



國立臺灣大學社會科學院公共事務研究所

碩士論文

Graduate Institute of Public Affairs

College of Social Sciences

National Taiwan University

Master's Thesis

善心是否盲目？災後募款情境與非營利組織責信對大
眾公益捐款決策之影響

Is Benevolence Blind? The Effects of Disaster Fundraising
Contexts and Nonprofit Integrity information on Public
Charitable Giving Decisions

洪奕維

I-Wei Hung

指導教授：郭銘峰 博士

Advisor: Ming-Feng Kuo, Ph. D.

中華民國 115 年 07 月

July, 2026

論文口試委員會審定書



國立臺灣大學碩士學位論文 口試委員會審定書 MASTER'S THESIS ACCEPTANCE CERTIFICATE NATIONAL TAIWAN UNIVERSITY

善心是否盲目？災後募款與非營利組織責信資訊
對大眾公益捐款決策之影響

Is Benevolence Blind? The Effects of Disaster Fundraising
Contexts and Nonprofit Integrity information on
Public Charitable Giving Decisions

本論文係洪奕維（姓名） R13343017（學號） 在國立臺灣大學公共事務研究所完成之碩士學位論文，於民國 115 年 7 月 8 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明。

The undersigned, appointed by the Graduate Institute of Public Affairs on 08 (date) 07 (month) 2026 (year) have examined a Master's thesis entitled above presented by Hung, I-Wei (name) R13343017 (student ID) candidate and hereby certify that it is worthy of acceptance.

口試委員 Oral examination committee:

鄧銘峰
(指導教授 Advisor)

孫煒

系主任/所長 Director:

王宏文

謝辭



當提筆寫下謝辭時，我才真正體會，完成一篇論文從來不是一個人的努力，這份成果雖然署著我的名字，卻承載著許多人的陪伴與支持。首先，衷心感謝我的指導教授郭銘峰老師，一路以來悉心指導，從研究發想到論文完成，始終以嚴謹的治學態度與耐心引導我思考，讓我不僅完成研究，更學會如何面對學術與公共事務的責任。同時，誠摯感謝口試委員吳偉寧老師與孫煒老師，感謝兩位老師細心審閱論文並提出寶貴建議，使本研究更加完整。也感謝一路同行的朋友與同儕，在討論中的啟發、低潮時的陪伴，以及每一句鼓勵，都成為我堅持前行的力量。更要感謝我的父母與家人，謝謝你們始終相信我的選擇，包容我的忙碌，讓我得以無後顧之憂地追尋理想。

回首這段旅程，有迷惘，也有收穫；有挫折，也有成長。最後，我想謝謝一路堅持至今的自己，沒有因為困難而停下腳步，而是在一次次修正與學習中，慢慢學會謙卑、堅持與相信，論文的完成不是終點，而是另一段旅程的開始。

謹將這份成果，獻給所有曾經陪伴、鼓勵與成就我的師長、家人、朋友與同儕，因為有你們，我才能走到這裡；也期許未來的自己，不忘初衷，帶著這份溫暖與責任，繼續前行。

洪奕維 謹誌

于國立臺灣大學公共事務研究所

2026 年 7 月

中文摘要



近年來重大災害事件頻仍，災後募款已成為非營利組織動員社會資源的重要途徑。然而，隨著慈善組織財務不透明、善款流向不明及治理爭議事件屢見不鮮，公眾在面對募款訊息時是否願意捐款，不再只是情緒反應或利他動機的展現，而涉及組織責信、公共信任與捐款決策等公共治理議題。既有研究多著重於災難情境所引發之同情心與情緒激發效果，或探討非營利組織績效與資訊成本對捐款行為之影響，惟較少檢視災後情境與組織責信資訊如何共同影響公眾之捐款決策。

有鑑於此，本文以修正式計畫行為理論為基礎，結合非營利組織責信、腐敗感知與災後募款相關文獻，採用 2×3 組間問卷實驗設計，以募款情境（平時／災後）及組織責信資訊（無資訊／負面資訊／正面資訊）作為實驗情境，共蒐集 386 份有效樣本，並以捐款意圖、模擬捐款比例及是否捐款作為主要分析指標。

研究結果顯示：第一，負面責信資訊顯著提高公眾之腐敗感知與背叛感，並降低捐款意圖、捐款比例及捐款可能性；第二，正面責信資訊未能顯著提升捐款反應，顯示財務透明與治理健全已逐漸成為公眾對非營利組織的基本期待；第三，災後情境雖能有效提升情緒激發與急迫感知，卻未顯著提高捐款意圖與行為反應；第四，災後情境與責信資訊之交互作用未達統計顯著，顯示災難情緒不足以抵銷組織失信所造成的負面影響。

整體而言，本研究發現公眾之公益捐款決策並非單純受情緒驅動，而是情緒反應、社會規範、過去經驗與組織責信評估共同作用的結果。研究結果不僅補充災後募款與慈善捐贈相關文獻，也凸顯透明、廉潔與責信已成為非營利組織獲取社會支持與維繫公共信任的重要基礎。

關鍵詞：災後募款、非營利組織責信、公益捐款決策、腐敗感知、修正式計畫行為理論、問卷調查實驗

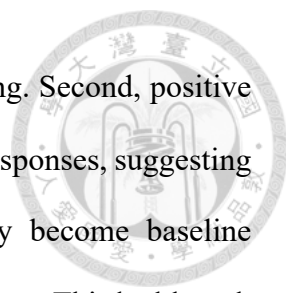
英文摘要



In recent years, major disasters have occurred with increasing frequency, making post-disaster fundraising an important mechanism through which nonprofit organizations mobilize social resources. However, recurring controversies surrounding financial opacity, unclear allocation of donated funds, and organizational governance failures have raised concerns about whether the public remains willing to donate when confronted with fundraising appeals. Charitable giving is therefore no longer merely a reflection of emotional responses or altruistic motivations; it has become closely associated with broader issues of organizational accountability, public trust, and donation decision-making. Existing studies have primarily emphasized the effects of sympathy and emotional arousal generated by disaster situations or examined how nonprofit performance and information costs influence charitable giving. Comparatively less attention has been devoted to understanding how disaster contexts and organizational accountability information jointly shape public donation decisions.

To address this gap, this study draws upon the Revised Theory of Planned Behavior and integrates insights from the literature on nonprofit accountability, corruption perception, and disaster fundraising. A 2×3 between-subjects survey experiment was employed, manipulating fundraising context (ordinary versus post-disaster) and accountability information (no information, negative information, and positive information). A total of 386 valid responses were collected. Donation intention, simulated donation allocation, and donation participation were used as the primary outcome variables.

The findings reveal four major patterns. First, negative accountability information significantly increases perceptions of corruption and feelings of betrayal, while reducing



donation intention, donation allocation, and the likelihood of donating. Second, positive accountability information does not significantly enhance donation responses, suggesting that financial transparency and sound governance have gradually become baseline expectations rather than value-added signals for nonprofit organizations. Third, although post-disaster contexts effectively heighten emotional arousal and perceived urgency, they do not significantly increase donation intention or donation behavior. Fourth, the interaction effect between disaster context and accountability information is statistically insignificant, indicating that disaster-induced emotions are insufficient to offset the negative consequences of organizational misconduct and accountability concerns.

Overall, the findings suggest that public charitable giving decisions are not driven solely by emotional impulses. Rather, they are shaped by the combined influence of emotional reactions, social norms, prior donation experiences, and evaluations of organizational accountability. By extending the literature on disaster fundraising and charitable giving, this study highlights the prominent role of accountability in shaping donation decisions and demonstrates that transparency, integrity, and accountability have become essential foundations for nonprofit organizations seeking to secure public support and sustain public trust.

Keywords: Post-disaster fundraising; Nonprofit Integrity; Charitable giving decision-making; Corruption perception; Revised Theory of Planned Behavior; Survey Experiments

目次



論文口試委員會審定書.....	i
謝辭.....	ii
中文摘要.....	iii
英文摘要.....	iv
目次.....	vi
圖次.....	viii
表次.....	ix
第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的與問題.....	5
第三節 概念界定.....	7
第四節 章節安排.....	9
第二章 理論與相關文獻回顧.....	10
第一節 我國慈善募捐制度與現狀.....	10
第二節 慈善捐贈的理論機制.....	12
第三節 修正式計畫行為理論.....	18
第四節 當募款不再可信：非營利組織責信與捐款退卻.....	20
第五節 災難如何動員：急迫性、情緒與捐款決策.....	24
第六節 情緒動員與責信判斷的競合：災後捐款之互動機制.....	26
第三章 研究設計與資料蒐集.....	29
第一節 研究架構與假設.....	29

第二節 研究流程與研究方法.....	31
第三節 問卷蒐集與實驗設計.....	34
第四節 研究情境與問卷設計.....	36
第四章 實證發現與討論.....	52
第一節 樣本回收情況與實驗分組.....	52
第二節 量表信度檢定與情境檢核分析.....	61
第三節 修正式計畫行為理論模型分析.....	68
第四節 差異性分析.....	75
第五節 相關性分析.....	97
第六節 穩健性檢驗與延伸分析.....	101
第五章 結論與建議.....	107
第一節 研究結論.....	107
第二節 理論貢獻與政策意涵.....	111
第三節 研究限制與未來研究建議.....	116
參考文獻.....	120
附錄一、本研究情境文本.....	131
附錄二、本研究各變數與原始問卷測量題目.....	134
附錄三、本研究各變數編碼.....	138



圖次

圖 1：衛福部賑災基金會與花蓮縣政府募款差異	4
圖 2：理性行動理論架構	15
圖 3：計畫行為理論架構	17
圖 4：修正式計畫行為理論架構	19
圖 5：研究架構圖	30
圖 6：研究流程圖	32
圖 7：實驗流程圖	54

表次



表 1：本研究之實驗分組.....	36
表 2：本研究之實驗情境.....	36
表 3：情境文本設計.....	40
表 4：樣本回收與資料整理情形.....	53
表 5：有效問卷受試者分組情況.....	54
表 6：情境條件樣本分布.....	55
表 7：責信資訊條件樣本分布.....	55
表 8：有效樣本人口統計變數之描述性統計.....	57
表 9：六組實驗隨機分派之平衡性檢定結果.....	60
表 10：各主要量表之信度分析結果.....	61
表 11：不同情境條件之情緒激發效果.....	62
表 12：不同情境條件之線性迴歸分析.....	63
表 13：責信資訊條件對腐敗感知之描述性統計.....	63
表 14：不同責信資訊條件之單因子變異數分析.....	64
表 15：責信資訊條件對腐敗感知之事後比較分析.....	65
表 16：責信資訊條件對背叛感之描述性統計.....	66
表 17：責信資訊條件對背叛感之單因子變異數分析.....	66
表 18：責信資訊條件對背叛感之事後比較分析.....	67
表 19：修正式計畫行為理論各變項之描述性統計.....	70
表 20：修正式計畫行為理論各變項與捐款意圖之相關性分析.....	70
表 21：兩模型之多元迴歸分析.....	73
表 22：捐款意圖與模擬捐款行為之 Spearman's 相關係數.....	74
表 23：各組捐款意圖與捐款行為之描述性統計.....	77
表 24：平時／災後情境捐款意圖與捐款行為之描述性統計.....	79

表 25：捐款意圖之獨立樣本 t 檢定.....	80
表 26：捐款比例之 Mann-Whitney U 檢定	81
表 27：是否捐款之卡方檢定.....	81
表 28：不同責信資訊組別捐款意圖與捐款行為之描述性統計	84
表 29：不同責信資訊組別之變異數同質性檢定.....	85
表 30：不同責信資訊組別之單因子變異數分析.....	86
表 31：不同責信資訊組別之平均值等式穩健檢定.....	86
表 32：不同責信資訊組別之 Games-Howell 事後比較.....	87
表 33：不同責信資訊組別之 Kruskal-Wallis 檢定等級	88
表 34：不同責信資訊組別之 Kruskal-Wallis 檢定統計量	88
表 35：薪酬捐款比例之 Dunn-Bonferroni 成對比較.....	89
表 36：獎金捐款比例之 Dunn-Bonferroni 成對比較.....	89
表 37：不同責信資訊組別捐款率之卡方檢定.....	90
表 38：不同責信資訊組別交叉表.....	91
表 39：捐款意圖之二因子變異數分析.....	93
表 40：薪酬捐款比例秩次轉換後二因子變異數分析.....	94
表 41：獎金捐款比例秩次轉換後二因子變異數分析.....	94
表 42：情境與責信資訊對是否捐款之二項勝算對數模型分析	95
表 43：腐敗感知、背叛感、情緒激發與捐款反應之 Pearson 相關性係數	98
表 44：腐敗感知、背叛感、情緒激發與捐款反應之 Spearman's 相關係數	99
表 45：情境與責信資訊效果之多元迴歸分析.....	103
表 46：薪酬所得與獎金所得之成對樣本 t 檢定.....	104
表 47：薪酬所得與獎金所得之成對樣本相關性.....	105

第一章 緒論

“To give away money is an easy matter, and in any man’s power. But to decide to whom to give it, and how much and when, and for what purpose and how, is neither in every man’s power—nor an easy matter. Hence it is that such excellence is rare, praiseworthy, and noble.”
(Aristotle, ca.350 B.C.E./1869, pp, 56)

第一節 研究動機

慈善是「為公共利益所做的自願行動」(voluntary action for the public good)，是對「人類處境問題」的道德回應，隨著時間演進，慈善也展現了「道德想像的社會歷史」，對於自由、開放、民主與公民社會而言是不可或缺的(Payton & Moody, 2008)。從公共事務的角度而言，慈善行為不僅是私人資源移轉至公共目的之過程，更涉及政府、非營利組織與社會大眾之間的互信關係與治理結構。

那究竟「為何一個人要捐獻？」在國際有關慈善捐獻的研究中，許多研究者像是 Tiehen (2001)、Joulfaian (2000) 及 Greene 與 McClelland (2001) 的研究均顯示出慈善捐贈對稅收政策變動具有一定彈性，也就是說人們會因為稅制的變化而調整自己的慈善捐款行為。Auten et al. (2002) 也運用縱橫資料分析，提出稅收會透過「價格效應」(Price Effect) 與收入效果 (Income Effect) 兩種途徑影響捐贈行為，其中價格效應指因稅制改變(如扣除額、稅率變動)而造成的捐贈「稅後價格」改變，進而影響捐款行為，而收入效果指當個人可支配收入改變時，其慈善捐贈隨之增減的反應。

同時，政府補助對私人捐贈的「排擠效應」(Crowding Out) 也備受學界關注，政府對非營利組織的直接補助可能會排擠部分私人捐款(Ribar & Wilhelm, 2002)，而 Brooks (2000) 發現此效應在社會與公共服務供給以及健康服務方面更為顯著，Apinunmahakul et al. (2009) 更進一步發現政府補助不僅有可能排擠現金捐贈，還會減少人們從事慈善事業的時間。Andreoni 與 Payne (2003) 從另一角度觀察這個現象，政府補助除了可能會影響捐款者，也會顯著抑制非營利組織的募款努力，顯

示出慈善機構在「捐贈市場」中是積極的行為主體，而非被動受款者，因此當慈善組織需要對外尋求財務資源之際，伴隨現今全球經濟起伏及過往疫情對社會大眾的影響，了解民眾捐款意圖與行為模式對於募款者具有重要意涵。

既有研究已從稅制、所得、政府補助與人口特徵等角度解釋慈善捐款，然而影響公眾捐款決策的因素，並不僅止於外部政策與經濟環境的影響，對於慈善組織而言，能否獲得社會公眾捐款，往往亦取決於其是否相信募款單位能夠妥善、透明且負責任地使用善款。放眼全球先進國家，即便在法規相對成熟完善的環境下，善款遭挪用或管理失當的案例仍層出不窮。例如在美國，聯邦貿易委員會曾揭發「癌症基金會」（Cancer Fund of America）的聯合詐騙案，該機構募得的鉅額善款中，只有不到 3%真正用於癌症病患，其餘多遭創辦人家族用於奢侈消費與籌款活動費用；¹「傷兵援助計畫」（Wounded Warrior Project）亦曾被媒體報導將大筆捐款揮霍於行政會議與奢華派對，而非用於受傷退伍軍人的照護。²

在英國，「湯姆上校基金會」（Captain Tom Foundation）則爆發家族自肥醜聞，創辦人女兒被指控利用基金會名義獲取私人利益，甚至將善款用於建設自家私人設施。³此外，大型機構的資源配置與監管透明度亦常引發爭議，像是「澳洲紅十字會」在森林大火募款期間，計劃將部分善款「預留」給未來災害及行政支出，而非立即全數投入當下的救助，便引發捐款者質疑；⁴而由各國政府資助的「全球基

¹ 參見 CNN US Crime & Justice，「Government says four cancer charities are shams」。取自：<https://edition.cnn.com/2015/05/19/us/scam-charity-investigation/index.html>（檢索時間：2026/02/23）

² 參見 CBS NEWS，「Wounded Warrior Project accused of wasting donation money」。取自：<https://www.cbsnews.com/news/wounded-warrior-project-accused-of-wasting-donation-money/>（檢索時間：2026/02/23）

³ 參見 GOV-UK，「Charity Inquiry: The Captain Tom Foundation」。取自：<https://www.gov.uk/government/publications/charity-inquiry-the-captain-tom-foundation/charity-inquiry-the-captain-tom-foundation>（檢索時間：2026/02/23）

⁴ 參見 ABC NEWS，「Bushfire anger intensifies as NSW Ministers claim charities stockpiling cash meant for victim」。取自：<https://www.abc.net.au/news/2020-01-23/bushfire-aid-row-continues-as-red-cross-attacked-again/11892062>（檢索時間：2026/02/23）

金」(The Global Fund)，也曾發現其在多國之援助計畫存在偽造單據與貪瀆。⁵這些國際案例顯示，無論是惡意的侵吞詐欺，或是管理層面的資源錯置與揮霍，皆會影響公眾對慈善部門的信心。

