

# The Preference for People with Facial Attractiveness—Explanations from Different Perspectives

Huiling Song

School of Educational Science, Hunan Normal University, Changsha Hunan  
Email: wyhuiling@126.com

Received: Oct. 5<sup>th</sup>, 2017; accepted: Oct. 18<sup>th</sup>, 2017; published: Oct. 30<sup>th</sup>, 2017

---

## Abstract

The preference for people with facial attractiveness has been documented in the labor market, in social transactions in everyday life, and in studies involving experimental economic games. The taste-based discrimination model developed by economists suggest that attractiveness-related financial and prosocial biases are the result of preferences or prejudices similar to those displayed toward members of a particular sex, racial, ethnic, or religious group. Other explanations proposed by economists and social psychologists maintain that attractiveness is a marker of personality, intelligence, trustworthiness, professional competence, or productivity. Evolutionary psychologists have argued that attractive adults are favored because they are preferred sexual partners. The explanation based on cognitive process suggests that preferences for attractive faces result from the similarity to facial prototype, prototypical faces are processed more fluently, resulting in increased positive affect in the viewer. Finally, the explanation based on rewards suggests that it has nothing to do with genetic continuity, but stresses the rewarding property of attractiveness that results mainly from sociocultural value assignment and sexual experience pursuit. The present review aims to illustrate different explanations about the preference for people with facial attractiveness.

## Keywords

Facial Attractiveness, Explanations

---

# 对面孔吸引力个体的偏爱—基于不同角度的解释

宋慧玲

湖南师范大学, 教育科学学院, 湖南 长沙

## 摘要

美丽获益(*beauty premium*)现象在大量文献中被发现, 对此, 不同的研究者从不同的角度进行了解释。经济学家认为这种现象与个体对某一特定种族的偏见相似。社会学家用刻板印象进行解释, 认为吸引力面孔激活了个体关于他们的积极的刻板印象, 因此认为吸引力个体具有更好的品质和行为, 所以表现出了对他们的偏爱。进化心理学家普遍认为对吸引力个体的偏爱是与求偶和有关, 但是不同进化理论的解释侧重点有所不同。基于认知过程的解释认为并不存在对吸引力面孔的偏爱, 个体只是偏爱平均化或典型性的面孔, 而吸引力的面孔正好符合这一标准, 因此才表现出对他们的偏爱。最后一个基于奖赏角度的解释认为, 对吸引力面孔的偏爱是因为吸引力面孔具有奖赏价值, 在观看这些面孔时激活了大脑中相关的奖赏系统。本综述对各个观点进行阐述, 以便更全面的认识和理解个体对吸引力面孔的偏爱。

## 关键词

面孔吸引力, 解释

Copyright © 2017 by author 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

## 1. 引言

面孔吸引力(*facial attractiveness*)是面孔知觉(*facial perception*)研究领域中的重要主题, 它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(Rhodes, 2006; 李鸥, 陈红, 2010)。在生活中长得好看的人似乎总是得到较好的待遇, 这被称作美丽获益(*beauty premium*)现象。美丽获益现象受到了经济学家, 社会学家, 心理学家的广泛关注, 研究者从不同的角度对其进行了研究。学校里老师喜欢长相漂亮的学生。职场上, 雇佣者喜欢长相漂亮的应聘者(Hamermesh, 2011), 面孔吸引力个体会获得优先的雇佣机会(Hosoda et al., 2003)。有研究发现, 长相出众的人获得了比普通人高出 10%~15% 的薪水(Hamermesh, 2011)。除此之外, Hamermesh (2006)发现, 具有吸引力面孔的经济学家在 1996~2004 年间的美国经济学会的年选中更有可能竞选为参政者(Hamermesh, 2006)。就在科学研究领域, 长相好看的研究者的研究发现也会受到广大群众的认可(Gheorghiu et al., 2017)。在生活中就算是一个陌生人, 如果长相漂亮我们也会倾向于认为他具有好的人格品质, 并且会对他具有更高的评价, 更愿意亲近他们。有研究发现, 在一个独裁者游戏中(*dictator game*), 被试听一段演讲, 在他们做出分配的决策时给他们出示演讲者的照片, 结果发现, 被试分配给吸引力个体更多的钱(Rosenblat, 2008)。相似的研究也发现, 人们更倾向于与面孔吸引力个体合作(Chen et al., 2012), 更愿意模仿具有吸引力个体的行为(Leeuwen et al., 2009)。爱美之心人皆有之, 那么人类为什么倾向于具有吸引力面孔的个体, 吸引力面孔蕴含着什么呢? 以下从不同的角度来分析为什么人们偏爱面孔吸引力个体。

