

## 面孔吸引力对跨期决策的影响

韦周婵

广西师范大学教育学部心理学系, 桂林

**摘要** | 跨期决策常受面孔吸引力等社会线索影响。本研究探讨建议者面孔吸引力在获益/损失情境下对决策行为的影响。结果发现: (1) 选择偏好上, 面孔吸引力与损益情境主效应及交互作用显著。高吸引力建议者促使更多“即刻—小额”选择, 低吸引力则相反; 损失情境下该偏好更显著。获益情境中, 高吸引力建议者显著增加即刻选择, 而损失情境无差异, 提示高吸引力可能通过情绪调节强化即时偏好。(2) 反应时上, 高吸引力建议者及获益情境均延长决策时间, 表明决策者可能对高吸引力信息进行更深入的认知权衡。研究揭示面孔吸引力通过情绪与认知双重路径影响跨期决策, 为理解社会因素在决策中的作用提供了新证据。

**关键词** | 面孔吸引力; 跨期决策; 损益情境

Copyright © 2025 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



### 1 引言

当下你想购买一件物品, 你会花费全额进行购买还是分期付款进行购买? 又或者, 你卡上收到了这个月的工资, 你会选择将其全部取出还是定期存储。生活中有许多类似这样的选择, 我们可以称之为跨期决策, 跨期决策是在“时间”和“金钱”两个维度之下的一种决策选择。当个体在进行跨期决策的时候, 陌生他人的建议会影响其选择行为, 但是陌生他人自身所包含的影响因素较多, 首先最直接的是建议者的面孔吸引力。

面孔吸引力是指面孔本身所引起的一种美感知觉和判断, 往往吸引力高的面孔能引起他人积极愉悦的情绪体验, 并且有接近的意愿 (陈丽君等, 2017; 寇慧等, 2013; 李鸥, 陈红, 2010; 马华维等, 2007)。面孔吸引力对不同类型的决策都存在一定程度的影响。对

于道德决策而言, 研究者采用电车道道德两难困境和人行道道德两难困境实验范式去探索面孔吸引力对道德决策的影响, 根据研究结果我们可以清楚地知道相对于低面孔吸引力的个体, 决策者会更偏爱于高吸引力的个体, 选择高面孔吸引力个体的概率会更大, 面孔吸引力能有效地调节个体的道德决策 (宋慧玲, 2018); 对于择偶决策而言, 有研究通过对面孔图片进行择偶选择发现男性更愿意和漂亮异性成为情侣 (Alterovitz & Mendelsohn, 2011; 王雨晴等, 2015); 对于公平决策而言, 在进行最后通牒博弈任务范式中发现相较于低面孔吸引力提议者所提出的不公平方案, 人们会更多地选择接受高面孔提议者的不公平方案, 可见被试对于高吸引力面孔提议者的包容度会更高 (Ma et al., 2015); 对于风险决策而言, 观看一系列高吸引力异性面孔后再进行风险投资, 人们偏向于做出更多的冒险决策 (贾丽萍等, 2016),

作者简介: 韦周婵, 广西师范大学教育学部心理学系, 研究方向: 社会心理学。

文章引用: 韦周婵. (2025). 面孔吸引力对跨期决策的影响. *中国心理学前沿*, 7(7), 841-846.

