

面孔—人格知觉的影响因素

田杨阳¹, 吴琦², 李东¹, 闫向博¹, 李雅宁³, 魏鹏霏¹, 蒋重清^{1*}

(1. 辽宁师范大学心理学院, 大连 116029; 2. 大连医科大学人文与社会科学学院, 大连 116044;

3. 内蒙古师范大学心理学院, 呼和浩特 010022)

摘要:人们会迅速地对目标人物的面孔线索进行人格特质分析, 进而形成对目标的人格第一印象。在这个面孔—人格知觉的过程中, 知觉结果会受到知觉对象、知觉者以及两者交互作用的影响。本文基于这三个方面对影响面孔—人格知觉的因素进行了综述和展望, 以期更系统、科学地研究与看待面孔—人格知觉, 并为人际印象设计与管理等提供理论参考。

关键词:面孔社会知觉; 面孔—人格知觉; 第一印象; 影响因素

中图分类号: B848

文献标识码: A

文章编号: 1003–5184(2022)05–0451–08

1 引言

生活中, 人们会基于他人的面孔对其人格特质做出推断和判断 (Oosterhof & Todorov, 2008; Sutherland et al., 2013)。这个过程更常见于陌生人之间, 是人际第一印象的主要来源。Oosterhof 和 Todorov (2008) 使用数据驱动的方法对目标面孔进行建模, 发现人们一般会根据两个维度对他人面孔做出评价, 分别是可信度 (反映对方的行为意图) 和支配性 (实施意图的能力)。Sutherland 等 (2013) 在前人研究的基础上使用更具生态化的面孔图片, 发现了人格知觉的第三个维度: 年轻—吸引力 (有关性选择机制)。基于吸引力、可信度、支配性三维模型, Hehman, Sutherland, Flake 和 Slepian (2017) 使用交叉分类随机效应模型 (cross-classified random effects models) 量化了面孔—人格知觉的变异来源, 发现不同人格特质维度的知觉评价结果中有 6.2% ~ 70.6% 的变异源于知觉对象的因素 (Target-level), 1.8% ~ 36.8% 的变异源于知觉者因素 (Perceiver-level), 22.7% ~ 38.2% 的变异源于知觉者和知觉对象的交互作用 (Perceiver × Target interaction), 并对这三个来源进行了概念划分 (Hehman, Stoller, Freeman, Flake, & Xie, 2019)。但是迄今尚没有文献对这三大变异源内的具体因素进行系统阐述。因此, 本研究将从这三个方面对面孔—人格知觉的影响因

素进行梳理总结, 以期为实际生活中人际沟通、交往及印象管理等提供一定的理论参考指导, 为面孔—人格知觉未来研究方向提供启示。

2 知觉对象因素

知觉对象的面孔特征是影响面孔—人格知觉的直接因素。此外, 目标面孔的出现往往伴随着特定的背景, 这些背景线索也会对这个认知过程产生影响。

2.1 面孔特征因素

Haxby, Hoffman 和 Gobbini (2000) 提出的面孔感知分布式神经系统模型认为, 人们在对目标个体的面孔特征进行感知时, 会形成对该个体的不变表征 (The representation of invariant aspects of faces) 和可变表征 (The representation of changeable aspects of faces)。

面孔的不变表征主要是指那些用以识别个体身份, 把某一个体同其他个体区分开来的成分 (Haxby et al., 2000), 它既包含能反映该个体的群体社会分类特征 (如性别、年龄等), 还包含能反映个体特点的身份标识性特征 (如脸型和五官等)。

其中, 有研究者认为面孔的群体社会分类特征能激活知觉者的社会类别知识, 进而影响人们对目标面孔的人格知觉评价 (刘晨, 温芳芳, 佐斌, 2019)。如人们认为男性化面孔的支配性更高, 可

* 通讯作者: 蒋重清, E-mail: jzqejj@hotmail.com。

信度更低;女性化面孔的支配性更低,可信度更高(Oosterhof & Todorov, 2008)。与成年面孔相比,婴儿的面孔被认为威胁性较低(Collova, Sutherland, & Rhodes, 2019);年长的女性面孔被认为可信度更高;年长的男性面孔被认为支配性更高(Todorov, Olivia, Dotsch, & Mende - Siedlecki, 2015),即面孔所表现出的性别和年龄会交互作用影响着人格知觉结果。

