

# Effects of Power on the Sexual Objectification to Others for Heterosexual Women

Lijuan Xiao, Yong Zheng\*

Faculty of Psychology, Southwest University, Chongqing  
Email: \*zhengy@swu.edu.cn

Received: Oct. 30<sup>th</sup>, 2016; accepted: Nov. 20<sup>th</sup>, 2016; published: Nov. 23<sup>rd</sup>, 2016

Copyright © 2016 by authors and Hans Publishers Inc.  
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).  
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

---

## Abstract

The current study investigated the effects of power (social power vs. personal power) on the sexual objectification to others for heterosexual women. We recruited 60 heterosexual women. Power-related words were presented to participants to prime social power, and the personal power was measured via the Generalized Sense of Power Scale. We adopted the body inversion paradigm to collect accuracy rates and reaction times of participants when recognized sexualized female and male targets. The results showed that (1) women with high personal power would sexual objectify sexualized female targets when presented high social power cues; while did not do that with low social power cues; (2) women with low personal power would sexual objectify sexualized female targets, but did not for sexualized male targets, regardless of their social power.

## Keywords

Social Power, Personal Power, Sexual Objectification, Analytic Processing, Configural Processing

---

# 权力对异性恋女性客体化他人的影响

肖丽娟, 郑涌\*

西南大学心理学部, 重庆  
Email: \*zhengy@swu.edu.cn

---

\*通讯作者。

收稿日期: 2016年10月30日; 录用日期: 2016年11月20日; 发布日期: 2016年11月23日

## 摘要

本研究探讨权力(社会权力感, 个人权力感)对女异性恋个体客体化他人的影响。招募60名女异性恋被试。通过呈现权力相关词汇启动被试的社会权力感, 采用个人权力感问卷收集被试的个人权力感信息, 并通过倒置效应范式采集被试再认性感男、女图片的正确率和反应时。实验结果显示: (1) 高个人权力感女性处于高社会权力感条件中, 会性客体化女性目标, 对男性目标则没有性客体化; 处于低社会权力感条件中, 没有性客体化出现。(2) 低个人权力感女性会性客体化女性目标, 而对男性目标则没有性客体化; 且该效应不受社会权力感的影响。

## 关键词

社会权力感, 个人权力感, 性客体化, 分析性加工, 构型性加工

## 1. 引言

权力是指对重要资源的不对称控制(Fiske & Dépret, 1996), 对他人思想和行为的影响或影响他人思想和行为结果的能力(Keltner, & Anderson, 2003)。心理学中研究的权力是权力感知及体验, 并非真实的权力阶层(魏秋江, 段锦云, 范庭卫, 2012)。生活中, 大多数人都能体验到权力感, 此时权力会对其社会认知、社会行为产生极大影响。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(Anderson & Berdahl, 2002), 而这些行为仅仅用于满足权力拥有者的个人目的(Keltner et al., 2003)。

通过对权力的操作可以激活与权力有关的概念和行为倾向(Galinsky, Gruenfeld, & Magee, 2003)。以往研究大多采用角色扮演启动、经验启动、实际角色等外显方式操作权力。相比外显的权力操作范式, 语义启动方法则更为内隐, 可以更好地控制个体动机和情绪因素的影响, 常用任务包括“残词补全”和“词语搜索”两类。语义启动最早由Chen等(2001)提出。近年来, 许多研究者采用这种内隐的权力启动方式探讨权力对个体社会认知的影响, 并证实了其有效性(Galinsky, Magee, Gruenfeld, Whitson, & Liljenquist, 2008; Lammers, Galinsky, Gordijn, & Otten, 2008)。权力的内隐和外显线索会对个体产生不同的效应, 权力的传递和表达方式可能会影响个体的社会认知。当权力线索外显呈现时, 高权力感个体倾向于表现出刻板不一致行为, 即表现为更多依赖他人、与他人有更多联系并为他人提供更多帮助, 这种现象称为刻板不一致效应。而当权力线索内隐呈现时, 高权力个体则更倾向于表现刻板一致行为, 即表现得更独立, 更不考虑他人感受, 即内隐刻板线索使个体进行无意识判断, 即刻板一致效应(Caza, Tiedens, & Lee, 2011)。

