

# 社会权力感对性客体化的影响： 性别与个人权力感的调节作用

肖丽娟<sup>1,2</sup>, 郑丽军<sup>1</sup>, 郑涌<sup>1</sup>

(1.西南大学心理学部, 重庆 400715; 2.北京师范大学心理学院, 北京 100875)

**【摘要】 目的:**考察社会权力感对个体性客体化的影响,以及性别与个人权力感的调节作用。**方法:**以权力经历回忆法操纵个体的社会权力感,采用倒置效应作为客体化的指标对71名大学生进行研究。**结果:**①目标为性感男性时,社会权力感作用不显著,个人权力感及性别的共同调节作用也不显著。②目标为性感女性时,个人权力感与性别的共同调节作用显著。对高个人权力的男性和女性,社会权力感的预测作用均不显著。对低个人权力的男性,社会权力感负向预测个体的客体化认知。对低个人权力的女性,社会权力感正向预测个体的客体化认知。**结论:**社会权力感对性客体化的影响受到性别和个人权力感的调节,且该调节作用因个体性别及目标性别的不同而表现不同。**【关键词】** 社会权力感; 个人权力感; 性客体化; 倒置效应

中图分类号: R395.1

DOI: 10.16128/j.cnki.1005-3611.2017.06.013

## Effect of Social Power on Sexual Objectification: Moderating Effects of Gender and Personal Power

XIAO Li-juan<sup>1,2</sup>, ZHENG Li-jun<sup>1</sup>, ZHENG Yong<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Psychology, Southwest University, Chongqing 400715, China;

<sup>2</sup>School of Psychology, Beijing Normal University, Beijing 100875, China

**【Abstract】 Objective:** The purpose of this research was to explore the effect of social power on sexual objectification, and the moderator effects of gender and personal power. **Methods:** A sample of 71 participants was recruited. We primed social power via recalling power experience and adopted body inversion effect as an indicator of sexual objectification. **Results:** ①When presented sexualized male images, the effect of social power did not emerge, and personal power and gender did not moderate the effect of social power on sexual objectification; ②When presented sexualized female images, both gender and personal power moderated the effect of social power on sexual objectification. For those female and male participants with high personal power, the effect of social power did not emerge. For male participants with low personal power, social power predicted the process of objectification negatively. For female participants with low personal power, social power predicted the process of objectification positively. **Conclusion:** The effect of social power on sexual objectification is moderated by gender and personal power, and the moderator effects varies according to the gender of individual and target.

**【Key words】** Social power; Personal power; Sexual objectification; Inversion effect

女权主义认为在西方社会中,社会文化和人际关系中的女性多是被观察和评价的对象,仅仅被看作是供他人使用或娱乐的物品,这种现象被称作性客体化(sexual objectification)<sup>[1]</sup>。女性会被视为供别人使用或娱乐的身体或身体部分的组合,而失去其人性特点<sup>[2]</sup>。女性的价值在很大程度上取决于该女性满足文化理想美标准的程度<sup>[3]</sup>。客体化主要存在于男性的注视<sup>[4]</sup>和大众媒体对女性的刻画中<sup>[2]</sup>。性客体化会影响个体的自我认知,进而导致自我客体化,即内化一个第三人称的视角来评价自己,更关注自己的身体外貌特征而非能力属性。自我客体化会给女性带来许多负面影响,如身体羞耻、饮食障碍、认知功能下降、动机不足等<sup>[2]</sup>。客体化环境非常普遍,

甚至社交网站中的自拍都能通过外貌比较的中介给女性带来自我客体化<sup>[5]</sup>。

研究表明,人体识别与物体识别的内部加工过程是不同的。人体识别主要依赖构型加工,主要依靠刺激各部分之间的构型关系。构型加工的一个重要指标是倒置效应,即识别倒立的刺激比识别正立刺激要困难得多<sup>[6]</sup>。而物体识别主要依赖分析加工,该加工不涉及刺激各部分之间的空间关系信息,在物体识别过程中,不存在倒置效应<sup>[7]</sup>。Bernard等<sup>[8]</sup>提出性感倒置效应假说,认为个体再认性感女性时采用分析加工,此时个体将女性视为物体而非人,再认正立女性与倒立女性的正确率无显著差异,有更少倒置效应,表现出性客体化。而再认性感男性时,正立图片的正确率显著高于倒立图片,即个体更少采用分析加工,将男性视为人,没有性客体化。虽然