面孔的身份标识性特征对人格知觉的影响,通常是因为与某些社会分类信息(性别、年龄)存在相似性,进而被过度概括为与该社会分类信息类似的人格知觉印象。如拥有较大的面孔宽高比(Costa, Lio, Gomez, & Sirigu, 2017)、宽下巴和大鼻子(Brahnam & Nanni, 2010)等特征线索的面孔通常被认为男性化程度高,因此往往被评价为更具支配性;而其他鼻型相比,鼻子形状为“滑雪坡型”(ski slope - shaped nose)的个体往往被知觉为女性化程度更高,进而被评价为更容易接近(Nuyen, Kandathil, Saltychev, & Most, 2019)。面孔成熟度较低(大眼睛、圆脸、高眉峰、平滑的颧骨、丰满的嘴唇)的个体会被知觉为与婴儿类似的知觉评价,如更温和(Zebrowitz & Montepare, 1992);而那些成熟度较高的男性面孔(棱角分明、突出的颧骨和较低的眉毛)往往被知觉为有能力、有智慧的、有心机的和有罪的(Berry & Landry, 1997)。除社会分类信息外,还有一些面孔身份标识性特征与某种特定的表情特征相似,进而被过度概括为与该表情类似的知觉评价(Zebrowitz, 2017)。例如,在中性表情下,Λ型的眉毛和U型的嘴巴被认为与高兴表情相似,表现出乐于趋近的行为倾向,因此拥有该特征的面孔会被认为具有较高的可信度(Said, Sebe, & Todorov, 2009)。

当然,面孔的身份标识性特征不仅仅局限于上述某个单一的局部特征,还包括比如对称性和平均化这类组合特征。有研究揭示对称性或平均化程度越高的面孔就会得到越高的吸引力(与生存适应密切相关)评价(Rhodes, 2006; Sutherland et al., 2013)。同时,由于“美即是好”这一光环效应,人们会认为高吸引力的面孔具有更多积极的人格特质(汝涛涛等, 2015)。

除面孔的不变表征外,面孔的可变表征也是人

们对目标面孔印象的主要来源之一。它主要是指诸如眼睛注视方向、表情等一些个体内可变的面孔成分(Haxby et al., 2000)。其中,面孔表情不仅可以单独通过本身的局部特征和结构信息影响面孔—人格知觉,还可以结合表情对知觉者的情绪诱发或表情传达的行为倾向性来影响目标的知觉结果(李雅宁等, 2021)。例如,与中性面孔相比,人们对正性情绪面孔可信度评分更高;负性情绪面孔可信度评分更低(Oosterhof & Todorov, 2008)。在观察表情动态变化的面孔时, Slepian 和 Carr (2019)的研究发现,当目标面孔的表情变化范围(或强度)越大,人们会对该个体形成的知觉评价结果越积极(如更可信、更幸福)。这可能是因为面孔表情表现出更大范围的动态变化会让人们相信目标个体更真实,是在真诚地表达他们的“真实”情感(Carr, Korb, Niedenthal, & Winkielman, 2014)。

另外,面孔中还存在一些可变的局部特征。有些特征(如眼睛注视方向)传达了目标个体不同的行为倾向性。比如,眼睛直视代表着乐于趋近的倾向,因此被知觉为更高的可信度(Kaisler & Leder, 2016)。还有些线索则传达出不同的健康状况,如皮肤越平滑的面孔往往被知觉为更健康、更有吸引力、更有能力和更可信(Tsankova & Kappas, 2016);相反,痤疮会降低知觉者对目标面孔能力和温暖度的评价(Fetscherin, Tantleff - Dunn, & Klumb, 2019)。而痤疮不仅是面孔的局部特征,同时还是一种额外线索,由于这些额外线索(如纹身、胡须等)的出现使目标面孔的典型性程度(熟悉面孔特征的普遍概括)更低,因此往往被知觉为更不可信(Fetscherin et al., 2019; Sofer, Dotsch, Wigboldus, & Todorov, 2015; Timming & Perrett, 2016)。

2.2 面孔感知的背景因素

在现实生活中,继时呈现或同时呈现的背景信息也会影响人们对目标面孔的人格知觉结果。其中,继时呈现的面孔对知觉评价的影响主要通过启动范式和适应范式揭示。例如, Todorov, Pakrashi 和 Oosterhof (2009)研究发现在阈下(20ms)呈现可信度较高的启动刺激面孔后,会提升被试对随后目标面孔的可信度评价,即出现阈下启动一致性效应。而采用适应范式(长时间呈现先行刺激,随后呈现

