

شناخت، رفتار، یادگیری

مدل پیش‌بینی تمایل به رفتار جامعه‌پسند بر اساس تجربه هیجانی حیرت با نقش میانجی جمع‌گرایی فرهنگی در بزرگسالان تهرانی

عنایت شیخی^۱، سوسن علیزاده فرد^۲، غلامرضا شریفی راد^۳

۱. دانشجوی دکتری، گروه روانشناسی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران.

۲. دانشیار گروه روانشناسی، دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران.

۳. استاد گروه آموزش بهداشت و ارتقاء سلامت، دانشکده سلامت، دانشگاه علوم پزشکی قم، قم، ایران.

* ایمیل نویسنده مسئول: s.alizadeh@pnu.ac.ir

تاریخ چاپ: ۱۴۰۶/۰۲/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۶/۲۲

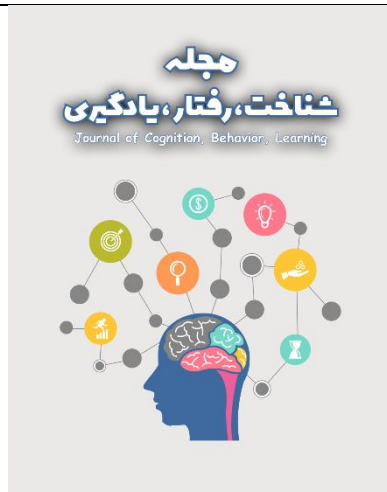
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۶/۰۴

تاریخ ارسال: ۱۴۰۵/۰۳/۰۷

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تدوین و آزمون مدل پیش‌بینی تمایل به رفتار جامعه‌پسند بر اساس تجربه هیجانی حیرت با نقش میانجی جمع‌گرایی فرهنگی در بزرگسالان شهر تهران انجام شد. این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی، مقطعی و کاربردی بود. جامعه آماری شامل زنان و مردان ۱۸ تا ۵۰ سال ساکن شهر تهران بود. در مرحله اولیه ۳۷۷ نفر به روش نمونه‌گیری دردسترس انتخاب شدند که پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص، داده‌های ۳۰۰ نفر وارد تحلیل نهایی شد. ابزارهای پژوهش شامل پرسشنامه شخصیت جامعه‌پسند پرنر، خرده‌مقیاس حیرت از مقیاس احساسات مثبت تمایلی و نسخه کوتاه مقیاس فردگرایی و جمع‌گرایی افقی و عمودی بود. برای تحلیل داده‌ها از ضریب همبستگی پیرسون و مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و LISREL استفاده شد. نتایج نشان داد که تجربه هیجانی حیرت با رفتار جامعه‌پسند رابطه مثبت و معناداری داشت ($r = 0.478, p < 0.001$) و جمع‌گرایی فرهنگی نیز با رفتار جامعه‌پسند رابطه مثبت و معنادار نشان داد ($r = 0.328, p < 0.001$). در مدل ساختاری، تجربه هیجانی حیرت اثر مستقیم مثبت و معناداری بر رفتار جامعه‌پسند داشت ($\beta = 0.51, t = 7.46, p < 0.001$). همچنین، تجربه هیجانی حیرت جمع‌گرایی فرهنگی را به طور مثبت پیش‌بینی کرد ($\beta = 0.21, t = 3.13, p < 0.001$) و جمع‌گرایی فرهنگی نیز اثر مثبت و معناداری بر رفتار جامعه‌پسند داشت ($\beta = 0.15, t = 2.46, p < 0.05$). اثر غیرمستقیم حیرت بر رفتار جامعه‌پسند از طریق جمع‌گرایی فرهنگی معنادار بود ($Z = 2.151, p = 0.031$). شاخص‌های برازش مدل نیز مطلوب بودند ($\chi^2/df = 1.93, RMSEA = 0.056, CFI = 0.97$). تجربه هیجانی حیرت می‌تواند به صورت مستقیم و نیز به واسطه تقویت جمع‌گرایی فرهنگی، تمایل به رفتار جامعه‌پسند را افزایش دهد؛ بنابراین، جمع‌گرایی فرهنگی در این رابطه نقش میانجی جزئی ایفا می‌کند.

کلیدواژه‌ها: رفتار جامعه‌پسند، تجربه هیجانی حیرت، جمع‌گرایی فرهنگی، فردگرایی فرهنگی، بزرگسالان، تهران



شیوه استناددهی: شیخی، عنایت، علیزاده فرد، سوسن، و شریفی راد، غلامرضا. (۱۴۰۶). مدل پیش‌بینی تمایل به رفتار جامعه‌پسند بر اساس تجربه هیجانی حیرت با نقش میانجی جمع‌گرایی فرهنگی در بزرگسالان تهرانی. *شناخت، رفتار، یادگیری*، ۴(۲)، ۱-۲۰.



Cognition, Behavior, Learning

A Predictive Model of Prosocial Behavioral Tendency Based on the Emotional Experience of Awe: The Mediating Role of Cultural Collectivism among Adults in Tehran

Enayat Sheykhi¹, Sousan Alizadeh Fard^{2*}, GholamReza Sharifi Rad³

1. Ph.D. Student, Department of Psychology, Qo.C., Islamic Azad University, Qom, Iran

2. Associate Professor, Department of Psychology, Payam Noor University of Tehran, Tehran, Iran

3. Professor, Department of Health Education and Health Promotion, Faculty of Health, Qom University of Medical Sciences, Qom, Iran.

*Corresponding Author's Email: s.alizadeh@pnu.ac.ir

Submit Date: 2026-05-28

Revise Date: 2026-08-26

Accept Date: 2026-09-13

Publish Date: 2027-04-21

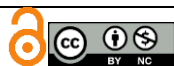
Abstract

This study aimed to develop and test a predictive model of prosocial behavioral tendency based on the emotional experience of awe, with cultural collectivism as a mediating variable among adults in Tehran. This applied, cross-sectional study employed a descriptive-correlational design. The statistical population consisted of men and women aged 18–50 years residing in Tehran. Initially, 377 participants were recruited through convenience sampling; after excluding incomplete questionnaires, data from 300 participants were analyzed. The instruments included Penner's Prosocial Personality Battery, the awe subscale of the Dispositional Positive Emotion Scales, and the short form of the Horizontal and Vertical Individualism and Collectivism Scale. Data were analyzed using Pearson correlation and structural equation modeling in SPSS and LISREL. Awe was positively and significantly correlated with prosocial behavior ($r = 0.478$, $p < 0.01$), and cultural collectivism was also positively associated with prosocial behavior ($r = 0.328$, $p < 0.01$). Structural equation modeling showed that awe had a significant positive direct effect on prosocial behavior ($\beta = 0.51$, $t = 7.46$, $p < 0.001$). Awe also positively predicted cultural collectivism ($\beta = 0.21$, $t = 3.13$, $p < 0.01$), and cultural collectivism positively predicted prosocial behavior ($\beta = 0.15$, $t = 2.46$, $p < 0.05$). The indirect effect of awe on prosocial behavior through collectivism was significant ($Z = 2.151$, $p = 0.031$). Model fit indices were satisfactory ($\chi^2/df = 1.93$, RMSEA = 0.056, CFI = 0.97). Awe may promote prosocial behavioral tendencies both directly and indirectly by strengthening cultural collectivism; thus, cultural collectivism plays a partial mediating role in this relationship.

Keywords: Prosocial behavior, awe, cultural collectivism, cultural individualism, adults, Tehran



How to cite: Sheykhi, E., Alizadeh Fard, S., Sharifi Rad, Gh. (2027). A Predictive Model of Prosocial Behavioral Tendency Based on the Emotional Experience of Awe: The Mediating Role of Cultural Collectivism among Adults in Tehran. *Cognition, Behavior, Learning*, 4(2), 1-20.



© 2027 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

مقدمه

رفتار جامعه‌پسند یکی از مفاهیم بنیادین در روان‌شناسی اجتماعی و شخصیت است که به مجموعه‌ای از رفتارهای داوطلبانه با هدف سود رساندن به دیگران، حمایت از افراد، همکاری، همدلی، نوع‌دوستی و مشارکت در منافع جمعی اشاره دارد. چنین رفتارهایی نقش اساسی در حفظ انسجام اجتماعی، تقویت روابط بین‌فردی و افزایش سرمایه اجتماعی دارند و می‌توانند از سطح روابط روزمره تا مشارکت‌های گسترده اجتماعی و مدنی مشاهده شوند. پژوهش درباره رفتار جامعه‌پسند از این جهت اهمیت دارد که کیفیت روابط انسانی و عملکرد مطلوب گروه‌ها و جوامع، تا حد زیادی به آمادگی افراد برای در نظر گرفتن نیازهای دیگران و انجام رفتارهایی وابسته است که صرفاً بر منافع شخصی متمرکز نیستند. در رویکردهای شخصیت‌محور، رفتار کمک‌رسانی پایدار نه فقط پیامد یک موقعیت خاص، بلکه تا حدی منعکس‌کننده مجموعه‌ای از گرایش‌های نسبتاً پایدار مانند مسئولیت اجتماعی، همدلی، استدلال اخلاقی، دیدگاه‌گیری و نوع‌دوستی دانسته شده است؛ بر همین اساس، مفهوم «شخصیت جامعه‌پسند» برای تبیین تفاوت‌های فردی در تمایل پایدار به کمک کردن و حمایت از دیگران مطرح شده است (Penner, 2002). اعتبارسنجی این سازه در بافت ایرانی نیز نشان داده است که ابعاد شخصیت جامعه‌پسند می‌توانند برای مطالعه تفاوت‌های فردی در گرایش به رفتارهای کمک‌رسان و دیگرمدار مورد استفاده قرار گیرند (Saffarinia & Bajelan, 2011).

اهمیت رفتار جامعه‌پسند صرفاً به پیامدهای اجتماعی مثبت آن محدود نمی‌شود، بلکه شواهد پژوهشی نشان داده‌اند که این رفتار با ابعاد مهم سازگاری روان‌شناختی و اجتماعی نیز مرتبط است. گرایش‌های جامعه‌پسند می‌توانند در شکل‌گیری مسیرهای رشد سالم و کاهش برخی اشکال ناسازگاری نقش داشته باشند و از این منظر، بررسی عوامل پیش‌بینی‌کننده آن برای روان‌شناسی رشد، اجتماعی و سلامت اهمیت دارد (Eisenberg et al., 2024). همچنین، مرور مطالعات مربوط به کمک به اعضای گروه‌های بیرونی نشان می‌دهد که رفتار جامعه‌پسند تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل فردی، رابطه‌ای و زمینه‌ای قرار می‌گیرد و نمی‌توان آن را صرفاً بر اساس یک ویژگی شخصیتی یا یک عامل موقعیتی تبیین کرد (Moran et al., 2024). در پژوهش‌های داخلی نیز نقش متغیرهایی مانند ویژگی‌های خلق‌وخو و منش، حمایت اجتماعی ادراک‌شده، انگیزش تعلق، همدلی و خودکارآمدی در تبیین رفتارهای جامعه‌پسند مورد توجه قرار گرفته است (Baradaran & Ranjbar, 2021; Noushari, 2021; Yaghoubi & Mohammadi, 2021). افزون بر این، مدل‌های پیش‌بینی رفتار جامعه‌پسند بر اساس ویژگی‌های شخصیتی، همدلی هیجانی و خودکنترلی نیز نشان داده‌اند که تمایل به رفتارهای دیگرمدار حاصل تعامل چندین فرایند شخصیتی، هیجانی و خودتنظیمی است (Mardani & Elahiari, 2023). بنابراین، شناخت دقیق‌تر عوامل هیجانی و فرهنگی مرتبط با رفتار جامعه‌پسند می‌تواند به توسعه مدل‌های جامع‌تر برای تبیین این نوع رفتار منجر شود.

