

从仁爱到善行：君子人格 与社区慈善意愿的关系研究

王晓明 沈霞 谢小可 郝蓉霞 韩述尧

曲阜师范大学心理学院，曲阜

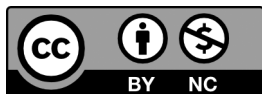
摘要 | 社区慈善是推动基层社会治理与公共福祉实现的重要途径，但个体参与社区慈善的心理机制仍有待深入探讨。基于儒家文化视角，本研究考察君子人格对社区慈善意愿的影响，并检验共情与感恩在其中的中介作用。采用问卷调查法，对来自全国1219名居民进行测量。结果表明：(1)君子人格显著正向预测社区慈善意愿；(2)共情与感恩在君子人格与社区慈善意愿之间均发挥显著的中介作用；(3)在同时纳入共情与感恩后，君子人格对社区慈善意愿的直接效应仍然显著，表明其影响既存在直接路径，也通过道德情感机制间接实现。本研究丰富了社区慈善的本土化理论，为弘扬儒家文化、优化社区治理以推动慈善事业高质量发展提供了实践启示。

关键词 | 社区慈善；君子人格；共情；感恩；社区治理

Copyright © 2025 by authorx (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

随着社会治理重心的持续下移与社区共同体建设的不断推进，社区层面的慈善与互助行为逐渐成为基层社会治理和公共福祉实现的重要途径。社区慈善意愿是指个体在社区情境中参与志愿服务、慈善捐赠及互助行为的主观倾向，反映了个体对社区共同体责任与公共利益的内在认同。既有研究表明，社区层面的亲社会行为不仅受到制度环境、社会规范和资源条件的影响，个体层面的心理特质与情感机制同样在其中发挥着重要作用^[23]。然而，当前关于慈善行为与亲社会行为的研究，多以西方文化背景下的人格模型与行

为理论为基础，对中国传统文化中所蕴含的道德人格资源关注相对不足。

君子人格作为儒家文化理想人格的现代心理学体现，强调仁爱关怀、义利区分、礼和规范以及内在道德自觉，被认为与亲社会行为和合作倾向具有内在关联。已有研究初步证实，君子人格与多种积极人格特质显著相关，并能够预测合作行为、道德决策和社会责任感等结果变量^[4]。然而，君子人格如何在具体社会情境中影响个体的慈善意愿，其内在心理机制仍有待进一步探讨。社会认知理论指出，个体的人格特质对行为结果的影响，往往通过情感与认知加工过程加以实现^[12]。在亲社会行为研究中，共情与感恩被视为两类关键的道德情感，在

基金项目：国家社会科学基金一般项目“人类群际合作的嵌套困境解构和文化心理模型建构研究”（24BSH093）。

通讯作者：王晓明，曲阜师范大学心理学院教授，研究方向：社会心理学。

文章引用：王晓明，沈霞，谢小可，等. 从仁爱到善行：君子人格与社区慈善意愿的关系研究[J]. 社会科学进展, 7(12): 1007-1012.

<https://doi.org/10.35534/pss.0712170>

促进助人行为和利他行为中发挥着重要作用^[16, 20]。因此,有必要在中国文化语境下,探讨君子人格是否以及如何通过共情与感恩这两条情感路径影响个体的社区慈善意愿,从而揭示优秀传统文化心理资源在当代社区治理中的作用机制。

1.1 君子人格与社区慈善意愿

研究发现,稳定的人格特质为个体在不同社会情境中形成行为意向提供了重要心理基础^[19]。在中国文化语境中,君子人格不仅体现了个体对儒家道德价值的内化程度,也反映了一种以他人为导向、强调社会责任与关系和谐的行为倾向^[4]。因此,从人格功能角度看,君子人格有可能成为影响个体社区慈善意愿的重要心理变量。从价值取向上看,君子人格强调“仁者爱人”“义以为上”,其关注焦点超越个人利益,指向更广泛的社会关系与公共福祉。这一价值取向与社区慈善行为中为共同体利益付出私人资源的行为逻辑高度一致。亲社会行为研究表明,具有较强他人导向与道德责任意识的个体,更容易在公共情境中形成稳定的捐赠意愿和志愿参与倾向^[23]。据此可以推测,君子人格水平较高的个体,在面对社区公共事务和他人需要时,更可能将自身视为共同体的一部分,从而表现出更高的社区慈善意愿。

