

# 人物感知、道德评价与对反派角色的喜好

达紫昀

Blair Academy (布莱尔学院), 新泽西州, 美国

**【摘要】**在印象形成过程中, 道德行为、人格特质与人物感知维度发挥着重要作用。近年来, 虚构角色的感知逐渐成为印象形成研究中的重要工具, 研究者借助对极端道德违规行为和性格特征的描述, 探究人们的社会判断机制。本研究考察了当反派角色拥有较高社会地位或较高道德声誉时, 观众会如何对其进行感知与评价。研究结果显示: 相较于对照组, 具备高社会地位的反派角色被认为温暖感较低、“黑暗三联征”(dark triad)人格特质评分更高、更应受到严厉惩罚, 但观众对其的喜爱程度并未因此降低。另一方面, 具备高道德声誉的反派角色同样被认为温暖感较低、能力(competence)较差、不被喜爱、更为厌恶, 但在是否应受到惩罚这一点上并未显著高于对照组。上述发现揭示了人格特质信息与道德越轨行为信息之间的相互作用如何影响人们的印象形成与社会判断, 并为以往关于“高地位个体在道德失范时更易获得宽容”的观点提供了新的解释视角。本研究的发现不仅为印象形成与社会判断领域的研究者提供了新的理论视角, 也对影视文学创作者、企业以及广大虚构角色的受众具有一定的参考价值。

**【关键词】**印象形成; 人物感知; 反派角色; 道德基础理论; 黑暗三联征特质

## 1. 印象形成与角色评价

根据戏剧倾向理论(Disposition Theory of Drama), 人们在观看作品时, 基于自己对角色的好感程度来形成对该角色的印象[1-3]。这种好感建立在观众对角色道德水平的判断之上。在这一认知过程中, 观众会整合关于角色的各种信息, 构建出一个连贯的整体印象并据此做出评价。这一过程涉及两个关键主体: 感知者与目标角色, 感知者基于对角色的观察和理解形成印象[4]。在媒介互动的背景下, 这一过程具体表现为: 个体如何感知角色, 以及这种感知如何影响他们对剧情的投入程度与情感共鸣——这正是倾向理论所关注的核心议题。

尽管角色的所有特征都会对印象形成产生影响, 但已有研究表明, 某些特定因素在这一过程中具有决定性作用。观众在评判角色时, 往往会将角色的行为与自身的道德标准及个人目标进行对照[3]。例如, 研究发现, 在“黑暗三联征”人格特质(自恋、马基雅维利主义、反社会人格)得分较高的人, 更倾向于支持那些展现出相似特质的政治候选人[5]。Raney指出, 观众在进行角色印象判断时, 往往会将角色特征归入已有的社会认知框架(schema), 例如“英雄”或“反派”的角色类型。他们甚至可能在进入作品之前就已经带有这种角色预期。换言之, 人们通常会基于对角色“理应如何行为”的既

有期待来进行评判, 角色行为是否符合这种期待, 成为影响印象形成的关键因素。这一观点已在4位专家的研究中得到印证[6-9]。此外, 观众更容易记住并关注那些符合其心理预期的角色行为。功利主义(Utilitarianism)的规范理论进一步指出, 角色行为的后果往往是评判其道德性的核心依据。这意味着, 行为的结果对印象形成具有重要影响力。大量研究也表明, 负面行为(尤其是极端不道德行为, 如谋杀、盗窃)在印象形成中更具决定性影响力。

## 2. 人物感知

印象形成依赖于兴趣, 而兴趣又取决于个体对角色人格特质的感知, 尤其是某些具体特质的识别。许多研究表明, “温暖感”(warmth)与“能力感”(competence)是影响人物感知的普遍维度, 这在现实生活与虚构情境中都同样成立。Fiske[10]与Sanders[11]分别指出, 人们倾向于运用相同的维度来构建对虚构角色与现实人物的认知, 尤其是温暖感与能力感这两个维度。此外, 一系列研究[12-15]也证实, 温暖感是一种复合维度, 涵盖了多种特质, 如友善、亲和、友好、宽容等。尽管这些特质未必都能直接反映出角色的道德水准, 但它们却是观众判断角色品格与道德倾向的重要信号。Eden等人[16]的一项研究中引入了“欺骗性”(duplicity)作为人物感知中的第三个维度, 结果发现与反派相