یکی از متغیرهای هیجانی که در سال‌های اخیر به عنوان پیش‌بینی‌کننده بالقوه رفتار جامعه‌پسند مورد توجه فزاینده قرار گرفته، هیجان حیرت است. حیرت نوعی هیجان مثبت و خودفرارونده است که معمولاً در مواجهه با محرک‌هایی بسیار گسترده، پیچیده یا فراتر از چارچوب‌های معمول شناختی فرد تجربه می‌شود. در الگوی کلاسیک حیرت، دو مؤلفه اصلی شامل ادراک عظمت و نیاز به بازسازی یا انطباق ساختارهای شناختی برای فهم تجربه، به عنوان ویژگی‌های بنیادین این هیجان مطرح شده‌اند (Keltner & Haidt, 2003). عظمت می‌تواند ماهیتی فیزیکی، اجتماعی، شناختی یا نمادین داشته باشد؛ برای مثال، مشاهده مناظر طبیعی گسترده، مواجهه با شخصیت‌های اخلاقی برجسته، آثار هنری، تجارب معنوی یا حتی مفاهیم علمی پیچیده می‌تواند هیجان حیرت را برانگیزد. از این منظر، حیرت صرفاً یک احساس خوشایند نیست، بلکه تجربه‌ای است که می‌تواند چارچوب معمول توجه فرد به خود و محیط را تغییر دهد.

مطالعات مربوط به ماهیت حیرت نشان داده‌اند که این هیجان می‌تواند بر ادراک فرد از خویشتن نیز اثر بگذارد. تجربه حیرت اغلب با کاهش برجستگی خود فردی و افزایش احساس پیوند با یک کل بزرگ‌تر همراه است؛ وضعیتی که می‌تواند مرزهای روان‌شناختی بین «خود» و «دیگران» را تا اندازه‌ای کاهش دهد (Shiota et al., 2007). در همین راستا، شیوتا و همکاران در بررسی تفاوت‌های فردی در هیجان‌های مثبت نشان دادند که گرایش به تجربه حیرت به عنوان یکی از هیجان‌های مثبت تمایلی، ساختاری متمایز از هیجان‌هایی مانند شادی، غرور،

عشق، رضایت، شفقت و سرگرمی دارد و با برخی ابعاد شخصیت و سبک‌های ارتباطی رابطه ویژه‌ای نشان می‌دهد (Shiota et al., 2006). بنابراین، می‌توان حیرت را هیجانی دانست که افزون بر جنبه مثبت آن، ظرفیت ایجاد نوعی بازسازمان‌دهی شناختی و بین‌فردی را دارد. در ادبیات جدید، حیرت در زمره هیجان‌های خودفرارونده قرار گرفته است؛ یعنی هیجان‌هایی که توجه فرد را از دغدغه‌های محدود شخصی فراتر می‌برند و حساسیت او را نسبت به دیگران، ارزش‌های جمعی و پدیده‌های بزرگ‌تر افزایش می‌دهند. هیجان‌هایی مانند حیرت، تحسین و تعالی اخلاقی می‌توانند کارکردهای اجتماعی مهمی داشته باشند، زیرا از طریق کاهش تمرکز افراطی بر خود و افزایش احساس اتصال به دیگران، رفتارهای مشارکتی و حمایتی را تسهیل می‌کنند (Stellar et al., 2017). در همین چارچوب، یکی از سازوکارهای مطرح‌شده برای توضیح پیامدهای اجتماعی حیرت، مفهوم «خود کوچک» است. احساس کوچک‌تر بودن خود در برابر یک کل بزرگ‌تر می‌تواند اهمیت نیازها و منافع شخصی را به طور موقت کاهش داده و توجه فرد را به نیازها، ارزش‌ها و اهداف جمعی معطوف کند. پژوهش تجربی Piff و همکاران نشان داد که برانگیختن حیرت با افزایش رفتارهای جامعه‌پسند همراه است و این رابطه تا حدی از طریق کاهش تمرکز بر خود و افزایش احساس «خود کوچک» تبیین می‌شود (Piff et al., 2015).

یافته‌های پژوهشی بعدی نیز رابطه میان حیرت و رفتار جامعه‌پسند را تقویت کرده‌اند. برای مثال، نشان داده شده است که تجربه حیرت، چه در نتیجه مواجهه با طبیعت و چه در اثر محرک‌های بین‌فردی، می‌تواند آمادگی برای انجام رفتارهای کمک‌رسان و دیگرمدار را افزایش دهد (Cajas, 2020). همچنین، پژوهش‌های انجام‌شده درباره سازوکارهای روان‌شناختی این رابطه نشان داده‌اند که حیرت می‌تواند از طریق افزایش چشم‌انداز زمانی آینده و تقویت معنای خودفرارونده زندگی به رفتارهای جامعه‌پسند منجر شود (Li et al., 2019). این یافته‌ها بیانگر آن است که حیرت احتمالاً از طریق تغییر در نحوه ادراک فرد از خود، زمان، معنا و ارتباط با دیگران، زمینه روان‌شناختی مساعدی برای رفتار جامعه‌پسند فراهم می‌سازد.

شواهد جدیدتر نیز رابطه مثبت حیرت با رفتار جامعه‌پسند را تأیید کرده‌اند. فراتحلیل چندسطحی مطالعات انجام‌شده درباره ارتباط حیرت و رفتار جامعه‌پسند نشان داده است که در مجموع، تجربه حیرت با افزایش گرایش‌های جامعه‌پسند همراه است، هرچند شدت این رابطه ممکن است تحت تأثیر ویژگی‌های نمونه، نوع القای حیرت و نحوه سنجش رفتار جامعه‌پسند تغییر کند (Gao et al., 2024). همچنین، پژوهش‌های اخیر پیشنهاد کرده‌اند که حیرت از طریق ایجاد «خود آرام» یا quiet ego، یعنی حالتی که در آن فرد بدون نفی هویت خود، از خودمحوری فاصله می‌گیرد و توجه بیشتری به ارتباط با دیگران و جهان اجتماعی نشان می‌دهد، می‌تواند رفتار جامعه‌پسند و بهزیستی ذهنی را افزایش دهد (Zhang et al., 2025). این سازوکار با دیدگاه‌های پیشین درباره خودفراروی و کاهش تمرکز خودمحورانه در تجربه حیرت سازگار است.

هیجان حیرت علاوه بر پیامدهای بین‌فردی، با شاخص‌های مثبت سلامت و بهزیستی نیز مرتبط شناخته شده است. تجربه مکرر حیرت در زندگی روزمره با کاهش فشار روان‌شناختی و افزایش رضایت از زندگی همراه گزارش شده است (Bai et al., 2021). همچنین، حیرت شگفت‌انگیز یا «wondering awe» به عنوان جنبه‌ای ادراکی از معنویت با شاخص‌های مختلف بهزیستی و تجربه‌های معنادار زندگی ارتباط دارد و محرک‌های آن می‌توانند از طبیعت و روابط انسانی تا تجارب معنوی و وجودی را شامل شوند (Büssing, 2021). حتی در مطالعات مربوط به مکانیسم‌های درمانی نیز تجربه‌هایی که با تغییر ادراک خود، افزایش همدلی و احساس ارتباط اجتماعی همراه هستند، به عنوان عوامل بالقوه در ارتقای رفتار جامعه‌پسند مطرح شده‌اند (Bhatt & Weissman, 2024). بنابراین، به نظر می‌رسد تجربه‌های هیجانی خودفرارونده می‌توانند از مسیرهای مختلفی به افزایش حساسیت نسبت به دیگران و رفتارهای حمایتی منجر شوند.

از سوی دیگر، ارتباط میان هیجان مثبت و رفتار جامعه‌پسند می‌تواند ماهیتی دوسویه نیز داشته باشد. شواهد نشان می‌دهند که هیجان‌های مثبت نه تنها می‌توانند رفتار جامعه‌پسند را افزایش دهند، بلکه انجام رفتار جامعه‌پسند نیز ممکن است هیجان‌های مثبت را تقویت کند و بدین ترتیب چرخه‌ای تقویت‌کننده میان احساسات مثبت و کمک به دیگران شکل گیرد (Aknin et al., 2018). در نتیجه، بررسی حیرت به

عنوان یک هیجان مثبت خاص می‌تواند دیدگاه دقیق‌تری درباره چگونگی پیوند تجربه هیجانی با رفتار اجتماعی فراهم آورد. با این حال، صرف وجود رابطه مستقیم میان حیرت و رفتار جامعه‌پسند برای تبیین کامل این فرایند کافی نیست و لازم است سازوکارهایی بررسی شوند که می‌توانند این ارتباط را در بافت‌های اجتماعی و فرهنگی مختلف انتقال دهند.

یکی از سازوکارهای مهمی که می‌تواند در رابطه میان حیرت و رفتار جامعه‌پسند نقش داشته باشد، جهت‌گیری فرهنگی فرد، به ویژه جمع‌گرایی است. فردگرایی و جمع‌گرایی از مهم‌ترین ابعاد روان‌شناسی فرهنگی هستند که به تفاوت افراد و جوامع در تعریف خود، روابط اجتماعی، اولویت اهداف فردی یا گروهی و نحوه تفسیر وظایف اجتماعی اشاره دارند. در فرهنگ‌های یا جهت‌گیری‌های فردگرا، استقلال، خودمختاری، اهداف شخصی و متمایز بودن فرد اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند، در حالی که در جمع‌گرایی، وابستگی متقابل، هماهنگی گروهی، وفاداری به جمع و اولویت اهداف مشترک برجسته‌تر هستند (Oyserman & Lee, 2008). با این حال، فردگرایی و جمع‌گرایی الزاماً دو قطب کاملاً متضاد نیستند و افراد می‌توانند بسته به شرایط اجتماعی، گروه مرجع و موقعیت، ترکیبی از این گرایش‌ها را نشان دهند (Mohammad et al., 2022).

در سنجش ارزش‌های فردگرایانه و جمع‌گرایانه، تمایز میان اشکال افقی و عمودی این سازه‌ها نیز اهمیت دارد. در این رویکرد، افزون بر تفاوت میان استقلال و وابستگی متقابل، نگرش افراد نسبت به برابری یا سلسله‌مراتب اجتماعی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. نسخه کوتاه مقیاس فردگرایی و جمع‌گرایی افقی و عمودی، امکان سنجش ساختاریافته این ارزش‌های فرهنگی را فراهم کرده و در مطالعات بین‌فرهنگی مورد استفاده قرار گرفته است (Sivadas et al., 2008). نسخه فارسی این ابزار نیز در جامعه ایرانی بررسی شده و شواهد مربوط به روایی و پایایی آن، امکان استفاده از آن برای مطالعه گرایش‌های فرهنگی فردی را تأیید کرده است (Koureshnia & Latifian, 2011). همچنین، پژوهش‌های داخلی نشان داده‌اند که ارزش‌های فرهنگی فردگرایانه و جمع‌گرایانه می‌توانند با متغیرهای روان‌شناختی مانند سرزندگی و خودکارآمدی ارتباط داشته باشند و بنابراین از نظر تبیین رفتار و تجربه روان‌شناختی افراد حائز اهمیت هستند (Kamali & Yousefi, 2019).

جمع‌گرایی می‌تواند از چند مسیر با رفتار جامعه‌پسند ارتباط داشته باشد. افرادی که ارزش بیشتری برای تعلق گروهی، همبستگی، مسئولیت متقابل و هماهنگی اجتماعی قائل هستند، احتمالاً حساسیت بیشتری نسبت به نیازهای دیگران و پیامدهای رفتار خود برای گروه دارند. از سوی دیگر، رابطه میان فردگرایی - جمع‌گرایی و سرمایه اجتماعی نیز نشان می‌دهد که جهت‌گیری‌های فرهنگی می‌توانند با اعتماد، انسجام اجتماعی و الگوهای تعامل میان افراد مرتبط باشند (Realo & Allik, 2009). بنابراین، جمع‌گرایی می‌تواند بستری ارزشی و شناختی فراهم کند که در آن هیجان‌های خودفرارونده مانند حیرت با سهولت بیشتری به رفتارهای دیگرمدار تبدیل شوند. به بیان دیگر، اگر حیرت باعث کاهش تمرکز بر خود و افزایش احساس پیوند با یک کل بزرگ‌تر شود، جهت‌گیری جمع‌گرایانه ممکن است این تغییر هیجانی و شناختی را به نگرش‌ها و رفتارهای جامعه‌پسند تبدیل کند.

این فرض با برخی یافته‌های مرتبط با نقش جهان‌بینی فرهنگی در رفتار جامعه‌پسند نیز هماهنگ است. پژوهش‌هایی در حوزه رفتار گردشگران نشان داده‌اند که جهان‌بینی‌های فرهنگی و ادراک روابط اجتماعی می‌توانند در قالب مدل‌های میانجی و تعدیل‌گر با رفتار جامعه‌پسند مرتبط باشند (Agveiwaah & Zhao, 2024). چنین نتایجی نشان می‌دهد که آثار هیجانی و اجتماعی را نمی‌توان مستقل از نظام ارزش‌ها و ادراکات فرهنگی افراد بررسی کرد. حتی در محیط‌های اجتماعی پیچیده و شبکه‌ای نیز رفتار فردی و اجتماعی، از جمله نحوه انتقال اطلاعات، اعتماد و واکنش به دیگران، تحت تأثیر الگوهای تعامل جمعی قرار دارد (Hosni et al., 2020). بنابراین، مطالعه نقش جمع‌گرایی فرهنگی در ارتباط میان حیرت و رفتار جامعه‌پسند می‌تواند به فهم دقیق‌تر پیوند میان هیجان، فرهنگ و رفتار اجتماعی کمک کند.