靶刺激)的研究发现,当知觉者对高兴表情适应后会降低对目标(中性情绪)面孔的可信度评分;对愤怒表情适应后会提高对目标面孔的可信度评分(Engell, Todorov, & Haxby, 2010);对吸引力较低的面孔适应后会提高目标面孔的吸引力评价(Ying, Burns, Lin, & Xu, 2019)。另外,继时呈现的言语信息(包括抽象言语)也会影响人们对目标面孔的知觉评价。罗秋铃,侯庆辉,陆春雷和莫雷(2018)通过简笔画的方式用来描述道德场景,发现简笔画呈现的道德场景越美时,随后呈现的面孔会被评价为越高的吸引力。

与目标面孔同时呈现的背景信息主要有面孔、环境和名字等。当背景为其他面孔时,人们对目标面孔的可信度评价会产生对比效应或同化效应,这取决于被试获悉背景面孔和目标面孔之间是陌生人还是朋友关系(包永正, 2020)。Rodway, Schepman 和 Lambert (2013)在研究面孔吸引力时发现背景面孔吸引力越低,人们对目标面孔的吸引力评价越低,即产生同化效应,但也有研究发现了相反的知觉结果(Ying et al., 2019)。这可能是由于背景与目标面孔的空间位置或目标面孔吸引力的评分方式不同而引起的。在 Rodway 等(2013)的研究中背景和面孔的位置处在同一水平线,目标面孔吸引力采用九点评分;而 Ying 等(2019)的研究中背景和面孔的空间分布组成了一个六边形,目标吸引力评分采用二分迫选任务。Brambilla, Biella 和 Freeman (2018)的研究则揭示了具有威胁性的环境背景和面孔特征会有叠加效应:处在威胁性背景下的不可信面孔会被知觉为更不可信;处在中性(无威胁)背景下的可信面孔会被知觉为更可信。此外,当个体的名字作为一种知觉背景时,它不仅会影响人们对目标面孔的知觉评价,还会单独作为一种线索影响人们对目标个体的人格知觉结果(包寒吴霜,蔡华俭, 2021)。如具有女性名字的女性被认为比具有男性名字的女性更温暖,更具吸引力(佐斌,刘晨,温芳芳,谭潇,谢志杰, 2021)。

综上所述,背景对面孔—人格知觉的影响大部分是通过调节知觉者的经验(继时呈现)和当前的认知加工方式(同时呈现)来影响对目标面孔的知觉评价(罗秋铃等, 2018; Rodway et al., 2013)。除

这类背景刺激外,知觉者固有的个体差异也可以作为一种知觉背景对面孔—人格知觉产生影响。

3 知觉者因素

在面孔—人格知觉过程中,不同的知觉者会采用不同的认知方式去感知目标面孔,进而对目标形成不同的知觉结果。有研究者发现,相对于知觉对象因素,有关知觉者因素的研究还较薄弱(Hehman et al., 2019)。大致可从知觉者的心理特征和状态两方面来了解知觉者因素对面孔—人格知觉的影响。

3.1 知觉者的心理特征

心理特征是指知觉者在认知过程中表现出稳定的、较为持久的个性特征,它对面孔—人格知觉的影响主要体现在个体对危险线索的感知能力和认知倾向方面。例如,相对于年轻人,老年人由于感知能力的下降(Zebrowitz, Boshyan, Ward, Gutchess, & Hadjikhani, 2017)或更期待看到那些与道德相关的正面刺激(Mende-Siedlecki, Baron, & Todorov, 2013),他们会倾向于忽略面孔中存在的危险线索(Cassidy, Boucher, Lanie, & Krendl, 2019),进而对目标面孔形成更高的可信度评价。而那些低宜人性和高攻击性的个体(Mattarozzi, Todorov, Marzocchi, Vicari, & Russo, 2015)、抑郁症患者(Hoehn-Hyde, Schlottmann, & Rush, 1982)和社交焦虑者(Gutiérrez-García & Calvo, 2016)等会对面孔中存在的危险线索更敏感,因此会对目标面孔做出更多的负面评价(如更不可信)。此外,还有一些心理障碍患者由于感知能力的受损,影响了其面孔—人格知觉过程。例如,一项视觉偏好任务中发现,相对于不可信面孔,正常被试对可信面孔注视时间更长,而患有过度社交欲的威廉姆斯综合征(Williams Syndrome)患者则没有表现出明显的视觉偏好(Gomez, Costa, Lio, Sirigu, & Demily, 2020)。这可能是由于从面孔中感知社交线索的功能受损,导致威廉姆斯综合征患者对不可信面孔也表现出乐于趋近的倾向(Martens, Hasinski, Andridge, & Cunningham, 2012)。

