

# 面孔吸引力对助人行为预判的影响

朱嘉怡, 张 静

重庆师范大学教育科学学院, 重庆

收稿日期: 2023年9月26日; 录用日期: 2023年11月17日; 发布日期: 2023年11月23日

## 摘 要

近年来, 有不少学者纷纷研究面孔吸引力对个体以及社会生活的影响。本文在前人的研究基础上, 以初中生为研究对象, 随机选取了30名初中生进行实验, 探索面孔吸引力对助人行为的预判。研究结果表明: 不同性别被试对不同面孔吸引力水平个体助人行为的预判具有一致性; 面孔吸引力水平的主效应显著  $F(1, 29) = 342.838, p < 0.05$ ; 面孔图片性别主效应显著  $F(1, 29) = 51.273, p < 0.05$ 。在社会助人情境中, 人们更愿意相信高面孔吸引力的人有助人行为, 即存在“美即好”这一刻板效应; 并且认为女性比男性更有可能做出助人行为。

## 关键词

面孔吸引力, 助人行为, 初中生

# The Influence of Facial Attractiveness on the Prejudgment of Helping Behavior

Jiayi Zhu, Jing Zhang

School of Educational Sciences, Chongqing Normal University, Chongqing

Received: Sep. 26<sup>th</sup>, 2023; accepted: Nov. 17<sup>th</sup>, 2023; published: Nov. 23<sup>rd</sup>, 2023

## Abstract

In recent years, a number of scholars have studied the effects of face attractiveness on individuals as well as social life. On the basis of previous research, this paper takes junior high school students as the research object, and randomly selects 30 junior high school students to conduct experiments to explore the prediction of face attractiveness on helping behaviour. The results of the study show that: there is consistency in the prejudgment of helping behaviour of individuals with different levels of face attractiveness by subjects of different genders; the main effect of the level of face attractiveness is significant  $F(1, 29) = 342.838, p < 0.05$ ; and the main effect of the gender of

the picture of the face is significant  $F(1, 29) = 51.273, p < 0.05$ . In social helping situations, people are more willing to believe that high face attractiveness In social helping situations, people are more likely to believe that people with high facial attractiveness engage in helping behaviour, i.e., there is a stereotypical “beauty is good” effect; and that women are more likely to engage in helping behaviour than men.

## Keywords

Face Attractiveness, Helping Behavior, Junior High Student

Copyright © 2023 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

常言道,“美丽的皮囊千篇一律,有趣的灵魂万里挑一”,启示我们不应该光靠外表去评价一个人,道理我们都懂,但在现实生活中,大家都难逃“美的即好的”这一关于相貌的刻板印象[1]。在社会交往活动中,面孔吸引力较高的个体往往会得到更多的青睐[2]。面孔吸引力(facial attractiveness)是指目标人物的面孔所诱发的一种积极愉悦的情绪体验并驱使他人产生接近意愿的程度[3]。从进化心理学角度讲,面孔吸引力是随人类的出现而出现的,在心理学界,“面孔吸引力”这个概念直到二十世纪七十年代才被提出来并有了较为系统的定义。自此以后,关于面孔吸引力的研究以及探讨成为了研究者们备受关注的话题。

爱美之心人皆有之。高吸引力面孔比低吸引力面孔更能吸引注意[4][5]。研究发现,个体在婴儿时期就偏爱吸引力水平高的个体,具体表现为其对高吸引力面孔的注视时间更久[6]。同时,人们也会对高面孔吸引力个体做出更加积极的评价,即认为这样的个体具有更多积极的人格特质。尽管这些优秀的特质个体并不一定会具备,但人们仍会显示出这样的偏好,面对高吸引力面孔个体时,大家更有可能做出冒险决策[7]。Chen等人运用眼动技术分析面孔吸引力对合作行为的影响,结果发现被试认为高面孔吸引力的人更可能遵守承诺,归还金钱。在求职应聘时,相貌突出的个体更容易得到一些良性评价,从而更容易获得工作,升职几率也更大[8][9]。高面孔吸引力的个体其亲密关系的建立也会更占优势,认为在配偶选择中,男女双方都视伴侣的外貌吸引力为重要选择标准,其中男性比女性更加看重对方的外貌[10]。在人际关系的交往活动中,高面孔吸引力的个体仍占有优势。胡雪研究发现,高面孔吸引力的个体更容易获得他人的信任与宽恕[11]。在犯错误的情况下,高面孔吸引力的个体也更容易得到原谅与宽恕,关于面孔吸引力对司法的影响这一研究中发现:在同一犯罪情形下,高面孔吸引力个体即使被定罪,也会轻判[12]。可见,人们倾向于认为面孔吸引力高的人更善良、热情和友好[13],且对面孔吸引力高的个体更为包容[14]。