回歸我國本土視角觀察，根據台灣公益責信協會針對我國慈善捐款所製作的《公益觀察》報告，2020 至 2022 年間雖然全臺整體捐款率呈現上升趨勢，但捐款金額正在大幅減少當中。儘管我國早於 2006 年就已制定其目的為有效加以管理收受善款的團體及個人，促進社會公益規範的〈公益勸募條例〉，並於 2019 年修正使其更符合現代社會，但非營利組織甚至政府機構的募款腐敗醜聞與資源挪用事件仍屢見不鮮，以我國為例，有許多在慈善事業扮演重要角色的非政府組織(NGO)與非營利組織(NPO)有善款流向不明、財報不夠透明等情形，例如：國際人道建築與教育協會所負責因 2023 年土耳其地震所進行的「愛無國界：土耳其台灣中心勸募計畫」，就因善款去向不明而產生極大爭議。⁶同樣是針對外國災難募捐的台灣紅十字會也曾因為善款流向不明，導致其失去大量捐款者的支持。⁷其他大型公益團體諸如慈濟基金會、綠色和平組織、家扶基金會，均有財務不夠公開透明的爭議，⁸與身障者權益福利相關的身障關懷協會也曾遭檢調調查，協會理事長甚至因侵占善款而被收押禁見，⁹而與兒童福利權益相關的兒福聯盟也經媒體報導傳出善款濫用的情形。¹⁰

⁵ 參見 NBC NEWS，「Fraud plagues global health fund backed by Bono, others」。取自：<https://www.nbcnews.com/health/health-news/fraud-plagues-global-health-fund-backed-bono-others-flna1c9465258> (檢索時間：2026/02/23)

⁶ 參見三立新聞網，「善款流向成謎 不只八千萬！上億台幣救災善款入帳 兩年用在哪裡？」。取自：<https://acts.setn.com/event/tktwcenter/donations.html> (檢索時間：2025/08/19)

⁷ 參見 BBC 中文網，「從 14 億到 1 千台幣 台灣紅會怎麼了？」。取自：<https://www.bbc.com/zhongwen/trad/41073121> (檢索時間：2025/12/01)

⁸ 參見今週刊網站，「公益團體一年四二七億捐款 透明度體檢 慈濟、綠色和平、家扶 財務最不公開」。取自：<https://www.business today.com.tw/article/category/80392/post/201505210018/> (檢索時間：2025/12/01)

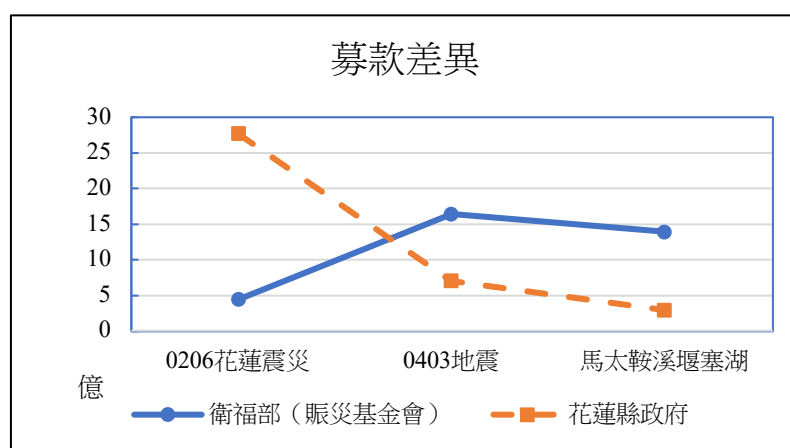
⁹ 參見聯合新聞網，「被爆侵占善款逾 3000 萬 身障關懷協會理事長等 3 人遭聲押」。取自：<http://udn.com/news/story/7321/8689408> (檢索時間：2025/12/01)

¹⁰ 參見自由時報，「兒盟等非營利組織內幕曝光！她踢爆民眾捐款長期被濫用」，取自：<https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/4612225> (檢索時間：2025/12/01)

除了非營利組織，政府機構同樣也可能因為其善款使用爭議，影響其未來受贈金額，根據衛福部以及花蓮縣政府官方捐款徵信資料，2018 年 0206 花蓮地震後花蓮縣政府收到 27.4 億元捐款，衛福部賑災專戶收到 4.4 億捐款，惟在花蓮縣政府發生善款使用疑慮後，¹¹2024 年 0403 地震時花蓮縣政府募得 7 億元，而衛福部賑災專戶則相對成長募得 16.4 億元，時至 2025 年發生之花蓮馬太鞍溪堰塞湖事件，花蓮縣政府募得 2.9 億元，而衛福部賑災專戶則募得 13.9 億元。

不過需要特別說明的是，本文引用上述募款差異，並非意在將不同年度、不同災難事件之募款金額變化直接歸因於單一地方政府或特定機關之廉潔評價。災難募款金額本身即可能受到災害規模、受災範圍、媒體能見度、募款管道、政府宣傳、捐款便利性與既有組織信任等多重因素影響。因此，本文僅將此一現象作為問題意識之經驗背景，用以說明公眾在選擇捐款對象時，可能會比較不同募款單位的可信任性與責信表現，至於組織責信資訊是否會影響個體捐款決策，仍須透過後續情境實驗設計加以檢驗。

圖 1：衛福部賑災基金會與花蓮縣政府募款差異



資料來源：本研究繪製。

是故，當災難發生時，公眾之慈善捐款決策並非僅涉及人道情感的即時反應，亦可能同時受到對募款單位廉潔度與責信表現之評估所影響。災難所引發的急迫

¹¹ 參見公視新聞網，「震災善款 8 億紓困觀光、石材業遭質疑濫用」。取自：<https://news.pts.org.tw/article/388786>（檢索時間：2025/08/19）

感、同理心與救援需求，可能促使民眾更傾向捐款，但若募款單位同時存在善款運用不透明、治理失當或廉潔疑慮，則公眾亦可能因信任受損而降低捐款意願。

因此，在災難捐款之脈絡下，情境急迫性與組織責信判斷之間可能形成拉扯，並共同影響個體最終的捐款決策。然而，既有研究對於災後募款脈絡與組織責信資訊如何同時作用於捐款意圖，仍缺乏整合性的實證檢驗。基此，本研究認為，有必要進一步探討災後情境與腐敗感知對公眾慈善捐款意圖之影響，將「災後募款脈絡」與「組織責信資訊」置於同一研究架構中進行分析。

第二節 研究目的與問題

壹、研究目的

本研究基於前述研究背景與問題意識，旨在探討公眾於不同情境脈絡下之慈善捐款決策，深入分析民眾在災後募款脈絡下面對募款組織責信疑慮與風險時的捐款決策機制。

首先，在理論層面上，本研究以修正式計畫行為理論作為主要分析架構，檢驗態度、知覺行為控制、指令性規範、描述性規範、道德規範與過去行為等構面對慈善捐款意圖之解釋力，藉以確認該理論在我國之慈善捐贈研究中的適用性，並進一步觀察不同構面在本研究情境下之相對影響程度。

其次，在實證層面上，本研究聚焦於兩項重要情境因素：其一為「組織責信資訊」，亦即公眾在接收到募款組織財務透明度、行政支出、善款用途與治理責信等資訊後，可能形成不同程度之腐敗感知；其二為「災後募款脈絡」，亦即募款活動發生於重大災難之後所形成之急迫性與情緒。本研究將透過調查實驗，檢驗不同責信資訊條件是否影響公眾之腐敗感知與捐款反應，及災後情境是否能提升公眾之捐款意圖。

在研究整合層面上，本研究試圖將慈善捐贈研究中常被分別處理之兩條分析路徑：「情境急迫性」與「組織責信判斷」置於同一研究架構中加以檢驗。這亦



是本研究最核心之目的：當「救援急迫性」所激發的情感驅力，與「組織責信」所要求的廉潔課責交織下，公眾的心理決策權衡將如何改變。同時，釐清災難的高強度情緒激發，會使民眾對負面責信資訊展現出暫時擱置監督的「盲目善意」；抑或是因災難賦予了善款更高的道德顯著性，導致民眾將組織的腐敗視為更嚴重的背叛，進而引發「義憤拒施」的懲罰性反應。

最終，本研究希冀透過實證數據釐清上述心理機制，將研究成果轉化為實務治理方針，藉由解析民眾在救援急迫性與組織責信疑慮交織下的捐贈意圖，為非營利組織提供災難募款策略、資訊揭露與責信溝通上的實務參考，以及為政府完善災難勸募監管制度提供實證依據，以維繫我國公民社會在重大災難發生時的互助韌性。

貳、 研究問題

承接上述研究目的，值得深入探討的是：當公眾同時面對災難發生所帶來的急迫感，與募款組織可能涉及腐敗或治理失當的資訊時，其捐款決策究竟將如何形成？在災後募款脈絡中，民眾是否會因情境急迫性而暫時降低對組織責信的要求，展現較為寬容的捐款態度？抑或正因災後善款具有更高的道德正當性與公共期待，民眾反而會對組織廉潔提出更嚴格的檢視？本研究試圖回答以下三項研究問題：

- 一、腐敗感知對捐款的影響機制：本研究欲探討在「修正式計畫行為理論」的架構下，民眾收到負面責信資訊並形成較高腐敗感知時，是否會降低其捐款意圖與捐款行為反應？
- 二、災後情境是否具備提升捐款意圖的效果：相較於常態性的「平時情境」，「災後情境」所引發的急迫感與情緒反應，是否能顯著提升民眾的捐款意圖與捐款行為反應？

三、災後情境是緩衝還是強化了負面責信資訊的負面影響：當「緊急救難的情緒」與「對組織腐敗的感知」同時存在時，災後情境會如何改變民眾的捐款意圖與捐款行為反應？



第三節 概念界定

由於本研究涉及慈善捐款、災後情境與腐敗感知等概念，而相關用語在不同研究脈絡下之指涉未必完全一致，為避免後續論述產生歧義，並使本文之研究範圍與分析對象更為明確，本節將依序就「慈善捐款與捐款意圖」、「災後募款脈絡與災後情境」與「組織責信資訊與腐敗感知」三項核心概念加以界定，以作為後續文獻回顧、研究設計與實證分析之基礎。此種處理方式亦符合概念界定章節之功能，即先釐清核心術語之意涵，再限縮至本文所欲探討之具體範圍。

壹、 慈善捐款與捐款意圖

慈善捐款係指個體基於公益、助人或社會回饋等目的，將個人可支配資源捐贈予公益組織、非營利組織或受助對象之行為。本文所稱之慈善捐款，係限指自然人基於公益或慈善目的所進行之金錢捐贈，不包含法人捐款、物資捐贈或志工服務等其他形式之慈善參與。

捐款意圖則係指個體在特定情境下，主觀上願意對募款組織進行金錢捐贈之心理傾向與行為意向。然而，既有研究指出捐款意圖未必能完全轉化為實際行為，兩者之間往往存在意圖—行為落差。因此，本文標題以「公益捐款決策」概念統整個體之捐款意圖與行為反應，在研究分析方面，使用「捐款意圖」作為主要依變項，用以衡量受試者之主觀捐款傾向；同時納入「模擬捐款比例」與「是否捐款」作為延伸性行為指標，並將上述結果變項統稱「捐款反應」，用以觀察受試者在實驗情境下之資源配置選擇。



貳、 災後募款脈絡與災後情境

所謂「災後募款脈絡」，一般係指重大天然災害或重大突發事件發生後，社會大眾面對受災者之生命財產損失、救援需求與復原壓力所形成之特殊社會脈絡。此一情境通常伴隨高度急迫性、情緒動員與人道訴求，因此可能與平時之常態性公益募款形成不同的心理反應與行為判斷（Eckel et al., 2007；Huber et al., 2011）。

而本文所稱之「災後情境」，並非泛指所有災害治理活動或所有災難相關政策場域，而是限指重大災難發生後，募款活動處於急迫救援與災後募款脈絡之下的募款情境，並與「平時情境」相對照，用以檢驗當公眾面對不同情境脈絡時，其捐款判斷是否出現差異。

參、 組織責信資訊與腐敗感知

本文所稱之「組織責信資訊」，係指募款組織在財務透明、行政支出、善款流向與治理責信等面向上，是否具備正當性與可信賴性之治理表現。此一概念用以說明非營利組織在慈善募款過程中，能否透過公開透明的財務資訊、合理的行政成本、可追蹤的善款用途，以及健全的治理機制，取得公眾信任並維繫捐款正當性。

「腐敗感知」則是本文於實證層次所欲觀察與測量的心理變項，指公眾在接收到有關募款組織財務不透明、行政支出過高、善款流向不明或治理失當等資訊後，對該組織可能存在不當運作、善款濫用或責信不足風險所形成之主觀判斷與負面評價。因此，腐敗感知並不必然等同於客觀上已成立之腐敗事實，而是個體根據外部資訊線索，對組織廉潔狀態所形成的認知反應。

本文以「組織責信資訊」作為實驗操弄之資訊線索，以「腐敗感知」作為受試者接收資訊後所形成之主觀心理評價。前者用以區分無責信資訊、負面責信資訊與正面責信資訊等實驗條件；後者則作為實證分析中衡量公眾對募款組織廉潔性與可信任性判斷之心理變項。

第四節 章節安排



本文共分為五章二十三節：

第一章「緒論」及其下四節主要闡述本文之研究動機、研究目的與問題、概念界定及章節安排。本文首先由慈善捐款之公共事務意涵、非營利組織責信爭議及災後募款情境出發，說明本研究之問題意識；其次提出研究目的與研究問題；再者針對慈善捐款與捐款意圖、災後募款脈絡及腐敗感知等核心概念進行界定；最後說明全文各章之安排。

第二章「理論與相關文獻回顧」及其下六節主要整理本文研究主題相關之理論與文獻。其內容依序說明我國慈善募捐制度與現狀、慈善捐贈的理論機制、修正式計畫行為理論、非營利組織責信與捐款退卻、災後募款脈絡下的情緒動員，以及情緒動員與責信判斷的競合，藉以建立本文後續研究架構與假設。

第三章「研究設計」及其下四節分別說明本文之研究架構與假設、研究方法、研究對象與研究設計流程，以及研究情境與問卷設計。透過上述安排，本章將前述理論與研究問題轉化為可實證檢驗之研究設計。

第四章「實證發現與討論」及其下六節呈現本文之資料分析結果。其內容依序說明樣本回收情況與實驗分組、量表信度檢定與情境檢核分析、修正式計畫行為理論模型分析、差異性分析、相關性分析及穩健性檢驗，並據此檢視各項研究問題與研究假設。

第五章「結論與建議」及其下三節則綜合彙整本文之研究發現，首先歸納研究結論，其次提出理論貢獻與政策意涵，最後說明研究限制與未來研究建議。

第二章 理論與相關文獻回顧



本章分為六節，依序探討「我國慈善募捐制度與現狀」、「慈善捐贈的理論機制」、「修正式計畫行為理論」、「非營利組織責信與捐款退卻」、「災難如何動員」，以及「情緒動員與責信判斷的競合」。透過上述文獻整理，本文將說明公眾捐款決策如何在「救援急迫性」與「組織責信判斷」之間形成。

第一節 我國慈善募捐制度與現狀

壹、慈善募捐法治化進程與規範

我國對於慈善募捐行為的規範，經歷消極管制到積極輔導管理的演變。在早年戒嚴時期，政府對於民間結社與勸募活動採取較為嚴格的限制；然而，隨著1987年解嚴後，我國社會力量蓬勃發展，民間組織如雨後春筍般湧現，舊有的管制約束的思維與手段已無法因應日益複雜的環境，因而政策轉向現階段的輔導與監督的立場，鼓勵民間自主申請立案，透過立案政府得以落實對第三部門的瞭解與監督，募款組織亦能藉此取得社會大眾的信任與合法性（官有垣 等人，2010）。

為了回應社會對於公益勸募活動日益高漲的公益責信（Philanthropic Accountability）要求，並解決公益勸募亂象，我國於2006年5月正式通過並實施〈公益勸募條例〉，並於2019年再次修法，其將勸募團體的行為納入法制化軌道，明文規範了勸募活動的發起資格、計畫申請、經費使用及公開徵信等，透過這些程序強化募捐機構之合法性與資訊公開性（涂瑞德，2010）。

除了勸募行為的管理，租稅規範也是我國捐款制度的重要一環。政府透過〈所得稅法〉提供捐贈扣除額，降低捐贈者的實質成本，以此作為鼓勵民間資源投入公益的政策工具。依據現行稅法規定，納稅義務人在申報綜合所得稅時，若選擇「列舉扣除額」，則其對合於規定之教育、文化、公益、慈善機構或團體的捐贈，可在

綜合所得總額中列舉扣除，對於我國民眾而言，法規提供的租稅誘因效果相當顯著（吳文傑，2005）。



貳、 慈善募捐現狀

近年來，我國慈善部門面臨全球疫情與經濟波動的雙重挑戰，台灣公益責信協會2021年的報告指出，雖受COVID-19疫情衝擊，但我國民眾的捐款行為展現出一定程度的持續性，約有五成民眾維持捐款習慣。然而，隨著後疫情時代通膨壓力與經濟不確定性升溫，捐款結構發生了顯著改變，2023年的報告以「交織的暗影」為題，揭示了2020至2022年間，雖然整體捐款參與率呈現回升趨勢，但「平均捐款金額」卻出現下滑。不過相對地，小額捐款者的比例卻逐漸成長，顯示出捐款行為轉向「普及化但小額化」的趨勢，即使可支配所得受壓縮，我國民眾對於捐款的熱情並不會完全消退，而是轉化為更具彈性的支持方式。

在捐款者人口特徵方面，性別與年齡始終是解釋捐款行為的重要變項。首先在性別方面，女性展現出較高的親社會傾向與捐款參與率，但在單次捐款金額上，男性往往高於女性，此現象普遍被認為與傳統社會結構下的經濟分工及所得分配差異有關（盧憶慧、林清壽，2013）。其次，年齡層的推移則體現了「生命週期效應」（life-cycle effect）在慈善行為中的作用，隨著年齡增長與經濟基礎的穩固，個體回饋社會的意願與能力隨之提升，依據台灣公益責信協會2023年的報告，50至59歲的熟齡世代與中產階級，已然成為穩定我國公益資源供給的中流砥柱。

雖然人口統計變項能協助我們描繪「誰是捐款者」（Who），但慈善捐贈行為是一個多層次的決策過程，若要深入分析個體「為何捐款」（Why）以及「如何形成捐款決策」（How），單憑人口特徵顯然解釋力不足。因此，本研究認為有必要引入更具解釋力的行為模型，以更全面地解構當代民眾的捐款行為。