1.2 共情与感恩的并行中介作用

尽管人格特质为亲社会行为提供了相对稳定的心理基础,但其对具体行为意愿的影响通常并非直接发生,而是通过情感与认知加工过程逐步实现^[12]。在这一过程中,共情与感恩被认为是连接人格特质与亲社会行为的重要道德情感机制。

共情是指个体理解并分享他人情绪状态的能力,其能够增强个体对他人处境与需求的敏感性,从而激发关怀与助人动机^[15]。研究表明,共情能力不足的个体往往难以有效觉察他人的善意与付出,从而不易产生稳定的感恩体验^[11]。在此意义上,共情为个体感知他人善意、形成感恩情绪提供了重要的情感基础。一方面,已有研究发现,君子人格能够正向预测积极共情水平^[7]。积极共情是指个体对他人积极情绪与福祉状态的理解和分享能力,被认为是激发利他行为的重要情感基础^[21]。具备较高君子人格特质的个体,由于其“成人之美”“仁者爱人”的价值取向,更倾向于关注并为他人的幸福与成功产生情感共鸣。进一步研究指出,君子人格还可通过促进积极情绪调节策略的使用以及互依型自我建构的发展,间接增强积极共情水平^[7]。

感恩作为一种道德情感,被广泛证实是驱动亲社会行为和利他行为的关键心理动机^[20, 6]。感恩具有显著的“道德激励器”功能,它促使个体在感知到善意后产生回报动机,这种回报既可以指向原施惠者,也可以泛化至无关他

人或社会整体,从而促进更广泛的亲社会行为^[2]。君子人格同样可能通过增强感恩体验影响社区慈善意愿。君子人格强调知恩、报德与义务意识,使个体在社会互动中更容易体验并维持感恩情绪。已有研究表明,感恩不仅能够增强个体的社会责任感和社会联结,还能显著预测捐赠意愿、志愿参与等亲社会行为结果^[11, 13]。在社区情境中,个体对社区支持、邻里互助与公共资源的感知,往往构成感恩体验的重要来源,而这种感恩情绪又会进一步促使个体产生回馈社区、促进共同体福祉的行为意向。

综上,君子人格可能通过提升个体的共情能力和感恩体验,分别对社区慈善意愿产生影响。基于此,本研究提出,共情与感恩在君子人格与社区慈善意愿之间发挥并行中介作用。

2 研究方法

2.1 被试

研究所用数据来源于一项全国大型连续性随机抽样慈善参与调查。于2025年6~8月,通过手机推送链接或二维码的形式,在全国31个省级行政区共185个地级市,让公众在线上问卷平台填答。剔除无效数据后,本次线上调查最终获得有效问卷1219份。其中男性占37.1%,女性占62.9%,年龄跨度为12~68岁,平均年龄(27.76±8.57)岁,户籍在农村占47.5%。抽样公众受教育程度较高,本科及以上学历占80%。

2.2 研究工具

2.2.1 君子人格

采用葛泉语等人(2013)编制的孔子思想中的君子人格量表。此量表共30个题项,包含智仁勇、恭而有礼、喻义怀德、有所不为、持己无争共五个维度,采用李克特量表的方式7点计分,被试从1(“非常不同意”)到7(“非常同意”)进行选择。将30道题的均分作为君子人格的得分。本研究中该问卷的Cronbach' α 系数为0.92。

2.2.2 社区慈善意愿

测量借鉴了中国社会心态研究报告(2022)中的社区慈善意愿量表,结合社区慈善的定义对题目内容进行修改。本次调查将视角从宏观慈善转换到微观社区慈善,对问卷进行了系统性优化,将条目限定于社区层面,聚焦社区困境群体帮扶、社区公益服务参与、社区场所建设等,有效增强了情境代入感与行为相关性。采用李克特量表的方式7点计分,被试从1(“非常不愿意”)到7(“非常愿意”)进行选择。将7道题的均分作为总体社区慈善意愿的得分,分数越高表示社区慈善意愿越高,本研究中该问卷的Cronbach' α 系数为0.87。

