

# 国内女性游戏玩家刻板印象研究及成因分析

蒋 豪

重庆师范大学, 重庆

收稿日期: 2022年1月18日; 录用日期: 2022年5月11日; 发布日期: 2022年5月18日

## 摘 要

刻板印象是社会生活中的一个重要内容, 对人们的社会行为以及认知有着重要影响。女性的性别刻板印象作为性别刻板印象的重要组成部分在不同领域有着不同的呈现。游戏是现时代比较重要的一种社交方式, 游戏群体对游戏中不同性别的玩家无疑也存在明显的刻板印象, 女性玩家是游戏用户中的重要力量。女性游戏玩家的刻板印象表现如何, 与现实中女性的刻板印象是否有所不同? 女性游戏玩家刻板印象的形成脉络又如何? 这些都是研究的探索之处。所以此次研究首先对刻板印象、性别刻板印象的概念进行解释, 其次对以往的女性游戏玩家刻板印象研究进行了综合, 最后对女性游戏玩家刻板印象的形成进行了分析, 以回答这些问题。

## 关键词

刻板印象, 游戏, 女性游戏玩家, 性别刻板印象

## A Study on Stereotype of Female Gamers in China and Its Causes

Hao Jiang

Chongqing Normal University, Chongqing

Received: Jan. 18<sup>th</sup>, 2022; accepted: May 11<sup>th</sup>, 2022; published: May 18<sup>th</sup>, 2022

## Abstract

Stereotype is an important content in social life, which has an important influence on people's social behavior and cognition. As an important component of gender stereotypes, female gender stereotypes are presented differently in different fields. Games are an important form of social interaction in the modern era, and there is no doubt that there are obvious stereotypes about players of different genders in games. Female players are an important force in game users. How do stereotypes of female gamers behave, and do they differ from stereotypes of women in real life?

**What about female gamer stereotypes? These are all areas of exploration. Therefore, this study first explains the concepts of stereotype and gender stereotype, then synthesizes previous studies on stereotype of female gamers, and finally analyzes the formation of stereotype of female gamers to answer these questions.**

## Keywords

Gender Stereotypes, Game, Female Gamers, Gender Stereotypes

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

辞海中关于游戏(Game)的解释认为, 游戏是以直接获得快感为主要目的, 且必须有主体参与互动的活动。实际上游戏是所有哺乳类动物, 特别是灵长类动物学习生存的第一步, 不管是在出生幼年期, 或者发育期, 成熟期都会需要的一种重要行为方式。作为一种常见的娱乐方式, 其受众非常庞大。根据 2021 年中国游戏产业报告, 中国游戏用户的总人数达到 6.56 亿[1], 而全国人口约为 14.1 亿人[2]。根据这些数据可以知道, 中国的游戏用户约占全国人口的 46%, 也就是说全国约有一半的人都是游戏用户。而在 2019 年, 中国女性游戏用户就已经超过 3 亿, 接近游戏用户总数的 45% [3]。可以看到, 女性在庞大的游戏用户中也占据了接近一半的比例。随着我国社会的发展, 女性在社会中的地位逐渐增强, 女性独立意识得到长足发展, 在这种主流环境下的游戏亚环境女性游戏用户的性别刻板印象又有着何种展现? 主流文化下性别刻板印象又对游戏亚文化圈女性性别刻板印象有着何种影响, 这些都是本次研究所探索的内容。

## 2. 性别刻板印象中的女性游戏玩家

### 2.1. 刻板印象

刻板印象是解释社会知觉和印象的基本概念, 刻板印象是人们对于某些社会组群的知识、观念、和期望所构成的认知结构[4] [5], 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[6]。

对群体刻板印象内容的测量与描述在很早就已经开始。早在 1933 年, 外国学者就进行了一些的种族刻板印象调查[7]。国内的关于刻板印象的研究从 1983 年开始也已经引入了刻板印象的概念[8], 这么多年过去了, 伴随着以往的研究诞生了研究者们提出了很多关于刻板印象内容维度的模型及理论。在这其中 Fiske 的刻板印象内容模型被许多实验和跨文化比较研究中结果所证明。刻板印象内容模型认为: 不管是在人际还是群际知觉中, 热情与能力都是人们进行印象评价的两个基本维度[5] [9]。也就是说热情与能力是人们印象形成和人物评价的两个基本维度和测量指标。