比,英雄人物在温暖感与欺骗性维度上得分较低,但在能力感维度上的得分则无显著差异。

在印象形成与人物感知的研究中,另一个关键变量是“地位”(status)。研究表明,高地位常与更高的温暖感和能力感相联系,这种认知在刻板印象的形成中具有重要作用。例如,Horwitz与Dovidio[17]通过三项实验研究中产阶级对富人的隐性与显性态度,发现当富人与他人犯下相同程度的轻微罪行时,人们在隐性态度上更偏好富人。该研究指出,隐性态度在印象形成中应当获得与显性态度同等的关注与重视。然而,这些研究尚未能明确说明人们在量刑判断上是否对富人表现出更多宽容,因此其结论仍具有一定局限性。相关研究表明,高地位个体常被视为“有能力却缺乏温暖”的外群体[18],从而成为嫉妒情绪的对象。当前研究引入“嫉妒”等潜在变量,旨在拓展相关研究的维度,并提出这一主题值得进一步系统性地探讨与验证。

### 3.道德基础理论

在人物感知理论(Person Perception Theory)之外,道德基础理论(Moral Foundation Theory, MFT)也是解释Klimmt、Hefner与Vorderer所提出的印象形成认知过程的重要理论框架之一。道德基础理论提出,人类的道德判断基于五大直觉性美德:关爱(care)、公平(fairness)、忠诚(loyalty)、权威(authority)与纯洁(purity)[19]。道德之所以在印象形成中至关重要,是因为他人的“善”在现实互动中对自我有着直接影响,此外,道德性也是区分人类与其他生物的重要特征。因此,道德不仅是印象形成过程中的核心要素,也是其不可或缺的一环。Konijn与Hoom在2005年的研究[20]进一步证明,观众在评价英雄角色时,会通过对其道德性与真实性的认知来提升对角色的欣赏程度。这一发现揭示了道德在印象形成中的另一项作用,即它与Eden等学者所提到的“恰当性”(appropriateness)密切相关,而所谓的“恰当性”即是指那些由社会与文化规范所支撑的伦理性与真实性。这些社会规范即便在个体未必有意识地察觉时,仍然深刻地构成了其道德判断的一部分。正如Eden所描述的,MFT涉及的是“即时的、无需认知深思的判断”,因为这些道德规范早已深深根植于人们的日常生活

当中。这种“本能式”的人物感知同样适用于角色认知与媒介作品中的角色形象建构。在他们自己的研究中,Eden等发现,英雄人物在五大美德维度上普遍表现出更高的道德性,而反派角色的印象形成则常与“纯洁性”(purity)维度的违反行为相关联。例如,当用“肮脏”(dirty)来形容反派角色时,这种描述在感知层面上就直接违背了“纯洁”这一道德基础,因为“清洁”通常被视为纯洁的象征[21]。尽管这种类型的角色描写可能存在一定程度的简化,但对于媒体作品的创作者而言,善用与五大美德相对应的描写策略,能够有效地将角色快速纳入观众已知的印象形成图式(schemas),正如Raney所提出的理论一样。需要指出的是,道德的一部分源自文化与社会规范,因此这些规范往往具有特定的群体适用性。例如,Mastro等人于2011年的研究[22]发现,美国与墨西哥的肥皂剧在道德领域的侧重点存在明显不同。这种差异在角色塑造过程中也需被纳入考量。总体而言,道德基础理论更侧重于基于直觉的道德反应,而人物感知理论则更多关注个性特质领域的具体认知。举例来说,部分既有研究[23]指出,道德印象良好的个体在打破期待、犯下罪行时,反而可能受到更严厉的道德评价。Eden等学者在其研究[16]中将两者结合,试图以更全面的视角探究印象形成的机制,推动这一领域向更系统、整体的理解迈进。

