图片进行评定。按照 Osgood 等的情绪维度理论,从愉悦度、唤醒度和优势度三个方面对表情图片进行 5 点量表式评分^[9]。评定等级为 1 到 5,1 表示低值,5 表示高值。然后根据他们评价的结果,选取较具代表性的表情图片 16 张,这 16 张表情图片的评定结果见表 3。并请 30 名大学生(男生 14 名,女生 16 名)对这 16 张图片的情绪类别进行识别,图片情绪类别的识别一致率均超过了 70%(见表 3)。

表 3 高兴和自豪愉悦度、唤醒度和优势度的平均值(标准差)及识别一致率

	高兴	自豪
愉悦度	4.53 (0.72)	3.55 (0.81)
唤醒度	3.14 (0.93)	2.99 (0.92)
优势度	3.22 (0.89)	3.06 (0.91)
识别一致率	90.42%	72.50%

2.3 实验设计

采用 2(目标性别:男、女) \times 2(情绪:高兴、自豪) \times 2(被试性别:男、女)混合实验设计,其中被试性别是组间变量,其它因素均为组内变量。因变量是性格归因的平均频次、再认正确率。

2.4 实验程序

程序同实验一。

2.5 实验结果

2.5.1 归因阶段 以性格归因的平均频次为因变量,进行 2(目标性别:男、女) \times 2(情绪:高兴、自豪) \times 2(被试性别:男、女)的重复测量方差分析。各种情况下的性格归因平均频次见表 4。目标性别的主效应显著,和男性目标表情相比,被试对于女性目标表情做出了更多的性格归因, $F(1,20)=5.90,P<0.05$ 。情绪的主效应显著, $F(1,20)=7.46,P<0.05$ 。结果显示,被试对目标面孔的自豪表情做出了更多的性格归因。情绪和目标性别的交互效应不显著,且被试性别的主效应也不显著。

2.5.2 再认阶段 以再认正确率为因变量,进行 2(目标性别:男、女) \times 2(情绪:高兴、自豪) \times 2(被试性别:男、女)方差分析。各种情况下的再认平均正确率见表 4。目标性别的主效应显著, $F(1,19)=11.52,P<0.01$,反映出被试能更准确地识别女性的表情。情绪类别的主效应显著, $F(1,19)=5.62,P<0.05$,被试能更好地识别目标面孔表现出的自豪表情。

2.5.3 回忆句子 以句子的回忆正确率为因变量,进行 2(情绪:高兴、自豪) \times 2(被试性别:男、女)方差分析。各种情况下的句子回忆平均正确率见表 4。结果为主效应和交互效应都不显著。

表 4 正性情绪各种情况下的性格归因平均频次、目标表情再认平均正确率、句子回忆平均正确率

阶段	a1b4s1	a2b4s1	a1b5s1	a2b5s1	a1b4s2	a2b4s2	a1b5s2	a2b5s2
归因	1.67	3.75	4.00	5.50	2.17	2.80	3.10	4.20
再认	0.44	0.58	0.61	0.72	0.52	0.69	0.65	0.85
回忆	b4s1:0.59		b5s1:0.48		b4s2:0.52		b5s2:0.48	

注:b4-高兴;b5-自豪

3 讨 论

在本研究中,无论对于负性情绪(伤心、害怕和生气)还是正性情绪(高兴和自豪),人们均对女性目标表情做出了更多的性格归因。且在负性情绪中,被试对女性的伤心表情做出了更多的性格归因。这可能和东方文化下人们认为女性生性多愁善感这一认知相关联。在正性情绪中,被试对目标面孔的自豪表情做出了更多的性格归因,可能是因为人们的情绪信念中,认为高兴表情是更具有情境性的。负性和正性情绪再认阶段的结果表明被试都能更准确地记忆女性的表情,从另一层面论证了人们认为女性更情绪化的认知观念。在对实验结果进行分析与讨论之前,需要强调两点。首先,关于感知者对女性面部表情表现出对应偏见,人们可能怀疑这是因为和女性表情配对的情境句子(相较于和男性表情配对的情境句子而言)对情绪的唤起度低。而本实验对情境句子的回忆结果表明,性别和情绪的主效应和交互效应均不显著,因此,实验结果可以排除这种怀疑。第二,本研究采用的是自发特质推论范式,对归因判断的评价与解释是客观自然的,与采用谨慎思考进行归因解释的方式有着本质的区别。因此能更直接探查人们对女性更情绪化这一认知的归因。