性客体化是指将女性身体、身体部分或性功能脱离其人性特点, 使其沦为纯粹的工具或被视为能够代表女性个体本身。即当被性客体化, 女性会被视为身体, 而其身体存在的价值仅仅是为了取悦他人和供他人使用(Bartky, 1990)。促进女性性客体化的因素包括媒体中对女性形象的客体化刻画, 男性对女性的目光注视, 对女性身体部位的性评论, 美容手术的盛行, 性骚扰, 性暴力等(Fredrickson & Roberts, 1997; Koze, Tylka, Augustus-Horvath, & Denchik, 2007)。其中, 最常见的性客体化方式是男性通过目光对女性身体的探索。尽管并不是所有的男性都会性客体化女性, 但由于人际性客体化不受女性的控制, 因此很少有女性能够完全避免性客体化环境(Kaschak, 1993)。男女个体可能因为不同的动机而客体化女性目标, 男性主要因为性吸引而客体化女性, 女性可能因为社会比较而客体化女性(Gervais, Vescio, Förster, Maass,

& Suitner, 2012)。女性是客体化的主要目标, 男性是客体化的主体(Fredrickson & Roberts, 1997), 近来研究发现男性也会经历客体化(Davidson, Gervais, Canivez, & Cole, 2013; Loughnan et al., 2010)。另外, 不同性取向的个体性客体化他人的倾向也有差异。异性恋男性比同性恋男性更多的客体化女性目标(Kozak, Frankenhauser, & Roberts, 2009)。性取向在一定程度上可以解释饮食障碍方面的性别差异(Engeln-Maddox, Miller, & Doyle, 2011)。

本质上, 性客体化是将女性视为物体进行认知。然而, 人体识别与物体识别的内部加工过程存在显著差异(Maurer, Grand, & Mondloch, 2002)。人体识别主要依赖于构型性加工方式, 依赖刺激各部分之间的构型关系; 而物体识别主要依赖于分析性加工方式, 不依赖刺激各部分之间的关系。构型性加工的一个重要指标是倒置效应, 即识别倒立的刺激要比正立刺激要困难得多, 然而在分析性加工过程中则不存在倒置效应(Yin, 1969)。Bernard 等(2012)研究提出了性感身体倒置效应假说, 发现个体在识别性感女性目标时, 没有出现倒置效应, 采用分析性加工方式, 表现出对女性的客体化。而加工性感男性目标时则有倒置效应出现, 没有采用分析性加工方式, 因而没有表现出对男性的客体化(Bernard et al., 2012)。

已有关于权力与客体化的研究发现在权力条件下, 接近某个社会目标的倾向更多受到目标有用性的驱动, 而不是其人类属性, 即高权力个体会更倾向于客体化他人, 将他人视为工具(Gruenfeld, Inesi, Magee, & Galinsky, 2008)。权力的不对等将会使高权力个体将他人知觉为工具(Keltner et al., 2003)。Civile 等(2016)研究发现, 高权力白人被试更倾向于客体化相反性别的白人目标, 而中性组与低权力组被试则没有这种效应出现, 且呈现亚洲人目标时, 也没有该效应(Civile & Obhi, 2016; Civile, Rajagopal, & Obhi, 2016)。

以往关于权力的研究多采用外显权力线索进行, 关于内隐权力线索对个体社会认知的影响研究相对较少。本研究探讨内隐权力线索对个体性客体化的影响。另外, 已有关于性客体化的研究多在西方文化背景中进行(Loughnan et al., 2015), 本研究以中国异性恋女被试为研究对象, 为客体化的广泛存在提供证据。同时, 本研究纳入被试的个人权力感变量, 探讨被试个人权力感的作用。

## 2. 方法

### 2.1. 被试

通过校园论坛的方式招募 60 名女大学生被试, 平均年龄 20.98 岁( $SD = 1.63$  岁), 自我报告均为异性恋。通过个人权力感问卷(Generalized Sense of Power Scale; Anderson & Galinsky, 2006)得分将被试平均分为高个人权力感组( $M = 41.34, SD = 2.62$ )和低个人权力感组( $M = 33.64, SD = 2.79$ ), 两组被试个人权力感差异显著,  $F(1, 59) = 121.25, p < 0.001$ 。分别将两组被试随机分配到高、低社会权力感组中, 形成四组被试, 高个人高社会权力组(10 人;  $M_{\text{年龄}} = 21.20, SD = 1.40$ ), 高个人低社会权力组(22 人;  $M_{\text{年龄}} = 20.43, SD = 1.43$ ), 低个人高社会权力组(18 人;  $M_{\text{年龄}} = 21.39, SD = 1.72$ ), 低个人低社会权力组(10 人;  $M_{\text{年龄}} = 21.20, SD = 1.99$ )。