3.2 知觉者的心理状态

心理状态对面孔—人格知觉的影响,往往是由于知觉者在认知过程中伴随的情绪、体验状态调节着对潜在竞争或威胁的反应能力和反应倾向。如处

于竞争状态(Russell & Fiske, 2008)和身体受到约束(Fessler & Holbrook, 2013)的个体会提高对潜在竞争或威胁的反应能力,从而对目标面孔做出更多的负面评价(如更具威胁性)。而心情愉快的知觉者则会抑制自己的回避倾向,并表现出更多的趋近倾向,因此会对目标面孔形成更多的积极评价(Forgas & Bower, 1987)。

4 知觉者和知觉对象的交互作用

在面孔—人格知觉过程中,根据对知觉结果解释的优先性和功能的不同,本文将知觉者和知觉对象的交互作用分为知觉双方所产生的普遍交互和独特交互。

4.1 普遍交互

面孔—人格知觉中知觉双方的普遍交互效应主要指知觉者与知觉对象中普遍存在的因素构成的特定组合,它对人格知觉结果产生的影响主要是知觉者对目标面孔产生的特定认知偏向。其中的典型表现为知觉内外群体的差异。当目标面孔表现出来的群体分类信息(性别、种族等)与知觉者相同时,知觉者会形成一种内群体偏好的认知倾向(Zebrowitz, Bronstad, & Lee, 2007),并对目标面孔形成更高的吸引力(Quinn, Lee, & Pascalis, 2019)和可信度评价(Sofer et al., 2017)。如果二者处在不同群体内,知觉者的刻板印象就会被激活(Zebrowitz et al., 2007)。例如,持有种族刻板印象的个体认为有典型黑人特征(黑皮肤、宽嘴唇和宽鼻子)的面孔更具攻击性(Kleider - Offutt, Knuycky, Clevinger, & Capodanno, 2017)。

该普遍交互效应的另一常见表现是知觉者对目标面孔典型特质的差异性偏好。寇慧等(2013)较为系统的总结了知觉者对目标面孔典型特质的差异性偏好对面孔吸引力知觉的影响。比如,外向性高的女性更喜欢男性化程度高的男性面孔;而开放性高的女性会对男性化程度高的面孔(无论男性还是女性)做出更低的吸引力评价(Welling, DeBruine, Little, & Jones, 2009)。新近研究也发现神经质较高的女性更喜欢宜人性高的男性面孔和宜人性低的女性面孔(Sacco & Brown, 2018)。在评价面孔可信度时,女性知觉者会对可信面孔表现出更明显的知觉偏好,并对其形成更高的可信度评价(Mattarozzi et

al., 2015)。

除知觉者较为稳定的认知倾向外,知觉者可变的认知状态(情绪、动机等)也会与目标面孔特征交互作用。例如,有研究发现处于积极情绪中的个体会对可信面孔形成更高的信任评价,并对不可信面孔形成更低的信任评价(Lount, 2010)。但也有研究发现了不一致的结论(Forgas & Bower, 1987; Ueda, Nagoya, Yoshikawa, & Nomura, 2017),这可能是因为不同的情绪诱发方式导致的。Forgas 和 Bower (1987)通过提供被试在先前测验中的“好\坏”反馈来诱发知觉者的情绪,发现积极情绪的个体会对目标形成更积极的评价;Lount (2010)则通过观看视频来诱发知觉者的不同情绪状态;而 Ueda 等(2017)通过改变知觉者的生理表情(咬筷子)来达到情绪诱发,发现面孔可信度评价不会受到知觉者情绪的调节。因此,不同的情绪诱发方式对面孔—人格知觉的影响背后的机制还有待探讨。除情绪外,知觉者的动机和目标面孔特征也会交互作用而影响人格知觉结果。例如,有研究发现当个体激活自我保护动机时会提高对危险线索的区分能力,将可信面孔知觉为更可信,对不可信面孔知觉为更不可信(Young, Slepian, & Sacco, 2015)。