### 4.黑暗三联征特质

除了温暖(warmth)、能力(competence)和道德基础理论(Moral Foundation Theory, MFT)所涵盖的五大美德维度之外,“黑暗三联征特质”(Dark Triad Personality)也是影响印象形成以及对角色兴趣的重要因素。黑暗三联征特质包括自恋(narcissism)、精神病态(psychopathy)和马基雅维利主义(Machiavellianism)。其中,精神病态指的是“冲动、寻求刺激、冷酷无情、善于操控、具有反社会行为的倾向”;自恋则表现为“对自我持有夸大和膨胀的认知,同时贬低他人”;而马基雅维利主义则指“犬儒主义、厌恶人类、冷漠、实用主义、缺乏道德信仰、情感疏离,追求对自己有利的权力或金钱等目标,擅长长期战略规划及操控手段”。尽管这三种特质各具特点,但它们共同表现出一种以自我为中心、冷酷无情、欺骗和敌意为特征的恶意行为倾

向[24]。在分析观众如何感知媒介作品中的角色，以及创作者如何运用这些信息去塑造具有特定性格倾向和潜力的角色时，将人物感知理论（person-perception theory）、道德基础理论（MFT）与黑暗三联征特质三者结合起来进行考量是十分必要的。

## 5.研究方法

### 5.1 角色刺激材料

本研究设计了一系列小故事情境（vignettes），用于描绘具有反派特质的角色，并通过操控背景信息来突出他们的高社会地位（high social status）或高道德声誉（high moral reputation），同时设置对照组以作比较。所有情境在角色道德违规行为方面保持一致，以控制其他变量的影响（详见附录1）。

### 5.2 人物感知测量

参与者使用李克特量表（Likert scale）对角色在人物感知三大维度上的特质进行了评分[11,16]，具体包括温暖维度（如“友好”）与能力维度（如“聪明”、“愚蠢”）。

### 5.3 道德基础评判

角色的道德感知通过角色道德基础问卷（Character Moral Foundations Questionnaire, CMFQ）[16]来评估，重点考察其中的“关爱”（Care，例如“使他人情感上受苦”）和“权威”（Authority，例如“缺乏对权威的尊重”）两个维度。采用简化版量表以避免冗余项，减少参与者的疲劳感和挫折感，同时保证测量的准确性[25]。

### 5.4 黑暗三联征测量

自恋、精神病态和马基雅维利主义三项特质采用改编自黑暗三联征12条量表（Dirty Dozen Scale）[26]的3项测量条目进行评估，确保测量维度的结构合理且因子载荷充分。

### 5.5 实验流程

本研究共招募了164名参与者，所有被试通过亚马逊 Mechanical Turk 平台在线完成了问卷调查任务。

## 6.研究结果

为验证研究假设，研究采用了一系列独立样本t检验（independent samples t-tests）。结果显示，相较于对照组，高社会地位反派在“关爱”维度上的评分显著更低（高社会地位组：M=2.66, SD=0.96；对照组：M=3.06, SD=1.02）； $t(108)=2.11, p < 0.05, \text{Cohen's } d=0.40$ 。此外，高社会地位反派在自恋（narcissism）特质上的评分也显著高于对照

组（高社会地位组：M=5.42, SD=1.06；对照组：M=4.94, SD=1.01）； $t(108)=-2.45, p < 0.05, \text{Cohen's } d=-0.47$ ，同时在精神病态（psychopathy）特质上的评分也显著更高（高社会地位组：M=5.24, SD=0.97；对照组：M=4.79, SD=0.90）； $t(108)=-2.51, p < 0.05$ 。值得注意的是，参与者认为高社会地位反派“更应当被判处无期徒刑”（M=5.23, SD=1.00），相较于对照组（M=4.89, SD=1.00）； $t(108)=-2.17, p < 0.05, \text{Cohen's } d=-0.34$ （图2）。然而，参与者并未认为高社会地位反派在“温暖”（warmth）维度上的评分更低（高社会地位组：M=4.82, SD=1.36；对照组：M=4.44, SD=1.37）； $t(108)=-1.47, p=0.14, \text{Cohen's } d=-0.28$ 。两组在“能力”（competence）维度上的评分也无显著差异（高社会地位组：M=5.09, SD=1.11；对照组：M=4.97, SD=0.95）； $t(108)=-0.57, p=0.57, \text{Cohen's } d=-0.11$ 。在情感态度方面，参与者对高社会地位反派的喜爱度（M=4.93, SD=1.50）与对照组（M=4.71, SD=1.57）之间差异不显著； $t(108)=-0.74, p=0.46, \text{Cohen's } d=-0.14$ 。厌恶度评分（高社会地位组：M=4.28, SD=1.62；对照组：M=3.97, SD=1.39）同样无显著差异； $t(108)=-1.11, p=0.27, \text{Cohen's } d=-0.21$ （图1）。