### 2.2. 实验设计

本研究采用 2 (目标姿势: 正立, 倒立)  $\times$  2 (目标性别: 男, 女)  $\times$  2 (社会权力感: 高社会权力感, 低社会权力感)  $\times$  2 (个人权力感: 高个人权力感, 低个人权力感) 混合实验设计。其中目标姿势与目标性别为被试内变量, 社会权力感和个人权力感为被试间变量, 被试再认刺激图片的正确率和反应时为因变量。

### 2.3. 材料

根据已有研究(Chen, Lee-Chai & Bargh, 2001; 李小平, 杨晟宇, 李梦遥, 2012), 本研究搜集了 48 个权力相关词汇, 其中 24 个高权力相关词(如, 影响, 权威, 上级), 24 个低权力相关词(如, 依赖, 职

员, 下属)。正式实验前, 14 名心理学专业研究生对这些词汇的权力感、熟悉度及效价进行了 7 级评定。结果表明, 高权力词汇( $M = 5.28, SD = 0.33$ )相比低权力词汇( $M = 3.17, SD = 0.55$ )被知觉为有更高的权力感,  $F(1, 46) = 259.04, p < 0.01$ 。在熟悉度方面, 高权力词汇( $M = 5.29, SD = 0.35$ )与低权力词汇( $M = 5.23, SD = 0.32$ )差异不显著,  $F(1, 46) = 0.40, p = 0.53$ 。在词汇的积极与消极效价方面, 高权力词汇( $M = 4.37, SD = 0.45$ )与低权力词汇( $M = 4.10, SD = 0.66$ )差异也不显著,  $F(1, 46) = 2.83, p = 0.10$ 。

性客体化测验材料引用 Bernard 等(2012)的性感人物图片作为实验材料, 并采用身体倒置效应的缺失作为性客体化的指标。实验共采用 48 张性感人物图片(24 男, 24 女), 图片中人物身着性感泳衣或内衣, 脸部正对摄像头, 中性表情, 图片尺寸统一处理为  $500 \times 750$  像素。实验前, 心理学专业的研究生对图片刺激的熟悉度进行评定。在熟悉度上, 被试对男性目标( $M = 2.13, SD = 1.11$ )和女性目标( $M = 2.23, SD = 1.05$ )的熟悉度差异不显著,  $t(16) = -0.78, p > 0.05$ 。

## 2.4. 程序

通过 E-prime 程序给被试呈现权力词汇, 并告知被试本研究是记忆测验任务。高社会权力条件中, 呈现的是高权力相关词汇, 低社会权力条件中, 呈现的是低权力相关词汇。每个词汇在屏幕上的呈现时间是 50 ms, 然后呈现下一个词汇, 直到所有词汇都呈现完。

然后随机给被试呈现 48 张性感男性和女性的图片, 24 张(12 正立, 12 倒立)男性图片, 24 张(12 正立, 12 倒立)女性图片, 为避免被试反应的方向偏好, 所有刺激图片均呈现两次, 其中一次是原始图片, 另一次是该图片的左右镜像图片, 所有图片随机呈现, 共 96 个试次(48 正立, 48 倒立)。每张照片呈现 250 ms, 随后空屏 1 s。然后, 屏幕上会同时呈现左右两张图片, 要求被试进行再认任务, 探测界面中的分心图片是目标图片的左右镜像图片(Reed, Stone, Grubb, & McGoldrick, 2006)。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, 用右手的食指按 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和反应时。

## 3. 结果

所有数据分析均在 SPSS18.0 上进行。分别以被试再认目标图片的正确率和反应时为因变量, 以目标姿势(正立, 倒立)、目标性别(男, 女)为被试内变量, 社会权力感(高社会权力感, 低社会权力感)、个人权力感(高个人权力感, 低个人权力感)为被试间变量进行四因素重复测量方法分析。