## 2. 经济学家的解释

在劳动力市场上, 吸引力个体会得到优先雇佣的机会, 并且更容易获得职业提升和有更多的机会获得

更高的薪水(Hosoda et al., 2003)。经济学家认为用人市场上的美丽获益现象是由于人们的一种基于口味的区分(taste-based or animus-based discrimination) (Becker, 1957)。在这种观点中,个体对吸引力个体的偏爱或者是对非吸引力个体的偏见与他们的生产力无关,这就好像对一个特定群体(基于他们的性别,种族,宗教)的积极或消极偏见。然而这个模型没有解释为什么对吸引力个体的偏爱和对非吸引力个体的偏见会存在,也就是说这个模型并不是一个解释性的而是一种描述性的。另一种解释将美丽获益解释为一种经济性的区分,因为吸引力个体在用人市场上会使得公司获得更好的利益,或许这种美丽获益现象是吸引力个体具有更多的信心并且更懂得和善于与雇佣者进行薪水洽谈(Mobius & Rosenblat, 2006)。虽然由面孔吸引力造成的雇佣者间的生产性(productivity 如具有面孔吸引力的个体会给企业创造出好的经济效益)和信心的差异可以解释为什么吸引力个体更有可能在面试之后被雇佣,更快的获得晋升机会,获得更高的薪水,但是,生产性间的差异和信心水平之间的差异并不能为什么吸引力的个体会被优先获得面试机会。为了解释这一现象,一些经济学家和社会学家认为可能是人们在做出决定之前对不同吸引力面孔个体的期待不同。

### 3. 社会学家的解释

社会心理学家发现,具有吸引力面孔的个体往往会被知觉为更有好的,更健康的,更聪明的,更具有胜任力的,更慷慨和值得信赖的(美即好刻板印象),而非吸引力个体往往被知觉为内向的,笨拙的,不慷慨和不可信赖的(Hosoda et al., 2003)。根据刻板印象理论(stereotype-based theories) (Hosoda et al., 2003),当人们面对一张漂亮面孔和一张不漂亮面孔时,关于这个个体的刻板印象(有什么样的心里特质,会表现出什么样的行为)就会被自动的激活,从而形成对这个个体的人格特质和行为方面的期待。面对吸引力个体时与人格有关的积极的刻板印象就会被激活,因此人们认为吸引力个体会有良好的人格特质和好的行为。对于吸引力效应的刻板印象解释与一些研究吻合,这些研究发现,个体经常会从一个人的面孔中推测他人的人格特质,图可信任性,胜任力等等(Stirrat & Perrett, 2010)。但是,这种人格特质和面孔吸引力之间的关系时复杂的,因为积极或消极的人格归因依赖于年龄,性别相似性等因素,例如,在一项研究关于吸引性和成功的研究中,吸引力的男性被认为是更具有胜任力的,而非吸引力的女性(Verhulst et al., 2010)。此外,基于刻板印象理论没有解释为什么刻板印象会存在, Lemay 等人(2010)提供了一种解释认为那种积极的刻板印象是因为他们想与吸引力个体建立社会联结,但是他没有解释为什么会存在这种联结以及这种联结的本质是什么(Lemay et al., 2010)。因此进化心理学家认为对吸引力个体的偏爱是与选择配偶有关。