از منظر نظری، می‌توان انتظار داشت که تجربه حیرت ابتدا باعث گسترش دامنه توجه فرد از خود به سوی محیط اجتماعی و کل‌های بزرگ‌تر شود و سپس، در افرادی که ارزش‌های جمع‌گرایانه بیشتری دارند، این تغییر به صورت قوی‌تری در رفتارهای جامعه‌پسند بازتاب یابد. در واقع،

حیرت ممکن است آمادگی روان‌شناختی برای پذیرش ارتباط، وابستگی متقابل و توجه به منافع دیگران را افزایش دهد، در حالی که جمع‌گرایی فرهنگی می‌تواند چارچوب ارزشی لازم برای تبدیل این آمادگی به تمایل رفتاری را فراهم سازد. چنین تفسیری با یافته‌های مربوط به خودفراروی، معنای زندگی، خود کوچک، خود آرام و نقش ساختارهای فرهنگی در رفتار اجتماعی سازگار است (Li et al., 2019; Piff et al., 2015; Zhang et al., 2025). با وجود این، بخش مهمی از مطالعات موجود بر اثر مستقیم حیرت بر رفتار جامعه‌پسند تمرکز داشته‌اند و بررسی همزمان تجربه هیجانی حیرت، جهت‌گیری جمع‌گرایانه و تمایل به رفتار جامعه‌پسند، به‌ویژه در نمونه‌های بزرگسال ایرانی، کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

این خلأ در جامعه شهری تهران اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا بزرگسالان ساکن یک کلان‌شهر در معرض ترکیبی از ارزش‌های سنتی جمع‌گرایانه و الگوهای نوین فردگرایانه قرار دارند و همین امر می‌تواند رابطه میان هیجان‌های اجتماعی و رفتارهای جامعه‌پسند را پیچیده‌تر سازد. در چنین بستری، بررسی صرف اثر مستقیم حیرت ممکن است تصویری ناقص ارائه کند و توجه به نقش میانجی جمع‌گرایی فرهنگی می‌تواند نشان دهد که این هیجان از چه مسیر اجتماعی - فرهنگی با تمایل به رفتار جامعه‌پسند ارتباط می‌یابد. با توجه به اهمیت رفتار جامعه‌پسند برای انسجام اجتماعی، ضرورت شناخت عوامل هیجانی مؤثر بر آن، شواهد رو به گسترش درباره کارکردهای اجتماعی حیرت، و نقش بالقوه ارزش‌های فرهنگی در جهت‌دهی به رفتارهای دیگرمدار، تدوین مدلی که این سه سازه را به طور همزمان در نظر گیرد از اهمیت نظری و کاربردی برخوردار است؛ از این رو، هدف پژوهش حاضر تدوین و آزمون مدل پیش‌بینی تمایل به رفتار جامعه‌پسند بر اساس تجربه هیجانی حیرت با نقش میانجی جمع‌گرایی فرهنگی در بزرگسالان شهر تهران بود.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر روش‌شناختی، توصیفی از نوع همبستگی و از نظر هدف، کاربردی بود و با هدف تدوین و آزمون مدل پیش‌بینی تمایل به رفتار جامعه‌پسند بر اساس تجربه هیجانی حیرت با در نظر گرفتن نقش میانجی جمع‌گرایی فرهنگی در بزرگسالان شهر تهران انجام شد. از نظر محیط اجرا، پژوهش از نوع میدانی، از نظر بعد زمانی مقطعی و از حیث ماهیت داده‌ها کمی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه زنان و مردان بزرگسال ۱۸ تا ۵۰ سال ساکن شهر تهران در زمان اجرای پژوهش بود. با توجه به گستردگی جامعه آماری و بر اساس جدول کرجسی و مورگان، در مرحله اولیه ۳۷۷ نفر به شیوه نمونه‌گیری در دسترس به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. پس از گردآوری پرسشنامه‌ها و بررسی کیفیت داده‌ها، پرسشنامه‌های دارای پاسخ‌های ناقص، داده‌های غیرقابل استفاده یا مواردی که شرایط ورود به پژوهش را نداشتند حذف شدند و در نهایت داده‌های مربوط به ۳۰۰ شرکت‌کننده برای تحلیل آماری مورد استفاده قرار گرفت. معیارهای ورود به پژوهش شامل قرار داشتن در دامنه سنی ۱۸ تا ۵۰ سال، زن یا مرد بودن، سکونت در شهر تهران در زمان اجرای پژوهش، برخورداری از توانایی لازم برای درک و پاسخگویی به گویه‌های پرسشنامه‌ها و اعلام رضایت آگاهانه برای شرکت در مطالعه بود. عدم تکمیل کامل پرسشنامه‌ها، انصراف از ادامه همکاری در هر مرحله از پژوهش و وجود مشکلات جسمانی یا روان‌شناختی جدی که بر اساس اظهارات خود فرد می‌توانست توانایی وی برای درک یا پاسخگویی مناسب به پرسش‌ها را مختل کند، به عنوان معیارهای خروج در نظر گرفته شد. پس از دسترسی به افراد واجد شرایط، هدف کلی پژوهش و شیوه تکمیل ابزارها برای آنان توضیح داده شد و پس از اخذ رضایت برای مشارکت، مجموعه پرسشنامه‌ها در اختیار شرکت‌کنندگان قرار گرفت. از آنان خواسته شد با توجه به تجربه‌ها، نگرش‌ها و ویژگی‌های شخصی خود به تمامی گویه‌ها با دقت و صداقت پاسخ دهند. به شرکت‌کنندگان اطمینان داده شد که اطلاعات آنان کاملاً محرمانه باقی خواهد ماند، پرسشنامه‌ها به صورت ناشناس تحلیل خواهند شد و داده‌های به‌دست‌آمده صرفاً برای اهداف علمی و پژوهشی مورد استفاده قرار می‌گیرد. همچنین، مشارکت در پژوهش کاملاً داوطلبانه بود و افراد می‌توانستند بدون هیچ‌گونه پیامدی در هر مرحله از ادامه همکاری منصرف شوند. رعایت محرمانگی اطلاعات، حفظ حریم خصوصی، ناشناس

ماندن هویت شرکت‌کنندگان، آزادی در تصمیم‌گیری برای مشارکت یا انصراف و رعایت صداقت و شفافیت در گردآوری، تحلیل و گزارش داده‌ها از مهم‌ترین ملاحظات اخلاقی پژوهش حاضر بود.

برای سنجش تمایل به رفتار جامعه‌پسند از پرسشنامه شخصیت جامعه‌پسند پنر (Prosocial Personality Battery) استفاده شد. این ابزار توسط پنر در سال ۲۰۰۲ برای سنجش ابعاد نسبتاً پایدار شخصیت مرتبط با رفتارهای جامعه‌پسند طراحی شده است. نسخه فارسی این پرسشنامه توسط صفاری‌نیا و باجلان در سال ۲۰۱۱ تهیه و در نمونه‌ای متشکل از ۸۵۰ دانشجوی بررسی شد. پرسشنامه دارای ۳۰ گویه است و هفت خرده‌مقیاس مسئولیت اجتماعی، ارتباط همدلانه، دیدگاه‌گیری یا نگاه از منظر دیگران، پریشانی فردی، استدلال اخلاقی دوطرفه، استدلال‌های دیگرمدار و نوع‌دوستی خودگزارش‌شده را در بر می‌گیرد. این خرده‌مقیاس‌ها در سطح کلی‌تر دو بعد عمده همدلی نسبت به دیگران و کمک‌رسانی را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. پاسخ‌دهی به گویه‌ها بر اساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای انجام می‌شود و هر گویه، متناسب با جهت نمره‌گذاری آن، نمره‌ای از صفر تا چهار دریافت می‌کند؛ به‌گونه‌ای که نمرات بالاتر بیانگر سطح بالاتر ویژگی‌ها و گرایش‌های جامعه‌پسند هستند. در مطالعه صفاری‌نیا و باجلان، ضریب پایایی بازآزمایی این ابزار ۰٫۹۸ و ضریب همسانی درونی آن ۰٫۷۹ گزارش شد و روایی همزمان آن نیز از طریق بررسی ارتباط با ابعاد مرتبط پرسشنامه پنج‌عاملی شخصیت نئو تأیید شد. ضریب آلفای کرونباخ کل مقیاس در مطالعات مربوط به اعتبارسنجی نسخه فارسی در سطح مطلوب گزارش شده و در پژوهش صیدی و صفاری‌نیا در سال ۲۰۱۵ نیز ضرایب آلفای کرونباخ خرده‌مقیاس‌های مسئولیت اجتماعی، ارتباط همدلانه، دیدگاه‌گیری، پریشانی فردی، استدلال اخلاقی دوطرفه، سایر استدلال‌های جهت‌گیری‌شده و نوع‌دوستی خودگزارش‌شده به ترتیب ۰٫۶۲، ۰٫۴۲، ۰٫۳۴، ۰٫۳۲، ۰٫۷۴، ۰٫۷۱ و ۰٫۶۵ گزارش شده است. در پژوهش حاضر، نمره حاصل از این ابزار به عنوان شاخص تمایل به رفتار جامعه‌پسند در مدل مفهومی پژوهش مورد استفاده قرار گرفت و پایایی آن نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ در نمونه مورد مطالعه ارزیابی شد.

برای ارزیابی تجربه هیجانی حیرت از مقیاس احساسات مثبت تمایلی (Dispositional Positive Emotion Scales; DPES) استفاده شد. این مقیاس توسط شیوتا و همکاران در سال ۲۰۰۶ با هدف سنجش تفاوت‌های فردی در تجربه مستعد و نسبتاً پایدار هیجان‌های مثبت تدوین شد. نسخه کامل DPES شامل ۳۸ گویه و هفت خرده‌مقیاس شادی با ۶ گویه، رضایت با ۵ گویه، غرور با ۵ گویه، عشق با ۶ گویه، شفقت با ۵ گویه، سرگرمی با ۵ گویه و حیرت با ۶ گویه است. پاسخ‌ها در این ابزار بر اساس یک طیف لیکرت هفت‌درجه‌ای از ۱ تا ۷ نمره‌گذاری می‌شوند و افزایش نمره در هر خرده‌مقیاس نشان‌دهنده آمادگی یا گرایش بیشتر فرد برای تجربه هیجان مثبت مربوطه است. مطالعات مربوط به ساخت و اعتبارسنجی این ابزار، ساختار عاملی قابل قبول، همسانی درونی مناسب و شواهد رضایت‌بخشی از روایی همگرا را برای خرده‌مقیاس‌های آن نشان داده‌اند. با توجه به هدف پژوهش حاضر، از میان هفت خرده‌مقیاس DPES صرفاً خرده‌مقیاس حیرت مورد استفاده قرار گرفت. این خرده‌مقیاس شامل ۶ گویه است و میزان آمادگی فرد برای تجربه حیرت در مواجهه با محرک‌ها، موقعیت‌ها یا تجربه‌هایی را که احساس عظمت، شگفتی و فراتر رفتن از چارچوب‌های معمول ادراکی را ایجاد می‌کنند، ارزیابی می‌کند. نمره بالاتر در این خرده‌مقیاس نشان‌دهنده گرایش بیشتر فرد به تجربه هیجان حیرت است. ضریب آلفای کرونباخ خرده‌مقیاس حیرت در پژوهش حاضر برابر با ۰٫۷۲ به دست آمد که نشان‌دهنده همسانی درونی قابل قبول این خرده‌مقیاس در نمونه مورد مطالعه بود.