### 3.1. 正确率

重复测量方差分析表明, 目标性别、目标姿势与社会权力感、个人权力感的四因素交互作用显著,  $F(1, 56) = 4.39, p = 0.041, \eta_p^2 = 0.073$ 。为探讨不同权力特质的个体在不同社会权力感条件中的性客体化差异, 分别对高、低个人权力感的个体进行社会权力感  $\times$  目标性别  $\times$  目标姿势的三因素重复测量方差分析。

**高个人权力感组。**社会权力感、目标性别、目标姿势的三因素交互作用显著,  $F(1, 30) = 6.65, p = 0.015, \eta_p^2 = 0.181$ 。简单效应分析结果显示, 高社会权力感条件下, 目标性别与目标姿势的交互作用显著,  $F(1, 9) = 12.24, p = 0.007, \eta_p^2 = 0.576$ 。被试再认正立男性图片( $M = 0.89, SD = 0.03$ )的正确率显著高于倒立男性( $M = 0.75, SD = 0.12$ ),  $t(9) = 3.76, p = 0.005$ ; 正立女性图片( $M = 0.92, SD = 0.07$ )的正确率与倒立女性图片( $M = 0.93, SD = 0.07$ )的正确率之间差异不显著,  $t(9) = -0.43, p = 0.676$ 。低社会权力感条件下, 目标性别与目标姿势的交互作用不显著,  $F(1, 21) = 0.425, p = 0.522, \eta_p^2 = 0.020$ 。即高个人权力感个体处于高社会权力感条件中再认性感女性时, 会采用更多的分析性加工方式, 表现出对女性目标的性客体化, 而对男性目标则没有性客体化; 处于低社会权力感条件中, 也没有性客体化出现(如图 1 所示)。

**低个人权力感组。**社会权力感、目标性别、目标姿势的三因素交互作用不显著,  $F(1, 26) = 0.19, p = 0.667,$

$\eta_p^2 = 0.007$ 。然而, 目标姿势与目标性别的二因素交互作用显著,  $F(1, 26) = 7.53, p = 0.011, \eta_p^2 = 0.225$ 。进一步的简单效应分析结果表明, 被试再认正立男性图片( $M = 0.87, SD = 0.09$ )的正确率显著高于倒立男性图片( $M = 0.77, SD = 0.09$ ),  $t(27) = 6.21, p < 0.01$ ; 正立女性图片( $M = 0.91, SD = 0.09$ )的正确率与倒立女性图片( $M = 0.88, SD = 0.10$ )的正确率之间没有显著差异,  $t(27) = 1.15, p = 0.259$ 。即低个人权力感个体再认性感女性时, 会采用更多的分析性加工方式, 表现出对女性目标的性客体化, 而对男性目标则没有性客体化; 且个体所感受到的社会权力感对性客体化他人没有影响(如图 2 所示)。