我们可以为感知者对女性的情绪表现出更强的对应偏见提供几种可能的理论解释。其一,人口学分类的文化涵义和情绪表现之间具有相似性^[12]。在东方文化的角色分工下,男性通常更多地关注自身的事业和社会责任。他们更理性,更善于控制自己的情绪。其实男性所体验的情绪并不比女性少,只是其情绪表现更为收敛和隐藏。而女性通常更多地关注于自己的家庭和日常生活。她们更为感性,而且多重角色的转换也使女性更容易烦躁并且出现情绪波动。东方文化规范和情绪展现规则也表明,人们对女性的情绪波动及其丰富表现也给与了接受,而对于男性则不允许。在这样的文化规范下,女性更容易表露自己的情感,表现自己的情绪,这样就给人们造成了女性更为情绪化的一种认知偏向。其二,实验结果为知觉泛化假设提供了初步的证据,即女性面孔是引起更情绪化的原因。知觉泛化可能与大脑对认知早期所输入的感觉意义的预测机制有关^[13]。当人们看到女性面孔的时候,便会激活大脑中和女性相关的关联(比如,女性多愁善感、情绪表现丰富

等),然后运用这些基本信息去进行类推,从而作出有效预测和判断。其三,人们的这种对应偏见可能是人们以不同的认知目的来区别地对待男性和女性面部表情^[6]。当感知者看见一位女性面部表情时,促发女性情绪的情境,对于感知者而言,变得相对模糊。他们的目的是希望更好地解释关于女性本人的某些东西,这样就导致了最初的性格归因;但是当他们看到一位男性同样的面部表情时,环境会支配他们的注意,他们的目的也许是希望更好地解释男性的周围环境,从而导致了情境归因。

参 考 文 献

1 佐斌主编. 社会心理学. 北京:高等教育出版社,2009

2 Plant EA, Hyde JS, Keltner D, et al. Gender stereotyping of emotion. *Psychology of Women Quarterly*, 2000, 24: 81-92

3 Durik AM, Hyde JS, Marks AC, et al. Ethnicity and Gender Stereotypes of Emotion. *Sex Roles*, 2006, 54: 429-445

4 Williams JE, Best DL. *Measuring sex stereotypes: A multi-nation study*. Newbury Park, CA: Sage, 1990

5 Gilbert DT, Malone PS. The correspondence bias. *Psychological Bulletin*, 1995, 117: 21-38

6 Brescoll VL, Uhlmann EL. Can an angry woman get ahead? Status conferral, gender, and expression of emotion in the workplace. *Psychological Science*, 2008, 19: 268-275

7 Barrett LF, Bliss-Moreau E. She's emotional. He's having a bad day: Attributional explanations for emotion stereotypes. *Emotion*, 2009, 9: 649-658

8 Becker DV, Kenrick DT, Neuberg SL, et al. The confounded nature of angry men and happy women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2007, 92: 179-190

9 刘潇楠,许翱翔,周仁来. 国际情绪图片系统的本土化研究:在中国大学生群体中的评定. *中国临床心理学杂志*, 2009, 17(6): 687-689

10 王妍,罗跃嘉. 大学生面孔表情材料的标准化及其评定. *中国临床心理学杂志*, 2005, 13(4): 396-398

11 朱春燕,汪凯,陶睿,庞礴. 中国人 Morph 情绪面孔识别测验在部分大学生中的信度和效度分析. *中国临床心理学杂志*, 2010, 18(3): 307-309

12 Zebrowitz LA, Kikuchi M, Fellous JM. Facial resemblance to emotions: Group differences, impression effects, and race stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2010, 98: 175-189

13 Bar M. The proactive brain: Using analogies and associations to generate predictions. *Trends in Cognitive Sciences*, 2007, 11: 280-289

(收稿日期:2011-03-22)