<https://doi.org/10.35534/pc.0707134>

同时, 当人们面对高面孔吸引力提示者提出的建议时, 同样会具有更高的接受度(洪菲菲, 2019)。

跨期决策是指人们对具有不同时间点的成本和获益进行衡量, 进而做出自己的判断和选择(Loewenstein et al., 2002; 梁竹苑, 刘欢, 2011; 孙彦, 2011)。简单来说, 典型的跨期决策往往涉及金额和时间两种因素, 一般是在一对当下即刻的小额回报和延迟的大额回报之间让人们进行权衡决策。在对“自我—他人决策”的跨期决策研究中, 将决策对象分为自我、熟悉他人和陌生他人, 个体为陌生他人会更多地选择“延迟—大额回报”奖励, 为自我和熟悉他人做的跨期决策更偏向“即刻—小额回报”奖励(Wang et al., 2019)。由相关研究可以得知, 为自我进行选择的时候个体会趋向规避风险, 进而进行保守的选择, 但是在他人给予建议的情况之下会影响个体的选择倾向。代乐娇(2019)通过对网络理财跨期决策实验得出, 他人建议会对跨期决策选择产生影响, 专家建议、新手建议相比无建议来说都能够使决策者有更多的“延迟—大额回报”选择。根据调节聚焦理论认为, 人们在达到目标的过程中会表现出提升聚焦和防御聚焦两种不同的动机, 为自我决策的时候个体会更多地关注防御, 具有回避失败的动机, 所以人们往往为自己决策时偏好保守选择。但是当有他人的建议之下, 表现出了提升聚焦的动机, 促使个体有更多的冒险行为。

在以往关于跨期决策的研究中, 面孔吸引力本身对跨期决策的影响研究较少, 面孔主要是作为启动情绪的图片材料去考察情绪对跨期决策的影响。尽管目前还没有研究直接证明面孔吸引力对跨期决策的影响, 但是可以通过以下几个方面进行推测: 首先, 社会学理论认为, 在人与人产生人际交往的过程中, 通过视觉、听觉、触觉等各种方式所感知到的信息都会对人们的行为产生一定程度的影响(Rosenstock et al., 1988)。其次, 情绪的泛化假说认为, 当个体处于一种积极的情绪体验之下, 他们的兴奋度会相对的较高, 因此当面对有一定风险的情境时能够发现其中存在的积极因素, 会出现更多的冒险选择。跨期决策依赖于一定的情境之下, 影响跨期决策的重要因素之一是决策者的情绪(蒋元萍, 孙红月, 2019), 因此在这样的条件之下建议者的面孔吸引力容易使决策者产生不同的情绪体验, 从而影响到他们的行为判断。我们知道高面孔吸引力能够较为容易地让人们产生愉悦的积极情绪体验, 当决策者在进行跨期选择时观看到的高吸引力面孔时, 决策者容易产生愉悦的情绪体验, 从而影响到决策者的跨期选择。但是面孔吸引力是如何影响决策者的跨期选择需要进一步探索。再次, 跨期决策中的即刻选择和延迟选择依赖两种不同的系统, 冷/热系统(Metcalf et al., 1999; 刘雷勇等, 2012)。即刻选择主要依赖热系统, 容易进行简单的反应, 主要是在情绪的影响之下做出选择。相反, 延迟选择主要依赖冷系统, 在认知的驱动下会进行一个谨慎的

选择。最后, 有研究表明, 跨期决策和风险决策具有一定的相似性, 但是跨期决策的加工深度和加工程度比风险决策更高(周蕾等, 2019)。根据以往研究可知, 高吸引力面孔会促使个体产生更为冒险的决策选择, 当高面孔吸引力者以建议者的身份出现时, 可能也会在一定程度上对决策者的跨期决策有一定的影响, 同时也可以从行为上探索两者之间的异同。因此提出假设, 建议者的不同面孔吸引力会对个体的跨期决策产生影响。

## 2 方法

### 2.1 预实验: 面孔图片的筛选

#### 2.1.1 研究目的

筛选出符合正式试验所需要的高、低吸引力的面孔图片各2张。

#### 2.1.2 研究方法和程序

因为女性面孔比男性面孔的生态效度更高, 并且个体对于女性面孔吸引力的判断更好, 因此本实验选取的面孔图片均为女性面孔。首先选取60张女性面孔图片, 图片均来自网络, 没有明星等公众人物且被试不熟悉这些面孔。初次筛选面孔图片时保证面孔均为中性表情, 正脸照, 注视前方。同时, 用Photoshop CS5 (2010) 统一格式为相同大小(260 × 300像素), 保持照片尺寸灰度一致, 人脸图像灰度且背景呈黑色(周蕾等, 2019)。

招募35名被试, 男生17名, 女生18名。每位被试对60张图片的吸引力进行5点计分。其中吸引力维度“1”代表“非常不漂亮”, “2”代表“不漂亮”, “3”代表“一般”, “4”代表“漂亮”, “5”代表“非常漂亮”。