**【基金项目】** 教育部人文社会科学研究规划基金项目(15YJA190011)

通讯作者: 郑涌, zhengy@swu.edu.cn

自提出以来性感倒置效应假说受到了许多争议<sup>[9,10]</sup>,但以倒置效应作为客体化指标的研究均验证了个体再认性感男女目标时认知加工方式的差异<sup>[11-13]</sup>。

已有性客体化的研究多以西方文化为背景,为客体化的普遍存在提供了证据。然而,东方文化中的性客体化研究较少。Loughnan等<sup>[14]</sup>在七个国家进行的研究表明,客体化在西方文化背景中普遍存在(如,美国,意大利),在东方文化背景中较少发生(如,印度,日本)。因此推测关于性表达方面的社会文化规范在个体客体化过程中作用显著。Civile等<sup>[13]</sup>发现高权力条件下的白人被试倾向于客体化相反性别的白人目标,而呈现亚洲人目标时,没有该效应。进而认为,不同种族大众媒体对男女性刻画时侧重点的不同可能解释了客体化方面的差异,如白人模特主要代言身体相关的产品,而亚洲模特主要代言脸部及家庭方面的产品。然而,以中国人为对象的眼动研究表明,感知泳装性感人物图片的过程中确实存在客体化注视,证实了中国文化背景中性客体化的存在<sup>[15]</sup>。

心理学中权力的研究对象是权力感,与真实的权力之间没有直接的对应关系<sup>[16]</sup>。权力是影响或者控制别人的能力,包括控制重要资源或实施奖赏和惩罚的能力<sup>[17,18]</sup>,拥有权力会对个体的社会认知产生重要影响。激活个体的权力感可以激活与权力有关的概念和行为倾向<sup>[17]</sup>。从权力的定义可知,权力是一个社会属性概念,只有在社会关系中个体的权力才有意义,因此,上述权力更多指社会权力感,社会权力常常被置于情境中研究。个人权力感,即个人权力特质,是指个体对自己影响他人能力的知觉,是一种人格特质<sup>[19]</sup>。个人权力感强调个体的自主性,而社会权力感强调个体对他人的控制,个人权力感与社会权力感之间相关不显著<sup>[20]</sup>。

权力接近理论认为,拥有权力可以激活个体的接近倾向,产生关注奖赏和逃避惩罚的行为<sup>[21]</sup>,而这些行为可以满足权力拥有者的个人目的<sup>[18]</sup>。Keltner等<sup>[18]</sup>研究表明,权力的不对等会使高权力个体将他人知觉为工具,即客体化。Gruenfeld等<sup>[22]</sup>研究发现,权力产生客体化,在权力条件下,个体接近社会目标的倾向主要由目标的有用性而不是其人类属性所激活。Civile等<sup>[12,13]</sup>更直接地探讨了权力对性客体化的影响,发现高权力组被试倾向于客体化相反性别的目标,而低权力组和中性组则没有出现这种倾向。

以往关于客体化的研究多以社会权力作为研究对象,将个体置于社会情境中来操作化权力,而忽略

个人权力感的影响。有研究表明,权力启动和个体的权力特质共同影响其社会认知<sup>[23]</sup>。那么,启动的社会权力感对客体化的作用是否会受到个人权力感的调节?不同性别的个体在不同社会权力感条件下客体化认知是否存在差异?本研究以中国被试为对象,探讨社会权力感对个体客体化认知的影响,并探讨个人权力感及性别的调节作用。研究假设:被试性别和个人权力感共同调节社会权力感对其客体化他人的影响。当个体的个人权力感与其社会权力感一致时,可能会对他人表现出更多的客体化;而两者不一致时,表现出更少的客体化现象。同时,不同性别的个体的客体化表现可能存在差异。