作为中华传统美德的“助人行为”是否也受到面孔吸引力高低的影响呢?数年来,心理学家们对助人行为这一主题的研究依旧兴趣不减。助人行为属于道德水平层面的外显行为体现,同时也是亲社会行为的重要组成部分。助人行为是指没有私心的为求助者提供帮助的行为,主要受助人者、求助者和情境三个因素的影响[15]。研究发现,面孔吸引力程度能够影响个体对他人内在品质的判断[1]。外表美的个体被认为是善良、热情、友好的。张璇以大学生为被试,在一项道德判断实验中发现,面孔吸引力高的个体被认为会更有可能会做出积极的、符合社会规范的道德行为[16]。

“美的就是好的”本身就属于刻板印象, 具有偏差性。有研究发现, 面孔吸引力在某些条件下也会产生消极的影响。人们认为面孔吸引力高的科研人员有更低的科研质量[17]。与低面孔吸引力的程序员相比, 面孔吸引力高的个体其工作水平更高[18]。当目标群体与人们已经形成的刻板印象冲突时, 会使个体的认知产生偏差, 从而导致对目标个体的认知评价缺乏客观性。青少年群体看问题较为片面化和表面化, 且个体社会化仍处于发展阶段[19], 我们推断其更加容易受面孔吸引力刻板印象的威胁。故本实验以初中生为研究对象, 旨在探讨个体对不同面孔吸引力水平个体其助人行为可能性的预先判断。

## 2. 实验

### 2.1. 研究假设

假设 1: 被试对不同面孔吸引力的个体的助人行为的预判具有一致性;

假设 2: 被试判断面孔吸引力高的人比面孔吸引力低的人更有可能做出助人行为。

### 2.2. 研究设计

2 (面孔吸引力水平: 高、低) × 2 (面孔性别: 男、女) 的被试内设计, 其中自变量是面孔吸引力水平和面孔性别, 面孔吸引力水平有 2 个水平, 分别是高面孔吸引力和低面孔吸引力, 面孔性别的 2 个水平分别是男和女; 因变量是被试通过七级评分法得到的分数。

### 2.3. 研究对象

随机选取来宾市某中学初二学生 30 名, 其中男生 15 名, 女生 15 名, 年龄范围 13~15 岁 ( $M = 14.58$ ), 所有被试均为汉族人, 身体健康, 视力或矫正视力正常, 均为右利手, 自述无家族精神疾病史, 近期内未发生重大生活事件。均自愿参加, 所有被试完成实验后均得到一份小礼品。

### 2.4. 实验材料

本研究选择黄玲玲在面孔吸引力评定实验中, 采用七级评定法按照每张面孔均值的高低筛选出正式实验所要使用的材料, 共 40 张, 其中高面孔吸引力图片, 男、女各 10 张; 低面孔吸引力图片, 男、女各 10 张[20]。请 7 位心理学研究生对所选图片面孔吸引力进行七级评分, 结果发现不同面孔吸引力等级之间差异性显著 ( $p < 0.05$ )。并在每种水平中剔除 6 张图片(长相与某些公众人物相似), 最后本研究的正式材料包括: 高面孔吸引力照片 14 张, 男、女各 7 张; 低面孔吸引力照片 14 张, 男、女各 7 张, 总共 28 张材料图片。

通过网络随机选择助人行为情境图 15 张。并请 7 位心理学研究生采用五级评分法进行评价图片所反映的助人情境是否合适。最终剔除 5 张情境意义模糊的情境图片, 得到正式实验材料。