第二節 慈善捐贈的理論機制



「人類最偉大的活動是將他們的資源給予其他人類」（Blau, 1964）慈善捐贈作為一種親社會行為（prosocial behavior），涉及資源的單向移轉，表面上雖與傳統理性經濟人追求自身利益極大化的假設存在矛盾，但卻是公民社會運作中之關鍵機制，因此慈善行為是許多不同學科研究關心之議題（Bekkers & Wiepking, 2011）。為更精確解析民眾在面臨組織廉潔度疑慮與災難衝擊時的決策，本節旨在深入探討慈善捐贈的行為邏輯，從「利他」與「利己」的多角度出發，除了試圖回答「人們為何捐贈」，更是為了釐清在面臨「腐敗感知」與「災後情境」的交互作用下，捐贈者如何調整其決策模式。

壹、為何人們願意捐款：利他、信任與社會規範

若欲超越人口統計變項的表層解釋，深入探究個體「為何捐款」與「如何決策」的心理機制，首要之務便是釐清慈善捐贈的行為本質。這種資源的單向移轉，究竟是對公共利益的無私奉獻，抑或隱含了追求心理滿足與社會地位的策略性考量？釐清上述行為邏輯是本研究後續論證的重要基石。以下將分別由經濟學與社會學之視角說明：

一、經濟學視角：

（一）純粹利他主義（Pure Altruism）與排擠效應

早期的理論多假設捐贈者為「純粹利他主義者」，根據 Becker (1974) 在〈社會互動理論〉（A Theory of Social Interactions）中的定義，純粹利他者的效用函數取決於其自身的私有消費以及受助者的福祉或公共財的總供給量。Becker 指出，這種社會互動中的相互依賴性意味著個體的滿足感直接源於他人的消費或福利水平。

然而，純粹利他主義推導出一個預測：若政府增加對公益的支出，理性的捐贈者會認為公共財總量已增加，進而減少等量的私人捐贈。但現實

數據顯示排擠效應極少發生，且該理論難以解釋為何在大型經濟體中，人們沒有選擇「搭便車」（free-riding）而是主動捐款（Andreoni, 1990）。

（二）不純粹利他主義（Impure Altruism）與暖心效應（Warm-glow）

為了解決上述理論困境，Andreoni（1989, 1990）提出了「不純粹利他主義」，Andreoni 主張，個人在進行捐贈時，不僅關心公共財的總產出，也從「自己貢獻了資源」這一行為本身獲得私人的效用滿足，他將這種源於捐贈行為本身的心理愉悅感或道德滿足感稱為暖心效應。

二、社會學視角：

前一段落之暖心效應解釋了捐贈的「內在滿足」，而 Homans（1958）的「社會交換理論」（Social Exchange Theory, SET）則提供了捐贈的「外在互動」與「信任」之理論基礎。

（一）交換的本質與回報

Homans（1958）在其有關社會交換理論之研究中指出，社會互動本質上是一種有形或無形商品的交換，個體傾向於重複那些能帶來獎勵並成本較低的行為。若將此觀點運用於慈善捐贈中，捐贈者付出了金錢成本，而換取了無形的社會獎勵，如社會讚同、聲望乃至避免社會譴責。

（二）信任作為交換的前提

Blau（1964）進一步區分了經濟交換與社會交換。其強調社會交換涉及「非具體的義務」，其回報的性質與時間在事前並不確定，因此「信任」成為社會交換得以發生並持續的必要條件。

將此觀點應用於本研究，捐贈者與慈善組織之間存在著一種隱性的契約關係：捐贈者交付資源，並相信組織能將其轉化為社會福祉，而當民眾感知到慈善組織存在腐敗或效能不彰時，則意味著組織違反了社會交換的互惠規範，社會交換行為便會終止，進而抑制捐贈意圖。

三、行為意圖預測模型

為了將捐款行為複雜的機制轉化為可驗證的實證研究，需要一個能夠整合性的解釋框架，許瓊文與賴易聖（2016）、盧憶慧與林清壽（2013）等人均採用計畫行為理論（Theory of Planned Behavior, TPB）來解釋人類之捐款行為與意圖。

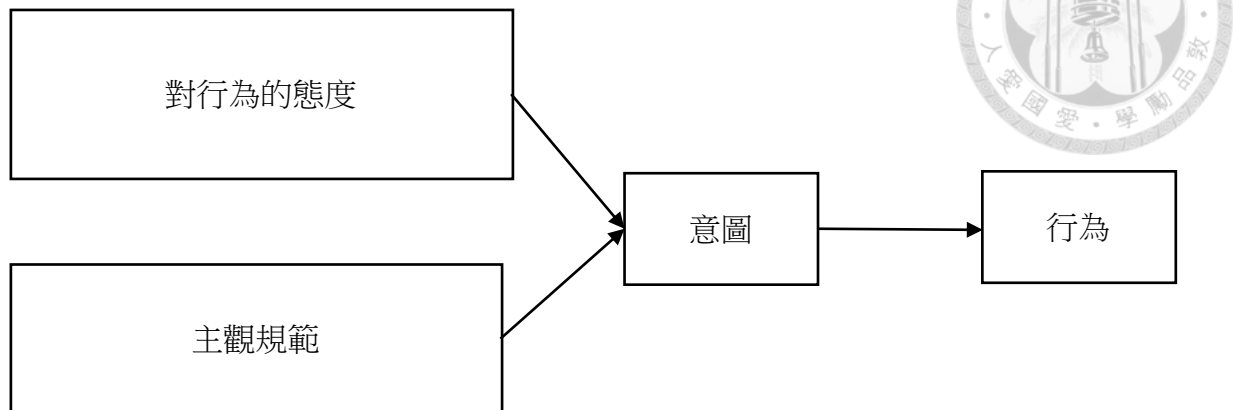
然而，傳統 TPB 模型主要建立在「理性預期」的假設之上，強調理性的成本效益評估（Ajzen, 1991），偏重行為預期效益與社會規範的權衡。此框架雖能有效解釋基於社會交換的常態性捐贈，但在面對重大災難的急迫性，或非營利組織陷入治理醜聞時，公眾的決策往往深受情感與道德的影響。基於 Simon（1990）有限理性（Bounded Rationality）的觀點，民眾在災後情境下的反應並非不理性（irrational），而是外在情境影響了他們的資訊處理。因此，本研究將先闡述計畫行為理論之基礎架構，進而探討如何建構修正式計畫行為理論，透過實驗將「組織責信資訊」與「災後情境」等納入研究，期能更精確地剖析公眾在面對公益醜聞與重大災難時的複雜決策過程。

貳、計畫行為理論

慈善捐贈作為一種親社會行為，對社會福祉與公民社會的維繫具有深遠的意義，由 Icek Ajzen（1985,1991）所發展的計畫行為理論，因其簡潔且經廣泛驗證的特性，成為解釋慈善捐贈行為之理論基礎，因此過往學者時常以計畫行為理論作為捐贈行為研究之核心概念，像是 Reid 與 Wood（2008）及 Lemmens et al.（2005）皆利用 TPB 理論探討捐贈行為。

計畫行為理論的前身是 Fishbein 與 Ajzen（1975）提出的理性行動理論（Theory of Reasoned Action, TRA），TRA 理論的核心命題是一個人的行為由行為意圖（behavioral intention）決定，而行為意圖則是由個人對該行為的態度，以及他關於該行為的主觀規範組成。

圖 2：理性行動理論架構



資料來源：Fishbein 與 Ajzen (1975)，本研究繪製。

然而，TRA 理論存在一個主要限制：它假設所有行為都處於個人的完全意志控制（volitional control）之下，由於個體時常因缺乏必要的資源（如時間、金錢或機會），無法將其意圖付諸實踐，所以難以在現實情境中成立（Fishbein & Ajzen, 1975）。為解決此限制，Ajzen (1985, 1991) 對TRA理論進行了擴展，加入了「知覺行為控制」（perceived behavioral control, PBC），PBC旨在解釋那些受限於資源與機會、非個人意志所能完全控制的行為因素，從而顯著提升了模型的解釋力與適用範圍（Ajzen, 1985, 1991）。

標準的計畫行為理論假設行為主要由個體的行為意圖驅動，而意圖則受到三個核心構面的影響：對行為的態度（attitude toward the behavior）、主觀規範（subjective norm）以及知覺行為控制，以下將分別說明Ajzen提出之TPB理論三大核心構面：

- 一、對行為的態度：對行為的態度係指個人對執行某特定行為的整體評價傾向，包括正面或負面的評價程度，而非對某個客體的態度。根據Fishbein與Ajzen (1975) 所提出之期望值模型（Expectancy-value Model），態度是根據人們對該對象所持的信念所形成的，個人對於執行某行為可能導致的後果的信念，將這些預期後果乘以對其價值的評價，便共同決定了對該行為的態度。也就是說，當個體認為從事該行為會帶來有利的結果或滿

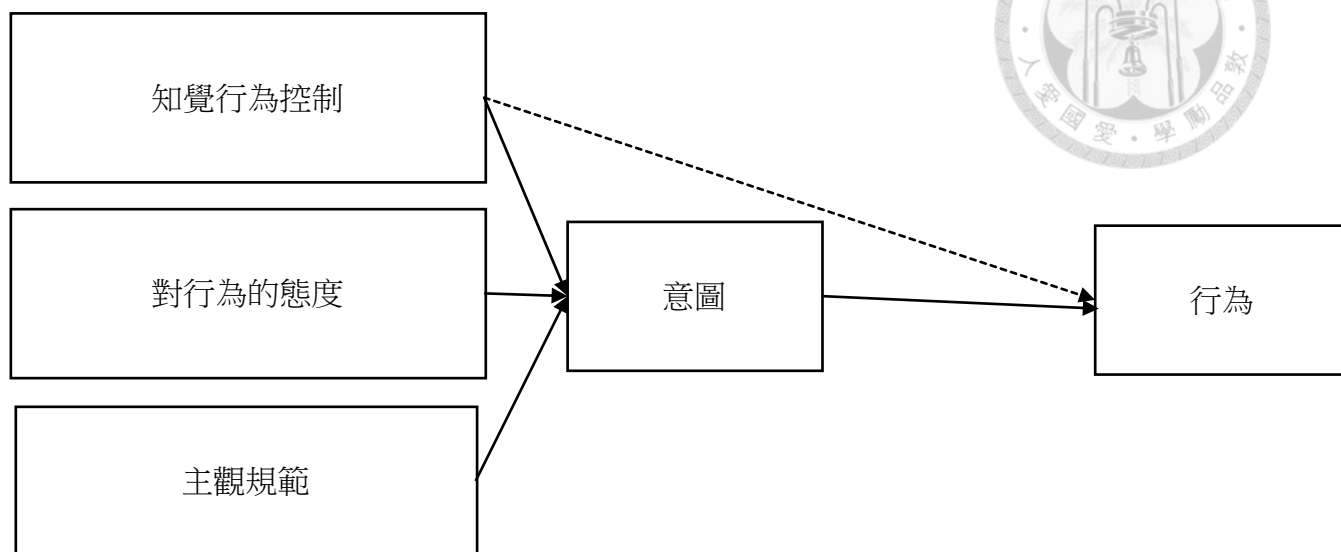
足自身價值時，他對該行為的態度即為正向；反之，若預期不利結果，態度則偏負向。

二、主觀規範：個人對於特定參考對象或是重要他人期望其如何行動，會匯聚成規範信念，將這些信念乘以個人順從這些參考對象的動機，便形成主觀規範。因此，主觀規範是指個人感受到重要他人對其從事某行為的期望或社會壓力程度，意即個體會考量「對我來說重要他人是否支持我進行這項行為」，並據此感受到順從他人期望的壓力。若一個人認為其親友、同事等重要他人人都贊同捐款，他所感知的主觀規範強度便高，因而更傾向捐款；反之，若周圍人持負評或冷淡態度，則其捐款意圖可能降低。

三、知覺行為控制：個人對於存在哪些可能促進或阻礙行為執行的因素構成控制信念，將這些信念乘以個人感知到這些因素的影響力，便共同形成知覺行為控制。知覺行為控制指個人對自身能否掌控或順利執行某行為的主觀評估，包括對內在能力、外在資源與機會的感知。知覺行為控制不僅影響意圖，亦可能在行為受到實際控制因素限制時直接影響行為，當個體覺得「我辦得到」時，才更可能付諸實際行為。

TPB 描繪了一條清晰的理論關係：個體的信念結構形塑態度、主觀規範與知覺行為控制，再由這三個核心概念共同決定行為意圖，最終，行為意圖成為行為最直接的前置變項（Ajzen, 1991）。

圖 3：計畫行為理論架構



資料來源：Ajzen（1991），本研究繪製。

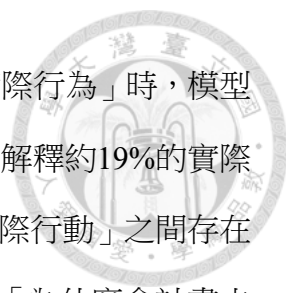
參、計畫行為理論於慈善捐贈之預測效用與侷限

自從計劃行為理論提出以來數十年間，儘管已有大量研究將其應用於慈善捐贈領域，但在這些廣泛的應用中，浮現一個一致的侷限：標準TPB模型對於預測「意圖」具有一定程度的解釋力，但對於預測「實際行為」則顯著較弱。許多學者早已觀察到此現象（Sutton, 1998; Conner & Armitage, 1998; Smith & McSweeney, 2007），並致力於發展擴展模型以彌補其不足。後續White et al. (2023) 所發表的後設分析（Meta-analysis），也為這段長期的學術觀察提供了強而有力的量化總結，該研究綜合了117個有關於TPB理論應用於慈善捐贈的獨立樣本的數據，得出以下關鍵結果：

一、對意圖的解釋力：標準TPB的三個核心構面（態度、主觀規範、PBC）合計能夠解釋捐贈意圖44%的變異量。

二、對行為的解釋力：意圖與PBC共同僅能解釋實際捐贈行為19%的變異量。

也就是說，這篇研究顯示計畫行為理論在預測人們「打算」捐贈的「意圖」時，表現得相當有力，TPB的標準三要素（態度、主觀規範、感知行為控制PBC）的解釋力甚至高於TPB在其他一般行為研究的平均水準。



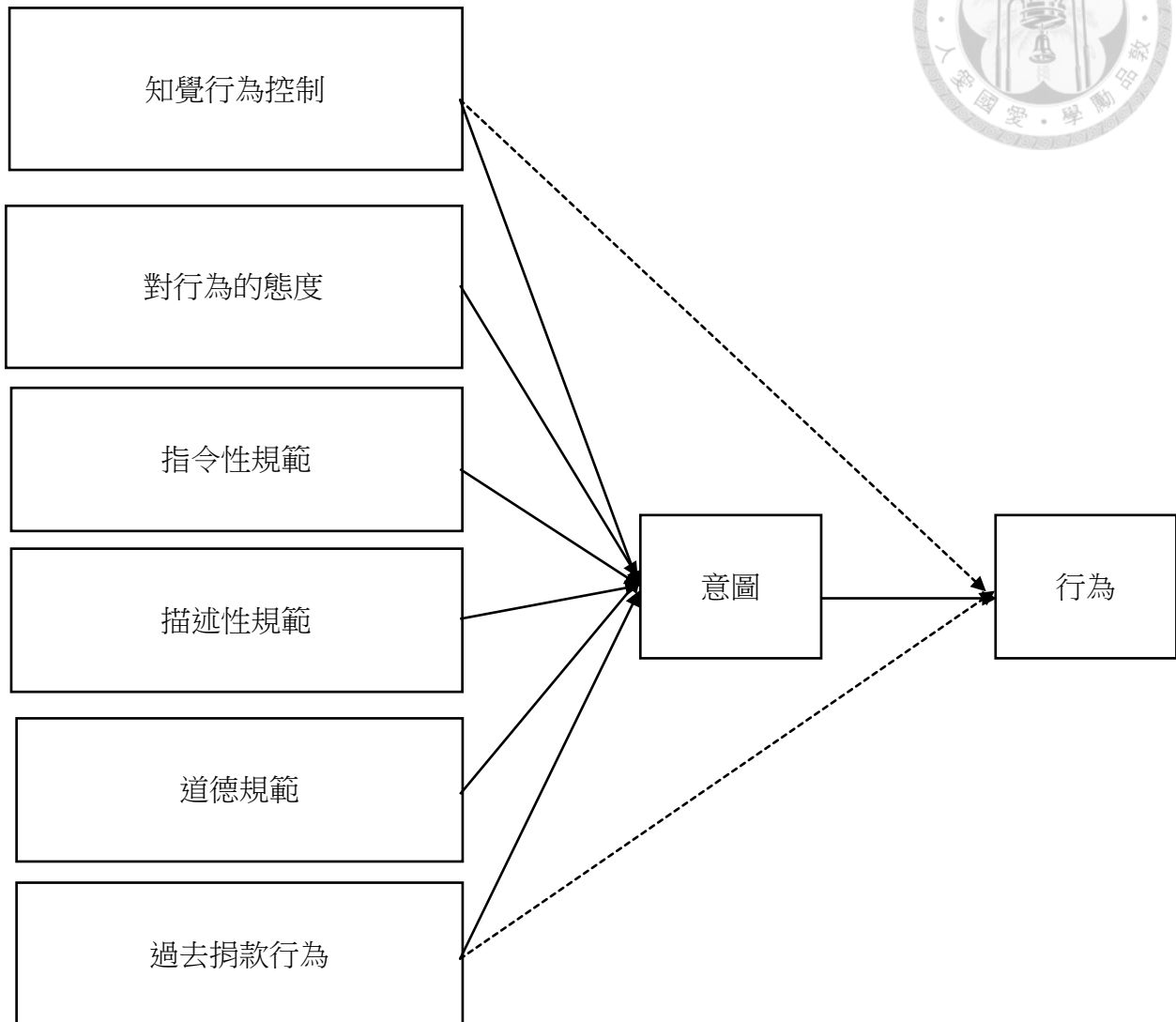
然而，當要預測人們是否「真的會去執行」捐贈這個「實際行為」時，模型的解釋力卻大幅下降，研究發現意圖和PBC兩者加總，也僅能解釋約19%的實際捐贈行為變異，代表在慈善捐贈領域，人們的「意圖」和「實際行動」之間存在著明顯的「意圖－行為差距」。計畫行為理論能有效解釋人們「為什麼會計畫去給予」，但對於預測他們「最終是否真的會給予」的解釋力則相對有限。