### 2.2. 性别刻板印象

对于人类个体来说性别无疑是一个重要的特征。不管是社会交往还是社会分类时, 性别也是其中一个重要的标准。性别刻板印象(Gender Stereotype)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[10]。性别刻板印象从一开始就是国内、国外刻板印象研究的一个重点[10][11]。研究者发现,在民众之中普遍存在着较强的内隐性别刻板印象[12][13]。在不同领域性别刻板印象都产生了影响,无论是职业还是学科都存在显著的外显、内隐性别刻板印象[14][15][16]。看来工作、学习领域也逃脱不了性别刻板印象的窠臼。

“性别”是性别刻板印象的关键线索,性别刻板印象的变化无疑就是围绕性别而变化的。从刻板印象的内容维度出发,人们对性别刻板印象做了大量的研究。研究者对男性和女性在热情和能力维度评价进行研究,结果发现,相比与男性,女性被认为与热情联系更加紧密,而且女性比男性的热情更高[17]。在能力表现方面,传统的性别刻板印象中,认为男性更能干、更优秀,女性情感更细腻[18],国内的普罗大众一般认为,“男主外,女主内”、“男性坚强能干,女性被动顺从”[19][20][21]。我国学者从刻板印象的内容模型出发,对不同性别的热情、能力维度进行了研究,结果发现被试对男性存在着消极热情-积极能力的混合刻板印象;认为女性有着积极热情-积极能力双高刻板印象[22];对大学生的性别刻板印象研究则发现:与女性相比,大学生更多地将消极热情和积极能力与男性相联系;与男性相比,被试更多地将积极热情和消极能力与女性相联系;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[23]。总体而言,人们认为男性比女性更有能力,而女性比男性更具热情[24]。

### 2.3. 女性游戏玩家的刻板印象

游戏是广大社会群体休闲娱乐的一种重要方式,游戏用户中有着很大一部分女性游戏用户。关于女性游戏玩家的性别刻板印象的研究也开展了不少。关于传统 MMORPG 游戏的研究认为,男性玩家消费注重对于游戏实力的提升,而女性玩家通常是消费在装备、坐骑和游戏角色外观上面[25],也就是说相较于男性玩家,女性玩家比较注意游戏中角色的外观是否更加符合自己的喜好,这符合现实社会对女性的一种期望。最近研究者对《绝地求生》中的玩家群体进行研究发现,游戏玩家群体对于女性玩家的印象主要有以下几种,一是认为女玩家游戏能力较弱;二是团队意识弱,对他人依赖性强;三认为游戏目的偏重休闲娱乐[26]。也就是说玩家群体认为女性的游戏能力较为低下,偏重于游戏中的休闲娱乐,同时会比较依赖于他人。

休闲玩家是指花费在游戏上的时间和精力相对较少,以娱乐和消磨时间为主,喜欢那些规则简单和容易上手的休闲益智类游戏产品的玩家。研究表明女性青年消费的数字游戏多偏重于休闲益智类和“女性向”游戏、多用于打发碎片化时间,也就是说相较于男性女性玩家多关注于休闲游戏[27],同样其他研究也支持这种观点,即女性玩家被认为会更多的游玩休闲、养成类游戏,较为注重游戏是否更容易上手[25][28][29]。随着智能手机的发展,其便捷性、即时性使得手机游戏逐渐成为现有游戏市场的主流。研究发现女性更多的使用手机游玩数字游戏[27],而主流手机游戏例如《王者荣耀》的女性玩家在女性游戏用户整体少于男性游戏用户的大局面之下,一度超过男性玩家[30],这侧面证明了女性会更多使用手机游玩数字游戏这一观点。基于手机的特点大多手机游戏都操作较电脑、主机游戏简单,事实上王者荣耀正是以简单易操作而闻名于 MOBA 游戏市场,从而受到轻度用户的喜爱。而这也从侧面佐证女性玩家更喜欢简单易上手的游戏这一观点。

游戏作为一种新时代的社交方式,对于人际交往有着重要影响,有着良好社交属性的游戏自然成为人际社交的良好载体,而游戏《王者荣耀》恰恰有着强烈的社交属性[31]。研究表明女性玩家在选择游戏时多会关注游戏的社交性,也就是说社交性是女性游戏用户选择游戏的一个重要因素[32],而《王者荣耀》超越男性的女性玩家数量也侧面证明了这一点。