برای سنجش جمع‌گرایی فرهنگی از نسخه کوتاه مقیاس فردگرایی و جمع‌گرایی افقی و عمودی استفاده شد. این نسخه توسط سیوآداس، بروولد و نلسون در سال ۲۰۰۸ برای ارزیابی جهت‌گیری‌های فرهنگی افراد در دو بعد کلی فردگرایی و جمع‌گرایی ارائه شده است. فرم کوتاه این ابزار شامل ۱۶ گویه است که ۹ گویه آن به سنجش ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های جمع‌گرایانه و ۷ گویه به سنجش ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های فردگرایانه اختصاص دارد. در پژوهش حاضر، با توجه به مدل مفهومی تحقیق، خرده‌مقیاس جمع‌گرایی به عنوان متغیر میانجی مورد استفاده قرار گرفت و نمرات بالاتر در این خرده‌مقیاس نشان‌دهنده تأکید بیشتر فرد بر تعلق گروهی، وابستگی متقابل، هماهنگی با اعضای گروه و اولویت دادن به اهداف و منافع جمعی بود. کورش‌نیا و لطیفیان در سال ۲۰۱۱ برای بررسی روایی نسخه فارسی مقیاس از تحلیل عاملی اکتشافی به روش

مؤلفه‌های اصلی و ارزیابی همسانی درونی استفاده کردند و نتایج، وجود دو عامل اصلی فردگرایی و جمع‌گرایی را تأیید کرد. ضرایب آلفای کرونباخ برای خرده‌مقیاس‌های جمع‌گرایی و فردگرایی به ترتیب ۰,۷۸ و ۰,۸۱ و ضرایب پایایی بازآزمایی آن‌ها به ترتیب ۰,۷۹ و ۰,۷۴ گزارش شده است. همچنین، کاملی و یوسفی در سال ۲۰۱۹ با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، رویی سازه این ابزار را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که با در نظر گرفتن اصلاحات مربوط به گویه‌های ۳ و ۱۶، ساختار دو عاملی ابزار از برازش مطلوب برخوردار است و دامنه بارهای عاملی گویه‌ها بین ۰,۳۲ تا ۰,۶۹ قرار دارد. شاخص‌های برازش گزارش شده شامل AGFI برابر با ۰,۹۸، NFI برابر با ۰,۹۴، CFI برابر با ۰,۹۴، TLI برابر با ۰,۹۳، RMSEA برابر با ۰,۰۷ و PCLOSE برابر با ۰,۱۱ بودند که در مجموع از برازش مناسب مدل اندازه‌گیری حمایت می‌کردند. در همان مطالعه، ضریب آلفای کرونباخ برای کل ۱۶ گویه برابر با ۰,۸۰ و برای مؤلفه‌های جمع‌گرایی و فردگرایی به ترتیب ۰,۷۱ و ۰,۷۴ گزارش شد. در پژوهش حاضر، نمره خرده‌مقیاس جمع‌گرایی به عنوان متغیر میانجی در ارتباط بین تجربه هیجانی حیرت و تمایل به رفتار جامعه‌پسند وارد مدل شد و همسانی درونی آن نیز در نمونه پژوهش با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بررسی گردید.

پس از گردآوری پرسشنامه‌ها، داده‌ها از نظر کامل بودن پاسخ‌ها، وجود داده‌های مفقود و قابلیت استفاده در تحلیل‌های آماری بررسی شدند و پس از حذف موارد ناقص، داده‌های مربوط به ۳۰۰ شرکت‌کننده وارد مرحله تحلیل نهایی شد. در مرحله نخست، به منظور توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان و متغیرهای اصلی پژوهش از شاخص‌های آمار توصیفی شامل فراوانی، درصد، میانگین، انحراف استاندارد و در صورت لزوم خطای استاندارد استفاده شد. پیش از انجام تحلیل‌های استنباطی، مفروضه‌های لازم برای تحلیل همبستگی و مدل‌سازی معادلات ساختاری، از جمله بررسی توزیع متغیرها، داده‌های پرت، روابط خطی میان متغیرها و وضعیت هم‌خطی چندگانه مورد ارزیابی قرار گرفت. در ادامه، برای بررسی جهت و شدت روابط دو متغیر میان تجربه هیجانی حیرت، جمع‌گرایی فرهنگی و تمایل به رفتار جامعه‌پسند از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. برای آزمون مدل مفهومی اصلی پژوهش و بررسی اثر مستقیم تجربه هیجانی حیرت بر تمایل به رفتار جامعه‌پسند و همچنین اثر غیرمستقیم آن از طریق جمع‌گرایی فرهنگی، از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در این مدل، تجربه هیجانی حیرت به عنوان متغیر پیش‌بین، جمع‌گرایی فرهنگی به عنوان متغیر میانجی و تمایل به رفتار جامعه‌پسند به عنوان متغیر پیامد در نظر گرفته شد. برازش مدل با استفاده از شاخص‌های متداول مدل‌سازی معادلات ساختاری، از جمله نسبت کای‌دو به درجه آزادی، شاخص برازش تطبیقی، شاخص برازش افزایشی، شاخص تاکر-لونیس و ریشه میانگین مربعات خطای تقریب ارزیابی شد و معناداری ضرایب مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم نیز مورد بررسی قرار گرفت. تحلیل‌های مقدماتی و آمار توصیفی با استفاده از نرم‌افزار SPSS و آزمون مدل ساختاری با استفاده از نرم‌افزار LISREL انجام شد و سطح معناداری آماری برای تمامی آزمون‌ها ۰,۰۵ در نظر گرفته شد.

یافته‌ها

در پژوهش حاضر، داده‌های ۳۰۰ نفر از بزرگسالان ۱۸ تا ۵۰ سال ساکن شهر تهران مورد تحلیل قرار گرفت. از مجموع شرکت‌کنندگان، ۱۶۰ نفر (۵۳,۳ درصد) مرد و ۱۴۰ نفر (۴۶,۷ درصد) زن بودند. از نظر وضعیت تأهل، ۱۴۰ نفر (۴۶,۷ درصد) مجرد و ۱۶۰ نفر (۵۳,۳ درصد) متأهل بودند. از نظر سنی، ۱۰۰ نفر (۳۳,۳ درصد) در گروه ۱۸ تا ۲۵ سال، ۱۲۰ نفر (۴۰,۰ درصد) در گروه ۲۶ تا ۳۵ سال و ۸۰ نفر (۲۶,۷ درصد) در گروه ۳۶ تا ۵۰ سال قرار داشتند. همچنین، از نظر سطح تحصیلات، ۲۰ نفر (۶,۷ درصد) دارای تحصیلات ابتدایی یا راهنمایی، ۸۰ نفر (۲۶,۷ درصد) دارای تحصیلات دبیرستان و دیپلم، ۱۲۰ نفر (۴۰,۰ درصد) دارای مدرک کارشناسی، ۵۰ نفر (۱۶,۷ درصد) دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۳۰ نفر (۱۰,۰ درصد) دارای مدرک دکتری بودند. بنابراین، بیشترین فراوانی از نظر سن مربوط به گروه ۲۶ تا ۳۵ سال و از نظر تحصیلات مربوط به افراد دارای مدرک کارشناسی بود.

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	واریانس	کمینه	بیشینه
تجربه هیجانی حیرت	۳۰۰	۲.۲۴	۰.۸۷	۰.۷۷	۰.۰۰	۴.۰۰
فردگرایی فرهنگی	۳۰۰	۲.۵۹	۰.۸۲	۰.۶۸	۰.۰۰	۴.۰۰
جمع‌گرایی فرهنگی	۳۰۰	۲.۴۸	۰.۷۹	۰.۶۲	۰.۱۳	۳.۸۸
مسئولیت اجتماعی	۳۰۰	۱.۵۴	۰.۷۹	۰.۶۳	۰.۰۰	۳.۲۹
ارتباط همدلانه	۳۰۰	۱.۶۹	۰.۸۹	۰.۷۹	۰.۰۰	۳.۷۵
نگاه از منظر دیگران	۳۰۰	۱.۸۷	۰.۸۷	۰.۷۶	۰.۰۰	۳.۸۰
پیشانی فردی	۳۰۰	۲.۰۰	۰.۹۱	۰.۸۳	۰.۰۰	۴.۰۰
استدلال اخلاقی دوجانبه	۳۰۰	۲.۰۰	۱.۰۵	۱.۱۰	۰.۰۰	۴.۰۰
استدلال اخلاقی جهت‌گیری شده به دیگران	۳۰۰	۱.۶۰	۰.۷۹	۰.۶۳	۰.۰۰	۴.۰۰
نوع‌دوستی خودگزارشی	۳۰۰	۱.۹۷	۰.۸۹	۰.۸۰	۰.۰۰	۴.۰۰
رفتار جامعه‌پسند	۳۰۰	۱.۸۱	۰.۶۸	۰.۴۷	۰.۰۰	۳.۳۱

مطابق جدول ۱، میانگین و انحراف معیار تجربه هیجانی حیرت به ترتیب ۲.۲۴ و ۰.۸۷ بود و نمرات این متغیر در دامنه ۰.۰۰ تا ۴.۰۰ قرار داشت. میانگین جمع‌گرایی فرهنگی برابر با ۲.۴۸ و انحراف معیار آن ۰.۷۹ بود و نمرات آن از ۰.۱۳ تا ۳.۸۸ تغییر می‌کرد. همچنین، میانگین رفتار جامعه‌پسند ۱.۸۱ با انحراف معیار ۰.۶۸ به دست آمد و دامنه نمرات آن بین ۰.۰۰ و ۳.۳۱ قرار داشت. در میان ابعاد رفتار جامعه‌پسند، بالاترین میانگین مربوط به پیشانی فردی و استدلال اخلاقی دوجانبه، هر دو با میانگین ۲.۰۰ و پایین‌ترین میانگین مربوط به مسئولیت اجتماعی با میانگین ۱.۵۴ بود. بررسی مقدماتی توزیع داده‌ها نیز نشان داد که ضرایب چولگی و کشیدگی تمامی متغیرهای پژوهش در محدوده قابل قبول ۲- تا ۲+ قرار داشت؛ بنابراین، شرط نرمال بودن تقریبی توزیع متغیرها برای انجام تحلیل‌های پارامتریک برقرار بود.

جدول ۲. ماتریس همبستگی پیرسون بین متغیرهای اصلی پژوهش

متغیر	۱	۲	۳	۴
۱. تجربه هیجانی حیرت	۱			
۲. فردگرایی فرهنگی	۰.۳۱۸**	۱		
۳. جمع‌گرایی فرهنگی	۰.۳۶۴**	۰.۰۸۷	۱	
۴. رفتار جامعه‌پسند	۰.۴۷۸**	۰.۰۳۶	۰.۳۲۸**	۱

نتایج جدول ۲ نشان داد که بین تجربه هیجانی حیرت و رفتار جامعه‌پسند رابطه مثبت و معناداری وجود داشت ($r = 0.478, p < 0.01$)، به این معنا که افزایش تجربه هیجانی حیرت با افزایش تمایل به رفتار جامعه‌پسند همراه بود. همچنین، تجربه هیجانی حیرت با جمع‌گرایی فرهنگی رابطه مثبت و معناداری داشت ($r = 0.364, p < 0.01$). رابطه بین جمع‌گرایی فرهنگی و رفتار جامعه‌پسند نیز مثبت و معنادار بود ($r = 0.318, p < 0.01$). افزون بر این، تجربه هیجانی حیرت با فردگرایی فرهنگی همبستگی مثبت و معناداری نشان داد ($r = 0.087, p = 0.17$). همچنین، بین فردگرایی فرهنگی و جمع‌گرایی فرهنگی رابطه معناداری مشاهده نشد ($r = 0.087, p = 0.11$). در مجموع، الگوی همبستگی‌ها از روابط مورد انتظار میان تجربه هیجانی حیرت، جمع‌گرایی فرهنگی و رفتار جامعه‌پسند حمایت کرد و زمینه لازم را برای آزمون نقش میانجی جمع‌گرایی فرهنگی فراهم ساخت.

برای بررسی مدل پیش‌بینی تمایل به رفتار جامعه‌پسند بر اساس تجربه هیجانی حیرت با نقش میانجی جمع‌گرایی فرهنگی، مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شد. نتایج شاخص‌های برازش نشان داد که مدل پیشنهادی از برازش مطلوبی با داده‌های تجربی برخوردار است. مقدار نسبت کای‌دو به درجه آزادی برابر با ۱.۹۳ بود که کمتر از مقدار معیار ۳ است. همچنین، RMSEA برابر با ۰.۰۵۶ به دست آمد که پایین‌تر از حد

۰,۰۸ و نشان‌دهنده خطای تقریبی مطلوب مدل بود. سایر شاخص‌های برازش نیز شامل $NFI = ۰.۹۴$, $CFI = ۰.۹۷$, $IFI = ۰.۹۷$ و $GFI = ۰.۸۷$ بودند. قرار گرفتن NFI , CFI و IFI بالاتر از ۰,۹۰ و مقدار قابل قبول GFI ، در کنار $RMSEA$ پایین و نسبت کای‌دو به درجه آزادی مناسب، نشان داد که مدل ساختاری پژوهش از برازش قابل قبول تا بسیار مطلوب برخوردار است و می‌توان ضرایب مسیر و اثر میانجی را بر مبنای این مدل تفسیر کرد.