### 4. 进化解释

大多数进化解释认为吸引力个体在求偶领域是有价值的。在所有文化下的人类中,男性和女性都有对吸引力个体的性偏好,即人们都希望将吸引力个体作为自己的性伴侣。对吸引力个体作为性伴侣的偏爱可以提高后代的生命质量的概率,事实上,人类的面孔吸引力特征是个体整体质量的表征,他代表了良好的基因,在发展早期较少处于压力中,对疾病的更强的抵抗(Little et al., 2011; Rhodes, 2006),因此那些有着对称性,平均性,男性化或女性化,年轻,婴儿脸的个体被认为是美丽的,这显示了良好的质量,那些缺乏这些特征的个体被认为是丑陋的并且显示了不健康。虽然通常认为在高或低面孔吸引性和健康状况中存在线性相关,但是只有在低吸引性和低健康状况间的关系是真实的,而对面孔吸引力的个体的偏爱是对丑陋面孔的反感和抵制的知觉副产品(anomalous face overgeneralization hypothesis) (Zebrowitz & Montepare, 2008),这个假设源自于吉布森的生态知觉理论,认为对疾病和坏的基因的个体的识别具有适应价值,而这种反应可以泛化到一般个体上,因此我们对非吸引力个体比对吸引力个体的反应更加消极,因为非吸引力面孔携带了更多的不良基因,事实上,美丽获益现象相比于源自于美丽即是好的,更多的是源自于丑陋即是坏的(Griffin & Langlois, 2006)。

三种不同的进化理论对美丽获益现象进行了解释。第一种认为对吸引力的配偶个体的偏爱已经内置在人类的大脑中，并且泛化到不涉及求偶的社会情境中，按照这种解释，美丽获益现象只是在另一种情景中的非功能性副产品(evolutionary byproduct)这个情境就是配偶和性选择。这种解释的应用范围很广，可以应用在几乎和吸引力个体的任何交往中，包括同性的交往和短暂的交往。第二种进化的角度的解释是功能性进化解释(the functional evolutionary explanation)，这个观点认为对吸引力个体的偏爱反应了性吸引，但是这种偏向几乎是功能性的，他的功能是尽可能接近吸引力的个体进而增加与他们发生性关系的机会，根据这个观点，雇佣者做出有利于吸引力个体的决定无意识或有意识的反应了他们想增加同吸引力个体的发生性关系的机会。这种解释可以很好地适用于异性交往，特别是年长和有权利的男性雇佣者雇佣年轻女性时的情境中。并且这种解释还预测异性恋的人对吸引力的同性个体持有偏见，因为将他们视为潜在的性竞争者(Agthe et al., 2014)。第三种进化角度的解释是性指示假设(the sexual signaling hypothesis)。认为通过给予吸引力个体工作机会，工作的提升，更高的薪水，这些行为显示了雇佣者的直接的求偶行为(并非简单的保持接近)，并试图显示他自己作为一个潜在的性伴侣，因为乐于共享资源的特质(友善，慷慨，无私，帮助)使得一个人成为较好的配偶对象，那么对吸引力个体(潜在配偶)的偏爱可以解释为一种求偶行为(Barclay, 2010)。这种解释预测经济上慷慨性和亲社会行为可以被看做求偶行为的表现，这不仅仅发生在吸引力个体作为获益的一方，同时也发生在当吸引力个体是观察者或是第三方时。

但是有研究者提出以上关于对面孔吸引力偏爱的解释忽略了两点，就是以往文献中发现的第一，婴儿对吸引力面孔的偏爱。第二，成年人对吸引力婴儿和儿童的偏爱。以上三种进化角度的解释似乎不能解释这两个问题，因此，研究者提出进化的生活历史(evolutionary life history framework)概念来完善这一解释(Chen, 2017)。按照这一解释，个体在没有达到青春期前没有配偶动机，但是却存在对吸引力面孔的偏爱，因为对于婴儿和儿童来讲，生存下去是主要的任务和挑战，由于吸引力面孔通常显示了拥有较少的危险(Rhodes, 2006)，因此他们对吸引力面孔个体的偏爱代表了一种增加他们生存机会的保护性策略，如相对于非吸引力面孔个体，具有吸引力面孔的成年人被知觉为更热情，诚实，拥有较少的危险(Berscheid & Walster, 1974)，因此由于吸引力面孔传达的与生存相关的重要信息，所以在婴儿中表现出了对吸引力面孔个体的偏爱。关于成年人对吸引力婴儿和儿童的偏爱，生活历史理论进行如下的解释：因为吸引力的婴儿显示了健康和胜任力(competence) (Rhodes et al., 2001b)，更有可能活得长久，成年人(尤其是父母)对自己所拥有的资源和儿童的生殖潜力做出权衡(Beaulieu & Bugental, 2008)，因此对吸引力儿童和婴儿投入更多，这有利于成年人的基因更好的得到延续，因此增加了成年人生殖成功的概率。有大量研究表明与那些拥有正常孩子的父母相比，拥有基因异常的孩子的父母会表现出更多消极的教养行为(如控制)以及更少的积极教养行为(良好的反应性和热情) (Allen et al., 1990)。