### 2.5. 实验程序

运用 E-prime1.1 进行实验, 在实验开始之前, 呈现一段指导语, 向被试说明如何进行实验操作。接着电脑屏幕上会出现红色“+”号注视点, 提醒被试集中注意力。随后屏幕会随机出现不同的面孔图片和问题情境简图, 被试需要对每张面孔的助人行为的可能性进行等级评价, 1 表示几乎不可能, 7 表示非常有可能。电脑键盘上的数字 1~7 代表相应的等级分值。

注视点呈现时间为 1000 ms, 然后同时呈现一张面孔图片和一张助人情境简图, 共 112 个 trial, 被试通过键盘上的数字 1~7 对呈现的面孔有多大的可能性做出助人行为进行等级评分, 每个被试均需完成所有的实验情况。整个实验过程均使被试在独立安静, 无干扰的实验室完成。具体流程如图 1:

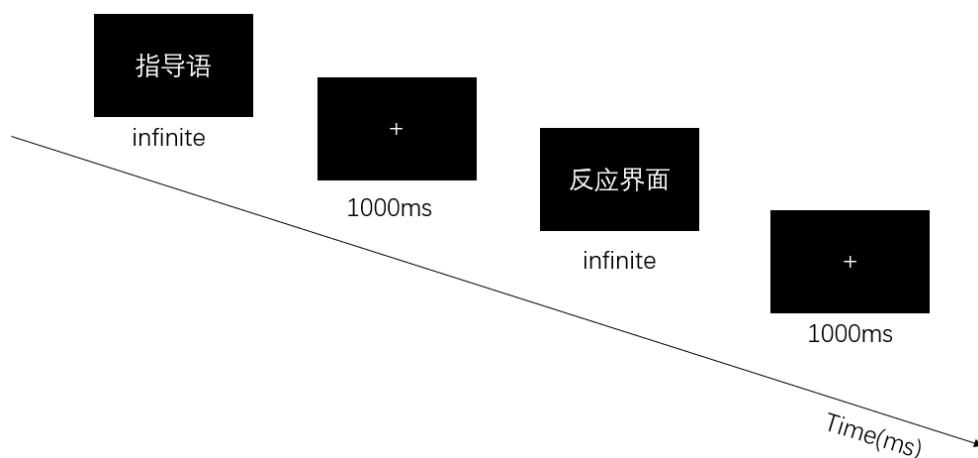


Figure 1. Flowchart  
图 1. 流程图

### 3. 研究结果

#### 3.1. 不同性别被试对不同面孔吸引力水平个体助人行为预判的差异

Table 1. Differences between subjects of different genders on individual propensity for helping behaviour for different levels of face attractiveness ( $M \pm SD$ )

表 1. 不同性别被试对不同面孔吸引力水平个体助人行为倾向的差异( $M \pm SD$ )

面孔	男( $n = 15$ )	女( $n = 15$ )	总( $n = 30$ )	$t$
男高吸引力面孔	4.98 ± 0.83	5.48 ± 0.52	5.23 ± 0.68	1.996
男低吸引力面孔	2.46 ± 0.49	2.29 ± 0.50	2.38 ± 0.50	-0.195
女高吸引力面孔	5.79 ± 0.93	6.08 ± 0.65	5.94 ± 0.79	0.972
女低吸引力面孔	3.09 ± 0.69	2.89 ± 0.76	2.99 ± 0.73	-0.764
男面孔吸引力	3.72 ± 0.66	3.89 ± 0.51	3.81 ± 0.59	0.901
女面孔吸引力	4.44 ± 0.81	4.49 ± 0.71	4.47 ± 0.76	0.104
高吸引力面孔	5.39 ± 0.88	5.78 ± 0.59	5.59 ± 0.74	1.484
低吸引力面孔	2.78 ± 0.59	2.59 ± 0.63	2.69 ± 0.61	-0.840
总面孔	4.09 ± 0.74	4.19 ± 0.61	4.14 ± 0.68	0.322