جدول ۳. اثرات مستقیم و غیرمستقیم مدل پیش‌بینی رفتار جامعه‌پسند

مسیر یا اثر	ضریب استاندارد	t	p	نتیجه
تجربه هیجانی حیرت ← جمع‌گرایی فرهنگی	۰.۲۱	۳.۱۳	<۰.۰۱	معنادار
جمع‌گرایی فرهنگی ← رفتار جامعه‌پسند	۰.۱۵	۲.۴۶	<۰.۰۵	معنادار
تجربه هیجانی حیرت ← رفتار جامعه‌پسند	۰.۵۱	۷.۴۶	<۰.۰۰۱	معنادار
اثر غیرمستقیم حیرت بر رفتار جامعه‌پسند از طریق جمع‌گرایی فرهنگی	۰.۰۳۲	۲.۱۵۱ ^۱	۰.۰۳۱	معنادار
اثر کل تجربه هیجانی حیرت بر رفتار جامعه‌پسند	۰.۵۴۲	—	—	مثبت

نتایج جدول ۳ نشان داد که تجربه هیجانی حیرت دارای اثر مستقیم مثبت و معناداری بر رفتار جامعه‌پسند بود ($\beta = ۰.۵۱$, $t = ۷.۴۶$, $p < ۰.۰۰۱$)؛ بنابراین، هرچه میزان تجربه هیجانی حیرت در افراد بیشتر بود، تمایل آنان به رفتار جامعه‌پسند نیز افزایش می‌یافت. همچنین، تجربه هیجانی حیرت اثر مثبت و معناداری بر جمع‌گرایی فرهنگی داشت ($\beta = ۰.۲۱$, $t = ۳.۱۳$, $p < ۰.۰۱$) و جمع‌گرایی فرهنگی نیز به صورت مثبت و معنادار رفتار جامعه‌پسند را پیش‌بینی کرد ($\beta = ۰.۱۵$, $t = ۲.۴۶$, $p < ۰.۰۵$). حاصل ضرب دو مسیر مربوط به میانجی‌گری، اثر غیرمستقیم استاندارد شده‌ای در حدود ۰,۰۳۲ نشان داد. آزمون سوبل نیز این اثر غیرمستقیم را معنادار نشان داد ($Z = ۲.۱۵۱$, $p = ۰.۰۳۱$). از آنجا که پس از ورود جمع‌گرایی فرهنگی به مدل، اثر مستقیم تجربه هیجانی حیرت بر رفتار جامعه‌پسند همچنان مثبت و معنادار باقی ماند، الگوی نتایج بیانگر میانجی‌گری جزئی جمع‌گرایی فرهنگی در رابطه بین تجربه هیجانی حیرت و تمایل به رفتار جامعه‌پسند بود. بر این اساس، تجربه هیجانی حیرت هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیرمستقیم، از طریق افزایش جهت‌گیری جمع‌گرایانه، با افزایش تمایل به رفتار جامعه‌پسند همراه بود.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تدوین و آزمون مدل پیش‌بینی تمایل به رفتار جامعه‌پسند بر اساس تجربه هیجانی حیرت با نقش میانجی جمع‌گرایی فرهنگی در بزرگسالان شهر تهران انجام شد. یافته‌ها نشان داد که تجربه هیجانی حیرت با رفتار جامعه‌پسند رابطه مثبت و معناداری دارد و در مدل ساختاری نیز تجربه هیجانی حیرت توانست رفتار جامعه‌پسند را به صورت مثبت و معنادار پیش‌بینی کند. ضریب مسیر مستقیم تجربه هیجانی حیرت بر رفتار جامعه‌پسند برابر با ۰,۵۱ بود که نشان می‌دهد با افزایش گرایش افراد به تجربه هیجان حیرت، تمایل آنان به رفتارهای جامعه‌پسند نیز افزایش می‌یابد. علاوه بر این، تجربه هیجانی حیرت با جمع‌گرایی فرهنگی رابطه مثبت داشت و مسیر مستقیم آن به جمع‌گرایی فرهنگی نیز معنادار بود. از سوی دیگر، جمع‌گرایی فرهنگی به صورت مثبت رفتار جامعه‌پسند را پیش‌بینی کرد و اثر غیرمستقیم تجربه هیجانی حیرت بر رفتار جامعه‌پسند از طریق جمع‌گرایی فرهنگی نیز معنادار به دست آمد. معناداری آزمون سوبل نشان داد که جمع‌گرایی فرهنگی نقش میانجی معناداری در این رابطه دارد. با توجه به اینکه پس از ورود متغیر میانجی، اثر مستقیم تجربه هیجانی حیرت بر رفتار جامعه‌پسند همچنان معنادار باقی ماند، نوع میانجی‌گری جمع‌گرایی فرهنگی را می‌توان میانجی‌گری جزئی در نظر گرفت. در مقابل، فردگرایی فرهنگی اگرچه با تجربه هیجانی حیرت رابطه مثبت داشت، رابطه معناداری با رفتار جامعه‌پسند نشان نداد و مسیر آن به رفتار جامعه‌پسند نیز در مدل ساختاری معنادار نبود.

نخستین یافته مهم پژوهش، وجود رابطه مثبت و معنادار بین تجربه هیجانی حیرت و رفتار جامعه‌پسند بود. این یافته با مبانی نظری هیجان حیرت و نتایج مطالعات پیشین همسو است. در نظریه کلاسیک حیرت، این هیجان در مواجهه با پدیده‌هایی شکل می‌گیرد که از نظر ادراکی، اجتماعی یا مفهومی عظیم هستند و فرد برای فهم آن‌ها ناچار به تعدیل یا بازسازی چارچوب‌های شناختی خود می‌شود (Keltner & Haidt, 2003). چنین تجربه‌ای می‌تواند تمرکز فرد را از مسائل محدود شخصی دور کرده و توجه او را به جهان گسترده‌تر و سایر انسان‌ها معطوف سازد. شیوتا و همکاران نیز نشان داده‌اند که حیرت، برخلاف برخی هیجان‌های مثبت که عمدتاً با لذت فردی مرتبط هستند، با تغییر در خودپنداره و کاهش برجستگی «خود فردی» همراه است (Shiota et al., 2007). بنابراین، هنگامی که فرد در معرض تجربه حیرت قرار می‌گیرد، ممکن است اهمیت نسبی منافع و دغدغه‌های شخصی او کاهش یابد و در مقابل، توجه به دیگران، روابط اجتماعی و اهداف فراتر از خود افزایش پیدا کند.

یافته حاضر به طور مشخص با نتایج Piff و همکاران همخوان است که نشان دادند تجربه حیرت از طریق ایجاد احساس «خود کوچک» می‌تواند رفتار جامعه‌پسند را افزایش دهد (Piff et al., 2015). مفهوم خود کوچک به حالتی اشاره دارد که در آن فرد خود را بخشی از نظامی بزرگ‌تر از خویشتن درک می‌کند و در نتیجه، خودمحوری و تمرکز انحصاری بر منافع شخصی کاهش می‌یابد. از این منظر، ضریب مسیر مثبت تجربه هیجانی حیرت به رفتار جامعه‌پسند در پژوهش حاضر را می‌توان چنین تبیین کرد که افراد مستعد تجربه حیرت، در مواجهه با موقعیت‌های اجتماعی، طبیعی یا معنوی، آسان‌تر از مرزهای محدود خود فردی عبور می‌کنند و آمادگی بیشتری برای در نظر گرفتن نیازهای دیگران و انجام رفتارهای کمک‌رسان پیدا می‌کنند. این نتیجه همچنین با دیدگاه مربوط به هیجان‌های خودفرارونده همسو است؛ بر اساس این دیدگاه، حیرت، تعالی و تحسین از جمله هیجان‌هایی هستند که توجه را از خود به سوی دیگران سوق داده و می‌توانند همبستگی، انسجام و رفتارهای اجتماعی مثبت را تقویت کنند (Stellar et al., 2017).

یافته حاضر همچنین با نتایج فراتحلیل Gao و همکاران سازگار است که بر اساس تلفیق مطالعات متعدد، رابطه مثبت میان حیرت و رفتار جامعه‌پسند را تأیید کردند (Gao et al., 2024). اهمیت این همسویی در آن است که رابطه مشاهده‌شده در بزرگسالان تهرانی بخشی از یک الگوی عمومی‌تر محسوب می‌شود و نشان می‌دهد آثار اجتماعی حیرت می‌تواند در بافت‌های فرهنگی متفاوت نیز مشاهده شود. همچنین، Cajas گزارش کرد که حیرت ناشی از مواجهه با طبیعت و محرک‌های بین‌فردی می‌تواند رفتارهای جامعه‌پسند را افزایش دهد (Cajas, 2020). از سوی دیگر، Zhang و همکاران نشان دادند که حیرت می‌تواند از طریق «خود آرام» به افزایش رفتار جامعه‌پسند منجر شود (Zhang et al., 2025). خود آرام حالتی است که در آن فرد بدون نفی نیازهای شخصی، از خودمحوری افراطی فاصله گرفته و توجه بیشتری به دیدگاه‌ها و نیازهای دیگران نشان می‌دهد. بنابراین، می‌توان تصور کرد که حیرت با کاهش تسلط خودمحوری بر پردازش شناختی و هیجانی، زمینه‌ای مساعد برای رفتارهای کمک‌رسان، همدلانه و مسئولانه ایجاد می‌کند.

سازوکار دیگری که می‌تواند رابطه میان حیرت و رفتار جامعه‌پسند را توضیح دهد، افزایش معنای خودفرارونده زندگی است. Li و همکاران نشان دادند که رابطه بین حیرت و رفتار جامعه‌پسند می‌تواند از طریق چشم‌انداز زمانی آینده و معنای خودفرارونده زندگی تبیین شود (Li et al., 2019). به بیان دیگر، حیرت ممکن است افراد را از دغدغه‌های فوری و محدود شخصی دور کرده و توجه آن‌ها را به ارزش‌هایی معطوف سازد که در مقیاس زمانی و اجتماعی گسترده‌تری معنا پیدا می‌کنند. در چنین شرایطی، کمک به دیگران و مشارکت در خیر جمعی می‌تواند به عنوان فعالیتی معنادارتر تجربه شود. این تبیین با یافته‌های Aknin و همکاران نیز سازگار است که نشان دادند هیجان‌های مثبت و رفتار جامعه‌پسند می‌توانند یکدیگر را تقویت کنند و چرخه‌ای مثبت میان احساس خوب و کمک به دیگران ایجاد شود (Aknin et al., 2018). همچنین، یافته‌هایی که حیرت را با رضایت بیشتر از زندگی و کاهش فشار روان‌شناختی مرتبط دانسته‌اند، نشان می‌دهند این هیجان می‌تواند طیف گسترده‌ای از آثار مثبت فردی و اجتماعی داشته باشد (Bai et al., 2021). ارتباط حیرت با ابعاد ادراکی معنویت و بهزیستی نیز از این

تبیین حمایت می‌کند؛ زیرا تجربه حیرت می‌تواند احساس ارتباط فرد با پدیده‌ها، ارزش‌ها یا نظام‌هایی بزرگ‌تر از خویش را افزایش دهد (Büssing, 2021).

یافته دوم پژوهش نشان داد که تجربه هیجانی حیرت به صورت مثبت و معنادار جمع‌گرایی فرهنگی را پیش‌بینی می‌کند. این نتیجه از نظر نظری قابل توجه است؛ زیرا جمع‌گرایی بر تعریف خود در ارتباط با دیگران، اهمیت تعلق گروهی، وابستگی متقابل و اولویت دادن به اهداف مشترک تأکید دارد. حیرت نیز از طریق کاهش برجستگی خود فردی و افزایش احساس عضویت در یک کل بزرگ‌تر می‌تواند چنین جهت‌گیری‌هایی را فعال سازد. یافته‌های مربوط به اثرات شناختی فردگرایی و جمع‌گرایی نشان داده‌اند که فعال شدن هر یک از این چارچوب‌های فرهنگی، بر نحوه ادراک خود و دیگران و نیز پردازش اطلاعات اجتماعی تأثیر می‌گذارد (Oyserman & Lee, 2008). بنابراین، افرادی که بیشتر مستعد تجربه حیرت هستند ممکن است در موقعیت‌های اجتماعی، خود را بیش از دیگران در ارتباط با یک شبکه اجتماعی گسترده‌تر تجربه کنند و همین فرایند، ارزش‌های جمع‌گرایانه را تقویت کند.