第三節 修正式計畫行為理論

Ajzen（1991）認為計畫行為理論原則是開放的，可以納入額外具顯著性之預測變項，Smith與McSweeney（2007）以及Van der Linden（2011）的研究均將傳統計畫行為理論修正，將原先的主觀規範更改為指令性規範、描述性規範與道德規範並加入過去行為，形成修正式計畫行為理論。



圖 4：修正式計畫行為理論架構



資料來源：Smith & McSweeney (2007)，本研究繪製。

指令性規範 (injunctive norms) 反映了對於重要他人認為一個人「應該」做什麼的知覺，因此TPB的主觀規範屬於一種指令性規範，因為它關乎感知到來自重要他人要求執行該行為的社會壓力。相對來說，描述性規範 (descriptive norms) 則反映了關於其他人是否執行該行為的知覺。

道德規範 (moral Norm) 亦稱個人規範，指個體對於從事某行為的道德義務感或個人責任感 (Schwartz, 1977)，即「我認為捐款是道德上正確且有義務去做」。道德規範反映了內化的道德價值觀，當個體認為不捐款會引發自我譴責、捐款會帶



來良心上的自我讚許時，表示其道德規範水平較高。研究證實，在慈善捐贈中，將道德規範納入模型可以顯著提高對意圖的解釋力（Conner & Armitage, 1998），而Smith與McSweeney（2007）在TPB模型中加入道德規範後發現，道德規範對慈善捐款意圖的影響力甚至高於態度、主觀規範等傳統構面。Van der Linden（2011）的研究進一步確認了道德規範在捐款決策中的重要作用，強調個人內心的道德責任感是推動捐款的強大動機。綜上所述，道德規範在慈善捐贈領域被視為計畫行為理論關鍵的擴充變項之一，一個人若深信「助人為樂是道德責任」，其捐款意圖與行為將大幅提升。

過去行為（past behavior）代表個體在過去是否曾從事相關行為，Conner 與 Armitage（1998）、Norman 與 Smith（1995）與Bozionelos 與 Bennett（1999）均認為在計畫行為理論中可以納入過去行為的測量，而Conner et al.（1999）的研究也同意過去行為對行為有影響，並且是預測行為意圖的重要的預測因子之一。

綜上所述，修正式計畫行為理論可作為本文理解一般捐款意圖形成之基礎分析架構，說明個體之捐款意圖如何受到態度、規範、知覺行為控制與過去行為經驗等因素影響。然而，慈善捐款並非發生於抽象且去脈絡化的情境之中，捐款者往往是在特定募款資訊、組織形象與社會事件脈絡下進行判斷。因此，後續本文將組織責任資訊與災後情境視為外部情境資訊，藉以檢驗當公眾進入特定募款脈絡時，其既有捐款傾向是否會受到組織責任判斷與災難情緒急迫性的影響。

第四節 當募款不再可信：非營利組織責任與捐款退卻

非營利組織作為公益體系的重要一環，其履行社會使命的能力，高度仰賴穩定的資金來源以支撐其運作成本。Posnett與Sandler（1989）指出非營利組織的收入來源包括捐款、費用、投資收益、租金、銷售以及政府補助。為獲得資金，組織必須進行募款，而募款行為具有兩種效果：首先，透過讓潛在捐贈者意識到其產出與服務，募款行動促使非營利機構的捐款需求被民眾看見；另一方面，Weisbrod與



Dominguez (1986) 認為由於募款行動的支出會消耗部分捐款，雖然具有廣告宣傳效果，但募款成本卻會排擠提供服務供給的資源，進而降低了單位捐款的邊際效益。

其中，募款單位最為人詬病之處，在於捐款者往往無法知曉其組織運作、受贈財產使用去向，甚至有些單位並沒有公開確切清楚的財務報表，Hansmann (1979, 1987) 與Bekkers (2003) 的研究顯示非營利機構的特徵之一是「資訊不對稱」，由於捐贈者無法直接了解他們資助的產出，捐贈者也通常無法接觸受益人，因此他們不知服務是否真的提供，或提供品質為何。即便捐贈的標的是公共財，捐贈者雖能看到其具體表現，但無法判斷自己的捐款是否真的換來額外的服務，還是落入他人囊中，都必須依靠機構提供資訊。慈善組織也就在慈善捐款中擔任捐贈者與受贈者之間的中介，與捐贈者之間會形成委託人與代理人關係 (Handy, 2000, p.439)，即便假設個人有意願捐助慈善事業，他們也可能因顧慮此潛在代理問題而卻步 (Fama & Jensen, 1983, pp.318-321)。

因此，縱使慈善捐款本質良善，但這一切良善的意願與行為都根植於一個前提：非營利組織需要具有基本的公共信任 (孫煒，2004)，信任是促成善行的首要因素 (Uslaner, 2002, p.135)，若能夠提升信任，將能有效提升捐款者捐款的可能性 (Taniguchi & Marshall, 2014)。反之，當慈善體制缺乏透明度 (transparency) 與課責 (accountability)，只要媒體偶爾報導一次表現不佳或資金錯置的事件，可能就會動搖整個慈善部門的形象，進而衝擊捐贈意願與行為 (Bekkers, 2003)。

承接前述，若將慈善捐贈視為一種契約關係，潛藏於此關係中的資訊不對稱與利益衝突，可能是導致腐敗滋生的溫床。Groenendijk (1997) 同樣認為腐敗本質上即為一種委託代理問題 (Principal-agent Problem)，代理人 (如慈善組織或執行者) 利用其資訊優勢，違背委託人 (如捐贈者) 的利益與期望，進行未經授權的交易以謀取私利，當受贈單位擁有對受贈資源的獨占控制權與過度的裁量空間，卻缺乏相應的透明度與課責機制時，其作為代理人之腐敗風險便隨之升高。



在上述基礎下，受贈單位之腐敗該如何被定義？根據國際透明組織（Transparency International）2009年的反腐敗簡明語言指南，腐敗被定義為「濫用被委託的權力以謀取私人利益」（the abuse of entrusted power for private gain）。Rose-Ackerman（2010）則從制度經濟學的角度定義腐敗，認為腐敗是利用公共或私人職位進行非法或不道德的行為，以換取個人或團體利益，並會對治理和經濟發展產生負面影響。國際透明組織2024年的報告指出因為腐敗行為本身難以直接量化，因而通常使用腐敗感知指數（Corruption Perceptions Index, CPI）來衡量，該指數並非直接測量腐敗行為，而是捕捉公眾和專家對腐敗的「感知」，評估公眾對公共部門腐敗程度的看法。值得注意的是，腐敗感知可能與實際腐敗水平存在偏差，例如在透明度較高的國家，雖然實際腐敗較低，但公眾對腐敗的敏感度可能更高，從而導致較高的腐敗感知（Treisman, 2007; Olken, 2009）。

受贈單位之醜聞是民眾對其產生腐敗感知的重要來源，對捐款意圖的影響尤為顯著，Adena（2016）發現媒體機構能夠非常迅速地傳播關於慈善機構的不當行為資訊，並對捐款行為的實質負面衝擊。Chapman et al.（2022, pp.288-295）對非營利組織醜聞進行系統性回顧，指出醜聞會損害組織聲譽，其嚴重性與組織回應策略都會影響民眾腐敗感知所產生的負面效應。

學界普遍認為組織的誠信治理與財務責信是維繫捐款者的基石，而「腐敗感知」則扮演著關鍵的阻卻角色，當捐款者察覺到組織內部可能存在管理瑕疵、資訊不對稱或不當行為時，捐助動機將顯著受挫。Weng et al.（2015, pp.4977-4980）的研究指出腐敗行為可能包括資金挪用、資源濫用或管理不透明，其以災害救助為背景，探討公共信任與腐敗感知之間的關係，發現當捐款者感知到政府或非營利組織存在腐敗行為時，其對組織的信任顯著下降，從而降低捐款意願。Attanasi et al.（2019, p.419）的研究也證實當捐款者感知到組織內部可能存在挪用行為時，其捐款意圖便會下降。Lo與Wu（2015）針對我國的研究也發現，慈善機構的醜聞，像是我國不時傳出有個人或企業透過假慈善機構進行逃漏稅的事件，會損害慈善機構的整體聲譽，使得新成立、尚未建立信譽的慈善機構在勸募時格外困難。此外，

Di Falco et al. (2020) 針對捐款透明度與轉移鏈 (transfer chain) 長度的研究，發現捐款者在有中介者存在時會變得不願意捐款。

然而，即便揭露了相關資訊，捐贈者是否會主動蒐集並據此調整行為，仍取決於其對資訊處理的態度與成本考量。Zhuang et al. (2014, p.482) 針對捐贈者的捐款金額與非營利組織所提供的價值相關資訊揭露量進行分析，發現其呈正向關係。Mitchell et al. (2026) 則藉由這種「資訊成本」的承擔意願將捐贈者區分為三種：「溫情型」(Warm-glow Donors) 追求的是捐贈帶來的私人滿足感，而非實際的社會影響，他們不會關心非營利組織的效率，也不會花費成本去蒐集相關資訊；「個人影響」型 (Personal Impact Donors) 專注於自己捐出的每一分錢是否產生最大效益，只有當資訊帶來的效益超過成本時，他們才會投資於資訊蒐集，若在他人的支付成本的情況下，他們則會選擇最有效的組織，其對效率非常敏感；「社會影響」型 (Social Impact Donors) 捐贈者則關心整體捐贈的社會效益，只要能提高整體效率，他們就有更強的誘因去付出成本取得資訊，只要資訊的價值足以抵銷成本，不論是由自己承擔還是由他人支付，他們都會積極選擇效率最高的組織。

除了上述的醜聞與資訊透明度外，組織的「財務管理」亦常被視為潛在的腐敗訊號，其中「行政成本」即為關鍵指標。若慈善組織以收受捐贈為主且報告具有實質意義的行政支出，則捐贈者可能會將行政成本比例作為捐贈決策的考量因素 (Tinkelman & Mankaney, 2007, p.62)，組織的財務效率與捐款金額之間存在強正相關，高財務效率的資訊更能促使現實中經常捐款的人提高捐款金額 (Peng et al., 2019, pp.22-23)；反之組織若有高間接費用可能代表其效率低下，甚至可能存在貪污腐敗，捐贈者可能會將慈善機構的間接支出視為該組織是否能履行承諾的信號 (Gneezy et al., 2014)。

綜整本節文獻，慈善捐贈行為很大程度上取決於捐贈者對受贈單位的感知評價，當非營利組織面臨財務不透明、高行政成本或醜聞指控時，這些外部資訊線索將轉化為捐贈者「腐敗感知」。本研究推論，此種負面的感知評價將成為阻卻捐贈的關鍵驅力，據此推論以下研究假設：

研究假設H1：負面責信資訊將對慈善捐款意圖產生負向影響。



第五節 災難如何動員：急迫性、情緒與捐款決策

當災難發生後，新聞媒體、網路社群所傳播出災區的受災樣貌，往往會激發民眾情緒反應，其中包含了正向與負向的情緒經驗。首先，共情與同理心屬於正向的社會情感，同理心能誘發利他的幫助行為，當人們感受到受助者的苦難時所激發的悲憫、憐憫等情緒，往往會驅使其捐款相助（O'Loughlin Banks & Raciti, 2018）。除了正向情感，研究也指出某些負向情緒像是內疚感或罪惡感可以促進捐款決策，如果個體預期不捐款會產生良心不安，為避免這種負面情緒，其可能傾向於立即捐款（Basil et al., 2008），情感因素提供了理性以外的動能，進而可能導致災後捐款與平時捐款產生差異。

同時，由於災後情境下慈善捐贈之受益者通常遭受某種損害，因此許多研究也將其與受害者相提並論，Kogut與Ritov（2005）及Small et al.（2007）指出透過提供受害者的詳細資訊，讓受害者變得有形將會更容易激發強烈的情緒反應並增加捐款，形成「可辨識受害者效應（Identifiable Victim Effect）」。Butts et al.（2019, pp.22-27）與Västfjäll et al.（2014, pp.6-8）的研究進一步顯示出「單一受害者效應（Single Victim Effect）」，這意味著人們針對慈善事業的情感反應，在面對單一瀕危個體時最為強烈，隨著受害者群體規模的擴大，人們的幫助意願和行為會顯著下降，而透過修改捐贈選項，則可以有效抵消單一受害者效應並減少捐款者內心衝突（Rubaltelli & Agnoli, 2012）。

當慈善捐贈之焦點轉移至災害援助時，捐贈決策可能不只取決於對募款單位的理性評估，更受到事件本身的屬性、捐贈者與受害者之間的心理距離（psychological distance），以及對災難成因的歸因歷程（attribution process）所驅動。Eckel et al.（2007）針對卡崔娜颶風捐贈者的慈善捐款模式研究中指出，災害帶來的是短期捐贈的高峰，對天然災害的直接經驗會使災害的影響更為顯著，從而

增加捐贈，因為這種經驗可能拉近捐贈者與受害者之間的社會距離，或讓捐贈者更意識到災害的成本。Huber et al. (2011) 則發現理解人們對人道苦難的情感反應，是理解人們如何決定要幫助誰的另一個重要面向，在其研究中，人們在對人道援助的判斷與決策中展現出一種即時性偏誤 (Immediacy Bias)，也就是說人們會認為那些恰好能立即喚起情感的人道苦難更值得幫助，並會對其捐出不成比例的資源。

不過僅憑災害發生的急迫性或情感連結，尚不足以完全解釋捐贈行為的變異，在情感衝動之外，捐贈者亦會對災害事件進行評估，來判斷受害者的處境是否源於不可抗力，進而建構出受害者是否「值得幫助」的判斷，相較於不可控的自然災害，人為因素介入的程度越高，越可能觸發捐贈者的責任歸究心理，導致截然不同的捐助態度。Zagefka et al. (2011) 的研究顯示人們是否向人道災難受害者捐款取決於對災難成因的感知，捐贈者更不願意向人為災害的受害者捐款，因為捐贈者傾向認為人為災難的受害者應受譴責的程度更高，且在自救方面也更不積極，Campbell et al. (2001) 也指出如果人們認為受害者應為自身困境負責，便會更不願意捐款。反之，若捐款者將受害者視為積極、自助且值得幫助的，將會明顯提升人們的捐款傾向 (Bennett & Kottasz, 2000, p.358)，除了災難成因，捐款者對一個地區的熟悉度可能會因其能產生對受害者之認同而增加捐款傾向 (Zagefka et al., 2013, pp. 646-649)。

若將視角聚焦於我國本土的災難治理脈絡，捐贈行為實則呈現出更為複雜的樣貌，在重大災難發生時，捐款決策並非僅由單一的災難屬性或個人感知所驅動，而是鑲嵌在特定的社會結構與傳播環境之中。林秀芬 (2011) 探討921地震後的捐款行為的研究指出，我國重大災難的捐款行為受災難本身的特性、捐款人的個人因素、廣泛的社會因素與勸募單位的特質等面向共同決定的複雜過程。羅雁紅與鍾宜珈 (2016) 的研究也指出災難新聞會影響大眾了解災難的狀況，對慈善募款來說，在面臨急迫性時若能透過大眾傳播讓大眾了解需求，則能夠有效獲得協助。

由於現代慈善體系多透過中介機構運作，捐贈者往往難以直接接觸受助對象，當資訊不對稱存在時，捐贈者的決策會隨距離的遠近與受助者特徵的揭露程度而

產生顯著的動態變化。Ein-Gar與Levontin（2013,p.207）認為，當人們在心理上感覺與捐贈的最終受益人存在距離時，則會選擇慈善組織等較具一般性、抽象的目標捐款。上述現象牽涉到捐贈者與受贈者之間的資訊對稱問題，Fong與Oberholzer-Gee（2011）發現捐贈者若能夠取得受贈者相關資訊，即使取得資訊可能會付出相對應的成本，仍會對其捐贈行為產生影響，例如：得知受贈者為身心障礙人士時，捐贈金額會隨之上升；反觀受贈者是吸毒者時，捐贈金額則顯著下降。

捐贈決策並非單純的理性計算，而是多重因素混合的過程。首先，就情感層面而言，文獻揭示了「可辨識受害者效應」與「單一受害者效應」，顯示捐贈行為高度依賴於具體形象所引發的情感共鳴；然而，此種情感驅力具有邊際效益遞減的特性，隨著受害者規模擴大或心理距離的增加，捐贈者的情感涉入度可能因情緒調節策略介入而降低，呈現出對於大規模苦難的心理麻木。

其次，在受助者評價層面，捐贈者對於受助者「應得性」的判斷，取決於其對災難成因的因果歸因：當苦難源於不可抗力的自然因素時，受助者被視為無辜且值得同情；反之，若災難被歸因為人為疏失或個人責任，則將觸發責備心理並削弱捐助意願。最後，資訊的不對稱性與模糊性會擴大捐贈者與受益人間的的心理距離，迫使捐贈者轉向依賴組織聲譽或一般性目標進行決策。據此，本研究推論以下研究假設：

研究假設H2：災後情境下的捐款意圖顯著高於平時一般情境。

第六節 情緒動員與責信判斷的競合：災後捐款之互動機制

前述文獻分別探討了腐敗感知對理性捐贈的抑制以及災後情境對感性捐贈的驅動。然而當這兩股力量同時存在時，捐款者的決策將陷入同時遭遇理性計算與情感衝動，由於既有文獻對於前述二者之交互作用並未形成一致預期，本研究認為災後情境對腐敗感知的調節效果並非單一方向，而是取決於「情緒激發」以及「厭惡背叛」。



壹、 情緒激發與即時性偏誤：對腐敗的忽視

Huber et al. (2011) 指出人們在人道援助中存在「即時性偏誤」，傾向認為能立即喚起情感的苦難更值得幫助，並投入不成比例的資源。此現象可由Slovic et al. (2007) 提出的「情感捷徑」(Affect Heuristic) 解釋，其指出人們藉由感覺狀態與刺激物來判斷與決策的心理捷徑，在涉及強烈情感的決策情境中，將會依賴快速的情緒進行反應，而非經過詳細的資訊處理來進行判斷。災難事件所引發的驚駭或焦慮，屬於高強度的「情緒激發」(Emotional Arousal)，這類強烈感受往往會凌駕於理性分析之上。而根據Dirkin (1983) 的研究，高強度的情緒激發與壓力會導致「認知隧道效應」(Cognitive Tunneling Effect)，使個體對次要線索的利用能力下降，在本研究災後捐款的情境下，此效應將導致捐款者忽略組織過往的財務醜聞或行政效率等次要資訊，依舊產生捐款意圖。據此，本研究推論以下研究假設：