2.2.3 感恩

采用McCullough等人(2002)编制,魏昶等人(2011)修订的感恩量表(theGratitudeQuestionnaire-6, GQ-6)。此量表共6个题项,其中两题反向计分,让被试选择对每句话的认同程度来测量。采用李克特量表的方式7点计分,被试从1(“完全不同意”)到7(“完全同意”)进行选择,在本研究实测中Cronbach's α 为0.79。

2.2.4 共情

采用单选题对民众进行共情能力的测量。该题为“我是一个有同理心的人”,代表个人的共情能力,让被试选择对该题项的同意程度来测量。采用李克特量表的方式7点计分,被试从1(“非常不同意”)到7(“非常同意”)进行选择。分数越高表明个体的共情能力越高。

2.3 研究结果

2.3.1 共同方法偏差

本研究采用Harman单因子检验法对共同方法偏差进行检验。将所有变量的测量项目进行探索性因子分析,未旋转的因子分析结果表明,特征根大于1的因子共提取出7个,其中第一个因子解释的变异量为31.908%,低于40%的临界标准。这说明在本研究的数据中,并不存在一个能够解释大部分变异的单一共同因子,因此可以认为本研究不存在严重的共同方法偏差问题。

2.3.2 各变量描述统计及相关分析

相关分析结果如表1所示,君子人格与共情、感恩及社区慈善意愿均呈显著正相关;共情与感恩、社区慈善意愿呈显著正相关;感恩与社区慈善意愿呈显著正相关。

表1 各变量的描述统计与相关分析($n=1219$)

Table 1 Descriptive statistics and correlation matrix for all variables ($n=1219$)

变量	$M \pm SD$	1	2	3	4
1 君子人格	5.30 \pm 0.71	—			
2 共情	5.96 \pm 0.92	0.41***	—		
3 感恩	5.18 \pm 0.75	0.56***	0.30***	—	
4 社区慈善意愿	5.59 \pm 0.85	0.64***	0.42***	0.48***	—

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。

2.3.3 中介模型检验

采用Hayes编制的SPSS宏程序PROCESS 4.0进行中介效应检验。以君子人格作为预测变量,社区慈善意愿作为结果变量,共情与感恩作为并行的中介变量。在控制性别、年龄、户籍与受教育程度等人口学变量的条件下,选用模型4进行平行中介效应检验。依据偏差校正的百分位Bootstrap法,重复抽样5000次以估计中介效应的置信区间(95% CI),若置信区间不包含0,则表明中介效应显著。

回归与中介效应分析结果如表2与表3所示。君子人格对共情($\beta=0.54, p < 0.001$)与感恩($\beta=0.58, p < 0.001$)均存在显著的正向影响;共情($\beta=0.16, p < 0.001$)与感恩($\beta=0.18, p < 0.001$)对社区慈善意愿存在显著的正向影响。在控制了中介变量后,君子人格对社区慈善意愿的直接效应依然显著($\beta=0.59, p < 0.001$)。Bootstrap中介效应检验表明,总间接效应的置信区间不包含0(95% CI = [0.14, 0.24]),具体而言:通过共情的中介路径效应显著(效应值=0.09, 95% CI = [0.05, 0.12]),占总效应的10.9%;通过感恩的中介路径效应也显著(效应值=0.11, 95% CI = [0.06, 0.15]),占总效应的13.6%。共情与感恩在君子人格与社区慈善意愿之间均发挥了显著的中介作用。

表2 君子人格对社区慈善意愿影响的中介模型回归分析

Table 2 Regression analysis of the mediating effect of Junzi personality on community participation intentions

预测变量	共情		感恩		社区慈善意愿		社区慈善意愿	
	β	t	β	t	β	t	β	t
常数项	3.11	12.02***	1.77	9.38***	1.58	7.88***	0.77	3.67***
性别	0.03	0.63	0.04	1.07	0.17	4.25***	0.15	4.10***
年龄	-0.01	-1.65	-0.01	-2.59**	-0.01	-3.86***	-0.01	-3.19**
户籍	-0.01	-0.14	-0.03	-0.90	0.01	0.20	0.02	0.39
受教育程度	0.02	0.53	0.10	4.05***	-0.03	-1.01	-0.05	-1.87
君子人格	0.54	15.64***	0.58	23.09***	0.78	29.04***	0.59	18.01***
共情	—	—	—	—	—	—	0.16	7.34***
感恩	—	—	—	—	—	—	0.18	6.17***
R	0.42		0.58		0.65		0.68	
R^2	0.18		0.33		0.42		0.47	
F	51.41***		120.41***		177.01***		150.84***	