从以往的研究可以发现,在游戏亚文化圈对于女性游戏玩家总体有这样一种刻板印象,游戏水平低

(喜欢简单游戏)、竞争心弱(娱乐为主)、对他人依赖性强(喜欢和他人一起玩游戏)、团队意识弱、乐于承担辅助角色(MOBA 游戏中多玩辅助位)、性格态度较好、注重外在美观(注重角色好看与否)而不注重实际。实际上从刻板印象的内容模型来看,正是能力与热情两维度在其中的体现。简单易上手意味着能力需求较低,注重社交意味着热情属性较高,这恰恰符合性别刻板印象关于女性刻板印象的内容,高热情-低能力。前已述及在早期人们一般认为“男性坚强能干,女性被动顺从”[19][20],所以,长久以来男性一般被认为是作为领导者,而女性则作为被领导者,这样女性就会被认为是低能力者,而长久以来女性往往被期待具有温柔、善良、和顺等品质。而这些往往都偏向于有利于社会人际交往的属性。虽然随着时代的发展女性独立意识得到长足发展,但是很多人依旧认为“温柔、母性、感性”等为女性的主要形象[33]。

另外在现实社会中人们对于性别的刻板印象会出现内隐和外显的分离[14][15][16],也就是说人们对于女性的刻板印象多为内隐,而在外部上不明显。而从上面的研究发现,关于女性游戏玩家刻板印象研究的研究方式基本为问卷调查,属于自评方式,这种研究方式多调查的是群体的外显行为,也就是说在现实社会中偏于内隐的女性玩家的性别刻板印象在数字游戏亚文化中转为外显的方式进行呈现。可以看到由于网络的匿名性,女性的性别刻板印象甚至已经在明面上进行展演。

### 3. 女性游戏玩家刻板印象成因分析

刻板印象可以对于具有许多共同之处的某类人在一定范围内进行判断,不用探索信息,直接按照已形成的固定看法即可得出结论,这就简化了认知过程,节省了大量时间、精力,使人们能够迅速了解某人的大概情况,有利于人们应对周围的复杂环境。但是它会使人人在认知别人时忽视个体差异,从而导致知觉上的错误,造成先入为主,妨碍对他人做出正确的评价。可以看出这种过程既具有积极作用也具有消极作用。性别刻板印象作为刻板印象的一种也同样具有刻板印象的积极、消极作用[34]。根据皮亚杰的图式理论,人们在面临陌生的信息、情境时,会使用旧有的图式来适应新的信息、情境,如果旧的图式够奏效则不对图式进行改变,当旧的图式不能适应新的情境或者信息时,则改变图式以适应新的规则。对于现实社会的人群而言,网络游戏社区无疑是一个新的情境,人们在进入这个情境的时候自然而然的会使用旧的图式来处理新的信息。现实社会的性别刻板印象对于网络游戏这一新的社区而言无疑是一种旧的图式。那么现实中对于女性的刻板印象在初入游戏时就能帮助玩家对女性玩家进行了解,简化认知过程,所以对于游戏中的女性游戏玩家,人们也会惯常的根据现实中女性的刻板印象去进行认知、行为。但我们知道刻板印象既有积极作用也有消极作用,人们通过这一方式得到的信息极有可能会影响玩家的正常判断,玩家很大可能会做出一些错误的判断——即产生偏见。同时网络游戏社区又具有匿名性的特点,人们的行为与现实会产生很多相异的地方,比如现实中沉默寡言的人,可能在游戏中滔滔不绝,在现实中人们无法对他人进行暴力袭击,而在游戏中的暴力对抗可能是家常便饭,所以人们在游戏里面的行为可能会更加的肆无忌惮,倾向性更强。这种信息很可能就会被过分放大,并且广为传播。

同时另外一些因素也能对女性游戏玩家刻板印象的形成与传播产生影响。从网络游戏的发展史出发,网络游戏发展的很长一段时间游戏的制作人、负责人多为男性,游戏玩家也是以男性占优,这为性别刻板印象对女性游戏玩家刻板印象的形成提供了绝佳的机会。所以在游戏中,话语权在男性手中,这与现实社会是一致的,研究认为对于女性的刻板印象实际上受到父权制的影响[35],父权制实质上可以理解作为一种话语权,而男性在社会中即占有巨大的话语权,是社会的统治力量。而转换到游戏当中,在游戏发展的很长一段时间,游戏的制作人、负责人基本为男性,大多游戏中的游戏玩家也以男性为主[36],这种现象直到现在才有所改善[37]。而关于性别刻板印象的传播研究认为,男性倾向于传播与社会性别刻板印象一致的信息[38],所以大部分玩家在游戏中肯定会倾向于传播与现实社会中女性刻板印象一致的信息,