این یافته را همچنین می‌توان بر اساس ماهیت چندبعدی فردگرایی و جمع‌گرایی تفسیر کرد. این دو سازه صرفاً ویژگی‌هایی ثابت در سطح جامعه نیستند، بلکه می‌توانند در سطح فردی نیز به صورت ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های نسبتاً پایدار سنجیده شوند (Sivadas et al., 2008). اعتبارسنجی این ساختار در جامعه ایرانی نیز نشان داده است که تفاوت‌های فردی معناداری در گرایش‌های فردگرایانه و جمع‌گرایانه وجود دارد (Koureshnia & Latifian, 2011). بنابراین، حتی در یک محیط فرهنگی مشترک مانند تهران، افراد می‌توانند از نظر میزان اولویت دادن به استقلال یا وابستگی متقابل تفاوت داشته باشند. نتایج پژوهش حاضر بیانگر آن است که تجربه حیرت می‌تواند با بخش جمع‌گرایانه این نظام ارزشی ارتباط قوی‌تری برقرار کند؛ زیرا هر دو سازه در جهت کاهش تمرکز انحصاری بر خود و افزایش توجه به پیوند فرد با مجموعه‌ای بزرگ‌تر عمل می‌کنند.

یافته سوم پژوهش نشان داد که جمع‌گرایی فرهنگی تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار جامعه‌پسند دارد. این نتیجه با ساختار نظری جمع‌گرایی سازگار است. در جهت‌گیری جمع‌گرایانه، افراد خود را در چارچوب عضویت در خانواده، گروه و جامعه تعریف می‌کنند و حفظ هماهنگی، تعهد متقابل و توجه به رفاه دیگران از اهمیت بیشتری برخوردار است (Mohammad et al., 2022; Oyserman & Lee, 2008). بر این اساس، رفتار جامعه‌پسند می‌تواند نمود رفتاری همین ارزش‌ها باشد. فردی که اهداف جمعی را مهم می‌داند، احتمالاً در موقعیت‌های اجتماعی آمادگی بیشتری برای همکاری، کمک، همدلی و پذیرش مسئولیت اجتماعی نشان می‌دهد. ارتباط میان جمع‌گرایی و سرمایه اجتماعی نیز از چنین تفسیری حمایت می‌کند، زیرا الگوهای فرهنگی می‌توانند بر اعتماد متقابل، شبکه‌های اجتماعی و همکاری میان اعضای جامعه اثرگذار باشند (Realo & Allik, 2009).

این نتیجه همچنین با مطالعاتی همسو است که بر اهمیت جهان‌بینی فرهنگی و روابط اجتماعی در تبیین رفتار جامعه‌پسند تأکید کرده‌اند. Zhao و Agyeiwaah نشان دادند که جهان‌بینی‌های فرهنگی و برداشت افراد از روابط اجتماعی می‌توانند در قالب سازوکارهای میانجی و تعدیل‌گر با رفتارهای جامعه‌پسند ارتباط پیدا کنند (Agyeiwaah & Zhao, 2024). در مطالعات داخلی نیز ارزش‌های فرهنگی با متغیرهای روان‌شناختی سازگاران ارتباط داشته‌اند و نقش آن‌ها در چگونگی تنظیم رفتار و تجربه فرد مورد تأکید قرار گرفته است (Kamali & Yousefi, 2019). علاوه بر این، یافته‌های داخلی درباره نقش انگیزش تعلق، همدلی و خودکارآمدی در رفتار جامعه‌پسند نشان می‌دهد که احساس پیوند با دیگران و ادراک عضویت در روابط اجتماعی معنادار، زمینه مناسبی برای رفتارهای کمک‌رسان ایجاد می‌کند (Yaghoubi & Mohammadi, 2021). نتایج پژوهش‌های مربوط به شخصیت جامعه‌پسند نیز نشان می‌دهند که مسئولیت اجتماعی، همدلی و نوع‌دوستی از مؤلفه‌های مهم گرایش پایدار به کمک به دیگران هستند (Penner, 2002; Saffarinia & Bajelan, 2011). بنابراین، جمع‌گرایی می‌تواند چارچوب فرهنگی‌ای باشد که این گرایش‌های اجتماعی را تقویت و سازمان‌دهی می‌کند.

مهم‌ترین یافته پژوهش حاضر، تأیید نقش میانجی جمع‌گرایی فرهنگی در رابطه بین تجربه هیجانی حیرت و رفتار جامعه‌پسند بود. تجربه هیجانی حیرت هم مستقیماً رفتار جامعه‌پسند را پیش‌بینی کرد و هم به صورت غیرمستقیم از طریق افزایش جمع‌گرایی فرهنگی با آن ارتباط داشت. این نتیجه نشان می‌دهد که تأثیر حیرت بر رفتار جامعه‌پسند صرفاً یک فرایند هیجانی مستقیم نیست، بلکه بخشی از این اثر می‌تواند از طریق تغییر در شیوه تعریف رابطه خود با دیگران و افزایش جهت‌گیری‌های جمعی منتقل شود. به بیان دیگر، تجربه حیرت احتمالاً ابتدا مرزهای ادراک فرد از خود را گسترش می‌دهد، احساس عضویت در یک کل بزرگ‌تر را تقویت می‌کند و اهمیت اهداف جمعی را افزایش می‌دهد؛ سپس این جهت‌گیری جمع‌گرایانه، احتمال رفتارهایی را افزایش می‌دهد که به نفع دیگران یا جامعه هستند.

این تبیین با نظریه هیجان‌های خودفرارونده و یافته‌های پیشین درباره حیرت همخوانی دارد. کاهش اهمیت خود فردی در هنگام تجربه حیرت و افزایش احساس ارتباط با یک کل بزرگ‌تر، زمینه لازم برای افزایش جهت‌گیری جمع‌گرایانه را ایجاد می‌کند (Piff et al., 2015; Stellar et al., 2017). در مرحله بعد، جمع‌گرایی می‌تواند این تجربه هیجانی را در قالب ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های اجتماعی نسبتاً پایدارتر سازمان دهد. به این ترتیب، فردی که در نتیجه تجربه‌های حیرت‌آور، جهان را فراتر از مرزهای شخصی خود ادراک می‌کند، ممکن است تعلق و وابستگی متقابل بیشتری احساس کند و این نگرش در نهایت به رفتارهای جامعه‌پسند بیشتری منجر شود. شواهد مربوط به نقش «خود آرام» نیز با این مدل سازگار است، زیرا کاهش خودمحوری و افزایش توجه متوازن به دیگران از سازوکارهایی است که می‌تواند حیرت را به رفتار جامعه‌پسند پیوند دهد (Zhang et al., 2025).

جزئی بودن نقش میانجی جمع‌گرایی نیز از نظر نظری اهمیت دارد. باقی ماندن اثر مستقیم حیرت بر رفتار جامعه‌پسند نشان می‌دهد که جمع‌گرایی فرهنگی تنها یکی از مسیرهای انتقال این اثر است و احتمالاً سازوکارهای دیگری نیز در این رابطه دخیل هستند. مطالعات پیشین متغیرهایی مانند خود کوچک (Piff et al., 2015)، معنای خودفرارونده زندگی و چشم‌انداز زمانی آینده (Li et al., 2019) و خود آرام (Zhang et al., 2025) را به عنوان میانجی‌های احتمالی معرفی کرده‌اند. همچنین، همدلی می‌تواند یکی از مسیرهای مهم باشد؛ زیرا افزایش ظرفیت درک تجربه دیگران، یکی از عوامل شناخته‌شده رفتار جامعه‌پسند است و مطالعات مختلف بر نقش همدلی و سازوکارهای عاطفی در کمک به دیگران تأکید داشته‌اند (Baradaran & Ranjbar Noushari, 2021; Mardani & Elahiari, 2023). حتی پژوهش‌های جدید درباره تجربه‌های تغییردهنده حالات آگاهی، افزایش همدلی و رفتار جامعه‌پسند را به عنوان یکی از مکانیسم‌های بالقوه تغییرات روان‌شناختی پایدار مطرح کرده‌اند (Bhatt & Weissman, 2024). از این رو، نقش میانجی جزئی جمع‌گرایی با ساختار چندعاملی رفتار جامعه‌پسند سازگاری دارد.

در مقابل، فردگرایی فرهنگی نتوانست رفتار جامعه‌پسند را به صورت معنادار پیش‌بینی کند. این یافته نشان می‌دهد که افزایش استقلال، خودمختاری و تأکید بر اهداف فردی الزاماً به کاهش یا افزایش رفتار جامعه‌پسند منجر نمی‌شود. فردگرایی و جمع‌گرایی را نباید دو سر یک پیوستار کاملاً متضاد در نظر گرفت؛ فرد می‌تواند در عین استقلال و توجه به اهداف شخصی، نسبت به دیگران نیز مسئولیت‌پذیر و کمک‌رسان باشد (Mohammad et al., 2022). علاوه بر این، نوع رفتار جامعه‌پسند، هویت دریافت‌کننده کمک و ویژگی‌های موقعیت می‌توانند تعیین کنند که ارزش‌های فرهنگی چگونه به رفتار تبدیل شوند. یافته‌های مرور نظام‌مند رفتار جامعه‌پسند نسبت به اعضای برون‌گروه نیز نشان می‌دهد که رفتار کمک‌رسان تحت تأثیر مجموعه‌ای پیچیده از عوامل فردی و زمینه‌ای قرار دارد (Moran et al., 2024). بنابراین، معنادار نبودن اثر فردگرایی بر رفتار جامعه‌پسند لزوماً به معنای بی‌اهمیت بودن فردگرایی نیست، بلکه نشان می‌دهد در مدل حاضر و در میان بزرگسالان تهرانی، جمع‌گرایی فرهنگی مسیر مرتبط‌تری برای توضیح انتقال اثر حیرت به رفتار جامعه‌پسند بوده است.

به طور کلی، یافته‌های این پژوهش از رویکردی حمایت می‌کند که رفتار جامعه‌پسند را حاصل تعامل فرایندهای هیجانی، فرهنگی و شخصیتی می‌داند. پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که گرایش‌های جامعه‌پسند برای سازگاری و رشد روان‌شناختی اهمیت دارند (Eisenberg et al., 2024) و رفتارهای اجتماعی افراد نیز در شبکه‌های اجتماعی و محیط‌های پیچیده متأثر از تعامل میان ویژگی‌های فردی و سازوکارهای جمعی

هستند (Hosni et al., 2020). یافته‌های حاضر این چارچوب را گسترش داده و نشان می‌دهند که هیجان حیرت می‌تواند از یک سو مستقیماً آمادگی برای رفتار جامعه‌پسند را افزایش دهد و از سوی دیگر با تقویت جهت‌گیری جمع‌گرایانه، مسیر فرهنگی - اجتماعی دیگری برای افزایش چنین رفتارهایی ایجاد کند. در نتیجه، مدل پژوهش حاضر نشان می‌دهد که برای فهم رفتار جامعه‌پسند در بزرگسالان شهری، بررسی همزمان تجربه‌های هیجانی خودفرارونده و نظام ارزش‌های فرهنگی می‌تواند نسبت به تمرکز جداگانه بر هر یک از این عوامل، تصویر جامع‌تری ارائه دهد.

پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی همراه بود که باید در تفسیر و تعمیم نتایج مورد توجه قرار گیرند. نخست، طرح پژوهش مقطعی و همبستگی بود؛ از این رو، هرچند مدل‌سازی معادلات ساختاری امکان آزمون روابط نظری میان متغیرها را فراهم کرد، نتایج را نمی‌توان به عنوان شواهد قطعی درباره روابط علی تلقی کرد. دوم، نمونه‌گیری به شیوه در دسترس انجام شد و همه شرکت‌کنندگان از بزرگسالان ۱۸ تا ۵۰ سال ساکن شهر تهران بودند؛ بنابراین، تعمیم نتایج به سایر گروه‌های سنی، مناطق جغرافیایی، جوامع روستایی یا افرادی با زمینه‌های فرهنگی متفاوت باید با احتیاط صورت گیرد. سوم، تمامی متغیرهای اصلی بر اساس ابزارهای خودگزارشی سنجیده شدند و احتمال تأثیر سوگیری مطلوبیت اجتماعی، تمایل به ارائه تصویر مثبت از خود و خطاهای مربوط به درک یا یادآوری پاسخ‌ها وجود دارد. چهارم، رفتار جامعه‌پسند در این پژوهش عمدتاً در قالب گرایش‌ها و ویژگی‌های گزارش‌شده توسط افراد بررسی شد و رفتار واقعی آنان در موقعیت‌های عینی کمک‌رسانی، همکاری یا بخشش مورد مشاهده قرار نگرفت. همچنین، ممکن است متغیرهای دیگری مانند همدلی، معنویت، احساس خود کوچک، خودفراروی، ویژگی‌های شخصیتی، حمایت اجتماعی، وضعیت اقتصادی و تجربه‌های روزمره حیرت در روابط مورد مطالعه نقش داشته باشند که در مدل حاضر کنترل نشده‌اند.

پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده از طرح‌های طولی و آزمایشی استفاده شود تا ترتیب زمانی و روابط علی میان تجربه حیرت، جمع‌گرایی فرهنگی و رفتار جامعه‌پسند با دقت بیشتری بررسی شود. استفاده از روش‌های القای تجربی حیرت از طریق طبیعت، هنر، موسیقی، روایت‌های اخلاقی یا محتوای چندرسانه‌ای و سپس اندازه‌گیری رفتار واقعی کمک‌رسانی می‌تواند اعتبار استنباط‌های علی را افزایش دهد. همچنین، تکرار پژوهش در شهرها و استان‌های مختلف، گروه‌های سنی گوناگون و نمونه‌های دارای وضعیت اجتماعی و اقتصادی متفاوت می‌تواند قابلیت تعمیم مدل را روشن‌تر سازد. پیشنهاد می‌شود علاوه بر پرسشنامه، از شاخص‌های رفتاری مانند میزان اهدای منابع، مشارکت داوطلبانه، همکاری در تکالیف گروهی و تصمیم‌گیری‌های واقعی استفاده شود. بررسی همزمان میانجی‌های دیگری نظیر همدلی، خود کوچک، خودفراروی، احساس پیوند اجتماعی، معنای زندگی و خود آرام نیز می‌تواند سازوکارهای اثرگذاری حیرت بر رفتار جامعه‌پسند را دقیق‌تر مشخص کند. همچنین، بررسی نقش تعدیل‌گر متغیرهایی مانند جنسیت، سن، سطح تحصیلات، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و انواع مختلف فردگرایی و جمع‌گرایی می‌تواند به توسعه مدل‌های جامع‌تر در این حوزه کمک کند.

بر مبنای یافته‌های پژوهش، می‌توان از ظرفیت تجربه‌های ایجادکننده حیرت برای تقویت جهت‌گیری‌های جامعه‌پسند در برنامه‌های آموزشی، فرهنگی و اجتماعی استفاده کرد. طراحی برنامه‌هایی مبتنی بر مواجهه هدفمند با طبیعت، هنر، آثار فرهنگی و تاریخی، روایت‌های الهام‌بخش، فعالیت‌های جمعی و تجربه‌هایی که احساس تعلق به یک کل بزرگ‌تر را افزایش می‌دهند، می‌تواند در محیط‌های آموزشی، سازمانی و اجتماعی مورد توجه قرار گیرد. همچنین، برنامه‌های توسعه مهارت‌های اجتماعی می‌توانند در کنار تقویت همدلی و مسئولیت‌پذیری، بر ارزش‌هایی مانند همکاری، وابستگی متقابل، توجه به منافع مشترک و احساس تعلق اجتماعی تأکید کنند. در محیط‌های شهری نیز فراهم کردن فرصت‌هایی برای فعالیت‌های داوطلبانه، تجربه‌های جمعی مثبت، مشارکت اجتماعی و تماس بیشتر با طبیعت و فضاهای فرهنگی می‌تواند زمینه بروز رفتارهای جامعه‌پسند را تقویت کند. متخصصان روان‌شناسی اجتماعی، مشاوران، برنامه‌ریزان فرهنگی و سیاست‌گذاران نیز می‌توانند هنگام طراحی مداخلات ارتقای سرمایه اجتماعی، علاوه بر آموزش مستقیم رفتارهای کمک‌رسان، به هیجان‌های مثبت خودفرارونده و تقویت نگرش‌های جمع‌گرایانه به عنوان دو مسیر مکمل توجه داشته باشند.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ گونه تضاد منافی وجود ندارد.

Extended Abstract

Introduction

Prosocial behavior refers to voluntary actions intended to benefit other individuals or social groups and includes helping, cooperation, empathy, altruism, social responsibility, and concern for the welfare of others. Such behavior is fundamental to the maintenance of interpersonal relationships, social cohesion, and collective well-being. From a dispositional perspective, prosocial behavior is not merely a response to situational demands but can also reflect relatively stable tendencies involving social responsibility, empathic concern, perspective taking, moral reasoning, and self-reported altruism (Penner, 2002). The Prosocial Personality Battery has also been validated in the Iranian context, supporting the assessment of stable individual differences in prosocial tendencies among Iranian populations (Saffarinia & Bajelan, 2011). Previous research has further demonstrated that prosocial tendencies are relevant to psychological adjustment and developmental functioning and may serve as protective interpersonal resources across different contexts (Eisenberg et al., 2024). In Iranian studies, prosocial behavior has likewise been associated with temperament and character dimensions, perceived social support, belonging motivation, empathy, self-efficacy, personality traits, and self-control (Baradaran & Ranjbar Noushari, 2021; Mardani & Elahiari, 2023; Yaghoubi & Mohammadi, 2021).

Among the emotional factors that may promote prosociality, awe has received increasing attention. Awe is generally conceptualized as a positive, self-transcendent emotion elicited by stimuli perceived as vast and difficult to assimilate into existing mental structures. Its defining features include perceived vastness and a need for cognitive accommodation (Keltner & Haidt, 2003). Awe may be elicited by nature, art, moral excellence, spirituality, scientific discovery, or other experiences that exceed ordinary frames of reference. Dispositional research has shown that awe represents a distinguishable positive emotional tendency with specific associations with personality and attachment patterns (Shiota et al., 2006). It may also alter self-concept by reducing the salience of the individual self and increasing the sense of being part of something larger (Shiota et al., 2007).

This self-transcendent quality provides a plausible basis for the relationship between awe and prosocial behavior. Awe, elevation, and admiration have been described as self-transcendent emotions with important social functions because they direct attention beyond immediate self-interest toward other people, shared values, and broader social entities (Stellar et al., 2017). Experimental evidence has shown that awe can generate a “small self,” thereby reducing self-focus and increasing prosocial choices and behaviors (Piff et al., 2015). Related work has indicated that awe elicited through natural and interpersonal stimuli can promote helping tendencies (Cajas, 2020), while other research has suggested that future time perspective and self-transcendent meaning in life may explain part of the association between awe and prosocial behavior (Li et al., 2019). A recent three-level meta-analysis has also confirmed an overall positive relationship between awe and prosociality across studies (Gao et al., 2024). More recent evidence has proposed the quiet ego as another mechanism through which awe may simultaneously contribute to prosocial behavior and subjective well-being (Zhang et al., 2025). These findings are consistent with broader evidence that positive emotions can both reward and facilitate prosocial behavior, potentially generating mutually reinforcing cycles between positive affect and helping others (Aknin et al., 2018).

Awe may also contribute to positive psychological functioning beyond prosociality. Daily experiences of awe have been associated with lower stress and greater life satisfaction (Bai et al., 2021), and wondering awe has been linked to spirituality and multiple indicators of well-being (Büssing, 2021). Such findings suggest that awe may reorganize attention, meaning, and social orientation in ways that extend beyond momentary positive affect. Contemporary work on empathy and prosocial behavior has similarly emphasized that experiences capable of altering self-focused processing may contribute to lasting interpersonal changes (Bhatt & Weissman, 2024).

Nevertheless, the effect of awe on prosocial behavior may depend partly on cultural orientation. Individualism and collectivism represent major dimensions of cultural psychology concerning how individuals define the self, prioritize personal versus group goals, and understand social obligations. Collectivism emphasizes interdependence, group belonging, harmony, and shared goals, whereas individualism places greater emphasis on autonomy and personal goals (Oyserman & Lee, 2008). These orientations are not necessarily mutually exclusive and may coexist to varying degrees within individuals and societies (Mohammad et al., 2022). Measures distinguishing horizontal and vertical forms of individualism and collectivism have made it possible to assess these orientations at the individual level (Sivadas et al., 2008), and the short version of this construct has demonstrated acceptable psychometric properties in Iranian samples (Koureshnia & Latifian, 2011). Iranian evidence has additionally shown that cultural values are related to psychological characteristics such as vitality and self-efficacy (Kamali & Yousefi, 2019).

Collectivism may be particularly relevant to prosociality because it emphasizes mutual responsibility, connectedness, and sensitivity to collective welfare. The relationship between individualism–collectivism and social capital further indicates that cultural orientation can influence trust, cooperation, and patterns of social engagement (Realo & Allik, 2009). Cultural worldviews and perceived social relations have also been linked to prosocial behavior in mediated and moderated models (Agyeiwaah & Zhao, 2024). Accordingly, awe may increase prosocial tendencies partly because its self-transcendent quality strengthens perceptions of connectedness and collective orientation. Social behavior is also shaped by broader interactional and network processes, demonstrating the importance of considering individual and social mechanisms together (Hosni et al., 2020). Therefore, the present study aimed to develop and test a predictive model of prosocial behavioral tendency based on the emotional experience of awe, with cultural collectivism as a mediating variable among adults in Tehran.

Methods and Materials

The present study employed a descriptive-correlational, applied, cross-sectional, field-based quantitative design. The statistical population consisted of adult men and women aged 18 to 50 years residing in Tehran. Initially, 377 participants were recruited through convenience sampling on the basis of the sample size suggested by the Krejcie and Morgan approach. Following data screening and the exclusion of incomplete or unusable questionnaires, data from 300 participants were retained for final analysis. Eligibility criteria included being between 18 and 50 years of age, residing in Tehran at the time of data collection, having sufficient ability to understand and complete the questionnaires, and providing voluntary informed consent. Participants were excluded if they submitted substantially incomplete questionnaires, withdrew from the study, or reported physical or psychological problems that substantially interfered with their ability to respond to the instruments. Participation was voluntary, anonymity and confidentiality were ensured, and participants were informed that they could discontinue participation at any stage without consequence.

Prosocial behavioral tendency was assessed using the Prosocial Personality Battery. The Persian version consists of 30 items covering seven dimensions: social responsibility, empathic concern, perspective taking, personal distress, mutual moral reasoning, other-oriented reasoning, and self-reported altruism. Responses are

scored on a five-point Likert-type scale. The overall score was used as the principal indicator of prosocial behavioral tendency in the structural model.

The emotional experience of awe was assessed using the awe subscale of the Dispositional Positive Emotion Scales. The complete instrument contains 38 items assessing seven positive emotional dispositions, whereas only the six-item awe subscale was administered in the present study. Items are rated on a seven-point Likert-type scale, with higher scores indicating a stronger dispositional tendency to experience awe. The Cronbach's alpha coefficient for the awe subscale in the present sample was 0.72.

Cultural orientation was measured using the short form of the Horizontal and Vertical Individualism and Collectivism Scale. The instrument includes 16 items, of which nine assess collectivistic values and seven assess individualistic values. For the principal mediation model, the collectivism subscale was treated as the mediator between awe and prosocial behavioral tendency.

Descriptive analyses were conducted using frequencies, percentages, means, standard deviations, variances, minimums, and maximums. Preliminary assumptions were evaluated through skewness and kurtosis indices. Pearson correlation coefficients were calculated to assess bivariate relationships among the principal variables. Structural equation modeling was then used to examine the direct effect of awe on prosocial behavioral tendency and its indirect effect through cultural collectivism. Model fit was assessed using the chi-square to degrees-of-freedom ratio, RMSEA, NFI, CFI, IFI, and GFI. SPSS was used for preliminary and correlational analyses, and LISREL was used for structural equation modeling. Statistical significance was evaluated at the 0.05 level.