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。

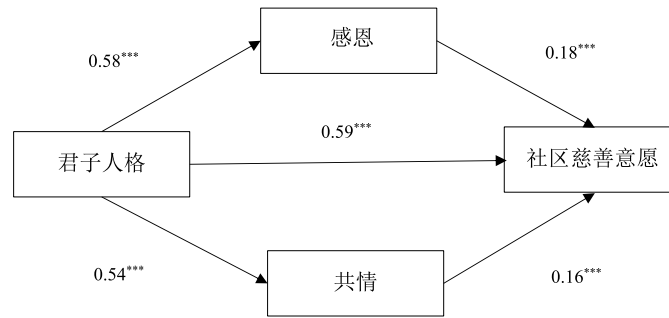


图 1 共情和感恩的平行中介作用

Figure 1 The parallel mediation model of empathy and gratitude

表 3 中介效应分析结果

Table 3 Results of mediation analysis

效应路径	效应值	Boot SE	95%Boot CI	占总效应比
总效应	0.78***	0.03	[0.72,0.83]	100%
直接效应	0.59***	0.03	[0.52,0.65]	75.5%
总间接效应	0.19***	0.03	[0.14,0.24]	24.5%
君子人格→共情→意愿	0.09***	0.02	[0.05,0.12]	10.9%
君子人格→感恩→意愿	0.11***	0.02	[0.06,0.15]	13.6%

注：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。

3 讨论

本研究发现君子人格显著正向预测社区慈善意愿，且共情与感恩在其中起中介作用。这表明君子人格不仅直接激发个体的慈善意愿，还通过增强共情能力与感恩体验间接促进社区慈善行为。结果表明，一方面，君子人格这一核心特质能够直接激发个体参与社区慈善的内在动机；另一方面，这种人格特质通过提升个体的情感共情能力，增强对他人处境的理解与关怀，同时培养个体对社会支持的感恩体验，从而间接强化其回馈社区的意愿。

3.1 君子人格对社区慈善意愿的影响

研究结果显示，君子人格能够显著正向预测个体的社区慈善意愿。这与儒家文化对理想人格的价值定位高度契合。这显示出儒家文化在仁爱思想、义利价值观、仁政观念等层面，为促进公众参与社区慈善所提供的深厚精神动力和文化底蕴^[10]。

君子人格是儒学思想中的理想人格特质，其核心在于道德修养和内在品质的培养^[3]。儒家思想赋予君子“内圣外王”的目标，即不仅要完善自身修养，还要积极融入社会、对社会做出贡献^[5]。这种价值观倡导“仁者爱人”，并提出“修己以安人”的理念，强调将个人发展与社会贡献相结合。君子人格与亲社会倾向等心理变量存在显著关联^[4]。这种人格特质表现出更高的合作意愿和亲社会倾向，如孔子提出的“君子成人之

美”^[7]。因此，社区慈善意愿表现为君子人格所蕴含的积极社会功能和道德实践在外在行为上的具体体现。

3.2 共情与感恩的中介作用

本研究发现，共情与感恩在君子人格与社区慈善意愿之间发挥显著中介作用，这一结果从心理机制层面揭示了传统人格理想向现代亲社会行为转化的内在路径。根据社会认知理论与积极心理学观点，人格特质并非直接决定行为，而是通过影响个体对社会情境的情感加工与价值评估，从而塑造其行为选择^[12, 14]。具体而言，君子人格所强调的“仁”“恕”及社会责任意识，使个体在社会互动中更容易超越自我中心立场，关注他人的需求和困境，从而激发共情这一关键心理机制。共情通过缩短自我—他人的心理距离、增强对他人处境的理解与感知，直接提升利他动机并促进亲社会行为意向的形成^[16, 17]。