同时综合前面的理论我们就可以推测到女性游戏玩家的刻板印象的形成实质上会受到了现实社会女性刻板印象的极大影响。根据性别刻板印象的维护机制的研究我们可以发现,性别刻板印象的维护可以通过对反性别刻板印象的抗拒与抵制来实现,反性别刻板印象(Gender Counter-stereotype)是指男性或女性在性别角色行为方面的表现与人们的性别刻板印象不相符,违背了对两性角色的期望和要求。这种维护一般有两种方式,一种是认知层面的维护,一种是行为层面的维护。认知层面的维护是通过对抗反性别刻板信息进行抗拒来达到的。而行为层面的维护是通过对抗反性别刻板行为的抵制来实现的[39]。根据认知失调理论,人们会倾向于记住与自己认知一致的信息,所以对于与性别刻板印象一致的信息更容易被记住,或者更容易被信息筛选器筛选入我们的工作记忆当中。同时性别刻板印象对人们的心理和行为有着普遍和强有力的影响,一旦它受到反刻板信息的冲击,人们会自然而然地维护自己的刻板印象。根据前面的理论与分析,在网络游戏中人们接触的信息虽然是齐全的、完整的,但是进入我们认知当中关于女性游戏玩家的信息更多的与现实社会中女性刻板印象一致的信息,这会加强我们对于女性游戏玩家的偏见,促进女性游戏玩家刻板印象的形成。同理关于女性游戏玩家的行为信息虽然玩家经历的是完整的,但在进入玩家的大脑时则会被筛选,使得与现实社会中女性刻板印象不一致的信息进入记忆的可能性降低。玩家对于女性游戏玩家的行为所产生的印象就会产生偏差。

当这种不正确的偏见产生并在游戏中广为传播,并且女性游戏玩家话语权弱小的情境下,就会产生一种不友好的环境,这种不友好的游戏环境则会导致女性玩家相对于男性玩家更难在游戏活动中获得认同和归属感,故而对游戏的时间投入和参与互动的意愿较低,进而成为高水平玩家的概率也大大降低[40],这样又反过来加强了这种关于女性玩家的负性刻板印象,形成一种恶性循环。实证研究证明不同性别的玩家在游戏学习的速度上实际上是没有差异的[41],但从前文看来是女性玩家游戏能力低下却在不同游戏中广为流,这与前文的推测是一致的,一旦玩家表现出不属于这一刻板印象的内容时,反性别刻板印象会阻止这种信息的流入,进而维护性别刻板印象的内容。

据此女性游戏玩家的刻板印象形成脉络就较为清晰了,首先在现实社会中存在着关于女性的刻板印象,这作为网络游戏中女性游戏玩家刻板印象的基点。其次在网络游戏发展很长一段时期,男性一直是话语权的把控者,网络游戏玩家也多为男性,所以在面临一个新的情境(网络游戏)时人们会借用以往的图式(现实社会中关于女性的刻板印象)来适应新的情境,这使的网络游戏中女性游戏玩家刻板印象得以形成,并受到以往图式的影响(现实社会中关于女性的刻板印象)。而这种关于女性游戏玩家刻板印象又通过性别刻板印象的维护、传播机制得以存续、加强,同时这种情境又会影响到话语权低下的女性游戏玩家对于游戏的认同与归属,同时降低他们的投入、参与意愿,降低他们的游戏能力及表现。这些机制同时使得男性、女性都在认知与行为层面得以对女性游戏玩家刻板印象进行认同,也就是说现实社会中对于女性低能力-高热情这一性别刻板印象的内容在游戏中得到延展。

## 4. 评价与展望

### 4.1. 方法学

以往研究,多使用调查法作为主要研究方法,这对于游戏中性别刻板印象的内容的研究可能是较为适当的,但是对于游戏中性别刻板印象的成因、内在机制、影响因素等的研究而言,调查法在一定程度上就力有未逮,尚有所欠缺。所以以后研究亦可兼以实验法来对游戏中女性性别刻板印象形成的原因、影响因素的等进行研究,扩充相关领域的研究内容。