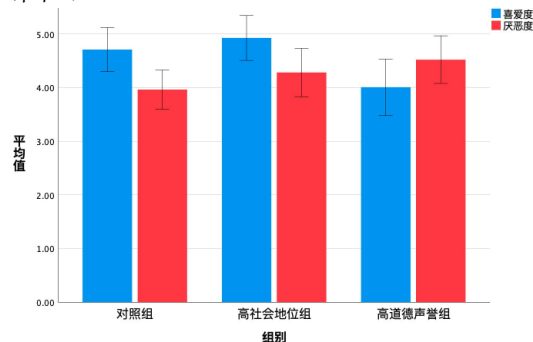


图1.对照组、高社会地位组以及高道德声誉组在喜爱度（liking）与厌恶度（hating）评分上的比较

与此同时，高道德声誉反派在“温暖”维度上的评分显著低于对照组（高道德声誉组：M=3.84, SD=1.89；对照组：M=4.44, SD=1.37）； $t(110)=2.05, p < 0.05, \text{Cohen's } d=0.37$ 。在“能力”维度上的评分也显著更低（高道德声誉组：M=4.34, SD=1.58；对照组：M=4.97, SD=0.95）； $t(110)=2.59, p < 0.05, \text{Cohen's } d=0.49$ 。在情感态度方面，参与者对高道德声誉反派的喜爱程度显著低于对照组（高道德声誉组：M=4.01, SD=1.92；对照组：

$M=4.71$ ,  $SD=1.57$ );  $t(110)=2.12$ ,  $p < 0.05$ ,  $Cohen's d=0.40$  (图 1)。同时, 他们对高道德声誉反派的厌恶程度也显著高于对照组 (高道德声誉组:  $M=4.52$ ,  $SD=1.63$ ; 对照组:  $M=3.97$ ,  $SD=1.39$ );  $t(110)=-2.14$ ,  $p < 0.05$ ,  $Cohen's d=-0.37$  (图 1)。然而, 参与者并不认为高道德声誉反派更应当被判处无期徒刑 (高道德声誉组:  $M=5.09$ ,  $SD=1.10$ ; 对照组:  $M=4.89$ ,  $SD=1.00$ );  $t(110)=-1.03$ ,  $p=0.30$ ,  $Cohen's d=-0.20$  (图 2)。此外, 高道德声誉反派在“关爱”维度上的评分 ( $M=3.34$ ,  $SD=1.39$ ) 与对照组 ( $M=3.06$ ,  $SD=1.02$ ) 之间无显著差异;  $t(110)=-1.23$ ,  $p=0.22$ ,  $Cohen's d=-0.23$ 。在“自恋”维度 ( $M=4.74$ ,  $SD=1.50$  vs.  $M=4.94$ ,  $SD=1.01$ );  $t(110)=0.83$ ,  $p=0.41$ ,  $Cohen's d=0.16$ ) 与“精神病态”维度 ( $M=4.64$ ,  $SD=1.25$  vs.  $M=4.79$ ,  $SD=0.90$ );  $t(110)=0.73$ ,  $p=0.47$ ,  $Cohen's d=0.14$ ) 上, 也未呈现出显著差异。