#### 2.1.3 实验结果和筛选

最后选取高吸引力面孔图片和低吸引力面孔图片各2张用于正式实验, 获益情境和损失情境各使用1张高吸引力面孔图片和1张低吸引力面孔图片。高、低面孔吸引力图片差异显著,  $t(34) = 15.64, p < 0.001$ , 进一步分析: 对于高面孔吸引力而言, 两者之间无显著差异,  $t(34) = -0.92, p = 0.37$ ; 对于低面孔吸引力而言, 两者无明显差异,  $t(34) = 1.14, p = 0.26$ 。

### 2.2 正式实验: 面孔吸引力对跨期决策的影响

#### 2.2.1 实验目的

探索在“获益—损失”的情境下, 建议者的面孔吸引力对决策者的跨期决策行为的影响。在跨期决策中, 有高吸引力面孔和低吸引力面孔出现的情境下探讨不同面孔吸引力对决策者在“获益—损失”两种跨期决策中行为选择偏好和选择反应时的影响。

#### 2.2.2 实验方法与程序

本实验采用2(跨期情境: 获益vs损失) × 2(面孔

吸引力高低：高vs低）被试内实验设计，因变量为被试的选择偏好和反应时，测量值为被试选择“即刻—小额”金额的百分比和做出跨期决策的反应时。

### 2.2.3 实验被试

所有的被试均获得知情同意，该研究是根据《赫尔辛基宣言》进行的。招募未参加过预实验的46名在校大学生（男生16名，女生30名）作为被试参与正式实验，所有被试均为右利手，无红绿色盲，视力或矫正视力正常，自愿参与实验。实验结束后，给予每位被试相应实验报酬。

### 2.2.4 实验材料

#### (1) 面孔图片

使用预实验中筛选出符合正式实验使用的高面孔吸引力图片、低面孔吸引力图片各两张，高、低吸引力面孔图片各一张分别用于“获益—损失”两个不同的情境之中。

#### (2) 跨期决策任务

跨期任务中选项的时间设置：即时奖励为今天，延迟奖励延迟时间均为30天；选项的金额设置：即时金额选择10元，20元，30元，延迟奖励分别在每个即时奖励的基础之上增加10%、15%、25%、35%、50%、75%、95%、125%等比例（王盼盼，何嘉梅，2020）。一共24个试次。另设置8对跨期金额试次作为练习任务，为确保实验的有效性这8对跨期金额不出现在正式的实验中。

表 1 跨期决策任务金额

Table 1 The amount in the intertemporal choice task

即时金额（元）	延迟金额（元）							
10	11	11.5	12.5	13.5	15	17.5	19.5	22.5
20	22	23	25	27	30	35	39	45
30	33	34.5	37.5	40.5	45	52.5	58.5	67.5

### 2.2.5 实验程序

实验采用E-prime 2.0程序呈现刺激材料并记录被试选择“即刻—小额”选项的百分比和反应时。正式实验前，被试需完成8个试次的练习任务（不包含正式实验材料），练习结束后通过按键自评是否理解实验规则（清楚按P键开始实验，不清楚按Q键重新练习）。正式实验中，每个试次首先呈现500ms注视点“+”，随后屏幕左右两侧分别显示即刻和延迟金额选项，中央呈现建议者面孔图片及其建议（如“建议选择即刻获得”），被试需按F/J键选择左右选项。实验包含6个Block（3获益情境+3损失情境），每个Block含8个随机试次，Block间设有休息环节，整个实验约10分钟完成。为了让实验更贴近被试，跨期情境背景设置为课堂中（徐岚等，2019）。

#### (1) 获益情境

你在某课程的课堂上参加了一项调查，调查的组织者会向你支付一定的酬劳。你有两种选择，一种是你可

以选择当时在课后即刻领取，另一种是在30天后延迟领取，30天延迟领取与即刻领取的酬劳不同。

#### (2) 损失情境。

你在某课程的课堂上报名参加一项活动，参与活动需要向组织者支付一定的费用。你有两种选择，一种是你可以选择当时在课后即刻支付，另一种是在30天后延迟支付，30天延迟支付与即刻支付的支付不同。