## 1 方 法

### 1.1 被试

71名被试自愿参加实验,男35人,女36人,均为异性恋,没有生理或精神疾病,右利手,视力或矫正视力正常。平均年龄21.51岁,标准差1.68岁。

### 1.2 方法

采用个人权力感问卷(Sense of Power Scale)<sup>[24]</sup>测量个体的一般个人权力感,问卷共有8个项目,采用7点评定(1=完全不一致,7=完全一致)。得分越高,越倾向于高个人权力感。本研究中Cronbach's  $\alpha$ 系数为0.762。

通过回忆权力经历<sup>[17]</sup>操纵社会权力感。随机将被试分配到高、低社会权力组。高社会权力组回忆管理或领导他人的经历,低社会权力组回忆担任助理或助手的经历。每组被试都有10分钟的时间来回忆并写下自己的经历及感受。

性客体化认知的测量引用Bernard等<sup>[8]</sup>的性感人物图片作为实验材料。共采用48张人物图片(24男,24女),图片中人物身着性感泳衣或内衣,面部正对摄像头,中性表情,图片尺寸统一处理为500×750像素。实验前,对图片的吸引力和熟悉度进行评定,排除无关变量的影响。

### 1.3 研究程序

研究分三个阶段。第一阶段,向被试发放个人权力感问卷。第二阶段,通过回忆权力经历操纵社会权力感,其中高社会权力组40人(女21;M<sub>年龄</sub>=21.74岁,SD=1.63),低社会权力组31人(女15;M<sub>年龄</sub>=21.23岁,SD=1.73)。权力感的自评和他评结果均显示权力操纵是有效的。第三阶段,随机给被试呈现48张性感男性和女性图片,24张(12正立,12倒立)男性图片,24张(12正立,12倒立)女性图片,为避免

被试的方向偏好,所有图片均呈现两次,一次是原始图片,另一次是其左右镜像图片,原始图片与左右镜像图片随机呈现。实验中总共有96个试次(48正立,48倒立)。参照Reed等<sup>[25]</sup>研究,每张图片呈现250 ms,随后空屏1s。然后,屏幕上会同时出现左右两张图片,被试的任务是辨别哪一张是旧图片,每个试次中的分心图片是目标图片的左右镜像图片。如果左边的图片是旧图片,用左手食指按F键;如果右边的图片是旧图片,用右手食指按J键。分别记录被试再认正立女性图片、倒立女性图片、正立男性图片、倒立男性图片的正确率。

#### 1.4 数据分析

数据分析在SPSS16.0上完成。为了比较被试再认不同性别目标时的客体化程度差异,引用倒置量D作为性客体化的指标。D为被试再认正立图片

与倒立图片的正确率之差。D值越大,表明倒置效应越强,被试更少采用分析加工方式,即对目标有更少性客体化。

$$D_{男}=R_{正立男性}-R_{倒立男性}$$

$$D_{女}=R_{正立女性}-R_{倒立女性}$$

其中, $D_{男}$ 代表个体再认性感男性目标时的倒置量, $D_{女}$ 代表个体再认性感女性目标时的倒置量。

## 2 结 果

### 2.1 描述性统计结果

个人权力感及性客体化(倒置量)的平均数与标准差见表1。个人权力感、性别、社会权力感与性客体化(倒置量)的相关分析结果表明个体再认性感男性和性感女性图片时的倒置量存在显著正相关( $r=0.24, P=0.04$ );其他各变量之间相关均不显著(见表2)。

表1 个人权力感、性客体化(倒置量)的平均数±标准差(N=71)

	高社会权力感组			低社会权力感组		
	男(n=19)	女(n=21)	合计(n=40)	男(n=16)	女(n=15)	合计(n=31)
个人权力感	37.68±6.06	35.33±5.34	36.45±5.74	37.94±5.51	37.20±3.69	37.58±4.65
D男	0.11±0.09	0.12±0.11	0.12±0.10	0.11±0.09	0.08±0.06	0.10±0.08
D女	0.03±0.05	0.02±0.08	0.02±0.06	0.05±0.06	0.05±0.09	0.05±0.08

表2 个人权力感、性别、社会权力感与性客体化(倒置量)的相关(N=71)

	性别	社会权力感	个人权力感	D男	D女
性别	1				
社会权力感	-0.04	1			
个人权力感	-0.16	-0.11	1		
D男	-0.04	-0.10	-0.20	1	
D女	-0.05	0.18	-0.07	0.24*	1