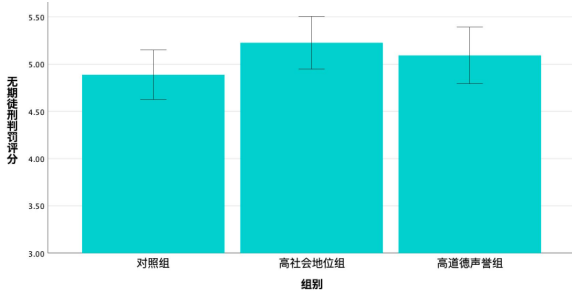


图 2. 对照组、高社会地位组与高道德声誉组在“是否应判无期徒刑”判断上的评分对比

## 7. 讨论部分

本研究发现, 相较于社会地位不显著但实施了相同行为的个体, 具备高社会地位的罪犯被认为更缺乏关爱、更加自恋、精神病态程度更高, 并且更应当被判处无期徒刑。与之相对, 拥有高道德声誉的罪犯则被认为较少具有温暖特质、能力更低、不那么令人喜爱, 同时更容易引发憎恶, 尽管他们所犯下的罪行与对照组相同, 但因其自身呈现出高度道德形象而受到不同的评价。这一研究结果表明, 尽管“地位”与“道德声誉”在道德基础理论 (Moral Foundation Theory) 与人物感知理论 (Person Perception Theory) 中通常被视为正面特质, 但在面对道德失范行为时, 这两种特质对人们的判断影响方式并不相同。部分既有研究指出, 道德印象良好的个体在打破期待、犯下罪行时, 反而可能受到更严厉的道德评价。然而, 这些研究尚未明确说明, 这种印象更新是否会进一步影响人们对罪犯应受惩罚程度的

具体判断。

与此类似, 以往的研究虽然显示人们在隐性态度上更偏好高地位罪犯, 但是否这种偏好会在量刑判断中持续发挥作用, 仍缺乏直接证据。当前研究填补了这一领域的研究空白, 指出即便人们对高地位罪犯在情感上可能存在某种程度的偏好, 但在对其道德失范行为进行惩罚判断时, 反而可能趋向于施以更严厉的惩罚。这一现象的解释可能包括: 人们对高地位个体普遍抱有更高的行为期待, 当他们未能符合这一期待时, 理应承担更严重的后果; 亦或如前文所述, 是因高地位个体常成为嫉妒情绪的对象。未来研究应进一步探究这一态度与惩罚判断之间不一致性的具体心理机制, 深入理解导致此类判断差异的内在过程。

本研究亦为一类已有研究提供了支持证据, 即: 当高道德声誉个体行为失范、实施恶性犯罪时, 公众对其的厌恶程度更高。但与此同时, 本研究亦揭示了一项新的发现, 即这种厌恶并未转化为希望给予其更严厉惩罚的倾向。这一结果的出现可能源于: 人们是在更整体性的层面上评价这些角色, 在更强烈的情绪反感之外, 仍会权衡其整体较高的道德水平; 又或是相较于高社会地位罪犯, 人们对高道德声誉罪犯缺乏嫉妒情绪, 从而不倾向于施加更重的制裁。值得注意的是, 受试者也将高道德罪犯评价为能力更低的个体, 这使得其有可能成为轻蔑情绪的潜在对象, 即“既不温暖也不胜任”的外群体。未来研究应围绕这些互相竞争的假设继续展开, 进一步厘清人们在印象形成与道德判断过程中的基本心理机制。

需要指出的是, 本研究的广泛适用性仍存在一定限制, 主要源于其样本来源。参与者均来自 Amazon Mechanical Turk 平台, 其特征可能不足以代表更广泛的普通人群。未来可在具备更多元人口统计特征的样本中复制本研究, 以进一步增强研究结论的稳健性与普遍性。此外, 研究也有望通过引入更多实验室控制或现场研究的方法, 以提升外部效度。

本研究对于理解现实生活中人们如何运用印象形成相关理论 (如人物感知理论、道德基础理论与“黑暗三联征”理论) 具有重要理论价值。研究中采用的人物情境片段可视为现实中文学与媒介作品中无数反派角色的缩影。这些作品既是日常娱乐的重要载体, 也是公众认知与学习的窗口。因此, 深入理解印象形成背后的心理机制, 有助于我们揭示现实中人们的态度与行为方式。此外, 本研究亦对媒体与文