通过数据分析, 由表 1 我们可以得出, 不同性别被试对同一面孔吸引力水平个体助人行为可能性的判断之间差异不显著。全部被试在各个水平上的数据如下: 男高吸引力面孔  $t = 1.996$ ,  $p > 0.05$ , 男低吸引力面孔  $t = -0.195$ ,  $p > 0.05$ , 女高吸引力面孔  $t = 0.972$ ,  $p > 0.05$ , 女低吸引力面孔  $t = -0.764$ ,  $p > 0.05$ , 男性吸引力面孔  $t = 0.901$ ,  $p > 0.05$ , 女性吸引力面孔  $t = 0.104$ ,  $p > 0.05$ , 高吸引力面孔  $t = 1.484$ ,  $p > 0.05$ , 低吸引力面孔  $t = -0.840$ ,  $p > 0.05$ , 全部面孔  $t = 0.322$ ,  $p > 0.05$ 。这些数据说明, 男女被试对不同面孔吸引力水平的个体的助人行为的可能性等级评价是一致的。从而验证了本实验的研究假设 1。

#### 3.2. 被试判断不同面孔吸引力的个体作出助人行为的可能性之间存在显著差异

通过对两个因素的主效应以及交互作用的分析, 发现面孔吸引力水平的主效应显著  $F(1, 29) = 342.838$ ,  $p < 0.05$ , 面孔图片性别主效应显著  $F(1, 29) = 51.273$ ,  $p < 0.05$ , 面孔吸引力水平和面孔图片性

别的交互作用不显著  $F(1, 29) = 0.585, p > 0.05$ , 因此无需进行进一步的分析, 只需对主效应进行分析, 见表 2。面孔吸引力水平的主效应显著, 说明被试对不同面孔吸引力水平个体助人行为可能性的预判的差异显著, 高面孔吸引力和低面孔吸引力助人行为的平均值差异为 2.90,  $p < 0.05$ , 即被试认为高面孔吸引力的面孔个体做出助人行为的可能性远高于低面孔吸引力的个体, 验证了假设 2。面孔性别的主效应同样显著, 说明被试对不同性别面孔个体助人行为可能性的评分之间存在差异, 男性面孔吸引力和女性面孔吸引力助人行为的平均值差异为 0.66,  $p < 0.05$ , 即被试认为相对于男性, 女性助人行为的可能性更大。

**Table 2.** Main effects and interactions between factors  
**表 2.** 因素间主效应及交互作用

变异来源	SS	df	均方	F
面孔吸引力水平	252.387	1	252.387	342.838
面孔图片性别	13.009	1	13.009	51.273
交互作用	0.075	1	0.075	0.585

#### 4. 讨论

本研究主要采用实验法讨论面孔吸引力对助人行为可能性预判的影响。结果发现不同性别的被试对高、低面孔吸引力水平的面孔做出助人行为的可能性的评分无显著性差异。也就是说不论男女被试, 在对不同吸引力水平面孔的助人行为的预判上的判断是一致的, 因此不存在被试性别差异对实验结果的影响, 这一结果与之前的研究结果相同[20]。之所以出现以上实验结果, 从某种程度上说明了大家对面孔吸引力的评价具有一致性, 即可通俗的理解为男生和女生对他人颜值的评价标准是基本相同的, 且都一致认为高面孔吸引力的人体更容易选择去帮助他人。也更进一步验证了 Dion 提出的“美的即好的”这一面孔刻板印象[1]。这一结果也与前人的研究结果一致。一项眼动研究发现, 美的形象会影响个体的道德判断, 相貌好的人被认为更有可能做出好的行为[21]。张璇关于面孔吸引力对道德判断的影响这一研究也得出结论:高面孔吸引力的人比低面孔吸引力的人更容易产生好的道德行为[16]。雷怡等人采取点探测范式, 并结合眼动技术研究发现: 成人对高可爱度的婴儿面孔的反应时注意偏向更强, 而且注视的时间偏向更强[22]。根据以往的研究, 面孔吸引力刻板效应广泛的存在于求职、择偶、合作等社会行为中, 也有大量的研究证实, 这一刻板印象具有跨文化、跨年龄、跨种族的一致性[23]。确实现实生活中, 大部分人都会受到“美即好效应”的影响, 大家更愿意将美好的一些品质和特质赋予到颜值高的对象身上, 即使他们本身并不具有这样的特质, 虽然用这种以偏概全的方式并不客观, 但当大部分人需要作出决定的时候还是难逃这一刻板印象的影响。既然是刻板印象, 说明我们会不由自主的去使用这一标准去衡量事物, 存在即合理, 不过亦有利弊, 关于有利的一面在此不做探讨, 而其有弊的一面提醒我们在日常生活学习中要认真思考, 客观判断, 使其对我们的影响尽量降低。