研究假設H3a：基於情緒激發與即時性偏誤，災後情境將弱化負面責信資訊對捐款意圖的負向影響。

貳、 厭惡背叛與道德憤怒：對腐敗的制裁

相對地，另一派理論則指出災難情境可能會放大對腐敗的道德譴責。Joireman et al. (2020) 的研究發現，當慈善組織背離了捐款者的指定用途（如挪用資金），會激發強烈的背叛感與憤怒，導致捐款者採取拒絕捐款或減少志願服務投入等懲罰性行動，並會增加傳播負面聲譽與更換慈善機構的傾向。

根據Jones (1991) 的道德強度模型，災難造成的高額損失與嚴重後果會大幅提升該情境的道德顯著性 (Moral Salience)，使公眾對決策者的行為審查更為嚴苛。此外，依據厭惡背叛 (Betrayal Aversion) 理論 (Bohnet et al., 2008; Koehler & Gershoff, 2003)，人們對於「被人背叛」的厭惡程度遠高於單純的自然風險，當公眾察覺原本的守護者涉及腐敗時，這種「背叛」行為將引發比自然災害本身更強烈的道德憤怒。在慈善情境中，捐款者與組織之間存在社會交換契約，平時的腐敗可

能僅被視為管理不善，但在災難情境下，挪用救命錢不僅是財務問題，更是對脆弱受害者生存權的侵害，形成了更嚴重的「道德違背」，導致該行為在災難背景下被視為更加不可原諒。據此，本研究推論以下研究假設：

研究假設H3b：基於厭惡背叛與道德憤怒，災後情境將強化負面責信資訊對捐款意圖的負向影響。

參、 討論

綜整前述文獻，災後情境與腐敗感知對捐款決策的影響，並非單純朝同一方向作用，而是存在兩種可能的理論路徑：第一種路徑可理解為「盲目善意」：當災難提高救援急迫性與情緒激發時，公眾可能優先回應受災者需求，而暫時降低對募款組織責信資訊的關注，災後情境可能削弱負面責信資訊對捐款意圖的負面影響；第二種路徑則可理解為「義憤拒施」：當災後善款被賦予更高的道德重量時，組織財務不透明、行政成本過高或善款流向不明等資訊，可能被公眾視為對受災者與捐款者的背叛，災後情境反而可能強化腐敗感知對捐款意圖的抑制效果。

因此，本文真正關注的並非災後情境是否單純提高捐款意圖，而是當災後急迫性與組織責信疑慮同時出現時，公眾的捐款判斷究竟較接近「先救人、後問責」的盲目善意，抑或較接近「善款不可被濫用」的義憤拒施。基此，本文於後續研究設計中，透過平時／災後情境與不同負面責信資訊條件之組間實驗，檢驗災後情境是否會改變責信資訊與腐敗感知對捐款意圖及捐款反應之影響。

第三章 研究設計與資料蒐集



第一節 研究架構與假設

壹、研究架構

本研究採用Ajzen（1991）所提出的計畫行為理論為基礎，並考量該理論在後續實證研究中的發展與修正，參酌Smith 與 McSweeney（2007）以及Van der Linden（2011）等學者的研究成果，將原有的主觀規範解構並擴充，建構本研究之「修正計畫行為理論」架構，具體修正如下：

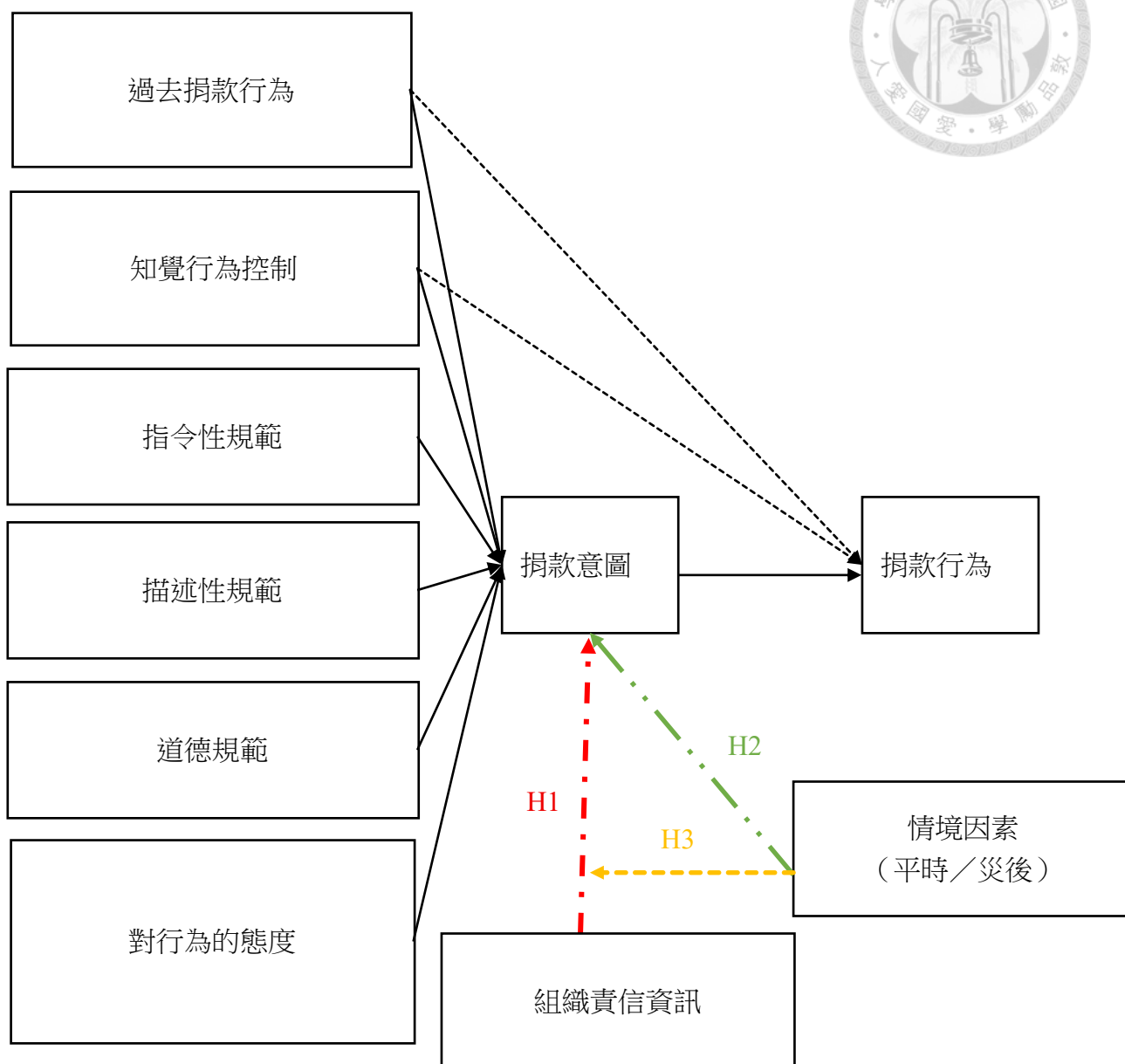
首先，將規範性因素細緻化為「指令性規範」、「描述性規範」與「道德規範」。「指令性規範」延續了傳統主觀規範的意涵，反映個體感知到重要他人（如家人、同儕）要求其執行特定行為的社會壓力；「描述性規範」則反映個體對於他人是否實際執行該行為的感知，亦即從眾效應的觀察。此外，鑑於公共事務行為常涉及利他主義與公民責任，本研究納入Schwartz（1977）定義的「道德規範」，用以測量個體內化後的道德義務感。

其次，除了原有的「行為態度」與「知覺行為控制」外，由於「過去行為」是未來行為的重要預測指標，本研究亦將其納入預測變項，以補充傳統TPB模型未能涵蓋的行為習慣面向。

綜上所述，本研究試圖透過此修正後的六大構面，探討其對「捐款意圖」的影響路徑。



圖 5：研究架構圖



資料來源：Smith & McSweeney (2007)，本研究繪製。

貳、 待驗假設

一、研究假設H1：負面責信資訊將對慈善捐款意圖產生負向影響。

二、研究假設H2：災後情境下的捐款意圖顯著高於平時一般情境。

三、研究假設H3災後情境調節腐敗感知之影響：

(一) H3a：基於情緒激發與即時性偏誤，災後情境將弱化負面責信資訊對捐款意圖的負向影響。

- (二) H3b：基於厭惡背叛與道德憤怒，災後情境將強化負面責信資訊對捐款意圖的負向影響。



第二節 研究流程與研究方法

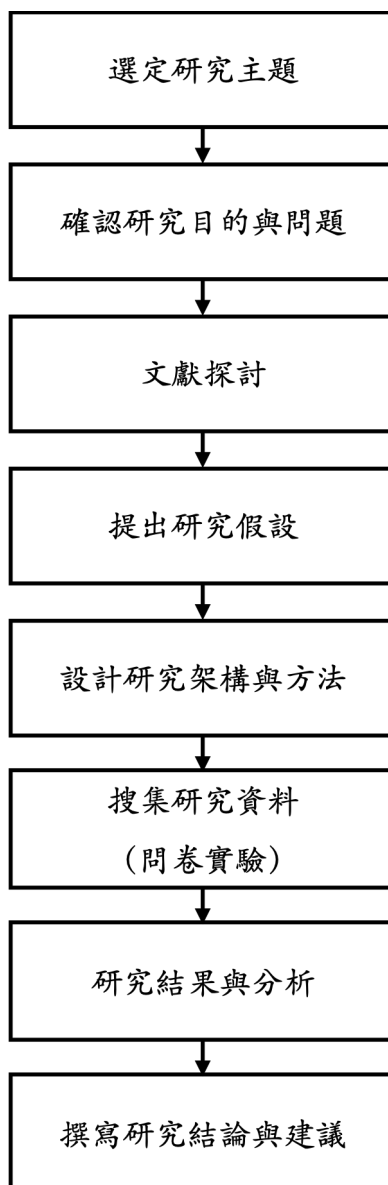
壹、 研究流程

本研究之研究流程，首先係由研究問題之形成出發，透過我國慈善募捐制度與實務現況之整理，說明公眾慈善捐款並非單純之個人善意或情緒反應，而是同時涉及募款組織責信、財務透明與公共信任等治理議題。其次，本文整理慈善捐贈、修正式計畫行為理論、腐敗感知、組織責信與災後情境等相關文獻，作為後續建立研究架構與研究假設之理論基礎。

基於上述理論基礎，本文進一步建立研究架構與研究假設，並採用2×3組間問卷實驗設計，分別以平時／災後情境作為情境因素，並以無責信資訊、負面責信資訊與正面責信資訊作為組織責信資訊條件。藉由此一研究設計，本文得以檢驗災後情境是否提高公眾捐款反應、負面責信資訊是否降低公眾捐款反應，以及災後情境是否會緩衝或強化負面責信資訊之負面效果。最後，本文依據實證分析結果回應研究問題與研究假設，並進一步提出研究結論、理論貢獻、政策意涵與未來研究建議。整體研究流程如圖2所示。



圖 6：研究流程圖



資料來源：本研究繪製。



貳、 研究方法

本研究目的在於探討捐款者對募款單位之「腐敗感知」程度，是否會影響其捐款意圖；並進一步檢視「募款情境」是否在其中扮演調節角色。為了使受試者能夠快速融入募款情境，並在閱讀完募款文案後能夠模擬真實決策情境進行題項之填答，本研究採用問卷實驗法之形式進行。

根據淦金堂（2017）的專書，實驗研究法適合用來研究變項間的因果關係，其被定義為一種為了尋找解釋因果關係的證據，而做出符合科學性要求的嘗試過程（Campbell & Cook, 1979），核心在於科學地開展行動並觀察結果。Oehlert（2010）指出實驗研究法相較於其他方法具有四項顯著優勢：首先，它允許研究者對感興趣的「實驗處理」（Treatment）進行刻意的改變與操弄；其次，透過嚴謹的設計，能將偏誤降到最低；第三，在比較的過程中能讓誤差變小；最後，在實驗控制的過程中，允許研究者對結果的差異進行強而有力的推論，特別是針對「因果關係」的推論。

過往關於慈善捐贈的研究，多數採用問卷調查法蒐集受訪者的自我報告（Self-report）數據，此類方法雖然能廣泛蒐集資料，但自變項與依變項往往同時存在於單一問卷中，難以完全排除受訪者社會期待偏誤（Social Desirability Bias, SDB）或無法確立變項發生的時間序列。本研究採用問卷實驗法之特點，在於能精準地操弄研究假設中的自變項（組織責信資訊、募款情境），並嚴格控制與此變項無關的其他干擾因素（如組織名稱、服務類型等），藉由實驗設計分離出實驗操弄所造成的變異，以獲得確切的因果關係證據。

本研究採取情境式問卷，此方法參考受訪者可能遭遇的現實生活經驗，編制具體的事件或故事，請受訪者置身於該特定情境中進行判斷，採用情境式問卷會有以下優勢：

首先，情境式問卷能提供客觀且明確的參照架構，透過情境的設計，研究者可以在受訪者之間標準化社會刺激，同時讓決策情境更加真實，確保所有受訪者都是

基於相同的資訊基礎進行回答，有助於受訪者跳脫個人對抽象名詞的模糊定義，提升測量的一致性（Alexander & Becker, 1978; Finch, 1987）。

接下來，情境式問卷也降低心理防衛與提升真實性，由於「災後情境」如何調節「腐敗感知」的影響難以透過抽象問題來測量，因此透過「投射」到具體情境中，受訪者較能卸下心防，真實表達在特定條件下的行為意向，而非僅表達空泛或是社會所期待的道德原則（Wason et al., 2002）。

綜上所述，考量本研究旨在探討「平時」與「災後」兩種截然不同脈絡下，民眾「腐敗感知」對於捐款之權衡與決策差異，採用情境式問卷實驗法能控制其他干擾變項，單獨檢驗「腐敗感知」對捐款意圖的效果，以及「災後情境」如何調節這一效果，為最適切之研究方法。

第三節 問卷蒐集與實驗設計

壹、 問卷蒐集

本研究旨在探討民眾在不同募款情境（平時／災後）與責信資訊條件下之捐款反應，採用 Qualtrics 線上問卷平台進行調查，問卷透過線上社群平台（如 Facebook 社團等）及批踢踢實業坊（PTT）、Dcard 等大型公共論壇進行發放，並將於問卷發放貼文中說明研究目的，過程中採受訪者自願填答，採匿名保護機制並符合相關知情同意等倫理規範。更重要的是，本問卷調查實驗精神在於確保內在效度（internal validity），故在施測過程中透過隨機分派方式，最終也使樣本在不同處理情境中具有統計上的等同性以及各分組之間之平衡性（陳春敏、陳振宇，2019）。

本研究採 2×3 組間實驗設計，共六組情境，為使各組具有足夠樣本進行組間比較，本文原則上採取以每組約 60 至 65 人作為最低樣本配置目標，目標回收約 390 份問卷，實際回收並清理後有效樣本為 386 份，各組樣本數介於 57 至 68 人之間，整體分配尚稱均衡，足以支撐後續主要統計分析。

解讀前須謹慎留意之處是，由於本研究之受試者組成可能較偏向熟悉網路問卷、教育程度較高或特定年齡層之受試者。因此，本文研究結果較適合用以檢驗不同情境下之因果差異，較不宜逕行推論全國民眾之捐款策略與態度。¹²

不過本研究仍具備學術價值，理由如下：

一、驗證理論機制：依據Calder et al. (1981) 之觀點，在驗證理論機制的研究中，重點在於檢視變項間的因果關係，而非精確估計母群體的參數。因此，由於本研究意在驗證平時與災後情境如何調節責信資訊對捐款意圖與反應之影響機制，只要受試者具備正常之認知判斷能力，即落在理論適用之範疇內，便利樣本仍能有效檢證實驗操弄之效果，具備足夠的內部效度（Internal Validity）。

二、實驗情境之適用性：本研究採問卷實驗法，將受試者隨機分派至不同實驗情境，Highhouse (2009) 指出，在行為科學實驗中，只要能確保「隨機分派」程序確實執行，除非有理由懷疑觀察到的效應會受到某種未在樣本中呈現的母體特性所影響。因此，即便使用網路問卷樣本，在隨機分派的基礎上，仍能有效控制干擾變項，並推論變項間的因果影響。

貳、問卷實驗設計

本研究將操弄兩個自變數：第一個因子為「情境因素」，分為「平時情境」與「災後情境」兩個水準；第二個因子為「責信資訊條件」，分為「無資訊（控制組）」、「負面責信資訊」與「正面責信資訊」三個水準。受試者將透過隨機分派機制，被分配至以下六種獨立的實驗情境組合之一，每位受試者僅閱讀一種情境文本並填答一次問卷，以確保觀測值之獨立性與內部效度。

一、實驗分組配置：依據上述兩個因子之交錯，本研究共建立六組研究情境如下：

¹² 因研究經費、人力所限，有關未來推論台灣全體民眾之捐款策略與態度之蒐集，本文也於結論研究建議提出研究設計與資料蒐集的若干建議。



- (一) 第一組：平時情境＋無責信資訊。（基準對照組）
- (二) 第二組：平時情境＋負面責信資訊。
- (三) 第三組：平時情境＋正面責信資訊。
- (四) 第四組：災後情境＋無責信資訊。
- (五) 第五組：災後情境＋負面責信資訊。
- (六) 第六組：災後情境＋正面責信資訊。

表 1：本研究之實驗分組

組別	代號	情境因素	責信資訊	組別性質
第一組	G1	平時情境	無責信資訊	基準對照組
第二組	G2	平時情境	負面責信資訊	實驗組
第三組	G3	平時情境	正面責信資訊	實驗組
第四組	G4	災後情境	無責信資訊	災後對照組
第五組	G5	災後情境	負面責信資訊	實驗組
第六組	G6	災後情境	正面責信資訊	實驗組