### 3.2. 反应时

重复测量方差分析结果显示, 目标性别、目标姿势与社会权力、个人权力感的四因素交互作用不显

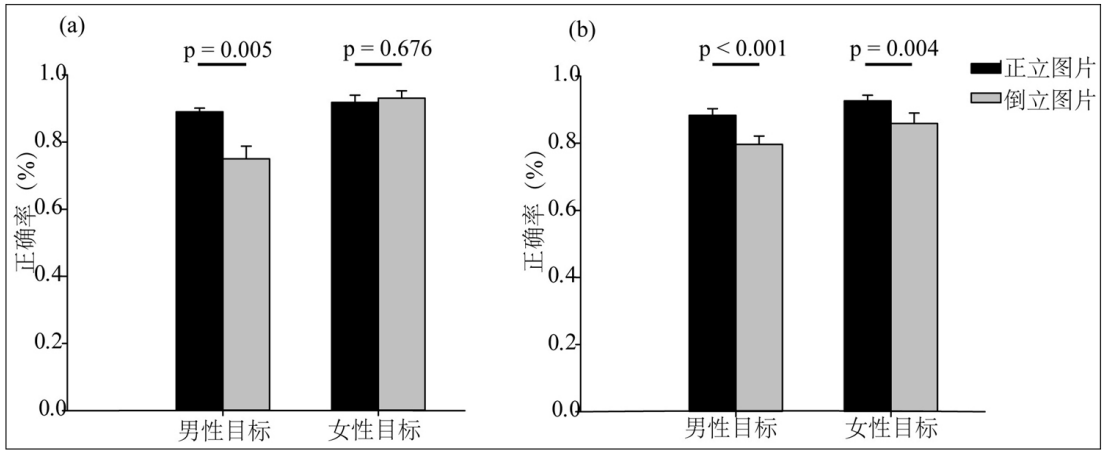


Figure 1. Average accuracy rates under various conditions for women participants with high personal power sense; (a) high social power condition; (b) low social power condition

图 1. 高个人权力感女性在不同条件中的再认正确率; (a) 高社会权力感条件; (b) 低社会权力感条件

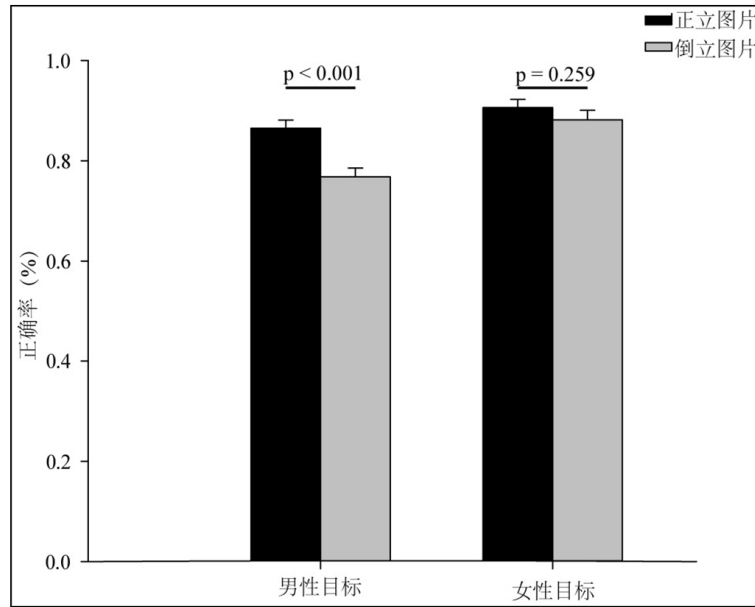


Figure 2. Average accuracy rates under various conditions for women participants with low personal power sense

图 2. 低个人权力感女性在不同条件中的再认正确率

著,  $F(1, 56) = 0.507$ ,  $p = 0.479$ ,  $\eta_p^2 = 0.009$ 。三因素交互作用也均不显著( $p > 0.05$ )。然而, 目标姿势与目标性别的交互作用显著,  $F(1, 56) = 7.04$ ,  $p = 0.01$ ,  $\eta_p^2 = 0.112$ 。

简单效应分析表明, 个体再认倒立男性图片( $M = 1476.78$ ,  $SD = 498.50$ )的反应时显著长于正立男性( $M = 1251.40$ ,  $SD = 455.08$ ),  $t(59) = -5.677$ ,  $p < 0.01$ ; 倒立女性图片( $M = 1290.29$ ,  $SD = 439.05$ )的反应时显著长于正立女性( $M = 1180.92$ ,  $SD = 408.61$ ),  $t(59) = -2.51$ ,  $p = 0.015$ 。正立男性与正立女性的反应时间没有显著差异,  $t(59) = 1.957$ ,  $p = 0.055$ ; 倒立男性的反应时显著长于倒立女性,  $t(59) = 5.01$ ,  $p < 0.01$ 。因此可以认为正立女性目标与倒立女性目标正确率上的差异, 是因为出现了性客体化而排除被试再认性感女性目标时反应式与正确率之间的权衡(如图 3 所示)。

#### 4. 讨论

本研究探讨权力对女性异性恋个体性客体化他人的影响, 并将权力分为社会权力感和个人权力感进行研究。研究结果显示: (1) 高个人权力感女性处于高社会权力感条件中, 会性客体化女性目标, 对男性目标则没有性客体化; 处于低社会权力感条件中, 没有性客体化出现。(2) 低个人权力感女性会性客体化女性目标, 而对男性目标则没有性客体化; 且该效应不受社会权力感的影响。