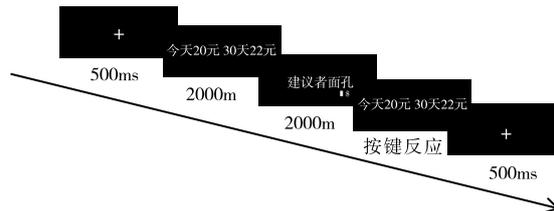


图 1 实验流程

Figure 1 Experimental procedure

### 2.2.6 实验结果

采用Excel对数据进行整理后使用SPSS 20.0对被试选择“即刻—小额”金额的百分比和选择反应时分别进行描述统计和差异分析。

#### (1) 被试选择偏好的数据结果

对所获得的数据进行重复测量方差分析，由数据结果可以发现：面孔吸引力主效应显著， $F(1, 45) = 34.74, p < 0.001, \eta^2 = 0.50$ ，个体在面对高面孔吸引力者时，选择“即刻—小额”金额的数量显著高于低面孔吸引力者；损益情境主效应显著， $F(1, 45) = 38.62, p < 0.001, \eta^2 = 0.53$ ，损失情境之下个体选择“即刻—小额”金额的行为更多；交互效应显著， $F(1, 45) = 30.51, p < 0.001, \eta^2 = 0.47$ 。简单效应分析的结果表明：当为损失情境时，面孔吸引力的效应不显著， $F(1, 45) = 0.67, p = 0.42, \eta^2 = 0.02$ ，即在损失情境下，不论面孔吸引力的高低，决策者更多的选择“即刻—小额”的金额；当为获益情境时，面孔吸引力的效应显著， $F(1, 45) = 51.31, p < 0.001, \eta^2 = 0.55$ ，具体表现为高面孔吸引力（ $M = 0.54, SD = 0.26$ ），低面孔吸引力（ $M = 0.28, SD = 0.24$ ），即在获益情境之下，决策者在面对高面孔吸引力者时有更多的“即刻—小额”金额的跨期选择。

表 2 “小额—即刻”金额百分比的描述性统计（N=46）

Table 2 Descriptive statistics for the proportion of small immediate amounts (N=46)

损益情境	面孔吸引力（M ± SD）	
	高面孔吸引力	低面孔吸引力
获益情境	0.54 ± 0.26	0.28 ± 0.24
损失情境	0.80 ± 0.24	0.81 ± 0.25

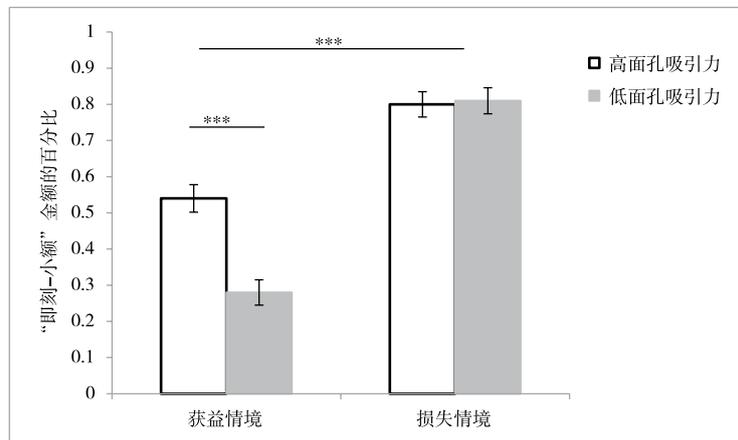


图2 面孔吸引力和损益情境对“即刻—小额”选择的影响

Figure 2 The impact of facial attractiveness and gain/loss framing on the preference for smaller-immediate rewards