## 5. 心理学家的解释

### 5.1. 基于认知过程的解释

基于进化角度的解释认为人们对吸引力个体的偏爱是因为将那些吸引力个体作为性伴侣，基于认知角度的解释认为人们对待吸引性和非吸引力个体的差异并不意味着存在对吸引力个体的偏爱，而是认知平均性(cognitive averaging)导致了对吸引力面孔的偏爱，在早期的认知平均化理论中，Langlois 等人(1990)用 32 张女性面孔合成了一张女性面孔，并且用 32 张男性面孔合成了一张男性面孔，当用于合成的面孔的数量增加时，对面孔的吸引力的判断也随之上升。平均化的面孔和吸引力的面孔可能更多的被感知为原型(prototype)，因此对观察者来说就很熟悉，即使当这个面孔是一个新异面孔时(Langlois et al., 1994)，当一张面孔表现出了数学平均化或趋向于整个群体的中央时就会被认为是典型的面孔并受到人们的偏爱，并且

平均化的面孔比非平均化的面孔更容易被加工,这种加工的流畅性会产生积极的情绪,这也就解释了为什么吸引性的个体会被认为是更积极的并被优先对待。平均化和高吸引性的面孔具有较低的区别性,并被快速的分类(Trujillo et al., 2014),并且吸引性面孔提高了被试在基于性别的面孔分类任务中的表现,即提高了被试的速度和准确性(Hoss et al., 2005),此外,关于非面孔的刺激的研究也发现这一效应,如当几何图形更接近原型时,被认为是更具有吸引性的并且会被快速的分类(Winkielman et al., 2006)。除此之外,人们也会更加偏爱其他接近原型的事物,如颜色,音乐,声音(Bruckert et al., 2010)。更为重要的是,个体对原型的流畅的加工会产生对刺激的更有利的判断,并会影响到情绪状态(Winkielman et al., 2006)。如有研究操纵了流畅性发现流畅性的增加会使情绪变得更为积极(Monahan et al., 2000)。

## 5.2. 基于奖赏过程的解释

这种解释认为个体对吸引性个体的偏爱与基因延续无关,对面孔吸引性的感知和复杂性在于很多特征对吸引性产生影响,并且各种因素可以改变我们对特定面孔的吸引性感知(Little, 2014)。我们最熟悉的是面孔吸引性很大程度上依赖于社会文化因素,如大众媒体和文化传播(Dakanalis, et al., 2013)。在一个特定地区特定群体中,对面孔吸引性有共同的标准,因此会给予那些符合这些标准的面孔更多的价值,使得这些面孔变得更有价值和奖赏性。此外,来自脑成像研究也发现了吸引性面孔(同性和异性)会激活人的奖赏系统包括内侧眶额回(orbitofrontalcortex) (Winston et al., 2007),同样,当对同性别的吸引性面孔进行反应时,也会激活被试的奖赏系统(Ishai, 2007),因此吸引性面孔的奖赏特性在职场上或经济游戏中,吸引性个体会受到较好的待遇。

综上,面孔吸引性对个体决策的影响受到经济学家,社会学家,心理学家的广泛关注,研究者对为什么人们偏爱具有吸引性面孔的个体进行了不同角度的解释,虽然每种解释都具有一定的说服力,并且有相关的研究可以佐证,但是单一的理论并不能解释人类的复杂行为,如进化角度的解释普遍认为人类对面孔吸引性的偏好来自于进化来的选择配偶的动机,但是虽然有实证研究可以间接的证明,但是将人类的这一现象归结为进化而来的心理机制缺少了直接的证明,或许无法被直接证明。个体对面孔吸引性个体的反应很大程度上受到性别因素的影响,包括面孔的性别和观察者的性别,如果未来的实证研究不能证明这种美丽获益效应在异性中更强烈,这就意味着基于进化模型的解释力是有限的,进而会增强其他角度的解释力度。相似的,如果未来的研究发现对具有面孔吸引性的儿童和成年人的偏好是受到不同的机制调节,那么这也会显示出进化角度解释的局限。其次,随着文化心理学的兴起,文化因素受到广泛的关注,未来的研究应该将文化因素纳入进来,在多种文化下考察这种现象的原因。最后,当前的研究还只是停留在行为水平,随着研究手段的进步和发展,脑电技术和脑成像技术越来越多的应用到科学研究领域,未来的研究应该用多种方法和手段考察这种美丽获益现象。