Findings

The final sample consisted of 300 adults, including 160 men (53.3%) and 140 women (46.7%). Regarding marital status, 140 participants (46.7%) were single and 160 (53.3%) were married. In terms of age, 100 participants (33.3%) were 18-25 years old, 120 (40.0%) were 26-35 years old, and 80 (26.7%) were 36-50 years old. Regarding education, 20 participants (6.7%) had elementary or middle-school education, 80 (26.7%) had high-school or diploma-level education, 120 (40.0%) held a bachelor's degree, 50 (16.7%) held a master's degree, and 30 (10.0%) held a doctoral degree.

The mean score for awe was 2.24 with a standard deviation of 0.87. Cultural collectivism had a mean of 2.48 and a standard deviation of 0.79, while cultural individualism had a mean of 2.59 and a standard deviation of 0.82. The mean prosocial behavior score was 1.81 with a standard deviation of 0.68. Among the prosocial personality dimensions, the highest means were observed for personal distress and mutual moral reasoning, both equal to 2.00, whereas social responsibility had the lowest mean of 1.54. Skewness and kurtosis coefficients for all principal variables fell within the acceptable range of -2 to +2, supporting approximate normality.

Pearson correlation analysis showed that awe was positively and significantly associated with prosocial behavior ($r = 0.478$, $p < 0.01$) and cultural collectivism ($r = 0.364$, $p < 0.01$). Cultural collectivism was also positively associated with prosocial behavior ($r = 0.328$, $p < 0.01$). Awe was positively related to cultural individualism ($r = 0.318$, $p < 0.01$); however, individualism was not significantly related to prosocial behavior ($r = 0.036$, $p = 0.17$). Likewise, the correlation between individualism and collectivism was not statistically significant ($r = 0.087$, $p = 0.11$).

The structural model demonstrated satisfactory fit to the observed data. The chi-square to degrees-of-freedom ratio was 1.93, RMSEA was 0.056, NFI was 0.94, CFI was 0.97, IFI was 0.97, and GFI was 0.87. These indices collectively supported the adequacy of the proposed structural model.

Structural path analysis indicated that awe had a positive and statistically significant direct effect on prosocial behavior ($\beta = 0.51$, $t = 7.46$, $p < 0.001$). Awe also positively predicted cultural collectivism ($\beta = 0.21$, $t = 3.13$, $p < 0.01$), and collectivism had a positive effect on prosocial behavior ($\beta = 0.15$, $t = 2.46$, $p < 0.05$). The

standardized indirect effect of awe on prosocial behavior through collectivism was approximately 0.032. The Sobel test confirmed the statistical significance of this indirect pathway ($Z = 2.151$, $p = 0.031$). Because the direct pathway from awe to prosocial behavior remained statistically significant after the mediator was included, cultural collectivism demonstrated a partial mediating effect.

Discussion and Conclusion

The findings showed that the emotional experience of awe is an important positive predictor of prosocial behavioral tendency among adults in Tehran. Individuals with a greater dispositional tendency to experience awe reported stronger prosocial orientations. One possible explanation is that awe reduces excessive self-focus and broadens attention toward other people, social relationships, and entities larger than the individual self. When individuals experience themselves as part of a broader social or existential context, personal concerns may temporarily become less dominant, while sensitivity to other people's needs and collective interests may increase.

The positive association between awe and collectivism further suggests that self-transcendent emotional experiences may be related not only to immediate helping tendencies but also to a broader cultural orientation emphasizing connectedness and interdependence. Awe may strengthen the perception that the self is embedded within a larger social world, thereby increasing the psychological salience of shared goals, mutual responsibility, and group affiliation. This interpretation is particularly relevant in a metropolitan environment such as Tehran, where individuals may simultaneously encounter traditional collectivistic values and increasingly individualized lifestyles.

Collectivism itself positively predicted prosocial behavior, indicating that stronger endorsement of collective values was associated with greater willingness to engage in socially beneficial behavior. Individuals who prioritize group welfare, interpersonal responsibility, and social connectedness may be more likely to consider the consequences of their behavior for others and therefore show greater readiness to help, cooperate, empathize, and act altruistically. By contrast, individualism did not significantly predict prosocial behavior. This finding indicates that autonomy and emphasis on personal goals are not necessarily incompatible with helping others and that individualism should not automatically be interpreted as the opposite of prosociality. The most important result was the significant indirect effect of awe on prosocial behavior through collectivism. This finding suggests that part of the association between awe and prosociality can be explained by a cultural-psychological pathway. Awe may first expand the individual's psychological frame beyond the personal self, increase feelings of connectedness, and reinforce collective orientation; stronger collectivistic values may then increase the likelihood of prosocial attitudes and actions. Because the direct effect of awe remained significant, collectivism represented only one of several possible explanatory mechanisms. Other processes such as empathy, self-transcendence, meaning in life, social connectedness, or reduced self-centeredness may also contribute to the relationship.

Overall, the study supports an integrated emotional-cultural model of prosocial behavior. Prosocial tendencies among adults cannot be fully understood through personality or cultural values alone; instead, emotional experiences and culturally organized orientations may operate together. Awe appears to have both a direct association with prosocial behavioral tendency and an indirect association through cultural collectivism. The findings therefore suggest that interventions designed to strengthen prosociality may benefit from creating opportunities for meaningful, self-transcendent experiences while simultaneously reinforcing values of connectedness, cooperation, mutual responsibility, and collective welfare. In conclusion, cultural collectivism partially mediates the relationship between the emotional experience of awe and prosocial behavioral tendency among adults in Tehran, indicating that awe may promote prosociality both directly and through strengthening a more collective orientation toward social life.

References

- Agyeiwaah, E., & Zhao, Y. (2024). A Moderated Mediation Model of Tourist Cultural Worldviews, Perceived Social Relations, Self-Esteem, and Prosocial Behaviors—Analyzing Competing Models. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(8), 1584-1604. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2245789>
- Aknin, L. B., Van de Vondervoort, J. W., & Hamlin, J. K. (2018). Positive Feelings Reward and Promote Prosocial Behavior. *Current opinion in psychology*, 20, 55-59. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2017.08.017>
- Bai, Y., Ocampo, J., Jin, G., Chen, S., Benet-Martinez, V., Monroy, M., & Keltner, D. (2021). Awe, Daily Stress, and Elevated Life Satisfaction. *Journal of personality and social psychology*, 120(4), 837-852. <https://doi.org/10.1037/pspi0000251>
- Baradaran, M., & Ranjbar Noushari, F. (2021). Prosociality in Students: The Role of Temperament-Character Dimensions and Perceived Social Support. *Social Psychology Research*, 11(43), 105-122. <https://civilica.com/doc/1412365>
- Bhatt, K. V., & Weissman, C. R. (2024). The Effect of Psilocybin on Empathy and Prosocial Behavior: A Proposed Mechanism for Enduring Antidepressant Effects. *NPJ Mental Health Research*, 3(1), 7. <https://doi.org/10.1038/s44184-024-00048-3>
- Büssing, A. (2021). Wondering Awe as a Perceptive Aspect of Spirituality and Its Relation to Indicators of Wellbeing: Frequency of Perception and Underlying Triggers. *Frontiers in psychology*, 12, 738770. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.738770>
- Cajas, B. (2020). *Feeling 'Awe'some!': The Impact of Awe, Produced by Exposure to Nature and Interpersonal Elicitors, on Prosocial Behaviour* University of Twente]. <https://essay.utwente.nl/83242/>
- Eisenberg, N., Zuffianò, A., & Spinrad, T. L. (2024). Are Prosocial Tendencies Relevant for Developmental Psychopathology? *Development and Psychopathology*, 36(5), 2207-2217. <https://doi.org/10.1017/S0954579424000518>
- Gao, M., Qiu, X., & Zhu, H. (2024). The Relationship between Awe and Prosocial Behavior: A Three-Level Meta-Analysis. *Basic and Applied Social Psychology*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/01973533.2024.2363250>
- Hosni, A. I. E., Li, K., & Ahmad, S. (2020). Minimizing Rumor Influence in Multiplex Online Social Networks Based on Human Individual and Social Behaviors. *Information Sciences*, 512, 1458-1480. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2019.10.052>
- Kamali, S., & Yousefi, F. (2019). The Relationship between Cultural Values and Mental Vitality: The Mediating Role of Self-Efficacy. *Journal of Education and Learning Studies*, 11(1), 108-127.
- Keltner, D., & Haidt, J. (2003). Approaching Awe, a Moral, Spiritual, and Aesthetic Emotion. *Cognition and Emotion*, 17(2), 297-314. <https://doi.org/10.1080/026999303002297>
- Koureshnia, M., & Latifian, M. (2011). Validation of the Short Version of the Individualism and Collectivism Scale in Iranian Population. *Journal of Psychology*, 15(4), 365-381.
- Li, J. J., Dou, K., Wang, Y. J., & Nie, Y. G. (2019). Why Awe Promotes Prosocial Behaviors? The Mediating Effects of Future Time Perspective and Self-Transcendence Meaning of Life. *Frontiers in psychology*, 10, 1140. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01140>
- Mardani, Z., & Elahiari, A. (2023). Prediction Model of Prosocial Behavior Based on Personality Traits, Emotional Empathy and Self-Control in Payame Noor University Students. Tehran. <https://civilica.com/doc/2010569>
- Mohammad, T., Leila, S. Z., & Saber, K. M. (2022). Collectivism and Individualism in US Culture: An Analysis of Attitudes to Group Work. *Training, Language and Culture*, 6(2), 20-34. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2022-6-2-20-34>
- Moran, D., Liu, V., & Taylor, L. (2024). Who, How, and When Do Children Help? A Systematic Review of Children's Outgroup Prosocial Behavior. *Political Psychology*, 45, 119-155. <https://doi.org/10.1111/pops.12935>
- Oyserman, D., & Lee, S. W. S. (2008). Does Culture Influence What and How We Think? Effects of Priming Individualism and Collectivism. *Psychological bulletin*, 134(2), 311-342. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.2.311>
- Penner, L. A. (2002). The Causes of Sustained Helping: Toward a Dispositional Approach. *Journal of personality and social psychology*, 82(5), 937-950. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.5.937>
- Piff, P. K., Dietze, P., Feinberg, M., Stancato, D. M., & Keltner, D. (2015). Awe, the Small Self, and Prosocial Behavior. *Journal of personality and social psychology*, 108(6), 883-899. <https://doi.org/10.1037/pspi0000018>
- Realo, A., & Allik, J. (2009). On the Relationship between Social Capital and Individualism–Collectivism. *Social and Personality Psychology Compass*, 3(6), 871-886. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2009.00224.x>
- Saffarinia, M., & Bajelan, F. (2011). Validation of the Prosocial Personality Battery (Penner) in Iranian Student Population. *Journal of Psychology*, 15(3), 278-292.
- Shiota, M. N., Keltner, D., & John, O. P. (2006). Positive Emotion Dispositions Differentially Associated with Big Five Personality and Attachment Style. *The Journal of Positive Psychology*, 1(2), 61-71. <https://doi.org/10.1080/17439760500510655>

- Shiota, M. N., Keltner, D., & Mossman, A. (2007). The Nature of Awe: Elicitors, Appraisals, and Effects on Self-Concept. *Cognition and Emotion*, 21(5), 944-963. <https://doi.org/10.1080/02699930600923668>
- Sivadas, E., Bruvold, N. T., & Nelson, M. R. (2008). A Reduced Version of the Horizontal and Vertical Individualism and Collectivism Scale: A Four-Country Assessment. *Journal of Business Research*, 61(3), 201-210. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.06.014>
- Stellar, J. E., Gordon, A. M., Piff, P. K., Cordaro, D., Anderson, C. L., Bai, Y., & Keltner, D. (2017). Self-Transcendent Emotions and Their Social Functions: Awe, Elevation, and Admiration. *Emotion Review*, 9(3), 200-207. <https://doi.org/10.1177/1754073916681877>
- Yaghoubi, A., & Mohammadi, S. (2021). The Effect of Belonging Motivation on Prosocial Behavior: The Mediating Role of Empathy and Self-Efficacy. *Social Psychology Research*, 11(42), 17-34. <https://civilica.com/doc/1336254>
- Zhang, J., Chang, B., & Fang, J. (2025). Awe Influences Prosocial Behavior and Subjective Well-Being through the Quiet Ego. *Journal of Happiness Studies*, 26(1), 1-22. <https://doi.org/10.1007/s10902-024-00845-1>