与此同时，君子人格还促使个体以更积极、关联性的视角理解自身与社会的关系，使其更容易察觉并珍视来自他人及社会的支持，进而产生稳定的感恩体验。感恩不仅是一种积极情绪，也是一种道德激励机制，它能够个体的心理资源转化为回馈社会的动机，并推动亲社会行为在更广泛对象与情境中泛化^[11, 20, 24]。国内研究亦发现，积极心理品质能够通过感恩显著预测亲社会行为，凸显感恩在心理价值认知与行为转化中的关键作用。

从文化心理学视角看，儒家伦理为共情与感恩的培

养提供了深厚文化基础^[9]。君子人格核心在于“仁”，即孔子所倡导的“仁者爱人”^[5]，共情可以视为“仁爱”思想在人际互动中的心理实现，而感恩则体现了个体对社会支持与恩惠的道德认知与情感回应。具体而言，共情提供了即时的情感驱动力，使个体能够敏感感知他人需求并激发利他动机；感恩则赋予行为以道德意义与价值一致性，强化亲社会倾向。儒家思想中“推己及人”“以他者为重”的理念，从心理上降低自我中心主义、强化情感与道德联结，使君子人格的内在修养得以通过共情与感恩机制外化为社区慈善行为意向。

3.3 理论意义与实践启示

研究从本土文化视角出发，揭示了君子人格如何通过共情与感恩影响社区慈善意愿，回应了现有亲社会行为研究对文化心理资源关注不足的问题。结果表明，儒家文化中的君子人格不仅是抽象的伦理理念，更能够通过具体的情感体验转化为现实社会行为，为理解传统人格在现代社会中的作用提供了实证支持，并丰富了亲社会行为与慈善研究的文化解释框架。

在实践层面，本研究对社区治理与慈善实践具有重要启示。一方面，社区文化建设与公民教育可以有意识地融入君子人格相关内容，通过价值引导提升居民的社会责任感与公共参与意识；另一方面，可通过共情训练、感恩教育等方式，强化居民的道德情感体验，从而促进慈善行为意向的形成与持续发展。此外，本研究强调了文化心理资源在社会行为中的作用，提示政策制定者和社会组织在设计社区公益项目时，应关注个体道德品质的培养与心理机制的激活，以实现更高水平的社会参与和公益效果。

3.4 研究局限与未来展望

本研究仍存在一定局限。首先，研究采用横断面设计，难以对变量之间的因果关系作出严格推断，未来研究可通过纵向或实验设计进一步验证因果路径。其次，共情采用单题测量，虽然具有操作简便的优势，但在测量精度和维度区分上仍有提升空间，后续研究可采用多维量表进一步细化分析。此外，未来研究还可引入社会信任、社区认同等变量，探讨其在君子人格影响社区慈善行为中的调节或中介作用，以构建更加完整的理论模型。

参考文献

[1] 段祥斐, 杨绍清, 张李斌, 等. 家庭功能对青少年问题行为的影响: 共情和感恩的纵向中介效应 [J]. 中国临床心理学杂志, 2024, 32 (6): 1397-1402.

[2] 傅俏俏, 叶宝娟, 王敬群. 大学生感恩、亲社会行为与负性情绪的交叉滞后分析 [J]. 中国临床心理学杂志, 2024, 32 (3): 738-742.

[3] 葛泉语, 侯玉波. 君子不忧不惧: 君子人格与心理健康——自我控制与真实性的链式中介 [J]. 心理学报, 2021, 53 (4): 374-386.

[4] 葛泉语, 李小明, 侯玉波. 孔子思想中的君子人格: 心理学测量的探索 [J]. 心理学报, 2021, 53 (12): 1321-1334.

[5] 纪淑伟, 李元旭. 儒家君子人格赋能大学生道德教育的成题理路 [J]. 武夷学院学报, 2025 (7): 94-99.

[6] 宋锐, 韩玲玲, 刘爱书, 等. 知性谦逊对大学生利他行为的影响: 感恩和共情的中介作用 [J]. 中国临床心理学杂志, 2023, 31 (3): 734-737.

[7] 王梦雨, 岳童, 王洪, 等. 君子人格与积极共情: 情绪调节和自我建构的多重中介作用 [J]. 中国临床心理学杂志, 2025, 33 (4): 746-751.