自变量主效应的分析结果表明, 面孔吸引力水平的主效应显著。实验数据清晰明了的向我们传递了这样的信息, 即被试认为高面孔吸引力的个体相对于低面孔吸引力的个体来说, 做出助人行为的可能性更大。这与以往文献研究中得出的结论十分一致[24], “美的就是好的”这一刻板论证进一步得到证实。在社会互动中, 长得好看的人更能吸引人的注意并影响人们对其内在属性的判断[25]。特质推论理论认为, 在其他有效信息缺乏的条件下, 我们认知他人的方式常常是通过一个特质去推导出个体所具有的其他特质。以往研究也从社会心理学角度出发, 发现人们认为面孔吸引力水平高的人性格更加外向主动, 会表现倾向性更强的亲社会行为[26]。从进化论角度出发则有如下解释, 即大家认为高面孔吸引力的个体拥有

优良的遗传基因,这也是为什么人们在择偶时会选择面孔吸引力水平高的异性[10]。至此我们就不难理解为何在本实验中被试会认为面孔吸引力高的个体会更加愿意做出助人行为。

面孔性别的主效应显著。被试更加倾向于认为女性面孔的个体做出助人行为的可能性程度要高于男性面孔,以往的研究也证实了这一点[27]。张妍等人运用 ERP 技术采用学习-再认实验范式研究发现女性面孔更容易诱发出更大的 ERP 成分,即被试在加工男性面孔和女性面孔时的加工过程本身存在差异,且女性面孔会引发更加强烈的反应[28]。这一结果从认知心理学的角度为本实验的研究结果提供了证明。本研究发现男性被试对女吸引力面孔做出助人行为的评分要高于同性吸引力面孔。也可能是受中国传统文化的影响,大众普遍认为东方女性具有善良、乐于助人等积极的人格特质,加之在大多数人心目中女性本来就是柔和、善解人意的代表,这种存在于大众身上的集体潜意识可能会对判断有一定的影响。总的来看,面孔刻板效应仍然存在,大多数个体不可避免的受到这一晕轮效应的影响。

## 5. 结论

1) 不同面孔吸引力的人做出助人行为的可能性不同。人们更倾向于认为高面孔吸引力的个体做出助人行为的可能性更大。2) “美的即好的”这一传统的刻板印象更加得到证实。人们喜欢将一些积极的品质赋予高面孔吸引力的个体。3) 人们认为女性面孔比男性面孔做出助人行为的可能性要大。