注:\* $P<0.05$ ,\*\* $P<0.01$ ,下同。

### 2.2 社会权力感对客体化认知的影响

以个人权力感、性别和社会权力感为预测变量,分别以个体对男、女目标刺激的性客体化(倒置量)为结果变量,进行分层回归分析,考察社会权力感对性客体化的影响及被试性别和个人权力感的调节作用。首先,对性别和社会权力分组进行虚拟编码(男=0,女=1;高社会权力感组=0,低社会权力感组=1),对个人权力感和性客体化(倒置量)进行标准化。然后采用虚拟编码后的性别、社会权力感和个人权力感标准分及性客体化(倒置量)生成两项交互项和三项交互项。在此基础上使用分层回归,将各预测变量及其交互项依次放入回归方程,观察每一步的独立贡献(解释量)及 $\beta$ 值。在SPSS中分三层,将各变量依次纳入回归方程中:第一层,将个人权力感、性别、社会权力感纳入方程,对因变量性客体化进行回归;

第二层,将二重交互作用纳入回归方程;第三层,将三重交互作用纳入回归方程。

2.2.1 对性感男性目标的影响 社会权力感与性别、社会权力感与个人权力感的交互均不显著,三者交互作用不显著( $P_s>0.05$ )。结果表明,个人权力感和性别不能调节社会权力感对男性目标客体化认知的影响。见表3。

2.2.2 对性感女性目标的影响 分层回归见表4。社会权力感、性别及个人权力感三因素交互显著( $B=-1.39, SE=0.53, t=-2.66, P=0.01$ ),即性别与个人权力感共同调节社会权力感对性感女性目标客体化认知的影响。

为进一步分析两变量的具体作用,以高/低出平均数一个标准差为标准,选出高/低个人权力感个体,分别对男女被试群体进行简单斜率检验。结果表明,对高个人权力的男性,社会权力感对其女性客体化认知的预测作用不显著, simple slope=0.13,  $t=0.23, P=0.83$ 。然而,对低个人权力的男性,社会权力感对其女性客体化认知的预测作用显著, simple slope=-0.75,  $t=-2.57, P=0.05$ ,即低个人权力的男性个体社会权力感越高,认知女性目标时,有更少倒置效应,更多采用分析加工,表现出更多性客体化。对高个人权力的女性,社会权力感对其女性客体化认



知的预测作用不显著,  $\text{simple slope} = -0.33$ ,  $t = -0.50$ ,  $P = 0.67$ 。对低个人权力的女性, 社会权力感对其女性客体化认知的预测作用显著,  $\text{simple slope} = 0.81$ ,

$t = 2.81$ ,  $P = 0.049$ , 即低个人权力的女性个体社会权力感越高, 认知女性目标时, 有更多倒置效应, 更少采用分析加工, 表现出更少性客体化。

表3 对性感男性(倒置量)的影响: 性别及个人权力感的调节效应检验

		B (SE)	$\beta$	$t$	$P$	$\Delta R^2$	$\Delta F$
第一步	社会权力感	-0.17 (0.26)	-0.08	-0.66	0.51	0.05	1.23
	个人权力感	-0.22 (0.13)	-0.21	-1.69	0.10		
	性别	-0.17 (0.26)	-0.08	-0.66	0.52		
第二步	社会权力感×性别	-0.40 (0.52)	-0.15	-0.76	0.45	0.04	0.41
	社会权力感×个人权力感	-0.07 (0.28)	-0.04	-0.24	0.81		
	性别×个人权力感	0.42 (0.27)	0.25	1.55	0.13		
第三步	社会权力感×性别×个人权力感	-0.73 (0.59)	-0.21	-1.25	0.21	0.02	1.56

表4 对性感女性目标(倒置量)的影响: 性别及个人权力感的调节效应检验

		B (SE)	$\beta$	$t$	$P$	$\Delta R^2$	$\Delta F$
第一步	社会权力感	0.37 (0.24)	0.19	1.55	0.13	0.04	1.02
	个人权力感	-0.10 (0.12)	-0.10	-0.82	0.42		
	性别	-0.12 (0.24)	-0.06	-0.51	0.61		
第二步	社会权力感×性别	0.37 (0.49)	0.16	0.77	0.45	0.01	0.22
	社会权力感×个人权力感	-0.00 (0.26)	-0.03	-0.20	-0.84		
	性别×个人权力感	-0.02 (0.25)	-0.01	-0.08	0.94		
第三步	社会权力感×性别×个人权力感	-1.39 (0.53)	-0.44	-2.66	0.01**	0.10	7.06**