(2) 被试选择反应时的数据结果

对数据进行重复测量方差分析，对于被试选择，面孔吸引力主效应显著， $F(1, 45) = 6.56, p < 0.05, \eta^2 = 0.13$ ，个体在面对不同吸引力面孔时，个体的选择反应时存在显著的差异；损益情境主效应显著， $F(1, 45) = 25.26, p < 0.001, \eta^2 = 0.36$ ，不同损益情境下个体的选择反应时存在显著差异；交互效应不显著， $F(1, 45) = 1.82, p = 0.18, \eta^2 = 0.04$ 。主效应分析结果表明：高面孔吸引力的反应时 ( $M = 970.56, SD = 368.15$ ) 显著高于低面孔吸引力的反应时 ( $M = 894.83, SD = 339.42$ )，个体在面对高面孔吸引力时决策者做出的选择所花费的时间更长；获益情境的反应时 ( $M = 1048.98, SD = 361.43$ ) 显著高于损失情境的反应时 ( $M = 818.06, SD = 310.64$ )，在获益的情境之下个体做出选择时所花费的时间更长。

表3 反应时的描述性统计 (N=46)

Table 3 Descriptive statistics of reaction times (N=46)

损益情境	面孔吸引力 ( $M \pm SD$ )	
	高面孔吸引力	低面孔吸引力
获益情境	1116.29 ± 347.88	981.67 ± 365.89
损失情境	839.04 ± 338.68	797.08 ± 282.02

### 3 讨论

研究操纵了面孔吸引力和跨期决策的损益情境，考察了两者对跨期选择的差异，记录被试选择“即刻—小额”金额的百分比和选择的反应时。探讨不同面孔吸引力对个体跨期决策的影响，分析被试在面对不同情境的跨期决策和不同面孔吸引力建议下做出的跨期决策的选择偏好及反应时。

#### 3.1 面孔吸引力和损益情境对跨期决策选择偏好的影响

首先，高面孔吸引力会促使个体有更多的“即刻—

小额”的选择。在日常生活中，人们常常会认为高面孔吸引力他人会更诚实、更聪明、更有能力等，身上会拥有更多的优良品质，这就是典型的“美丽褒奖”效应。反之，低面孔吸引力常常被认为有较低信任度，不够友善等，也存在“平庸惩罚”效应。因此当人们面对高面孔吸引力他人时，内心会给予更多的信任。跨期决策之中，“延迟一大额”的金额意味着要承担着更大的风险，当决策者选择需要等待更长久才能获得金额时意味着其选择了冒险，需要承担等待期间存在一定程度损失的风险。在本研究里，被试在获益情境的跨期决策中，观看高面孔吸引力者之后，出现了更少的冒险倾向，倾向于选择“即刻—小额”金额。这符合情绪维持假说，高面孔吸引力容易使决策者产生积极的情绪体验，决策者为了维持这一愉悦的情绪从而更倾向于选择“即刻—小额”的金额。这一结论也与风险决策相反，在风险决策当中高面孔吸引力提议者下会促使决策者有更多的冒险行为（贾丽萍等，2016），可见，虽然跨期决策和风险决策两者之间有一定的相似之处，但是两者的内在机制在本质上还有所区别，需要更为深入地探究。

其次，跨期决策往往伴随着获益和损失两种不同内在机制的情境，因此在两种情境之下个体的行为偏好会有所不同。通过实验结果我们能够得知在本研究中，损失情境之下被试有更多的“即刻—小额”的选择，获益情境之下被试“即刻—小额”金额的选择较少。获益情境之下决策者只需要承担时间上带来的风险，而损失情境之下决策者不仅要承担时间上带来的风险，还需要承担损失的风险。因此，在两种风险的作用之下，损失情境之下决策者偏向“即刻—小额”金额的选择，以期减少更大的损失。

损失情境之下，建议者面孔吸引力高低对被试的行为没有显著的差异；而在获益情境之下，相对于低面孔吸引力，高面孔吸引力者的出现会使被试有更多的“即

刻一小额”金额的选择偏好。本研究的对象群体为大学生，大学生群体未正式进入社会，我们可以进行合理地推测，被试在获益情境时对面孔吸引力的敏感度较低，因此在获益情境之中面孔吸引力对被试的选择存在显著影响。获益情境之下，被试在面对高面孔吸引力时产生了愉悦的情绪体验，当被试选择“延迟一大额”金额时意味着其会承担一定的风险，为了继续维持愉悦情绪会规避选择具有风险的“延迟一大额”金额，所以出现更多的“即刻一小额”金额的选择。