### 4.2. 被试

很多研究的被试数量较少,例如使用访谈法时,由于研究资源的限制,成批次的进行访谈是难以进

行的。问卷调查也是如此。但是对于整个网络社区、游戏玩家整体而言无疑是沧海一粟。但也有部分研究采用大数据收集的方法，这是较为可取的，应该多与其他专业相联合，利用这类数据收集的方法来扩大样本数量，达到对现象更全面的描述。

## 5. 小结

刻板印象在印象形成中具有重要地位，前人的研究显示：女性游戏玩家在游戏中具有高热情 - 低能力的刻板印象内容，在游戏中人们对于女性游戏玩家的刻板印象呈现外显状态。同时对前人的研究进行分析后我们发现，女性游戏玩家低能力 - 高热情的刻板印象有着现实的基点，它实质上是现实社会中的女性刻板印象的延展。其形成和传播实际上受到网络游戏发展的背景，以及性别刻板印象的维护、传播机制等的影响。

## 参考文献

- [1] 伽马数据. 2021 年中国游戏产业报告: 今年市场规模 2965.13 亿元、同比增长 6.4% [EB/OL]. <http://www.gamelook.com.cn/2021/12/465961>, 2021-12-20.
- [2] 国家统计局. 第七次全国人口普查公报[EB/OL]. [http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202105/t20210510\\_1817179.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202105/t20210510_1817179.html), 2021-06-28.
- [3] 新浪游戏. 《2019 年 1-6 月中国游戏产业报告》发布[EB/OL]. <http://games.sina.com.cn/2019-08-01/doc-ihytcern7748239.shtml>, 2019-08-01.
- [4] Macrae, C.N., Stangor, C. and Hewstone, M. (Eds.) (1996) *Stereotypes and Stereotyping*. Guilford, New York, 42.
- [5] 佐斌. 刻板印象内容与形态[M]. 武汉: 华中师范大学出版社, 2015.
- [6] Fiske, S.T. (2004) *Social Beings: A Core Motives Approach to Social Psychology*. John Wiley & Sons, Hoboken, 398-400.
- [7] Katz, D. and Braly, K. (1933) Racial Stereotypes of One Hundred College Students. *The Journal of Abnormal & Social Psychology*, **28**, 280-290. <https://doi.org/10.1037/h0074049>
- [8] 张燮, 光路. 领导者的角色意识[J]. 湖南教育, 1983(2): 15-16.
- [9] Fiske, S.T., Cuddy, A.J.C. and Glick, P. (2007) Universal Dimensions of Social Cognition: Warmth and Competence. *Trends in Cognitive Sciences*, **11**, 77-83. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2006.11.005>
- [10] 时蓉华. 现代社会心理学[M]. 上海: 华东师范大学出版社, 1999: 110-115.
- [11] Zarate, M.A. and Smith, E.R. (1990) Person Categorization and Stereotyping. *Social Cognition*, **8**, 161-185. <https://doi.org/10.1521/soco.1990.8.2.161>
- [12] 俞海运, 梁宁建. 刻板解释偏差测量[J]. 心理科学, 2005, 28(1): 42-44.
- [13] 佐斌, 刘晔. 基于 IAT 和 SEB 的内隐性别刻板印象研究[J]. 心理发展与教育, 2006, 22(4): 57-63.
- [14] 蔡华俭, 周颖, 史青海. 内隐联想测验(IAT)及其在性别刻板印象研究中的应用[J]. 社会心理研究, 2001(4): 6-11.
- [15] 马芳, 梁宁建. 内隐数学-性别刻板印象的 SEB 研究[J]. 心理科学, 2006, 29(5): 1116-1118.
- [16] 马芳, 梁宁建. 数学性别刻板印象的内隐联想测验研究[J]. 心理科学, 2008, 31(1): 35-39.
- [17] Park, B., Smith, J.A. and Correll, J. (2008) "Having It All" or "Doing It All"? Perceived Trait Attributes and Behavioral Obligations as a Function of Workload, Parenthood, and Gender. *European Journal of Social Psychology*, **38**, 1156-1164. <https://doi.org/10.1002/ejsp.535>
- [18] 秦启文, 余华. 性别角色刻板印象的调查[J]. 心理科学, 2001, 24(5): 593-594.
- [19] 蔡华俭, 黄玄凤, 宋海荣. 性别角色和主观幸福感的关系模型: 基于中国大学生的检验[J]. 心理学报, 2008, 40(4): 474-486.
- [20] 钱铭怡, 罗珊红, 张光健, 陈萍, 姚萍. 关于性别刻板印象的初步调查[J]. 应用心理学, 1999, 5(1): 14-19.
- [21] 吴念阳, 董剑桥. 中学教师人生价值观和职业价值观的性别差异比较[J]. 心理科学, 1998, 21(3): 279-280.
- [22] 管健, 程婕婷. 刻板印象内容模型的确认、测量及卷入的影响[J]. 中国临床心理学杂志, 2011, 19(2): 184-188.
- [23] 张庆, 王美芳. 大学生关于能力与热情的内隐混合性别刻板印象: 来自 IAT 的证据[J]. 山东师范大学学报(人文