研究发现高个人权力感女性处于高社会权力感条件中会性客体化女性目标, 而对男性目标则没有性客体化, 该结果与以往研究一致, 即权力增加个体性客体化他人的趋势。以往研究表明, 拥有权力会激发接近目标的趋向, 该趋向主要由目标的有用性决定, 进而工具化他人(Gruenfeld et al., 2008)。Civile 等(2016)发现高社会权力白人个体会客体化相反性别的白人目标(Civile & Obhi, 2016; Civile et al., 2016)。本研究采用中国被试, 再认白人图片, 发现了女性被试对性感女性目标的客体化, 而对性感男性目标则没有客体化。这可能源于中国传统社会文化对男女个体的角色期待不同。中国文化建构在孔子的儒家文化之上(Casimir & Waldman, 2007; Shenkar & Ronen, 1987), 男性被认为高社会权力的代表, 女性的社会权力被认为次于男性。因此女性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自身社会权力感的影响, 进而削弱女性社会权力感对其社会认知的影响。虽然近来研究证实男性也会遭遇客体化, 但已有研究多在西方文化背景中进行(Loughnan et al., 2015), 本研究的研究目标为中国被试, 可能凸显

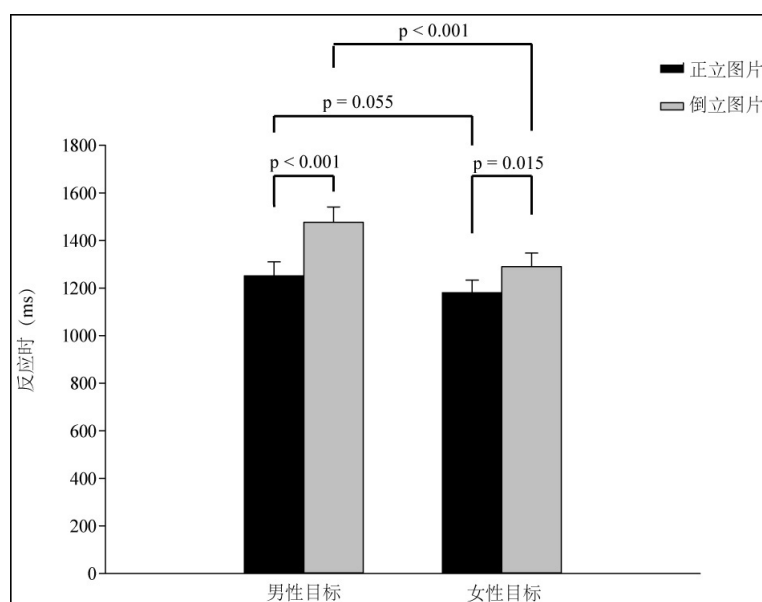


Figure 3. Average reaction times under various conditions for women participants  
图 3. 女性个体在不同条件中的再认反应时

了跨文化的差异。同时男性是客体化的主体, 而女性是客体化的主要目标, 因此在本研究中对男性目标的客体化相比女性目标可能更少一些。

另外, 高个人权力感女性处于低社会权力感条件中, 没有性客体化出现。在一定程度上支持了权力增加客体化认知的假设(Civile & Obhi, 2016; Civile et al., 2016; Gruenfeld et al., 2008)。可能的原因是个人权力感与社会权力感对个体社会认知的影响存在一致性且社会权力感的影响大于个人权力感。当呈现低社会权力线索时, 个体的回避趋向被激活(Keltner et al., 2003), 对目标表现出更少的分析性加工, 表现为没有性客体化效应出现。

对低个人权力感的女性个体来说, 其性客体化认知不受所处的社会权力感条件所影响, 表现出对性感女性目标的性客体化, 而对性感男性目标则没有性客体化。可能的解释是内隐社会权力线索对个体性客体化认知的影响受到其自身个人权力特质的作用。中国传统父权制社会强调集体主义文化, 女性被认为有更低的个人权力感, 这种起源于社会文化的性别差异对个体社会认知的影响非常深远。当呈现内隐社会权力线索时, 社会权力感对个体社会认知的作用可能被其本身的权力特质的作用所掩盖, 表现为社会权力感的作用不显著。以此推断, 对低个人权力感男性来说, 当处于高社会权力感条件中时, 社会权力感的作用可能会呈现显著差异。然而, 目前这仅仅是一种推测, 需要未来研究进一步证实。