## 参考文献 (References)

- 李鸥, 陈红(2010). 面孔吸引力的回顾与前瞻. *心理科学进展*, 18(3), 472-479.
- Agthe, M., Spörrle, M., Frey, D., & Maner, J. K. (2014). Looking up versus Looking down: Attractiveness-Based Organizational Biases Are Moderated by Social Comparison Direction. *Journal of Applied Social Psychology*, 44, 40-45. <https://doi.org/10.1111/jasp.12198>
- Allen, R., Wasserman, G. A., & Seidman, S. (1990). Children with Congenital Anomalies: The Preschool Period. *Journal of Pediatric Psychology*, 15, 327-45. <https://doi.org/10.1093/jpepsy/15.3.327>
- Barclay, P. (2010). Altruism as a Courtship Display: Some Effects of Third-Party Generosity on Audience Perceptions. *British Journal of Psychology*, 101, 123-135. <https://doi.org/10.1348/000712609X435733>
- Beaulieu, D. A., & Bugental, D. (2008). Contingent Parental Investment: An Evolutionary Framework for Understanding Early Interaction between Mothers and Children. *Evolution and Human Behavior*, 29, 249-255.

- <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2008.01.002>
- Becker, G. (1957). *The Economics of Discrimination*. Chicago: University of Chicago Press.
- Berscheid, E., & Walster, E. (1974). Physical Attractiveness. In L. Berkowitz (Ed) *Advances in Experimental Social Psychology* (pp. 157-216). Cambridge: Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60037-4](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60037-4)
- Bruckert, L., Bestelmeyer, P., Latinus, M., Rouger, J., Charest, I., Rousselet, G. A., & Belin, P. (2010). Vocal Attractiveness Increases by Averaging. *Current Biology*, 20, 116-120. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2009.11.034>
- Chen, B. B. (2017). Explanations for Attractiveness-Related Positive Biases in an Evolutionary Perspective of Life History Theory. *Behavioral & Brain Sciences*, 40. <https://doi.org/10.1017/S0140525X16000455>
- Chen, J., Zhong, J., Zhang, Y., Li, P., Zhang, A., Tan, Q. et al. (2012). Electrophysiological Correlates of Processing Facial Attractiveness and Its Influence on Cooperative Behavior. *Neuroscience Letters*, 517, 65-70. <https://doi.org/10.1016/j.neulet.2012.02.082>
- Dakanalis, A., Zanetti, M. A., Riva, G., & Clerici, M. (2013). Psychosocial Moderators of the Relationship between Body Dissatisfaction and Symptoms of Eating Disorders: A Look at a Sample of Young Italian Women. *Revue Européenne De Psychologie Appliquée/european Review of Applied Psychology*, 63, 323-334.
- Gheorghiu, A. I., Callan, M. J., & Skylark, W. J. (2017). Facial Appearance Affects Science Communication. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114, 5970-5975. <https://doi.org/10.1073/pnas.1620542114>
- Griffin, A. M., & Langlois, J. H. (2006). Stereotype Directionality and Attractiveness Stereotyping: Is Beauty Good or Is Ugly Bad? *Social Cognition*, 24, 187-206. <https://doi.org/10.1521/soco.2006.24.2.187>
- Griffin, A. M., & Langlois, J. H. (2006). Stereotype Directionality and Attractiveness: Is Beauty Good or Is Ugly Bad? *Social Cognition*, 24, 187-206. <https://doi.org/10.1521/soco.2006.24.2.187>
- Hamermesh, D. S. (2006). Changing Looks and Changing "Discrimination": The beauty of Economists. *Economics Letters*, 93, 405-412. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2006.06.004>
- Hamermesh, D. S. (2011). *Beauty Pays: Why Attractive People Are More Successful*. Princeton: Princeton University Press
- Hosoda, M., Stone-Romero, E. F., & Coats, G. (2003). The Effects of Physical Attractiveness on Job-Related Outcomes: A Meta-Analysis of Experimental Studies. *Personnel Psychology*, 56, 431-462. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2003.tb00157.x>
- Hoss, R. A., Ramsey, J. L., Griffin, A. M., & Langlois, J. H. (2005). The Role of Facial Attractiveness and Facial Masculinity/Femininity in Sex Classification of Faces. *Perception*, 34, 1459-1474. <https://doi.org/10.1068/p5154>
- Ishai, A. (2007). Sex, Beauty and the Orbitofrontal Cortex. *International Journal of Psychophysiology*, 63, 181-185. <https://doi.org/10.1016/j.ijpsycho.2006.03.010>
- Langlois, J. H., Roggman, L. A., & Musselman, L. (1994). What Is Average and What Is Not Average about Attractive Faces? *Psychological Science*, 5, 214-220. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.1994.tb00503.x>
- Langlois, J. H., Roggman, L. A., & 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>
- Leeuwen, M. L. V., Veling, H., Baaren, R. B. V., & Dijksterhuis, A. (2009). The Influence of Facial Attractiveness on Imitation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 1295-1298. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.07.008>
- Lemay, E. P., Clark, M. S., & Greenberg, A. (2010). What Is Beautiful Is Good Because What Is Beautiful Is Desired: Physical Attractiveness Stereotyping as Projection of Interpersonal Goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36, 339-353. <https://doi.org/10.1177/0146167209359700>
- Little, A. C. (2014). Facial Attractiveness. *Wiley Interdisciplinary Reviews. Cognitive Science*, 5, 621-634.
- Little, A. C., Jones, B. C., & DeBruine, L. M. (2011). Facial Attractiveness: Evolutionary Based Research. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London B: Biological Sciences*, 366, 1638-1659. <https://doi.org/10.1098/rstb.2010.0404>
- Mobius, M. M., & Rosenblat, T. S. (2006). Why Beauty Matters. *American Economic Review*, 96, 222-235. <https://doi.org/10.1257/000282806776157515>
- Monahan, J. L., Murphy, S. T., & Zajonc, R. B. (2000). Subliminal Mere Exposure: Specific, General, and Diffuse Effects. *Psychological Science*, 11, 462-466. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00289>
- Rhodes, G. (2006). The Evolutionary Psychology of Facial Beauty. *Annual Review of Psychology*, 57, 199-266. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.57.102904.190208>
- Rhodes, G., Zebrowitz, L. A., Clark, A., Kalick, S. M., Hightower, A., & McKay, R. (2001b). Do Facial Averageness and Symmetry Signal Health? *Evolution and Human Behavior*, 22, 31-46. [https://doi.org/10.1016/S1090-5138\(00\)00060-X](https://doi.org/10.1016/S1090-5138(00)00060-X)