資料來源：本研究整理。

表 2：本研究之實驗情境

募款情境	對照組 無責信資訊	實驗組 負面責信資訊	實驗組 正面責信資訊
平時情境： 偏鄉教育 （長期性/非急迫）	【情境 1】 僅描述偏鄉教育困 境與募款訴求。	【情境 2】 媒體報導拒絕審計、資 金流向不明。	【情境 3】 第三方最高評級、財 務透明專款專用。
災難情境： 地震災難 （突發性/高急迫）	【情境 4】 僅描述地震災情與 緊急救援訴求。	【情境 5】 媒體報導挪用善款、高 層福利自肥。	【情境 6】 行政成本低於 5%、捐 款 100%用於受災戶。

資料來源：本研究整理。

第四節 研究情境與問卷設計

本節將深入闡述本研究之研究情境設計邏輯、文本建構原理以及各研究變項的操作化定義，鑑於本研究旨在探討「腐敗感知」與「災後情境」對民眾捐款意圖

的交互影響，研究設計必須能夠在控制外生變數的前提下，精確操弄受試者所接收的資訊刺激，並捕捉其心理決策歷程。



壹、 情境設計與操作化定義

情境文本的設計是本研究成敗的關鍵。文本必須具備足夠的真實感以引發受試者的投入，同時又要精確操弄自變項以檢驗假設，以下分別闡述「平時情境」與「災後情境」，以及「責信資訊條件」的設計原理。

一、情境因素之操弄：

本研究將募款情境區分為「平時情境」與「災後情境」，這兩者的核心差異在於「急迫性」與「情緒激發」的程度。

(一) 平時情境：理性決策的基準點

平時情境在本研究中扮演「基準線」的角色，此情境之測量直接採用修正正式計畫行為理論量表，旨在捕捉受試者在未受外部影響下，基於個人態度、規範信念與控制感等變項所形成的常態性捐款意圖。

1. 設計原理：平時情境的文本設計參考一般非營利組織的組織介紹與募款文案，¹³ ¹⁴此類文案通常強調組織的長期使命、服務對象的持續性需求以及捐款的長遠效益，因此捐款行為更多被視為一種基於理性計算的社會交換或個人價值觀的實踐。根據Smith與McSweeney（2007）的研究，在排除未經思考的突發狀況下，捐款人擁有充裕的時間處理資訊，其決策路徑較符合「修正正式計畫行為理論」的理性預期模型，捐款決策乃是經過理性思考與推導的產物，而非一時的衝動或直覺反應。
2. 文本建構要素：在平時情境的文本建構上，時間設定在「長期」、「持續」與「穩定」的發展脈絡，其內容聚焦於解決教育落差、

¹³ 參見伊甸基金會「伊甸簡介」。取自：https://www.eden.org.tw/pages.php?level1_id=JCUxIyE=&level2_id=JCUxIyE（檢索時間：2025/01/11）

¹⁴ 參見台灣世界展望會，「世界展望會簡介」。取自：<https://www.worldvision.org.tw/articles/31>（檢索時間：2025/01/11）

貧窮等長期的社會問題，而非應對突發性的生存危機，因此整體情緒基調維持溫和且理性，旨在喚起捐款人的責任感與同理心，而非透過恐懼或驚駭的強烈情緒來進行訴求。

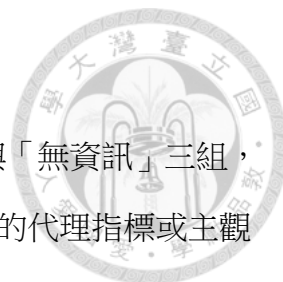


（二） 災後情境

災後情境旨在模擬重大自然災害發生後的緊急募款環境，此設計引入了「情緒激發」、「即時性偏誤」、「可辨識受害者效應」等理論，探討高強度的情感衝擊如何改變決策。

1. 設計原理：Huber et al. (2011) 發現人們對「即時性」苦難有不成比例的捐助傾向。因此，本研究在災後情境的文本設計上，參考了我國過往重大災難之募款文案，¹⁵並結合認知隧道效應 (Dirkin, 1983)、情感捷徑理論 (Slovic et al., 2007) 以及可辨識受害者效應 (Small et al., 2007)。旨在透過具體且慘烈的生理傷害與物質損失，形成高強度的情緒激發，引發受試者的驚駭、焦慮與對受害者的強烈同情，此種情緒可能壓倒對組織的理性考量，促使其依賴快速的直覺反應，而非詳細的資訊處理。
2. 文本建構要素：災後情境之文本設計以強烈且緊迫為情緒基調，旨在直接訴諸受試者的生存本能與人道救援直覺，採用「緊急」、「黃金救援時間」、「刻不容緩」等詞彙來建構時間壓迫感與即時性；同時，為了有效激發「可辨識受害者效應」，內容具體描繪了慘烈的生理傷害與物質損失，透過「家園全毀」、「瓦礫堆下求生」以及「急需飲水醫療」等具像化描述，強化受難場景的真實感與衝擊力。

¹⁵ 參見賑災基金會，「重大災害救援 - 0403 花蓮震災募款專案」。取自：https://wabay.tw/projects/0403twhl_earthquake?locale=zh-TW（檢索時間：2025/01/11）



二、責信資訊之操弄：資訊線索的建構

責信資訊分為「負面責信資訊」、「正面責信資訊」與「無資訊」三組，由於腐敗的隱蔽性，人們往往缺乏直接資訊，而需依賴外部的代理指標或主觀感知來推論組織的廉潔程度（Kaufmann et al., 2012），因此本研究選定「財務透明度」、「行政成本比例」與「第三方評價」作為操弄責信資訊的關鍵線索，並透過後續題項檢驗其是否影響受試者之腐敗感知。

（一） 負面責信資訊

1. 設計原理：負面責信資訊情境旨在揭露組織治理失能或資源濫用的潛在風險。Gneezy et al. (2014) 發現大眾傾向將「高行政成本」歸因於組織效率低落或貪汙，進而削弱捐款意圖；Hung et al. (2025) 的調查實驗指出，當非營利組織的行政成本佔比提升到35%至50%時，將顯著降低捐款者的支持意願。據此，本研究之負面責信資訊文本將具體強調募款單位拒絕公開帳目、行政費用過高及過往負面新聞等特徵，以有效操弄責信資訊條件，並預期使受試者形成較高程度之腐敗感知。
2. 文本建構要素：負面責信資訊情境之文本設計以理性批判與揭露為基調，採用「拒絕審計」、「流向不明」、「非指定用途」等詞彙來建構腐敗感知；同時，為了有效激發「感知貪腐」與「行政費用厭惡」，內容具體描繪了資源分配的極度失衡與過往不良紀錄，透過「每百元僅不到30元用於受助者」、「挪用於人事宣傳」以及「媒體報導資金疑雲」等具像化描述，強化受試者之負面觀感。

（二） 正面責信資訊

1. 設計原理：正面責信資訊情境提供正面的治理資訊，強調高透明度與責信，Mitchell et al. (2026) 指出，對於關注社會影響的捐款人，透明的資訊揭露能降低資訊搜尋成本，增強捐款動機。此

外，根據Sloan（2009）的研究，擁有第三方證明評價的慈善組織也可以增加捐款者的捐款意圖。因此，正面責信資訊文本將強調募款單位的高透明度、低行政費用以及第三方認證背書。

2. 文本建構要素：正面責信資訊情境之文本設計以理性擔保與完全透明為基調，採用「定期公開財報」、「流向可追溯」、「專款專用」等詞彙來建構正向感受；同時，內容具體描繪了資源分配的極大化與嚴謹的財務紀律，透過「行政成本低於5%」、「捐款100%直接用於救援，行政費用另由企業贊助」以及「連續多年獲公益評價機構最高評級」等具像化描述，強化受試者之正面觀感。

（三） 無資訊組

1. 設計原理：作為對照組，僅呈現組織的基本介紹與募款需求，完全不提及財務狀況、行政效率或過往評價，建立一個「資訊真空（Information Vacuum）」的基準，以釐清提供負面資訊或正面資訊相對於一般狀態下的影響。

表 3：情境文本設計

研究組別	情境因素	責信資訊	情境文本
第一組	平時情境	無責信資訊	在我國偏遠山區，貧窮像是一道看不見的牆，造成了嚴重的教育落差。許多孩子並非缺乏天賦，而是受限於資源匱乏，正面臨貧窮複製的困境。這不是一時的危機，而是需要社會大眾長期關注的問題。 「人人關懷協會」深信教育是脫貧最穩定的力量，我們致力於推動持續性的偏鄉教育深耕計畫。您的捐款將用於聘請穩定的師資進行課後輔導，並提供長期的獎助學

			金。這是一場漫長的馬拉松，需要您的支持，讓我們一起陪伴孩子走過漫漫求學路，打破世代貧窮的循環。
第二組	平時情境	負面責信資訊	在我國偏遠山區，貧窮像是一道看不見的牆，造成了嚴重的教育落差。許多孩子並非缺乏天賦，而是受限於資源匱乏，正面臨貧窮複製的困境。這不是一時的危機，而是需要社會大眾長期關注的問題。 「人人關懷協會」深信教育是脫貧最穩定的力量，我們致力於推動持續性的偏鄉教育深耕計畫。您的捐款將用於聘請穩定的師資進行課後輔導，並提供長期的獎助學金。這是一場漫長的馬拉松，需要您的支持，讓我們一起陪伴孩子走過漫漫求學路，打破世代貧窮的循環。 但根據《公益觀察週刊》與多方媒體報導，「人人關懷協會」近期爆發嚴重爭議。調查發現該協會多次拒絕審計，財務極不透明，且有部分資金流向不明或被轉作非指定用途之投資。 數據顯示，該協會行政與人事費用過高，民眾捐出的每100元善款中，僅有不到30元用於受助者身上，其餘70%善款多遭挪用於人事宣傳與高層主管福利。針對上述指控，該協會至今尚未公開回應，引發社會對其善款流向的強烈質疑。
第三組	平時情境	正面責信資訊	在我國偏遠山區，貧窮像是一道看不見的牆，造成了嚴重的教育落差。許多孩子並非缺乏天賦，而是受限於資源匱乏，正面臨貧窮複製的困境。這不是一時的危機，而是需要社會大眾長期關注的問題。

			「人人關懷協會」深信教育是脫貧最穩定的力量，我們致力於推動持續性的偏鄉教育深耕計畫。您的捐款將用於聘請穩定的師資進行課後輔導，並提供長期的獎助學金。這是一場漫長的馬拉松，需要您的支持，讓我們一起陪伴孩子走過漫漫求學路，打破世代貧窮的循環。 同時，根據《公益觀察週刊》與第三方評鑑機構報告，「人人關懷協會」已連續多年獲得公益責信最高評級認證。該協會堅持財務完全透明，每月定期公開財報，每一筆善款流向可追溯，確保專款專用。 數據顯示，該協會嚴格自律，行政成本低於 5%，且行政支出已由合作企業全額贊助。這意味著您捐出的善款，將 100% 直接用於救援或受助對象身上，確保您的愛心發揮最大效益。
第四組	災後情境	無責信資訊	就在昨夜，震度超過 921 地震之芮氏規模 7.5 強震全國有感，各縣市皆傳出嚴重災情，目前累計死亡人數上看500 人，受傷人數無法估計。目前仍有大量民眾受困，正在瓦礫堆下求生，伴隨著受難者微弱的呼救聲與家屬心碎的哭喊，現場宛如人間煉獄。 現在是與死神拔河的緊急時刻，「人人關懷協會」搜救隊已挺進各大災區，但現場急需飲水、醫療用品與禦寒毛毯。每一分每一秒的流逝都關乎生死，救援行動刻不容緩！請把握黃金救援時間立即伸出援手，您的每一筆捐款，都能在生與死的關鍵時刻挽救一條寶貴的生命！
第五組	災後情境	負面責信資訊	就在昨夜，震度超過 921 地震之芮氏規模 7.5 強震全國有感，各縣市皆傳出嚴重災情，目前累計死亡人數上看

			500 人，受傷人數無法估計。目前仍有大量民眾受困，正在瓦礫堆下求生，伴隨著受難者微弱的呼救聲與家屬心碎的哭喊，現場宛如人間煉獄。 現在是與死神拔河的緊急時刻，「人人關懷協會」搜救隊已挺進各大災區，但現場急需飲水、醫療用品與禦寒毛毯。每一分每一秒的流逝都關乎生死，救援行動刻不容緩！請把握黃金救援時間立即伸出援手，您的每一筆捐款，都能在生與死的關鍵時刻挽救一條寶貴的生命！ 但根據《公益觀察週刊》與多方媒體報導，「人人關懷協會」近期爆發嚴重爭議。調查發現該協會多次拒絕審計，財務極不透明，且有部分資金流向不明或被轉作非指定用途之投資。 數據顯示，該協會行政與人事費用過高，民眾捐出的每 100 元善款中，僅有不到 30 元用於受助者身上，其餘 70% 善款多遭挪用於人事宣傳與高層主管福利。針對上述指控，該協會至今尚未公開回應，引發社會對其善款流向的強烈質疑。
第六組	災後情境	正面責信資訊	就在昨夜，震度超過 921 地震之芮氏規模 7.5 強震全國有感，各縣市皆傳出嚴重災情，目前累計死亡人數上看 500 人，受傷人數無法估計。目前仍有大量民眾受困，正在瓦礫堆下求生，伴隨著受難者微弱的呼救聲與家屬心碎的哭喊，現場宛如人間煉獄。 現在是與死神拔河的緊急時刻，「人人關懷協會」搜救隊已挺進各大災區，但現場急需飲水、醫療用品與禦寒毛毯。每一分每一秒的流逝都關乎生死，救援行動刻不

			容緩！請把握黃金救援時間立即伸出援手，您的每一筆捐款，都能在生與死的關鍵時刻挽救一條寶貴的生命！ 同時，根據《公益觀察週刊》與第三方評鑑機構報告，「人人關懷協會」已連續多年獲得公益責信最高評級認證。該協會堅持財務完全透明，每月定期公開財報，每一筆善款流向可追溯，確保專款專用。 數據顯示，該協會嚴格自律，行政成本低於5%，且行政支出已由合作企業全額贊助。這意味著您捐出的善款，將100%直接用於救援或受助對象身上，確保您的愛心發揮最大效益。
--	--	--	--

資料來源：本研究整理。

貳、問卷與選項設計

本研究之問卷設計旨在操作化「修正式計畫行為理論」架構下的各個變項，並針對本研究核心議題：「平時」與「災後」情境如何調節「腐敗感知」對「捐款意圖」之影響進行實證測量。

為確保測量工具之信度（Reliability）與效度（Validity），本研究主要採用過往學者已發表且經過驗證之成熟量表，並依據本研究之慈善捐贈情境進行適度改寫，以下依序說明情境有效性檢核、自變項、中介變項、調節變項及依變項之詳細問卷選項與設計邏輯。

一、情境有效性檢核題

為了確認本研究設計之「災後情境」與「平時情境」是否成功引發受試者預期的心理狀態差異，參考相關文獻加入情境有效性檢核題項，本研究認為，災後情境應能顯著產生「情緒激發與迫切感」；而針對腐敗行為的描述，應能有效引發受試者「腐敗感知」與「背叛感」。



(一) 情緒激發與迫切感

針對受害者的特定同情心與救援急迫感是驅動「盲目善意」的關鍵，本研究參考Batson et al. (1987) 的研究，並加入急迫性題項，以李克特5點量表測量，題幹為：「在閱讀上述故事後，您感受到以下情緒的程度為何？」

1. EM1：「我感到同情 (Sympathetic)。」(1代表非常不同意，5代表非常同意)
2. EM2：「我感到憐憫 (Compassionate)。」(1代表非常不同意，5代表非常同意)
3. EM3：「我感到驚慌 (Alarmed)。」(1代表非常不同意，5代表非常同意)
4. EM4：「我感到擔憂的 (Worried)。」(1代表非常不同意，5代表非常同意)
5. EM5：「我認為這種情況需要立即採取行動，刻不容緩。」(1代表非常不同意，5代表非常同意)

(二) 腐敗感知 (Corruption Perceptions)

在本研究架構中，「腐敗感知」被視為阻礙捐款意圖的核心感知變項，本研究採納Webb et al. (2000) 所建立對慈善組織的態度量表，由於該量表內容涵蓋對組織資金運用效率與誠信度的評價，本研究以李克特5點量表測量受試者閱讀情境後的態度分數，藉此驗證受試者對不同情境的知覺差異，以此作為責信資訊情境有效性檢核之依據。

1. CP1：「我相信捐給該組織的錢是用於正當的用途。」(1代表非常不同意，5代表非常同意)
2. CP2：「我懷疑捐給該組織的資金，有很大一部分會被浪費或管理不善。」(1代表非常不同意，5代表非常同意)

- 
3. CP3：「我對募款單位的印象是正面的。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）
 4. CP4：「募款單位在幫助受助者方面相當成功。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）
 5. CP5：「募款單位對社會發揮了有用的功能。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）

本量表的設計旨在捕捉受試者對慈善組織的本質評價，CP2與CP4側重於檢視組織是否存在管理不善或績效低落等制度能力面的缺失；而CP1與CP5則直接指向組織是否具備正當動機與社會價值。

（三） 背叛感

本研究採用Joireman et al. (2020) 發展之量表以測量受試者對募款單位的「背叛感」(Betrayal)，並以李克特5點量表測量。

1. BE1：「我感到被募款單位背叛。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）
2. BE2：「我認為募款單位違背承諾。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）
3. BE3：「募款單位讓我失望的程度。」（1代表非常滿意，5代表非常失望）

二、修正式計畫行為理論：

本研究採用Smith與McSweeney (2007) 提出的「修正式計畫行為理論」作為解釋捐款決策的核心機制，該理論已被多項研究證實能顯著提升對慈善捐贈行為的解釋力 (Van der Linden, 2011; White et al., 2023)。

（一） 對捐款行為的態度 (Attitude Toward the Behavior, ATT)

態度是指個體對執行特定行為所抱持的正面或負面評價，根據Smith與McSweeney (2007) 的操作化定義，態度應包含「工具性」與「情感性」兩個構面，前者涉及行為是否有用、有益，後者涉及行

為是否令人愉快、滿意。本研究採用語意差異量表（**Semantic Differential Scale**），題幹為：「在上述情境下，我認為捐款給該組織是.....」，並包含以下5組形容詞，並以五點量尺測量。