## 参考文献

- [1] Dion, K. (1972) What Is Beautiful Is Good. *Personality and Social Psycho*, **24**, 285-290. <https://doi.org/10.1037/h0033731>
- [2] Maurer-Fazio, M., Lei, L., et al. (2015) “As Rare as a Panda”: How Facial Attractiveness, Gender, and Occupation Affect Interview Callbacks at Chinese Firms. *International Journal of Manpower*, **36**, 68-85. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2520780>
- [3] Rhodes, G. (2006) The Evolutionary Psychology of Facial Beauty. *Annual Review of Psychology*, **57**, 199-226. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.57.102904.190208>
- [4] Chen, W., Liu, C.H. and Nakabayashi, K. (2012) Beauty Hinders Attention Switch in Change Detection: The Role of Facial Attractiveness and Distinctiveness. *PLOS ONE*, **7**, e32897. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0032897>
- [5] Kawabata, H. and Nakamura, K. (2014) Attractive Faces Temporally Modulate Visual Attention. *Frontiers in Psychology*, **5**, Article No. 620. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.00620>
- [6] Langlois, J.H., Roggman, L.A. and Rieser-Danner, L.A. (1990) Infants' Differential Social Responses to Attractive and Unattractive Faces. *Developmental Psychology*, **26**, 153-159. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.26.1.153>
- [7] Lorenzo, G.L., Biesanz, J.C. and Human, L.J. (2010) What Is Beautiful Is Good and More Accurately Understood: Physical Attractiveness and Accuracy in First Impressions of Personality. *Psychological Science: A Journal of the American Psychological Society*, **21**, 1777-1782. <https://doi.org/10.1177/0956797610388048>
- [8] Shahani, C., Dipboye, R.L. and Gehrlein, T.M. (1993) Attractiveness Bias in the Interview: Exploring the Boundaries of an Effect. *Basic & Applied Social Psychology*, **14**, 317-328. [https://doi.org/10.1207/s15324834baspp1403\\_5](https://doi.org/10.1207/s15324834baspp1403_5)
- [9] Tsai, W.C., Huang, T.C. and Yu, H.H. (2012) Investigating the Unique Predictability and Boundary Conditions of Applicant Physical Attractiveness and Non-Verbal Behaviours on Interviewer Evaluations in Job Interviews. *Journal of Occupational & Organizational Psychology*, **85**, 60-79. <https://doi.org/10.1348/2044-8325.002003>
- [10] 李雪, 郑涌. 美的就是好的?外貌吸引力在亲密关系中的作用[J]. 心理科学进展, 2019, 27(10): 15.
- [11] 胡雪. 面孔吸引力对信任与宽恕的影响[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南师范大学, 2023.
- [12] Burke, D.M., Ames, M.A., Etherington, R., et al. (1990) Effects of Victim's and Defendant's Physical Attractiveness on the Perception of Responsibility in an Ambiguous Domestic Violence Case. *Journal of Family Violence*, **5**, 199-207. <https://doi.org/10.1007/BF00980815>
- [13] Chen, F.F., Jing, Y. and Lee, J.M. (2014) The Looks of a Leader: Competent and Trustworthy, but Not Dominant. *Journal of Experimental Social Psychology*, **51**, 27-33. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2013.10.008>
- [14] Ma, Q.G., et al. (2015) The Undermining Effect of Facial Attractiveness on Brain Responses to Fairness in the Ultimatum Game: An ERP Study. *Frontiers in Neuroscience*, **9**, Article No. 77.

- [15] 侯玉波. 社会心理学——北京大学心理学丛书[M]. 北京: 北京大学出版社, 2003.
- [16] 张璇. 面孔吸引力和情绪状态对道德判断的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 东南大学, 2017.
- [17] Gheorghiu, A.I., Callan, M.J. and Skylark, W.J. (2017) Facial Appearance Affects Science Communication. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, **114**, 5970-5975. <https://doi.org/10.1073/pnas.1620542114>
- [18] Walker, L.S., et al. (2016) Revisiting the Beauty Is Beastly Effect: Examining When and Why Sex and Attractiveness Impact Hiring Judgments. *The International Journal of Human Resource Management*, **27**, 1034-1058. <https://doi.org/10.1080/09585192.2015.1053963>
- [19] 林崇德, 李庆安. 青少年期身心发展特点[J]. 北京师范大学学报: 社会科学版, 2005(1): 48-56.
- [20] 黄玲玲. 社会排斥情景下面孔吸引力对助人行为预判的影响[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南师范大学, 2018.
- [21] 汝涛涛, 周国富, 莫雷. 美的形象对道德判断与行为的影响: 来自行为与 ERP 的证据[C]//中国心理学会. 心理学与创新能力提升——第十六届全国心理学学术会议论文集. 2013: 2.
- [22] 雷怡, 夏琦, 莫志凤, 等. 面孔可爱度和客观熟悉度对婴儿面孔注意偏向效应的影响[J]. 心理学报, 2020, 52(7): 811-822.
- [23] 刘盼盼. 大学生助人态度及其对助人行为的影响[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北师范大学, 2017.
- [24] 邹玉梅. 容貌特征的刻板印象研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 华东师范大学, 2005.
- [25] 赵海凤, 郝芳. 美即是好吗?面孔吸引力的“双刃剑效应” [J]. 大众心理学, 2023(6): 43-44.
- [26] 文小辉, 胡小兰. 吸引力研究概述[J]. 智库时代, 2019(24): 247-248.
- [27] 曾好豪, 刘雯萱, 朱小燕, 等. “她”而不是“他”具有吸引力: 面孔吸引力感知中的性别刻板印象[C]//中国心理学会. 第二十四届全国心理学学术会议摘要集. 2022: 2.
- [28] 张妍, 孔繁昌, 陈红, 等. 男性对女性面孔吸引力的认知偏好: 来自 ERP 的证据[J]. 心理学报, 2010, 42(11): 1060-1072.