### 3.2 面孔吸引力和损益情境对跨期决策反应时的影响

第一，有学者通过研究发现，决策者处在积极情绪之下会有更高水平的思考（Forword-longking, High-level），他们不单单只关注当前的得与失，还会展望未来。当被试面对高吸引力面孔时产生的愉悦情绪会促使个体有更高层次的思考，决策者会在进行跨期决策时花费更长的时间去进行抉择，可能这思考的时间决策者可能还未觉察出来，但是可以通过选择反应时间反映出来。此外，有研究以大学生群体为研究对象发现，大学生群体会更信任高面孔吸引力的陌生人，反之对低面孔吸引力的陌生人信任度较低。在本研究过程中，高面孔吸引力他人和低面孔吸引力他人人都作为建议者给予决策者建议，决策者容易将高面孔吸引力建议者当作可信任他人。由此我们可以合理地推测，高面孔吸引力会更影响决策者的选择，从选择的反应时长上有所体现。

第二，在跨期决策中，有研究者发现决策者在面对即刻获得获益和延迟获得获益的选择时，他们会更多地选择即刻获得获益（Estle et al., 2007）。跨期决策常见的情境是获益情境和损失情境，在获益情境之下决策者只需要承担由时间带来的风险，而在损失情境之下决策者不仅需要承担时间的风险还需要承担损失的风险。从结果可以得知，在获益情境和损益情境两种不同的跨期情境之下，无论面孔吸引力高低，面孔吸引力建议者对被试的反应时影响不显著。但是，在获益情境之下被试做出选择所花费的时间长于在损失情境之下所花费的时间。对于被试的偏好选择而言，获益情境之下个体有更多的“延迟一大额”的选择，延迟的选择主要依靠一定的认知系统，因此在获益情境之下被试所花费的反应时更长。

## 4 结论

本研究发现，面孔吸引力对跨期决策有一定程度的影响。

### （1）选择偏好

面孔吸引力与损益情境的主效应及交互作用显著。高吸引力建议者使决策者更倾向于选择“即刻一小额”选项，而低吸引力建议者则相反。损失情境下“即刻一

小额”选择更多，但仅在获益情境中，高吸引力建议者的影响显著。这表明高吸引力可能通过情绪调节增强即时偏好。

### （2）反应时

高吸引力建议者及获益情境均延长决策时间，高吸引力可能触发更深入的认知加工。

本研究进一步揭示了面孔吸引力对跨期决策的影响，但依然存在一些可以进一步完善的地方。首先，本研究所选取的对象为大学生群体，之后的研究中多考虑不同年龄段、不同文化背景下的被试。其次，本研究主要记录被试的行为数据从而进行分析，往后的研究可以利用电生理学和脑成像技术进行更高层次的讨论。