4.2 独特交互

知觉双方的独特交互是指知觉者独特的经验背景和知觉对象的面孔特征交互作用影响着人格知觉结果。这种交互发生时,知觉者往往会对某个特定的面孔特征产生某个特定的知觉结果,而忽略其他的面孔线索。因此,其知觉结果往往具有个体独特性,在知觉结果中也需要进行优先解释。其中最典型的表现是知觉者熟悉的面孔特征与目标面孔特征的生理相似性。与不熟悉的面孔相比,人们更喜欢与熟悉面孔相似的面孔,并对该面孔形成更高的可信度评价(Zebrowitz et al., 2007)。当目标面孔与知觉者面孔长相相似时,知觉者会产生一种自我服务的偏差,并对目标面孔形成更积极的知觉评价,即出现自我相似性效应(Todorov et al., 2015)。当两个陌生人看起来都很熟悉时,知觉者会依赖熟悉的来源,对目标面孔进行过度概括化,进而形成目标面孔的人格印象(Zebrowitz et al., 2017)。例如,在 Verosky 和 Todorov (2010)的研究中,被试在学习阶

段会将目标面孔与积极、中性或消极行为关联,在实验阶段被试将会对陌生面孔(由学习阶段面孔与新面孔合成)进行人格知觉,结果发现那些与积极行为关联面孔相似的陌生面孔会得到更积极的知觉评价。

5 小结与展望

5.1 面孔—人格知觉的三条路径

综上,已有研究揭示了陌生人面孔—人格知觉中影响因素的复杂性,这个认知过程不仅受到自下而上(知觉对象)或自上而下(知觉者)的加工方式的影响,而且两种加工方式还可能同时参与(交互作用)。因此,我们可以用图1来表示面孔—人格知觉的形成过程。

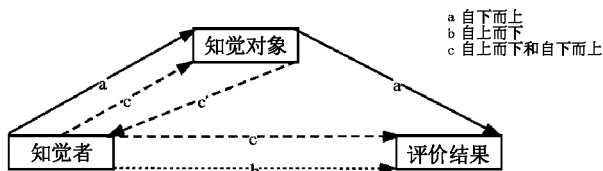


图1 面孔—人格知觉形成过程示意图

在这个过程中,每个箭头(过程)都是由知觉者发出,到评级结果结束。其中a路径(自下而上的加工)是指知觉者基于知觉对象的特征所形成的知觉评价,这个知觉对象不仅包含了目标的面孔特征,还包含了目标所处的环境背景。b路径(自上而下的加工)是指知觉者基于个体本身所固有的心理特征或状态对目标面孔形成的知觉评价,这个认知过程中个体不会受到知觉对象特征的影响。c路径(自上而下和自下而上的同时加工)是指知觉者在对知觉对象进行感知后,结合个体间普遍存在的心理特征和状态(普遍交互)或个体独有的经验背景(独特交互)所形成的知觉评价。总之,这三条路径相辅相成,互相补充,共同决定了知觉者对陌生人面孔的知觉评价。

5.2 研究展望

首先,在知觉对象因素中,各类线索往往不会单独呈现。当不同的线索反映出的信息或行为倾向性不同时,个体会如何筛选或排序这些线索,并最终对面孔形成一个稳定的人格评价?由于面孔吸引力会影响其他的人格知觉评价(汝涛涛等,2010),那么从人格特质角度来看,是否也存在某些知觉优先性

原则?对这些知觉进程特点的研究,可能借助于眼动和脑电等技术会有裨益。

其次,相对于知觉对象因素,有关知觉者因素的研究还较薄弱(Hehman et al., 2019)。一些主要的心理特征(如自尊、自恋等)或状态(兴趣、需要等)对面孔—人格知觉的影响还有待探讨。此外,在人际交往过程中,拥有某种心理特征的知觉者往往也会伴随着某种心理状态,那么知觉者的心理特征和心理状态是否会对人格知觉结果产生交互影响?值得注意的是,知觉者的个体差异对面孔—人格知觉的影响不仅表现在知觉结果的形成,还会影响对知觉结果的解释。如场依存型的个体对外在参照有较大依赖;而场独立型个体对内在参照有较大依赖(彭聃龄,2019)。因此在对某个人格知觉结果进行解释时,哪些个体会更多的依赖知觉对象的知觉线索?哪些个体会更多的依赖知觉者本身所固有的认知图式?理清这一线索有助于人们更科学、合理的对面孔—人格知觉结果进行解释。