学创作具有实践意义,为创作者如何基于真实的心理反应设计具有深刻印象与持久生命力的人物角色提供了可借鉴的洞见,助力其在虚构世界中建构超越现实、传之久远的经典形象。

### 参考文献

- [1] Zillmann D, Cantor JR. Effect of timing of information about mitigating circumstances on emotional responses to provocation and retaliatory behavior[J]. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1976, 12(1):38-55.
- [2] Raney AA. Disposition-based theories of enjoyment[C]. *Communication and emotion*. 2003: 61-84.
- [3] Zillmann D, Vorderer P. *Media entertainment: The psychology of its appeal*[M]. Routledge, 2000.
- [4] Hefner D, Klimmt C, Vorderer P. Identification with the player character as determinant of video game enjoyment[C]. *International conference on entertainment computing*. 2007: 39-48.
- [5] Nai A, Maier J, Vranić J. Personality goes a long way (for some). An experimental investigation into candidate personality traits, voters' profile, and perceived likeability[J]. *Frontiers in Political Science*, 2021, 3:636745.
- [6] Asch SE. Forming impressions of personality. *The journal of abnormal and social psychology*, 1946, 41(3):258.
- [7] Fiske ST, Neuberg SL, Beattie AE, Milberg SJ. Category-based and attribute-based reactions to others: Some informational conditions of stereotyping and individuating processes[J]. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1987, 23(5):399-427.
- [8] Fiske ST, Xu J, Cuddy AC, Glick P. (Dis) respecting versus (dis) liking: Status and interdependence predict ambivalent stereotypes of competence and warmth[J]. *Journal of social issues*, 1999, 55(3):473-89.
- [9] Rosenberg S, Nelson C, Vivekananthan PS. A multidimensional approach to the structure of personality impressions[J]. *Journal of personality and social psychology*, 1968, 9(4):283.
- [10] Fiske ST, Cuddy AJ, Glick P. Universal dimensions of social cognition: Warmth and competence[J]. *Trends in cognitive sciences*, 2007, 11(2):77-83.
- [11] Sanders MS. Making a good (bad) impression: Examining the cognitive processes of disposition theory to form a synthesized model of media character impression formation[J]. *Communication Theory*, 2010, 20(2):147-68.
- [12] Fiske ST. Stereotype content: Warmth and competence endure[J]. *Current directions in psychological science*, 2018, 27(2):67-73.
- [13] Fiske ST. Social cognition and the normality of prejudice[C]. *On the nature of prejudice: Fifty years after Allport*. 2005:36-53.
- [14] Fiske ST. Warmth and competence: Stereotype content issues for clinicians and researchers[J]. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 2012, 53(1):14.
- [15] Cuddy AJ, Fiske ST, Glick P. Warmth and competence as universal dimensions of social perception: The stereotype content model and the BIAS map[J]. *Advances in experimental social psychology*, 2008, 40:61-149.
- [16] Eden A, Oliver MB, Tamborini R, Limperos A, Woolley J. Perceptions of moral violations and personality traits among heroes and villains[J]. *Mass Communication and Society*, 2015, 18(2):186-208.
- [17] Horwitz SR, Dovidio JF. The rich—love them or hate them? Divergent implicit and explicit attitudes toward the wealthy[J]. *Group Processes & Intergroup Relations*, 2017, 20(1):3-1.
- [18] Fiske ST, Cuddy AJ, Glick P, Xu J. A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition[C]. *Social cognition*. 2018: 162-214.
- [19] Haidt J, Joseph C. The moral mind: How five sets of innate intuitions guide the development of many culture-specific virtues, and perhaps even modules[J]. *The innate mind*, 2007, 3:367-91.
- [20] Konijn EA, Hoorn JF. Some like it bad: Testing a model for perceiving and experiencing fictional characters[J]. *Media psychology*, 2005, 7(2):107-44.
- [21] Vince P, Himmelweit HT, Oppenheim AN. *Television and the Child: An Empirical Study of the Effect of Television on the Young*[M]. Oxford University Press, 1958.
- [22] Mastro D, Tukachinsky R. The influence of exemplar versus prototype-based media primes on racial/ethnic evaluations[J]. *Journal of Communication*, 2011, 61(5):916-37.
- [23] Guan KW, Heine SJ. When good people break bad: Moral impression violations in everyday life[J]. *Social Psychological and Personality Science*. 2023, 14(1):26-39.
- [24] Paulhus DL, Williams KM. The dark triad of

- personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy[J]. Journal of research in personality, 2002, 36(6):556-63.
- [25]Saucier G. Separating description and evaluation in the structure of personality attributes[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1994, 66(1):141.
- [26]Jonason PK, Webster GD. The dirty dozen: a concise measure of the dark triad[J]. Psychological assessment, 2010, 22(2):420.