### 3 讨 论

相关分析结果表明, 个体对男性和女性目标的客体化认知呈显著正相关。可能是由于个体对男、女目标的客体化认知本质是一致的, 都是将性感目标视为物体而非人, 个体对某一性别目标的性客体化可能会迁移到另一性别。

呈现男性目标时, 个人权力感和性别的共同调节作用不显著。虽然近来研究证实男性也会遭遇客体化<sup>[26]</sup>, 但是男性是客体化的主体, 女性是客体化的目标<sup>[2]</sup>, 因此对男性目标的客体化相比女性目标可能更少。另外, 研究发现在对男性目标的客体化认知中社会权力感作用不显著, 可能的原因是, 与强调个体主义的西方文化相比, 中国文化以强调社会等级及个体在社会系统中地位的儒家文化为基础, 更注重集体主义及人际关系<sup>[27]</sup>, 虽然近年来文化变迁显著, 但儒家文化中的一些关键元素仍对国民影响深远。在中国文化背景中, 男性本身是高社会权力的象征, 因此个体再认性感男性目标时, 其自身的社会权力感可能会受到目标权力的影响, 进而削弱个体自身社会权力感的作用。

呈现女性目标时, 个人权力感和性别对社会权力感的共同调节作用显著, 对高个人权力的男性和女性来说, 社会权力感的预测作用均不显著。可能

的原因是, 社会权力线索的呈现方式可能影响个人权力感的作用。刻板印象的研究表明, 个体觉察到外显权力线索时, 会表现出刻板不一致效应, 高社会权力者表现得更为依赖, 更多关注组织<sup>[28]</sup>。研究采用权力经历回忆的方式操纵社会权力, 高个人权力个体可能觉察到了这种外显的社会权力线索, 进而产生刻板不一致效应, 表现为高个人权力的男、女个体均没有对女性目标进行客体化。然而, 目前这仅是一种推测, 未来研究需综合考虑权力线索的呈现方式, 进一步探究其对个体社会认知的可能影响。

对低个人权力的男性, 社会权力感负向预测个体的客体化认知, 即男性个体社会权力感越高, 认知女性目标时, 有更多倒置效应, 更多采用分析加工, 表现出更多性客体化。然而, 对低个人权力的女性, 社会权力感正向预测个体的客体化认知, 即女性个体社会权力感越高, 认知女性目标时, 有更多倒置效应, 更少采用分析加工, 表现出更少性客体化。低个人权力男、女个体的社会权力感对其女性客体化认知的预测方向的差异可能源于男女个体客体化动机的不同。男性可能因为性吸引而客体化女性, 而女性更可能因为社会比较而客体化女性<sup>[29]</sup>。根据进化心理学的观点, 择偶时男性更关注女性目标的外貌, 以此来判断女性的生殖潜能。随着社会权力感的增加, 个体更倾向于进行短期择偶, 因此, 再认性感女

性目标时,男性更可能表现出对女性外表的关注,进而有更多客体化;而低个人权力的女性则更多进行社会比较,可能产生低地位群体的内群体偏好<sup>[30]</sup>,进而更少客体化性感女性目标。