最后,在探讨知觉者和知觉对象的交互作用时,其中有一类交互受到了知觉者独有的经验背景的影响(如自我相似性效应),基于此类交互形成的人格知觉结果往往具有个体独特性,从而影响了知觉结果的被试间一致性。因此,研究者们想要形成一个较为准确的面孔—人格知觉预测模型就需对其进行量化和控制。但如何将此类交互从知觉双方的交互作用中合理的分离出来是未来研究需解决的一大难题。另外,已有研究揭示了知觉者和目标的面孔特征对面孔—人格知觉的交互影响,但在知觉对象因素中,知觉背景线索也会影响人们对目标面孔的人格知觉评价,那这些线索的出现是否会调节知觉者和目标面孔特征对人格知觉结果的交互影响还有待探讨。当然,由于知觉双方交互作用的复杂性,目前的研究大多局限于在单一人格特质或维度中研究二者交互作用对面孔—人格知觉的影响。因此,未来应以知觉者、知觉对象、不同人格特质三者的动态交互为主要研究方向,使人们能更科学、全面地看待面孔—人格知觉。

参考文献

包寒吴霜,蔡华俭.(2021).姓名对个体心理与行为的实际

- 影响:证据和理论. *心理科学进展*, 29(6), 1067 – 1085.
- 包永正. (2020). 背景面孔可信度对目标面孔可信度加工的影响:人际关系的调节(硕士学位论文). 辽宁师范大学, 大连.
- 寇慧, 苏艳华, 张妍, 孔繁昌, 胡媛艳, 王洋, 陈红. (2013). 面孔吸引力的影响因素:观察者假设. *心理科学进展*, 21(12), 2144 – 2153.
- 李雅宁, 田杨阳, 吴琦, 冷海州, 蒋重清, 杨伊生. (2021). 面孔社会知觉中的表情效应. *心理科学进展*, 29(6), 1022 – 1029.
- 刘晨, 温芳芳, 佐斌. (2019). 以貌取人可行吗? ——基于面孔的特质推理及准确性. *心理科学*, 42(1), 150 – 156.
- 罗秋铃, 侯庆辉, 陆春雷, 莫雷. (2018). 道德信息对面孔吸引力判断的无意识调节. *心理学探新*, 38(4), 345 – 349.
- 彭聃龄. (2019). 普通心理学(第5版). 北京:北京师范大学出版社.
- 汝涛涛, 王婷婷, 朱莹莹, 钟罗金, 周国富, 莫雷. (2015). 道德推断中的面孔刻板效应:性别的调节作用. *心理学探新*, 35(4), 337 – 343.
- 佐斌, 刘晨, 温芳芳, 谭潇, 谢志杰. (2021). 性别化名字对个体印象评价及人际交往的影响. *心理学报*, 53(4), 387 – 399.
- Berry, D. S., & Landry, J. C. (1997). Facial maturity and daily social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(3), 570 – 580.
- Brahnam, S., & Nanni, L. (2010). Predicting trait impressions of faces using local face recognition techniques. *Expert Systems with Applications*, 37(7), 5086 – 5093.
- Brambilla, M., Biella, M., & Freeman, J. B. (2018). The influence of visual context on the evaluation of facial trustworthiness. *Journal of Experimental Social Psychology*, 78(4), 34 – 42.
- Carr, E. W., Korb, S., Niedenthal, P. M., & Winkielman, P. (2014). The two sides of spontaneity: Movement onset asymmetries in facial expressions influence social judgments. *Journal of Experimental Social Psychology*, 55, 31 – 36.
- Cassidy, B. S., Boucher, K. L., Lanie, S. T., & Krendl, A. C. (2019). Age effects on trustworthiness activation and trust biases in face perception. *The Journals of Gerontology Series B, Psychological Sciences and Social Sciences*, 74(1), 87 – 92.
- Collova, J. R., Sutherland, C., & Rhodes, G. (2019). Testing the functional basis of first impressions: Dimensions for children's faces are not the same as for adults' faces. *Journal of Personality and Social Psychology*, 117(5), 900 – 924.
- Costa, M., Lio, G., Gomez, A., & Sirigu, A. (2017). How components of facial width to height ratio differently contribute to the perception of social traits. *PloS One*, 12(2), e0172739.
- Engell, A. D., Todorov, A., & Haxby, J. V. (2010). Common neural mechanisms for the evaluation of facial trustworthiness and emotional expressions as revealed by behavioral adaptation. *Perception*, 39(7), 931 – 941.
- Fessler, D. M., & Holbrook, C. (2013). Bound to lose: Physical incapacitation increases the conceptualized size of an antagonist in men. *PloS One*, 8(8), e71306.
- Fetscherin, M., Tantleff – Dunn, S., & Klumb, A. (2019). Effects of facial features and styling elements on perceptions of competence, warmth, and hire ability of male professionals. *The Journal of Social Psychology*, 160(2), 1 – 14.
- Forgas, J. P., & Bower, G. H. (1987). Mood effects on person – perception judgments. *Journal of Personality & Social Psychology*, 53(1), 53 – 60.
- Gomez, A., Costa, M., Lio, G., Sirigu, A., & Demily, C. (2020). Face first impression of trustworthiness in Williams Syndrome: Dissociating automatic vs decision based perception. *Cortex; A Journal Devoted to the Study of the Nervous System and Behavior*, 132, 99 – 112.
- Gutiérrez – García, Aida, & Calvo, M. G. (2016). Social anxiety and trustworthiness judgments of dynamic facial expressions of emotion. *Journal of Behavior Therapy & Experimental Psychiatry*, 52, 119 – 127.
- Haxby, J. V., Hoffman, E. E. A., & Gobbini, M. I. (2000). The distributed human neural system for face perception. *Trends in Cognitive Sciences*, 4(6), 223 – 233.
- Helman, E., Stoller, R. M., Freeman, J. B., Flake, J. K., & Xie, S. Y. (2019). Toward a comprehensive model of face impressions: What we know, what we do not, and paths forward. *Social and Personality Psychology Compass*, 13(2), e12431.
- Helman, E., Sutherland, C. A. M., Flake, J. K., & Slepian, M. L. (2017). The unique contributions of perceiver and target characteristics in person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 113(4), 513 – 529.
- Hoehn – Hyde, D., Schlottmann, R. S., & Rush, A. J. (1982). Perception of social interactions in depressed psychiatric patients. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 50(2), 209 – 212.
- Kaisler, R. E., & Leder, H. (2016). Trusting the looks of oth-