1. ATT1：壞的 — 好的（Bad — Good）
2. ATT2：不愉快的 — 愉快的（Unpleasant — Pleasant）
3. ATT3：無用的 — 有用的（Useless — Useful）
4. ATT4：無益的 — 有益的（Unrewarding — Rewarding）
5. ATT5：愚蠢的 — 明智的（Foolish — Wise）

在本研究的情境中，當受試者處於「負面責信」情境時，預期其對捐款的工具性評價（ATT3, ATT4）將顯著下降，意即認為捐款無用。

（二） 道德規範（Moral Norms, MN）

Smith與McSweeney（2007）指出，慈善捐贈往往帶有強烈的道德義務感，這是傳統TPB中「主觀規範」（Subjective Norm）所無法完全涵蓋的，本研究採用Smith與McSweeney（2007）建議的題項，以李克特5點量表測量個體的內在道德規範。

1. MN1：「如果我不捐款給這個組織，我會感到內疚。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）
2. MN2：「在這種情況下，不捐款給該組織違背了我的道德原則。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）
3. MN3：「我相信我有道德義務捐款支持這項救援行動。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）

（三） 知覺行為控制（Perceived Behavioral Control, PBC）

PBC反映了個體對於執行捐款行為之難易程度的感知，包含對自身資源的控制力以及對克服障礙的信心，本研究採用Smith與

McSweeney (2007) 建議的題項，以李克特5點量表測量個體的知覺行為控制。

1. PBC1：「是否捐款給該組織，完全取決於我。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）
2. PBC2：「如果我願意，我有足夠的資源捐款給該組織。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）
3. PBC3：「我有信心能夠克服困難，完成對該組織的捐款。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）

（四） 規範信念

指令性規範與描述性規範為了完整呈現Smith與McSweeney (2007) 的修正式TPB模型，本研究亦保留了此二者規範，並以李克特5點量表測量。

1. 指令性規範 (Injunctive Norm, IN)：「對我重要的人（如家人、朋友）會認為我應該捐款給該組織。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）
2. 描述性規範 (Descriptive Norm, DN)：「我認為大部分的人在這種情況下都會捐款給該組織。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）

（五） 過去行為 (Past Behavior)

Smith與McSweeney (2007) 的研究證實過去捐款行為是捐款意圖的強大預測因子，本研究亦使用李克特5點量表測量此變項。

1. PB1：「我通常會捐款給慈善機構與社區服務組織。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）
2. PB2：「在過去的4週內，我沒有捐款給慈善機構或社區服務組織。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）



三、依變項：捐款意圖與模擬行為

捐款意圖是本研究的依變項，根據Smith與McSweeney（2007）意圖應透過多個題項來測量以提高信度，並具體指涉目標行為，本研究使用李克特5點量表測量DI1~DB1，DB2~DB4則開放填寫數額。

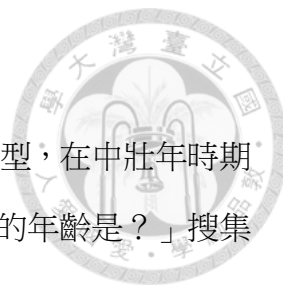
- （一） DI1：「我打算（Intend to）捐款給這個組織。（1代表非常不同意，5代表非常同意）
- （二） DI2：「我很可能（Likely to）會捐款給這個組織。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）
- （三） DI3：「我願意（Willing to）捐款給這個組織。」（1代表非常不同意，5代表非常同意）
- （四） DA4：在閱讀完上述故事後，若您獲得一筆新台幣10,000元之工作所得，您願意捐出多少比例（%）給該組織？
- （五） DA5：在閱讀完上述故事後，若您獲得一筆新台幣10,000元之抽獎獎金，您願意捐出多少比例（%）給該組織？

四、控制變項

為了排除個人特質對實驗結果的干擾，本研究納入以下控制變項：

（一） 性別

根據本研究第二章文獻回顧之結論，性別對慈善捐贈的影響尚不一致。Andreoni et al.（2003）指出差異取決於「捐贈價格」，男性在低價時較慷慨，女性反之。Rooney et al.（2005）、Leslie et al.（2013）與Willer et al.（2015）則認為女性捐款可能性與金額皆高於男性；De Wit & Bekkers（2016）雖同意女性捐款頻率高，但金額較低且分散。然而，Bolton & Katok（1995）與Einolf（2011）學者則認為兩者無顯著差異。本研究使用「請問您的性別是？」搜集受試者性別，選項包含：男性、女性與其他。



（二） 年齡

根據研究發現，年齡對慈善捐贈的影響呈倒U型，在中壯年時期達高峰（Lo & Wu, 2015）。本研究使用「請問您的年齡是？」搜集受試者年齡。

（三） 教育程度

教育程度通常與慈善捐贈呈正相關，Isa et al.（2015）指出，受教育程度越高者捐款意願越高。然而，Lee & Chang（2007）針對我國的研究顯示，不同於西方國家，教育程度與捐贈行為的關聯在此並不顯著。本研究使用「請問您目前教育程度是？」蒐集受試者資料，選項包含：國小以下、國小、國中、高中、專科、學士、碩士、博士。

（四） 個人年收入

Auten & Rudney（1990）提出「U型曲線」論點，即高、低收入者的捐款比例皆高於中產階級。然而，James & Sharpe（2007）指出，若剔除捐贈超過收入10%的極端值，此曲線即消失，顯示該現象源於少數高度投入家庭的分布不均。此外，Piff et al.（2010）的研究也發現，低收入者相較於高收入者，反而傾向將更高比例的收入投入慈善。本研究使用「請問您目前個人年收入為？」蒐集受試者資料，選項包含：40萬以下、41-50萬、51-70萬、71-100萬、100萬以上，考量個人年收入可能屬於較敏感之個人資訊，故設計不便回答選項。

（五） 宗教信仰

在宗教信仰方面，宗教捐款高度依賴信仰與宗教參與，相較之下世俗捐款則更受教育程度與家庭收入的驅動（Lo & Wu, 2015）。本研究使用「請問您目前的宗教信仰為？」蒐集受試者資料，選項包含：基督教、天主教、道教、佛教、伊斯蘭教、無特別信仰與其他。



(六) 居住地

考量我國各地方民眾在經濟發展、過往受災經驗、與災區之物理距離以及區域文化上有所差異。本研究使用「請問您目前的居住地為？」蒐集受試者資料，選項包含：我國22縣市與其他。

(七) 過去經歷

考量民眾過往社會參與與親社會行為之經驗，可能會導致其在捐款行為上有所差異。本研究使用「請問您是否曾擔任過非營利組織之志工？」以及「請問您是否曾參與過非營利組織舉辦之活動？」蒐集受試者資料，為類別選項之是非題。

(八) 捐款信任與對象

考量民眾對於不同單位之信任度不一，可能會導致其在捐款單位信任上有所差異。本研究使用「請問您較信任捐款給下列哪一單位？」以及「請問您較願意捐款給下列哪一單位？」收集民眾信任與願意捐款之募款單位，為類別選項，選項包含：非營利組織、中央政府、地方政府、個人募款。

第四章 實證發現與討論



本章旨在呈現本研究問卷實驗之實證分析結果，並據此回應前述研究問題與研究假設。本研究採用情境式問卷實驗設計，將受試者分派至不同實驗情境，以觀察其在面對不同情境脈絡與責信資訊時，對募款組織之認知、情緒反應與捐款意圖是否產生差異。

本研究關心的核心問題，並非單純是民眾是否願意在災後捐款，而是當災難所帶來的人道急迫性，與募款組織可能涉及腐敗或治理失當的資訊同時出現時，公眾的捐款決策將如何形成。意即公眾是否會因災後情境之急迫性而展現較高捐款反應，形成某種「盲目善意」；抑或會因組織腐敗疑慮而更加降低捐款，甚至出現「義憤拒施」之反應，乃是本章實證分析所欲回答之核心問題。

本章分析依三個層次展開：首先，檢驗修正式計畫行為理論各構面對捐款意圖之解釋力，以確認個體捐款意圖形成之基礎模型。其次，本文進一步檢驗平時／災後情境與不同責信資訊條件對捐款意圖、捐款行為與是否捐款之影響，以回答本文之研究問題。最後，本文透過相關分析與穩健性檢驗，確認主要發現是否在不同依變項與分析方法下仍具一致性。

第一節 樣本回收情況與實驗分組

壹、 樣本回收情況

如第三章所述，本研究採用 2×3 組間實驗設計。第一個因子為「情境因素」，區分為「平時情境」與「災後情境」；第二個因子為「責信資訊條件」，區分為「無責信資訊」、「負面責信資訊」與「正面責信資訊」。因此，本研究共形成六個實驗組別，分別為：平時情境×無責信資訊、平時情境×負面責信資訊、平時情境×正面責信資訊、災後情境×無責信資訊、災後情境×負面責信資訊，以及災後情境×正面責信資訊。

本研究問卷透過 Qualtrics 問卷系統進行線上方式發放，原始資料匯出後共 461 筆問卷紀錄，進一步排除未同意參與研究、未完成問卷者與注意力檢核篩選後，共刪除 75 份無效樣本，最終有效樣本為 386 份，約占整體回收問卷之 83.7%，此 386 份樣本即為本節後續進行實驗分組分布說明之基礎。

表 4：樣本回收與資料整理情形

問卷整理階段	樣本數	百分比
原始回收問卷數	461	100%
有效問卷數（同意參與、完成問卷與通過注意力檢核者）	386	83.7%

資料來源：本研究整理。

進一步觀察六組實驗分派情況，平時情境下，無責信資訊組共 68 人，負面責信資訊組共 67 人，正面責信資訊組共 67 人；災後情境下，無責信資訊組共 57 人，負面責信資訊組共 66 人，正面責信資訊組共 61 人。如下表 5 所示，各組樣本數介於 57 人至 68 人之間，各組所占比例約介於 14.8%至 17.6%之間，顯示本研究六組實驗樣本分布大致均衡，未出現某一組樣本數明顯過少或過度集中的情形。

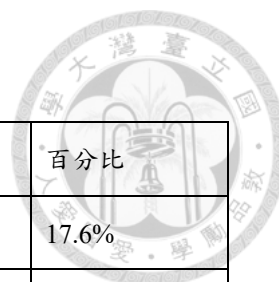


表 5：有效問卷受試者分組情況

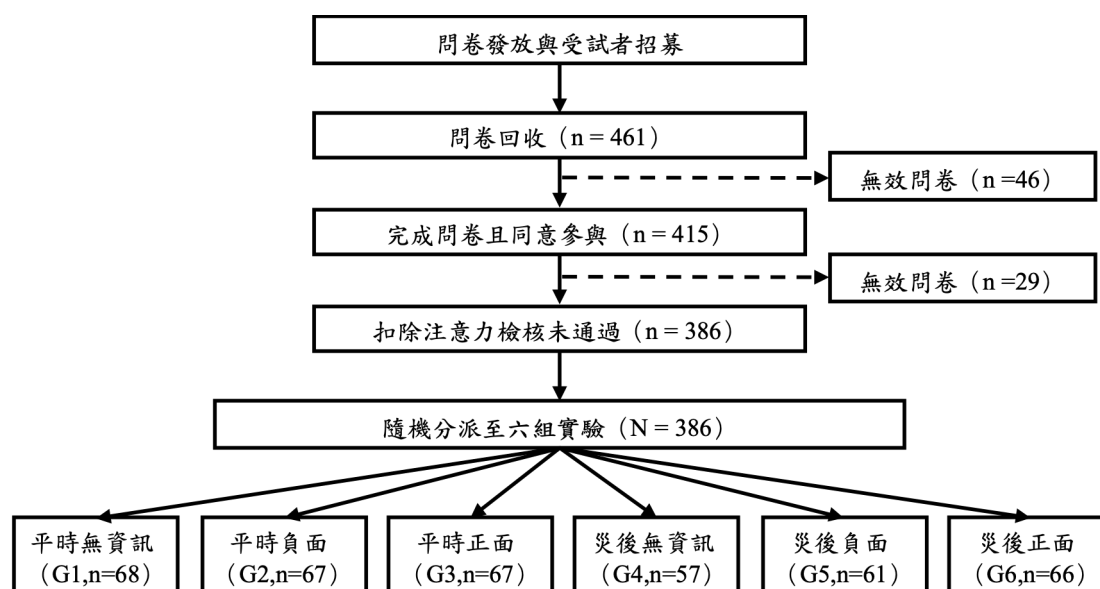
組別	情境條件	責信資訊條件	樣本數	百分比
G1	平時情境	無責信資訊	68	17.6%
G2	平時情境	負面責信資訊	67	17.4%
G3	平時情境	正面責信資訊	67	17.4%
G4	災後情境	無責信資訊	57	14.8%
G5	災後情境	負面責信資訊	66	17.1%
G6	災後情境	正面責信資訊	61	15.8%
合計			386	100.0%

註：n = 386。

資料來源：本研究整理。

實驗流程及各階段各組受試者樣本數量，如下圖 7 所示：

圖 7：實驗流程圖



資料來源：本研究整理。

若依「情境條件」進一步合併觀察，平時情境三組合計共 202 人，占整體樣本 52.3%；災後情境三組合計共 184 人，占整體樣本 47.7%。雖然平時情境樣本略多於災後情境樣本，但兩類情境之樣本數差距並不大，整體分布仍屬接近平均。

表 6：情境條件樣本分布

情境條件	樣本數	百分比
平時情境	202	52.3%
災後情境	184	47.7%
合計	386	100.0%

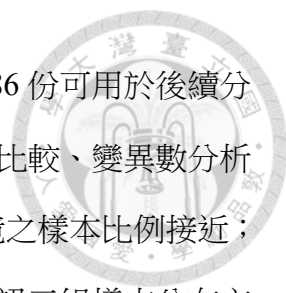
資料來源：本研究整理。

若依「責信資訊條件」合併觀察，無責信資訊組合計共 125 人，占 32.4%；負面責信資訊組共 133 人，占 34.5%；正面責信資訊組亦 128 人，占 33.2%。三種責信資訊條件之樣本數分布相當接近，尤其負面責信資訊與正面責信資訊兩組樣本數完全相同，有助於後續比較不同責信資訊對受試者腐敗感知、背叛感、捐款態度與捐款意圖之影響。

表 7：責信資訊條件樣本分布

責信資訊條件	樣本數	百分比
無責信資訊	125	32.4%
負面責信資訊	133	34.5%
正面責信資訊	128	33.2%
合計	386	100.0%

資料來源：本研究整理。



綜上所述，本研究在扣除注意力檢核未通過者後，共取得 386 份可用於後續分析之樣本。六組實驗組別之樣本數均超過 50 人，具備進行組間比較、變異數分析與迴歸分析之基本條件。就情境條件而言，平時情境與災後情境之樣本比例接近；就責信資訊條件而言，無責信資訊、負面責信資訊與正面責信資訊三組樣本分布亦相對平均。此一樣本分布情形有助於後續進一步檢驗災後情境、責信資訊條件及兩者交互作用對民眾捐款意圖與行為性捐款反應之影響。

貳、人口統計變數的分布與各組間平衡性檢驗 (Balance Test)

本研究如前階段所述，共有 386 份有效樣本完整參與本實驗，有效樣本人口統計變數的描述性統計結果如下表 8 所示，整體結果顯示如下：

首先，在性別分布方面，女性樣本所占比例為 66.3%，明顯高於男性之 33.2%，顯示本研究樣本以女性為主，性別分布略呈不均衡情形。

其次，在年齡分布方面，本研究樣本主要集中於青壯年族群，其中以 30-39 歲 (30.6%) 與 18-29 歲 (29.0%) 為最多，顯示樣本以年輕及中壯年族群為主；40-49 歲占 21.2%；50-59 歲占 13%；60 歲以上占 6.2%，樣本年齡結構偏向青年與中壯年族群，較少涵蓋高齡族群。

第三，在教育程度方面，以學士學位者占最多 (51.3%)，其次為碩士 (19.2%) 及高中／職 (19.2%)，顯示本研究樣本整體教育程度偏高，多屬中高學歷族群。

第四，在宗教信仰方面，以無宗教信仰者最多，占 46.1%；其次為佛教 (18.7%) 與道教 (16.1%)，基督教 (9.8%) 與天主教 (2.1%) 比例相對較低，整體宗教信仰分布以「無信仰」與「傳統宗教」為主，與臺灣社會整體宗教結構大致相符。

第五，在居住地分布方面，樣本主要集中於南部地區 (約 38.1%) 與北部地區 (30.8%)，其次為中部 (19.9%) 與東部／離島／其他地區 (11.1%)。若進一步觀察縣市分布，以高雄市占最多 (32.1%)，其次為臺北市 (11.9%) 與新北市 (10.1%)，由此可知本研究樣本在區域與縣市分布上雖存在一定程度之集中現象，然而其六

都常住人口比例（70.2%）與全國情形（71.7%）大致相符，顯示樣本於整體都市化結構上仍具一定程度之合理性與可比較性。

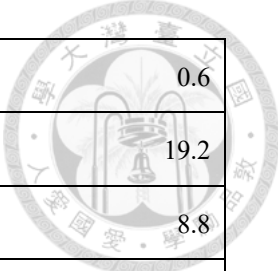
第六，在年收入分布方面，以年收入 40 萬以下者占最多（25.1%），其次為 51–70 萬（17.1%）與 41–50 萬（14.5%），另有 18.4%受試者選擇不便回答，樣本收入分布呈現一定程度之離散性，且存在較高比例之低收入族群。

第七，在捐款經驗方面，過去一個月曾有實際捐款行為者占 26.4%，未捐款者占 73.6%，顯示多數樣本近期未有實際公益捐款經驗。

綜合而言，本研究有效樣本在人口統計特徵上呈現幾項特性：首先，樣本以女性為主，且多集中於青壯年族群；其次，整體教育程度偏高；此外，在地區分布上呈現南部與北部樣本較多的集中現象。就研究設計而言，本研究採問卷實驗方法進行，主要目的在於檢驗不同情境操弄與責信資訊對受試者心理反應與行為意圖之影響，而非推論整體母體之人口結構特徵。因此，雖然本研究樣本在部分人口統計變數上未完全平均或具全國代表性，無法代表我國全體民眾母體情況，惟本研究之實驗結果仍可作為分析因果關係與實驗效果的重要依據。