- 社会科学版), 2014, 59(5): 126-130.
- [24] Glick, P. and Fiske, S.T. (2011) Ambivalent Sexism Revisited. *Psychology of Women Quarterly*, **35**, 530-535. <https://doi.org/10.1177/0361684311414832>
- [25] 鲁莎. 基于性别视角的网络游戏玩家行为参与研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 中南大学, 2013.
- [26] 丁靓琦, 蒋雪颖. 对网络游戏女玩家性别刻板印象的表现与反思——以《绝地求生》游戏为例[J]. 新媒体研究, 2019, 5(22): 61-64.
- [27] 梁维科, 杨花艳, 梁维静. 数字游戏亚文化实践中的女性青年——从女性游戏角色、女玩家到游戏女主播[J]. 中国青年研究, 2017(3): 13-18+61.
- [28] 黄俊英. 女性游戏, 网游市场的另一金矿[J]. 观察与思考, 2007(16): 36-37.
- [29] 张春华, 温卢. 网络游戏消费行为及其影响因素的实证研究——基于高校学生性别、学历的差异化分析[J]. 江苏社会科学, 2018(6): 50-58
- [30] 傅冰清. 移动游戏的女性用户研究[J]. 传播力研究, 2018(33): 190-192+194.
- [31] 付玉, 王婧. 以游戏为社交场景的人际互动行为研究——以《王者荣耀》为例[J]. 东南传播, 2018(8): 92-95.
- [32] 孙梦真. 基于大数据分析 with 问卷调查的女性手机游戏用户特点分析[J]. 新媒体研究, 2019, 5(16): 64-67.
- [33] 靖鸣, 潘智琦. 微博女性“大V”形象的解构与建构[J]. 新闻爱好者, 2017(5): 14-18.
- [34] 张宝强. 性别刻板印象与近代女体育留学生的抗争[J]. 南京体育学院学报(自然科学版), 2016, 15(1): 9-13.
- [35] 阳煜华, 吴广亮. 阳刚女运动员的性别刻板印象与“污名化”溯源[J]. 妇女研究论丛, 2014(1): 60-66.
- [36] 曹书乐, 董鼎. 傲慢与偏见——对女游戏玩家性别刻板印象的研究[J]. 艺术评论, 2018(11): 38-49.
- [37] 王潇楠. 在线多人网络游戏女性玩家的性别认同与角色塑造研究——以《守望先锋》为例[D]: [硕士学位论文]. 成都: 成都体育学院, 2021.
- [38] 吕行, 钟年. 性别刻板印象的人际传播特点研究——基于社会认同理论或社会支配理论[J]. 心理科学, 2016, 39(1): 185-190.
- [39] 刘晖, 佐斌. 性别刻板印象维护的心理机制[J]. 心理科学进展, 2006(3): 456-461.
- [40] 黄典林, 张子萌, 苏际聪. 在“他”与“她”之间: 网络游戏玩家的性别转换与身份展演策略研究[J]. 新闻界, 2021(9): 34-43.
- [41] Shen, C., Ratan, R., Cai, Y.D. and Leavitt, A. (2016) Do Men Advance Faster than Women? Debunking the Gender Performance Gap in Two Massively Multiplayer Online Games. *Journal of Computer-Mediated Communication*, **21**, 312-329. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12159>