- ers: Gaze effects of faces in social settings. *Perception*, 45(8), 875 – 892.
- Kleider – Offutt, H. M. , Knuycky, L. R. , Clevinger, A. M. , & Capodanno, M. M. (2017). Wrongful convictions and prototypical black features: Can a face – type facilitate misidentifications? *Legal and Criminological Psychology*, 22(2), 350 – 358.
- Lount, R. B. (2010). The impact of positive mood on trust in interpersonal and intergroup interactions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(3), 420 – 433.
- Martens, M. A. , Hasinski, A. E. , Andridge, R. R. , & Cunningham, W. A. (2012). Continuous cognitive dynamics of the evaluation of trustworthiness in Williams syndrome. *Frontiers in Psychology*, 3, 160.
- Mattarozzi, K. , Todorov, A. , Marzocchi, M. , Vicari, A. , & Russo, P. M. (2015). Effects of gender and personality on first impression. *PloS One*, 10(9), e0135529.
- Mende – Siedlecki, P. , Baron, S. G. , & Todorov, A. (2013). Diagnostic value underlies asymmetric updating of impressions in the morality and ability domains. *The Journal of Neuroscience: The Official Journal of the Society for Neuroscience*, 33(50), 19406 – 19415.
- Nuyen, B. , Kandathil, C. K. , Saltychev, M. , & Most, S. P. (2019). Social perception of the nasal dorsal contour in male rhinoplasty. *Facial Plastic Surgery & Aesthetic Medicine*, 21(5), 419 – 425.
- Oosterhof, N. N. , & Todorov, A. (2008). The functional basis of face evaluation. *Proceedings of the National Academy of Sciences, USA*, 105(32), 11087 – 11092.
- Quinn, P. C. , Lee, K. , & Pascalis, O. (2019). Face processing in infancy and beyond: The case of social categories. *Annual Review of Psychology*, 70, 165 – 189.
- Rhodes, G. (2006). The evolutionary psychology of facial beauty. *Annual Review of Psychology*, 57, 199 – 226.
- Rodway, P. , Schepman, A. , & Lambert, J. (2013). The influence of position and context on facial attractiveness. *Acta Psychologica*, 144(3), 522 – 529.
- Russell, A. M. T. , & Fiske, S. T. (2008). It's all relative: Competition and status drive interpersonal perception. *European Journal of Social Psychology*, 38(47), 1193 – 1201.
- Sacco, D. F. , & Brown, M. (2018). Preferences for facially communicated big five personality traits and their relation to self – reported big five personality. *Personality and Individual Differences*, 134(6), 195 – 200.
- Said, C. P. , Sebe, N. , & Todorov, A. (2009). Structural resemblance to emotional expressions predicts evaluation of emotionally neutral faces. *Emotion*, 9(2), 260 – 264.
- Slepian, M. L. , & Carr, E. W. (2019). Facial expressions of authenticity: Emotion variability increases judgments of trustworthiness and leadership. *Cognition*, 183, 82 – 98.
- Sofer, C. , Dotsch, R. , Oikawa, M. , Oikawa, H. , Wigboldus, D. H. J. , & Todorov, A. (2017). For your local eyes only: Culture – specific face typicality influences perceptions of trustworthiness. *Perception*, 46(8), 914 – 928.
- Sofer, C. , Dotsch, R. , Wigboldus, D. H. J. , & Todorov, A. (2015). What is typical is good: The influence of face typicality on perceived trustworthiness. *Psychological Science*, 26(1), 39 – 47.
- Sutherland, C. A. M. , Oldmeadow, J. A. , Santos, I. M. , Towler, J. , Burt, D. M. , & Young, A. W. (2013). Social inferences from faces: Ambient images generate a three – dimensional model. *Cognition*, 127(1), 105 – 118.
- Timming, A. R. , & Perrett, D. (2016). Trust and mixed signals: A study of religion, tattoos and cognitive dissonance. *Personality and Individual Differences*, 97, 234 – 238.
- Todorov, A. , Olivola, C. Y. , Dotsch, R. , & Mende – Siedlecki, P. (2015). Social attributions from faces: Determinants, consequences, accuracy, and functional significance. *Annual Review of Psychology*, 66(1), 519 – 545.
- Todorov, A. , Pakrashi, M. , & Oosterhof, N. N. (2009). Evaluating faces on trustworthiness after minimal time exposure. *Social Cognition*, 27(6), 813 – 833.
- Tsankova, E. , & Kappas, A. (2016). Facial skin smoothness as an indicator of perceived trustworthiness and related traits. *Perception*, 45(4), 400 – 408.
- Ueda, Y. , Nagoya, K. , Yoshikawa, S. , & Nomura, M. (2017). Forming facial expressions influences assessment of others' dominance but not trustworthiness. *Frontiers in Psychology*, 8, 2097.
- Verosky, S. , & Todorov, A. (2010). Generalization of affective learning about faces to perceptually similar faces. *Psychological Science*, 21(6), 779 – 785.
- Welling, L. L. , DeBruine, L. M. , Little, A. C. , & Jones, B. C. (2009). Extraversion predicts individual differences in women's face preferences. *Personality and Individual Differences*, 47(8), 996 – 998.