### 参 考 文 献

- Bartky SL. Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression. Psychology Press, 1990
- Fredrickson BL, Roberts TA. Objectification theory. Psychology of Women Quarterly, 1997, 21: 173-206
- 李俊一,尹清,沈先昕.性客体化经历对女性自我客体化的影响:被调节的中介模型.中国临床心理学杂志,2015, 23: 1089-1093
- Gervais SJ, Vescio TK, Allen J. When what you see is what you get: The consequences of the objectifying gaze for women and men. Psychology of Women Quarterly, 2011, 35: 5-17
- 杜红芹,张春梅,牛更枫,朱晓伟.社交网站中的自拍对女性自我客体化的影响:外貌评论的中介作用.中国临床心理学杂志,2016, 6: 1116-1119
- Yin RK. Looking at upside-down faces. Journal of Experimental Psychology, 1969, 81: 141-145
- Maurer D, Le Grand R, Mondloch C. The many faces of configural processing. Trends in Cognitive Sciences, 2002, 6: 255-260
- Bernard P, Gervais SJ, Allen J, et al. Integrating sexual objectification with object versus person recognition: The sexualized-body-inversion hypothesis. Psychological Science, 2012, 23: 469-471
- Schmidt AF, Kistemaker LM. The sexualized-body-inversion hypothesis revisited: Valid indicator of sexual objectification or methodological artifact? Cognition, 2015, 134: 77-84
- Tarr MJ. Perception isn't so simple: commentary on bernard, gervais, allen, campomizzi, and klein(2012). Psychological Science, 2013, 24: 1069-1070
- Bernard P, Gervais SJ, Allen J, et al. From sex objects to human beings: Masking sexual body parts and humanization as moderators to women's objectification. Psychology of Women Quarterly, 2015, 39: 432-446
- Civile C, Obhi SS. Power, objectification, and recognition of sexualized women and men. Psychology of Women Quarterly, 2016, 40: 199-212
- Civile C, Rajagopal A, Obhi SS. Power, ethnic origin, and sexual objectification. Sage Open, 2016, 6(2):
- Loughnan S, Fernandez-Campos S, Vaes J, et al. Exploring the role of culture in sexual objectification: A seven nations study. International Review of Social Psychology, 2015, 28: 125-152
- 孙青青,郑丽军,郑涌.裸露尤“物”:性客体化影响社会认知的眼动证据.心理科学,2015, 38: 1187-1193
- 魏秋江,段锦云,范庭卫.权力操作范式的分析与比较.心理科学进展,2012, 20: 1507-1518
- Galinsky AD, Gruenfeld DH, Magee JC. From power to action. Journal of Personality and Social Psychology, 2003, 85: 453-466
- Keltner D, Gruenfeld DH, Anderson C. Power, approach, and inhibition. Psychological Review, 2003, 110: 265-284
- Anderson C, John OP, Keltner D. The personal sense of power. Journal of Personality, 2012, 80: 313-344
- Overbeck JR, Park B. When power does not corrupt: superior individuation processes among powerful perceivers. Journal of Personality and Social Psychology, 2001, 81: 549-565
- Anderson C, Berdahl JL. The experience of power: Examining the effects of power on approach and inhibition tendencies. Journal of Personality and Social Psychology, 2002, 83: 1362-1377
- Gruenfeld DH, Inesi ME, Magee JC, et al. Power and the objectification of social targets. Journal of Personality and Social Psychology, 2008, 95: 111-127
- 张珊明,钟毅平,肖丽辉,罗伏生.权力启动对权力刻板印象的影响.中国临床心理学杂志,2015, 23: 848-852
- Anderson C, Galinsky AD. Power, optimism, and risk-taking. European Journal of Social Psychology, 2006, 36: 511-536
- Reed CL, Stone VE, Grubb JD, et al. Turning configural processing upside down: Part and whole body postures. Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance, 2006, 32: 73-87
- Loughnan S, Haslam N, Murnane T, et al. Objectification leads to depersonalization: The denial of mind and moral concern to objectified others. European Journal of Social Psychology, 2010, 40: 709-717
- Zhong C, Magee JC, Maddux WW, et al. Power, culture, and action: Considerations in the expression and enactment of power in East Asian and Western societies. Research on Managing in Teams and Groups, 2006, 9: 53-73
- Caza BB, Tiedens L, Lee F. Power becomes you: The effects of implicit and explicit power on the self. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 2011, 114: 15-24
- Gervais SJ, Vescio TK, Förster J, et al. Seeing women as objects: The sexual body part recognition bias. European Journal of Social Psychology, 2012, 42: 743-753
- Levin S, Federico CM, Sidanius J, Rabinowitz JL. Social dominance orientation and intergroup bias: The legitimization of favoritism for high-status groups. Personality and Social Psychology Bulletin, 2002, 28: 144-157

(收稿日期:2017-04-16)