[8] 魏昶, 吴慧婷, 孔祥娜, 等. 感恩问卷 GQ-6 的修订及信效度检验 [J]. 中国学校卫生, 2011, 32 (10): 1201-1202.

[9] 杨继, 郑文浩, 李柯漾, 等. 君子何以自强不息? 儒家伦理精神性对大学生心理韧性的影响及其中介机制 [J]. 心理学探新, 2025, 45 (5): 457-464.

[10] 徐细雄, 龙志能, 李万利. 儒家文化与企业慈善捐赠 [J]. 外国经济与管理, 2019, 42 (2): 124-136.

[11] Algoe S B. Find, remind, and bind: The functions of gratitude in everyday relationships [J]. *Social and Personality Psychology Compass*, 2012, 6 (6): 455-469.

[12] Bandura A. Social cognitive theory: An agentic perspective [J]. *Annual Review of Psychology*, 2001 (52): 1-26.

[13] Bartlett M Y, DeSteno D. Gratitude and prosocial behavior: Helping when it costs you [J]. *Psychological Science*, 2006, 17 (4): 319-325.

[14] Batson C D. *Altruism in humans* [M]. Oxford: Oxford University Press, 2011.

[15] Davis M H. Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach [J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1983, 44 (1): 113-126.

[16] Davis M H. *Empathy: A social psychological approach* (2nd ed.) [M]. London: Routledge, 2018.

[17] Decety J, Bartal I B A, Uzefovsky F, et al. Empathy as a driver of prosocial behaviour: Highly conserved neurobehavioural mechanisms across species [J]. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 2016, 371 (1686):

- 20150077.
- [18] Markus H R, Kitayama S. Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation [J] . Psychological Review, 1991, 98 (2) : 224–253.
- [19] McCrae R R, Costa P T Jr. The five-factor theory of personality [M] //John O P, Robins R W, Pervin L A. Handbook of personality: Theory and research (3rd ed.) . New York: Guilford Press, 2008: 159–181.
- [20] McCullough M E, Emmons R A, Tsang J A. The grateful disposition: A conceptual and empirical topography [J] . Journal of Personality and Social Psychology, 2002, 82 (1) : 112–127.
- [21] Morelli S A, Lieberman M D, Zaki J. The emerging study of positive empathy [J] . Social and Personality Psychology Compass, 2015, 9 (2) : 57–68.
- [22] Nowak M A, Roch S. Upstream reciprocity and the evolution of gratitude [J] . Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences, 2006, 274 (1610) : 605–610.
- [23] Penner L A, Dovidio J F, Piliavin J A, et al. Prosocial behavior: Multilevel perspectives [J] . Annual Review of Psychology, 2005 (56) : 365–392.
- [24] Tsang J A. Gratitude and prosocial behaviour: An experimental test of gratitude [J] . Cognition & Emotion, 2006, 20 (1) : 138–148.

From Benevolence to Prosocial Action: The Relationship between Junzi Personality and Community Charitable Willingness

Wang Xiaoming Shen Xia Xie Xiaoke Hao Rongxia Han Shuyao

Department of Psychology, Qufu Normal University, Qufu

Abstract: Community charity is an important pathway for promoting grassroots social governance and enhancing public well-being. However, the psychological mechanisms underlying individuals' participation in community charity remain insufficiently explored. From the perspective of Confucian culture, the present study examines the effect of Junzi personality on community charitable willingness and tests the mediating roles of empathy and gratitude. A questionnaire survey was conducted with a nationwide sample of 1,219 residents. The results showed that: (1) Junzi personality significantly and positively predicted community charitable willingness; (2) Empathy and gratitude each played significant mediating roles in the relationship between Junzi personality and community charitable willingness; and (3) When both empathy and gratitude were simultaneously included in the model, the direct effect of Junzi personality on community charitable willingness remained significant, indicating that Junzi personality influences community charitable willingness through both direct pathways and indirect pathways via moral-emotional mechanisms. This study enriches indigenous theories of community charity and provides practical implications for promoting Confucian values and optimizing community governance to facilitate the high-quality development of charitable initiatives.

Key words: Community charity; Junzi personality; Empathy; Gratitude; Community governance