- Ying, H. , Burns, E. , Lin, X. , & Xu, H. (2019). Ensemble statistics shape face adaptation and the cheerleader effect. *Journal of Experimental Psychology: General*, 148(3), 421–436.
- Young, S. G. , Slepian, M. L. , & Sacco, D. F. (2015). Sensitivity to perceived facial trustworthiness is increased by activating self – protection motives. *Social Psychological and Personality Science*, 6(6), 607–613.
- Zebrowitz, L. A. (2017). First impressions from faces. *Current Directions in Psychological Science*, 26(3), 237–242.
- Zebrowitz, L. A. , Boshyan, J. , Ward, N. , Gutchess, A. , & Hadjikhani, N. (2017). The older adult positivity effect in evaluations of trustworthiness: Emotion regulation or cognitive capacity? *PloS One*, 12(1), e0169823.
- Zebrowitz, L. A. , Bronstad, P. M. , & Lee, H. K. (2007). The contribution of face familiarity to ingroup favoritism and stereotyping. *Social Cognition*, 25(2), 306–338.
- Zebrowitz, L. A. , & Montepare, J. M. (1992). Impressions of babyfaced individuals across the life span. *Developmental Psychology*, 28(6), 1143–1152.

The Influence Factors of Personality Perception from Faces

Tian Yangyang¹, Wu Qi², Li Dong¹, Yan Xiangbo¹, Li Yaning³, Wei Pengfei¹, Jiang Zhongqing¹

(1. College of Psychology, Liaoning Normal University, Dalian 116029;

2. College of Humanities and Social Sciences, Dalian Medical University, Dalian 116044;

3. School of Psychology, Inner Mongolia Normal University, Hohhot 010022)

Abstract: In the process of interpersonal communication, people will quickly evaluate the other's personality and form the first impression from their facial clues. For this process of personality perception from faces, the evaluation result is influenced by the target – level, the perceiver – level and the perceiver × target interaction. According to the three sources described above, present study comprehensively and systematically reviewed the influence factors of personality perception from faces, and made some suggestions for the future study. Therefore, people can study personality perception from faces more systematically and scientifically. Finally, the content of this paper offers some theoretical references for the design and management of interpersonal impression.

Key words: social perceptions of faces; personality perception from faces; first impression; influence factors