本研究研究了中国文化背景中权力对女同性恋个体性客体化他人的影响, 并分别研究社会权力感与个人权力感的作用, 具有深刻的理论和实践意义。本研究结果显示, 个人权力感和社会权力感对个体社会认知的影响可能会因被试性别和社会文化的不同而有所差异, 未来研究可以以此为着力点, 深入探讨权力的不同方面对个体社会认知的影响(王雪等, 2014)。然而本研究仍存在有待改进之处: 第一, 仅研究异性恋女性被试, 限制了研究结果的推广。未来研究可以扩大研究群体, 增加异性恋男性和性少数群体样本, 系统探讨权力的性别差异对个体客体化他人的影响。第二, 本研究研究的变量较多, 每组被试人数不均衡, 统计检验力可能受到样本量的影响。第三, 本研究采用呈现权力词汇的方式启动被试的社会权力感, 限于大学生被试的权力经历有限, 可能会限制研究结果的推广。因此, 以后的权力研究可以采用多种方法结合来启动社会权力感, 系统探讨权力对个体社会认知的影响。

## 基金项目

本研究得到教育部人文社会科学研究规划基金项目“性客体化的认知与神经机制研究”(15YJA190011)的资助。

## 参考文献 (References)

- 李小平, 杨晟宇, 李梦遥(2012). 权威人格与权力感对道德思维方式的影响. *心理学报*, 44(7), 964-971.  
<http://dx.doi.org/10.3724/SP.J.1041.2012.00964>
- 王雪, 蔡颖, 孙嘉卿, 吴嵩, 封子奇, 金盛华(2014). 社会心理学视角下权力理论的发展与比较. *心理科学进展*, 22(1), 139-149.
- 魏秋江, 段锦云, 范庭卫(2012). 权力操作范式的分析与比较. *心理科学进展*, 20(9), 1507-1518.  
<http://dx.doi.org/10.3724/SP.J.1042.2012.01507>
- Anderson, C., & Berdahl, J. L. (2002). The Experience of Power: Examining the Effects of Power on Approach and Inhibition Tendencies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1362-1377.  
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.6.1362>
- Anderson, C., & Galinsky, A. D. (2006). Power, Optimism, and Risk-Taking. *European Journal of Social Psychology*, 36, 511-536. <http://doi.org/10.1002/ejsp.324>
- Bernard, P., Gervais, S. J., Allen, J., Campomizzi, S., Klein, O., & Science, P. (2012). Integrating Sexual Objectification With Object Versus Person Recognition The Sexualized-Body-Inversion Hypothesis. *Psychological Science*, 23, 469-471.  
<https://doi.org/10.1177/0956797611434748>