- Rosenblat, T. S. (2008). The Beauty Premium: Physical Attractiveness and Gender Indicator Games. *Negotiation Journal*, 24, 465-481. <https://doi.org/10.1111/j.1571-9979.2008.00198.x>
- Stirrat, M., & Perrett, D. I. (2010). Valid Facial Cues to Cooperation and Trust: Malefacial Width and Trustworthiness. *Psychological Science*, 21, 349-354. <https://doi.org/10.1177/0956797610362647>
- Trujillo, L. T., Jankowitsch, J. M., & Langlois, J. H. (2014). Beauty Is in the Ease of the Beholding: A Neurophysiological Test of the Averageness Theory of Facial Attractiveness. *Cognitive, Affective & Behavioral Neuroscience*, 14, 1061-1076. <https://doi.org/10.3758/s13415-013-0230-2>
- Verhulst, B., Lodge, M., & Lavine, H. (2010). The Attractiveness Halo: Why Some Candidates Are Perceived More Favorably Than Others. *Journal of Nonverbal Behavior*, 34, 111-117. <https://doi.org/10.1007/s10919-009-0084-z>
- Winkielman, P., Halberstadt, J., Fazendeiro, T., & Catty, S. (2006). Prototypes Are Attractive Because They Are Easy on the Mind. *Psychological Science*, 17, 799-806. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01785.x>
- Winston, J. S., O'Doherty, J., Kilner, J. M., Perrett, D. I., & Dolan, R. J. (2007). Brain Systems for Assessing Facial Attractiveness. *Neuropsychologia*, 45, 195-206. <https://doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2006.05.009>
- Zebrowitz, L. A., & Montepare, J. M. (2008). Social Psychological Face Perception: Why Appearance Matters. *Social and Personality Psychology Compass*, 2, 1497- 517. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2008.00109.x>

#### 知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>  
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2160-7273, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>  
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

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

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