## 参考文献

- [1] 陈丽君, 江洁, 任志洪, 袁宏. (2017). “阳刚”还是“清秀”更具吸引力?——对男性面孔二态性不同偏好的元分析. *心理科学进展*, 25(4), 553–569.
- [2] 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.
- [3] 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.
- [4] 马华维, 俞琴燕, 陈浩. (2007). 面孔吸引力研究方法综述. *心理科学*, (4), 906–908.
- [5] 宋慧玲. (2018). *面孔吸引力对道德决策的影响* (硕士学位论文). 湖南师范大学.
- [6] 王雨晴, 姚鹏飞, 周国梅. (2015). 面孔吸引力、人格标签对于男女择偶偏好的影响. *心理学报*, 47(1), 108–118.
- [7] 贾丽萍, 王宇, 邵建岗, 宋玉萍. (2016). 面孔吸引力对不同性别大学生决策行为的影响. *中国健康心理学杂志*, 24(4), 537–541.
- [8] 洪菲菲. (2019). *面孔吸引力与性别对决策行为和后悔情绪的影响* (硕士学位论文). 华中科技大学.
- [9] 孙彦. (2011). 风险条件下的跨期选择. *心理科学进展*, 19(1), 28–34.
- [10] 梁竹苑, 刘欢. (2011). 跨期选择的性质探索. *心理科学进展*, 19(7), 959–966.
- [11] 代乐娇. (2019). *孤独感、呈现方式和他人建议对网络理财跨期选择的影响* (硕士学位论文). 山东师范大学.
- [12] 蒋元萍, 孙红月. (2019). 情绪对跨期决策的影响. *心理科学进展*, 27(9), 1622–1630.
- [13] 刘雷勇, 赵伟, 华勇, 冯廷勇. (2012). 跨期选择的认知机制与神经基础. *心理科学*, 35(1), 56–61.
- [14] 周蕾, 李爱梅, 张磊, 李纾, 梁竹苑. (2019). 风险决策和跨期决策的过程比较: 以确定效应和即刻效应为例. *心理学报*, 51(3), 337–352.
- [15] 王盼盼, 何嘉梅. (2020). 情景预见对跨期决策的影响机制. *心理学报*, 52(1), 38–54.

- [16] 徐岚, 陈全, 崔楠, 陆凯丽. (2019). 享受当下, 还是留待未来?——时间观对跨期决策的影响. *心理学报*, *51*(1), 96–105.
- [17] Alterovitz, S. R., & Mendelsohn, G. A. (2011). Partner Preferences Across the Life Span: Online Dating by Older Adults. *Psychology & Aging*, *24*(2), 513–517.
- [18] Ma, Q., Hu, Y., Jiang, S., & Meng, L. (2015). The undermining effect of facial attractiveness on brain responses to fairness in the Ultimatum Game: an ERP study. *Frontiers in Neuroscience*, *9*, 77.
- [19] Loewenstein, G., O'Donoghue, T., & Frederick, S. (2002). Time Discounting and Time Preference: A Critical Review. *Journal of Economic Literature*, *40*(2), 351–401.
- [20] Wang, D., Hao, L., Zhou, M., Maguire, P., Zhang, X., Zhang, X., Hu, Y., & Su, X. (2019). Making Decisions for Oneself and Others: How Regulatory Focus Influences the “Decision Maker Role Effect” for Intertemporal Choices. *Personality and Individual Differences*, *149*, 223–230.
- [21] Metcalfe, Janet, Mischel, & Walter. (1999). A Hot/Cool-System Analysis of Delay of Gratification: Dynamics of Willpower. *Psychological Review*, *106*(1), 3.

## The Influence of Facial Attractiveness on Intertemporal Decision-making

Wei Zhouchan

*Department of psychology, Faculty of Education, Guangxi Normal University, Guilin*

**Abstract:** Intertemporal choice problems are common in daily life, and facial attractiveness—as a salient perceptual cue—often influences decision-making behavior. This study investigates how advisors' facial attractiveness affects decision-makers' choices in gain and loss contexts during intertemporal decision-making. Key findings reveal: (1) Choice preference: Significant main effects of facial attractiveness and gain-loss context, plus an interaction effect. High-attractiveness advisors increased preference for “Small-Sooner” (SS) options, while low attractiveness reduced SS choices. Loss contexts generally promoted more SS preferences than gain contexts. Crucially, in gain contexts (but not loss contexts), high-attractiveness advisors significantly increased SS choices compared to low-attractiveness advisors. This suggests facial attractiveness modulates intertemporal choices, potentially by enhancing emotional bias toward immediate rewards. (2) Response time: Significant main effects of facial attractiveness and context. Decision-makers responded slower to high-attractiveness advisors and in gain (vs. loss) contexts, implying deeper cognitive processing for attractive stimuli or reward-related deliberation. These results demonstrate that facial attractiveness influences intertemporal decisions through dual pathways—emotional bias (preference) and cognitive load (response time)—with context-dependent effects.

**Key words:** Intertemporal choice; Face attractiveness; Gain and loss scenarios