- Casimir, G., & Waldman, D. A. (2007). A Cross Cultural Comparison of the Importance of Leadership Traits for Effective Low-Level and High-Level Leaders: Australia and China. *International Journal of Cross Cultural Management*, 7, 47-60. <https://doi.org/10.1177/1470595807075171>
- Caza, B. B., Tiedens, L., & Lee, F. (2011). Power Becomes You: The Effects of Implicit and Explicit Power on the Self. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 114, 15-24. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2010.09.003>
- Chen, S., Lee-Chai, A. Y., & Bargh, J. A. (2001). Relationship Orientation as a Moderator of the Effects of Social Power. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 173-187. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.80.2.173>
- Civile, C., & Obhi, S. S. (2016). Power, Objectification, and Recognition of Sexualized Women and Men. *Psychology of Women Quarterly*, 40, 199-212. <https://doi.org/10.1177/0361684315604820>
- Civile, C., Rajagopal, A., & Obhi, S. S. (2016). Power, Ethnic Origin, and Sexual Objectification. *SAGE Open*, 6, 1-13. <https://doi.org/10.1177/2158244016646150>
- Davidson, M. M., Gervais, S. J., Canivez, G. L., & Cole, B. P. (2013). A psychometric Examination of the Interpersonal Sexual Objectification Scale among college men. *Journal of Counseling Psychology*, 60, 239-250. <https://doi.org/10.1037/a0032075>
- Engeln-Maddox, R., Miller, S. A., & Doyle, D. M. (2011). Tests of Objectification Theory in Gay, Lesbian, and Heterosexual Community Samples: Mixed Evidence for Proposed Pathways. *Sex Roles*, 65, 518-532. <https://doi.org/10.1007/s11199-011-9958-8>
- Fiske, S. T., & Dépret, E. (1996). Control, Interdependence and Power: Understanding Social Cognition in Its Social Context. *European Review of Social Psychology*, 7, 31-61. <https://doi.org/10.1080/14792779443000094>
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification Theory. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Galinsky, A. D., Gruenfeld, D. H., & Magee, J. C. (2003). From Power to Action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 453-466. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.3.453>
- Galinsky, A. D., Magee, J. C., Gruenfeld, D. H., Whitson, J. A., & Liljenquist, K. A. (2008). Power Reduces the Press of the Situation: Implications for Creativity, Conformity, and Dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95, 1450-1466. <https://doi.org/10.1037/a0012633>
- Gervais, S. J., Vescio, T. K., Förster, J., Maass, A., & Suitner, C. (2012). Seeing Women as Objects: The Sexual Body Part Recognition Bias. *European Journal of Social Psychology*, 42, 743-753. <https://doi.org/10.1002/ejsp.1890>
- Gruenfeld, D. H., Inesi, M. E., Magee, J. C., & Galinsky, A. D. (2008). Power and the Objectification of Social Targets. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95, 111-127. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.95.1.111>
- Kaschak, E. (1993). *Engendered Lives: A New Psychology of Women's Experience*: Basic Books.
- Keltner, D., H., G. D., & Anderson, C. (2003). Power, Approach, and Inhibition. *Psychological Review*, 110, 265-284. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.110.2.265>
- Kozak, M., Frankenhauser, H., & Roberts, T.-A. (2009). Objects of Desire: Objectification as a Function of Male Sexual Orientation. *Psychology of Men & Masculinity*, 10, 225-230. <https://doi.org/10.1037/a0016257>
- Kozee, H. B., Tylka, T. L., Augustus-Horvath, C. L., & Denchik, A. (2007). Development and Psychometric Evaluation of the Interpersonal Sexual Objectification Scale. *Psychology of Women Quarterly*, 31, 176-189. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2007.00351.x>
- Lammers, J., Galinsky, A. D., Gordijn, E. H., & Otten, S. (2008). Illegitimacy Moderates the Effects of Power on Approach. *Psychological Science*, 19, 558-564. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2008.02123.x>
- Loughnan, S., Fernandez-Campos, S., Vaes, J., Anjum, G., Aziz, M., Harada, C. et al. (2015). Exploring the Role of Culture in Sexual Objectification: A Seven Nations Study. *International Review of Social Psychology*, 28, 125-152.
- Loughnan, S., Haslam, N., Murnane, T., Vaes, J., Reynolds, C., & Suitner, C. (2010). Objectification Leads to Depersonalization: The Denial of Mind and Moral Concern to Objectified Others. *European Journal of Social Psychology*, 40, 709-717.
- Maurer, D., Le Grand, R., & Mondloch, C. (2002). The Many Faces of Configural Processing. *Trends in Cognitive Sciences*, 6, 255-260. [https://doi.org/10.1016/S1364-6613\(02\)01903-4](https://doi.org/10.1016/S1364-6613(02)01903-4)
- Reed, C. L., Stone, V. E., Grubb, J. D., & McGoldrick, J. E. (2006). Turning Configural Processing Upside Down: Part and Whole Body Postures. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 32, 73-87. <https://doi.org/10.1037/0096-1523.32.1.73>
- Shenkar, O., & Ronen, S. (1987). The Cultural Context of Negotiations: The Implications of Chinese Interpersonal Norms. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 23, 263-275. <https://doi.org/10.1177/0021886387232009>
- Yin, R. K. (1969). Looking at Upside-Down Faces. *Journal of Experimental Psychology*, 81, 141-145. <https://doi.org/10.1037/h0027474>



**期刊投稿者将享受如下服务：**

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击：<http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱：[ap@hanspub.org](mailto:ap@hanspub.org)