表 8：有效樣本人口統計變數之描述性統計

變數	項目	次數	百分比 (%)
生理性別	男性	128	33.2
	女性	256	66.3
	其他	2	0.5
年齡（分組）	18–29 歲	112	29.0
	30–39 歲	118	30.6
	40–49 歲	82	21.2
	50–59 歲	50	13.0
	60 歲以上	24	6.2



教育程度	國小及以下	2	0.6
	高中／職	74	19.2
	專科	34	8.8
	學士	198	51.3
	碩士	74	19.2
	博士	4	1.0
宗教信仰	無宗教信仰	178	46.1
	佛教	72	18.7
	道教	62	16.1
	基督教	38	9.8
	天主教	8	2.1
	其他	28	7.3
居住地（區域）	北部	119	30.8
	中部	49	12.7
	南部	131	33.9
	東部／離島／其他	87	22.5
年收入	40 萬以下	97	25.1
	41-50 萬	56	14.5
	51-70 萬	66	17.1
	71-100 萬	45	11.7
	100 萬以上	51	13.2
	不便回答	71	18.4

註：本表以扣除注意力檢核未通過之有效樣本（N=386）為基礎。

資料來源：本研究整理。

為確認本研究六組實驗分派是否大致均衡，並避免受試者背景特徵在不同實驗組別間產生系統性差異，本研究以扣除注意力檢核未通過者後之 386 份有效樣本進行平衡性檢驗。

本文以第 1 組作為參照組，分別建立第 2 組至第 6 組相對於第 1 組之二項勝算對數迴歸模型，並納入年齡、性別、教育程度、年收入、宗教信仰、居住地、曾參與 NPO 活動、曾擔任 NPO 志工、曾被邀請捐款、捐款頻率、過去捐款行為與關注 NPO 面向等變項。表 9 顯示，多數背景變項在各組相對於第 1 組之比較中未達統計顯著，且整體模型檢定結果多數組別比較未達顯著，支持本研究之實驗分派大致均衡，儘管少數變項於個別組別比較中呈現差異，但其並未集中於特定組別或呈現一致方向。

綜上所述，本研究中六組受試者在主要人口背景、公益參與經驗與過去捐款經驗上大致均衡，支持本研究隨機分派之有效性，並強化後續估計災後情境與責信資訊效果之可信度。

表 9：六組實驗隨機分派之平衡性檢定結果

變項	G2/G1	G3/G1	G4/G1	G5/G1	G6/G1
性別	0.265(0.421)	0.619(0.433)	0.582(0.440)	0.405(0.415)	-0.410(0.415)
年收入	0.008(0.184)	0.296(0.186)	0.279(0.191)	0.094(0.188)	-0.145(0.196)
年齡	0.037*(0.017)	0.009(0.018)	0.018(0.017)	0.023(0.018)	0.020(0.017)
宗教信仰	0.126(0.444)	-0.876*(0.412)	-0.194(0.449)	-0.360(0.406)	0.312(0.422)
居住地 (六都)	-0.939+(0.485)	0.044(0.491)	0.406(0.479)	-0.102(0.438)	0.016(0.482)
捐款頻率	-0.531(0.389)	0.081(0.259)	-0.458(0.308)	-0.206(0.304)	-0.616+(0.324)
教育程度	-0.038(0.238)	0.015(0.222)	-0.174(0.217)	0.192(0.214)	-0.023(0.205)
曾參與 NPO 活動	1.163*(0.561)	-0.175(0.536)	0.077(0.574)	0.534(0.500)	0.659(0.546)
曾被邀請捐款	0.119(0.526)	-0.760(0.507)	-0.212(0.569)	-0.871+(0.463)	-0.208(0.495)
曾擔任 NPO 志工	-0.805(0.601)	0.772(0.544)	0.559(0.605)	0.026(0.514)	-0.878(0.614)
過去曾有捐款 行為	-0.239(0.826)	0.569(0.659)	1.504*(0.724)	-0.324(0.696)	1.238+(0.745)
關注老人照護	-0.386(0.793)	0.527(0.758)	-0.194(0.774)	0.167(0.715)	0.479(0.676)
關注兒少權益	0.392(0.586)	-0.162(0.615)	-0.180(0.586)	-0.212(0.553)	0.201(0.572)
關注其他 NPO 面向	0.592(0.877)	1.304(0.891)	0.505(0.980)	0.926(0.760)	0.016(0.937)
關注偏鄉教育	0.219(0.773)	1.172+(0.668)	-0.410(0.819)	-0.240(0.749)	0.564(0.677)
關注環境保護	0.488(0.591)	0.557(0.609)	0.536(0.590)	0.002(0.595)	-0.251(0.591)
Log-likelihood	-80.898	-84.666	-78.610	-85.447	-83.691
Chi-squared	25.347	17.810	13.518	14.840	9.563

註：表中數值為二項勝算對數模型迴歸係數，括號內為標準誤。NPO 關注面向以「災害救援」作為參照類別。+ $p < .10$ ；* $p < .05$ ；** $p < .01$ ；*** $p < .001$ 。

資料來源：本研究整理。

第二節 量表信度檢定與情境檢核分析

本節旨在檢驗本研究所使用之各主要量表是否具備良好之內部一致性，並確認問卷實驗中「災後情境」與「責信資訊條件」兩項情境是否成功影響受試者之心理認知與情緒反應。

壹、 量表信度分析

本研究所使用之主要構面包含情緒激發、腐敗感知、背叛感、態度、道德規範、知覺行為控制，以及捐款意圖等。為檢驗各量表之內部一致性，本研究採用 Cronbach's α 係數進行信度分析。

表 10 彙整本研究各主要量表之題數及 Cronbach's α 值，各量表之 Cronbach's α 值介於 0.711 至 0.972 之間，皆具有可接受水準之內部一致性，顯示各構面題項能穩定測量相同概念，後續分析將以各構面題項之平均分數作為代表變數，進一步進行情境有效性檢核與假設檢定。

表 10：各主要量表之信度分析結果

量表	題項數	Cronbach's α
情緒激發	5	0.829
腐敗感知	5	0.890
背叛感	3	0.940
捐款態度	5	0.964
道德規範	3	0.871
知覺行為控制	3	0.711
捐款意圖	3	0.972

資料來源：本研究整理。



貳、 情境有效性的差異分析

本研究之問卷實驗包含兩項核心情境變數，分別為「平時／災後條件」與「責信資訊」。本節將分別檢驗：第一，災後情境是否能有效提高受試者之情緒激發；第二，責信資訊條件是否能有效影響受試者之腐敗感知；第三，責信資訊條件是否進一步引發受試者之背叛感。

一、情境有效性：情緒激發

首先，本研究以情緒激發作為情境有效性指標，檢驗災後情境是否較平時情境引發更高程度之情緒反應。首先，若以 *Skewness & Kurtosis* 檢定情緒激發題組之分布情形，情緒激發變項分布未嚴重偏離常態分佈。描述統計結果則顯示，平時組之情緒激發平均數為 3.152，標準差為 0.872；災後組之情緒激發平均數為 3.619，標準差為 0.848，顯示災後的情緒激發程度高於平時。進一步以線性迴歸分析進行檢驗，以平時為 0，災後為 1 進行虛擬變數編碼，結果顯示災後情境對情緒激發具有顯著正向影響，未標準化迴歸係數 $B = 0.467$ ，標準誤 $SE = 0.088$ ，標準化係數 $\beta = 0.262$ ， $t = 5.334$ ， $p < .001$ ，此結果表示，相較於平時情境，災後情境下受試者之情緒激發分數平均提高 0.467 分，顯示災後情境能顯著提升受試者之情緒激發程度。

因此，本研究所設計之災後情境文本確實能有效提高受試者之同情、憐憫、擔憂與急迫感等情緒反應。換言之，相較於平時情境，災後情境更能引發受試者對受助對象處境之情緒投入，符合本研究原先對災後情境之預期。

表 11：不同情境條件之情緒激發效果

情境條件	樣本數	平均數	標準差
平時情境	202	3.152	0.872
災後情境	184	3.622	0.849

註：n=386。

資料來源：本研究整理。



表 12：不同情境條件之線性迴歸分析

	非標準化係數		標準化係數	T	p	B 的 95.0%信賴區間	
	B	標準誤	β			下限	上限
(常數)	3.152	.061		52.076	.000	3.033	3.271
情境條件	.467	.088	.262	5.334	.000	.295	.639

註：* $p < 0.05$ ；** $p < 0.01$ ；*** $p < 0.001$ 。

資料來源：本研究整理。

二、責信資訊有效性檢核：腐敗感知

本研究以腐敗感知作為責信資訊有效性之主要檢核指標，檢驗不同責信資訊條件是否能有效影響受試者對募款單位之腐敗認知。首先，以 *Skewness & Kurtosis* 檢定腐敗感知題組之分布情形，腐敗感知變項分布未嚴重偏離常態分佈，故可進一步進行平均數差異分析。描述性統計結果顯示，正面責信資訊組之腐敗感知平均數為 2.317，標準差為 0.728；無責信資訊組之平均數為 2.422，標準差為 0.552，負面責信資訊組之平均數則為 3.125，標準差為 0.911，顯示負面責信資訊組的情緒激發程度高於平時組。

表 13：責信資訊條件對腐敗感知之描述性統計

責信資訊條件	樣本數	平均數	標準差
正面責信資訊	128	2.317	0.728
無責信資訊	125	2.422	0.552
負面責信資訊	133	3.125	0.911

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

若以單因子變異數分析檢驗不同責信資訊條件在腐敗感知上的差異，由於 Levene 變異數同質性檢定達顯著，表示三組變異數不完全相等，因此本研究採用 Welch 單因子變異數分析進行檢驗。結果顯示，不同責信資訊條件在腐敗感知上具有顯著差異， $Welch's F(2, 248.789) = 35.717, p < .001$ ，顯示責信資訊條件會顯著影響受試者對募款單位之腐敗感知。

表 14：不同責信資訊條件之單因子變異數分析

腐敗感知					
	平方和	自由度	均方	F	p
群組之間	50.120	2	25.060	44.614	.000
群組內	215.696	384	.562		
總計	265.815	386			

註：* $p < 0.05$ ；** $p < 0.01$ ；*** $p < 0.001$ 。

資料來源：本研究整理。

接下來，本研究採用 Games-Howell 法進行事後比較，發現負面責信資訊組之腐敗感知顯著高於無責信資訊組與正面責信資訊組，但無責信資訊組與正面責信資訊組之間未達顯著差異。因此，本研究提供之負面責信資訊能有效提升受試者對募款單位的腐敗感知，但正面責信資訊相較於無資訊條件，並未顯著改變受試者的腐敗認知，顯示出廉潔可能是公眾對慈善組織的基本期待，而非額外加分。

表 15：責信資訊條件對腐敗感知之事後比較分析

腐敗感知					
	責信資訊	對照	平均值 差異	標準誤	p
Games-Howell 檢定	無責信資訊組	負面責信資訊組	-.6947	.0933	.000
		正面責信資訊組	.1130	.0812	.347
	負面責信資訊組	無責信資訊組	.6947	.0933	.000
		正面責信資訊組	.8076	.1019	.000
	正面責信資訊組	無責信資訊組	-.1130	.0812	.347
		負面責信資訊組	-.8076	.1019	.000

資料來源：本研究整理。

三、責信資訊檢核：背叛感

除了認知層面的腐敗感知外，本研究亦進一步檢驗責信資訊是否會引發受試者對募款單位之負向觀感，以「背叛感」作為另一項責信資訊有效性指標，檢視不同責信資訊條件下，受試者是否對募款單位產生不同程度之背叛感。背叛感係由三個題項所組成，包括「我感到被募款單位背叛」、「我認為募款單位違背承諾」以及「募款單位讓我失望的程度」，分數越高代表受試者感受到之背叛感越強。

描述性統計如下表 16，無責信資訊組之背叛感平均數為 2.217，標準差為 0.787；正面責信資訊組之平均數為 2.188，標準差為 0.927；負面責信資訊組之平均數則為 3.419，標準差為 1.064。負面責信資訊組之背叛感明顯高於無責信資訊組與正面責信資訊組，初步顯示負面責信資訊可能引發受試者較強烈的負向情緒反應。



表 16：責信資訊條件對背叛感之描述性統計

責信資訊條件	樣本數	平均數	標準差
正面責信資訊	128	2.188	0.927
無責信資訊	125	2.211	0.787
負面責信資訊	133	3.419	1.064

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

接著以單因子變異數分析檢驗不同責信資訊條件在背叛感上的差異，由於 Levene 變異數同質性檢定達顯著，顯示三組變異數不完全相等，因此同樣採用 Welch 單因子變異數分析進行檢驗。結果顯示，不同責信資訊條件在背叛感上具有顯著差異，Welch's $F(2, 253.814) = 64.793$ ， $p < .001$ ，表示責信資訊條件會顯著影響受試者對募款單位所感受到的背叛感。

表 17：責信資訊條件對背叛感之單因子變異數分析

背叛感					
	平方和	自由度	均方	F	p
群組之間	129.225	2	64.612	73.856	.000
群組內	335.938	384	.875		
總計	465.163	386			

註：* $p < 0.05$ ；** $p < 0.01$ ；*** $p < 0.001$ 。

資料來源：本研究整理。

接下來同樣採用 Games-Howell 法進行事後比較，結果顯示負面責信資訊組之背叛感顯著高於無責信資訊組與正面責信資訊組。然而，無責信資訊組與正面責信資訊組之間也未達顯著差異。因此，相較於正向或正面責信資訊，負面責信資訊更能明確觸發受試者之負向觀感，此一結果與前述腐敗感

知之結果一致，顯示本研究之責信資訊有效性主要透過負面責信線索形塑受試者對募款單位之負向認知與道德情緒反應。



表 18：責信資訊條件對背叛感之事後比較分析

背叛感					
Games-Howell 檢定	責信資訊	對照	平均值 差異	標準誤	p
	無責信資訊	負面責信資訊	-1.202	.116	.000
		正面責信資訊	.0294	.108	.960
	負面責信資訊	無責信資訊	1.202	.116	.000
		正面責信資訊	1.231	.123	.000
	正面責信資訊	無責信資訊	-.0294	.108	.960
		負面責信資訊	-1.231	.123	.000

資料來源：本研究整理。

參、 討論

基於本節以上分析結果，本研究在量表信度與情境有效性檢核上大致獲得支持。首先，各主要構面之 Cronbach's α 值皆高於 0.70，顯示本研究所使用之量表具有可接受以上之內部一致性，後續以各構面題項平均分數作為代表變數進行分析，具有基本信度基礎。

其次，在災後情境檢核方面，結果顯示災後情境能顯著提升受試者之情緒激發程度，表示本研究所設計之災後文本確實能引發較高层次的情緒反應，確認災後情境確實具有其有效性，並為後續檢驗災後情境是否進一步影響捐款意圖與捐款行為提供基礎。

再者，在責信資訊檢核方面，負面責信資訊組在腐敗感知與背叛感上皆顯著高於無責信資訊組與正面責信資訊組，顯示負面責信資訊不僅能提高受試者對募款單位之腐敗認知，也能進一步引發較強烈的背叛感。惟正面責信資訊組與無責信資訊組之間未達顯著差異，表示正面責信資訊可能不足以明顯改變受試者之認知與情緒反應。

綜上，本節結果顯示，本研究量表信度良好，且災後情境與負面責信資訊操弄皆具有效性，因此後續若受試者在捐款意圖或捐款行為上呈現差異，較可能與本研究設計之情境與責信資訊條件有關。惟情緒激發、腐敗感知與背叛感是否能進一步轉化為實際捐款反應，仍需透過後續差異性分析與交互作用分析進一步檢驗。

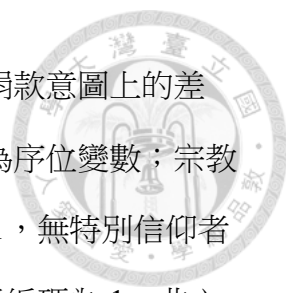
第三節 修正式計畫行為理論模型分析

本節旨在檢驗修正式計畫行為理論模型在我國社會脈絡下對捐款意圖之解釋力，依據本研究理論架構，捐款意圖為依變項，而修正式計畫行為理論之核心變數，包括「對行為的態度」、「知覺行為控制」、「指令性規範」、「描述性規範」、「道德規範」與「過去行為」，則作為主要自變項。此外，為排除人口統計背景對研究結果之可能干擾，本研究亦將性別、年齡、教育程度、年收入、宗教信仰與居住地納入控制變數。

壹、多元迴歸分析方法與變數處理

分析方法採多元迴歸分析，並比較單純人口背景模型與加入修正式計畫行為理論變數後之模型解釋力差異。

在控制變數處理方面，本研究依據各變數之測量層次分別進行轉換。性別變數原始題項包含女性、男性與其他三類，由於本研究之性別變數主要作為人口統計控制變數，而非主要理論變數，且考量「其他」類別樣本數較少，為避免估計不穩定，本研究將性別轉換為二元虛擬變數，以女性為 1，男性與其他為 0。換



言之，本研究性別變數之係數代表女性相較於非女性受試者在捐款意圖上的差異；年齡以實際年齡作為連續變數；教育程度依學歷高低轉換為序位變數；宗教信仰則區分為有宗教信仰與無特別信仰，有宗教信仰者編碼為 1，無特別信仰者編碼為 0；居住地以是否位於六都作為虛擬變數，居住於六都者編碼為 1，非六都者編碼為 0。年收入部分由於年收入題項以區間式類別蒐集，包含「40 萬以下」、「41-50 萬」、「51-70 萬」、「71-100 萬」、「100 萬以上」與「不便回答」。因此，本研究之收入選項為級距式資料，且各級距並非等距，最高收入組亦為開放式區間，因此本研究參考我國所得階層與家戶經濟狀態相關研究中常見的分組思維，將個人年收入重新分類，將「40 萬以下」與「41-50 萬」合併為較低收入組，「51-70 萬」與「71-100 萬」合併為中等收入組，「100 萬以上」歸為較高收入組；選擇「不便回答」者則歸為未揭露組。

貳、修正式計畫行為理論各變項之描述性統計與相關分析

本研究首先針對迴歸模型之主要變項進行描述性統計分析，包括捐款意圖、態度、知覺行為控制、指令性規範、描述性規範、道德規範與過去行為。首先，以 Skewness & Kurtosis 檢定修正式計畫行為理論各變項之分布情形，各變項分布未嚴重偏離常態分佈，表示主要變項分布未嚴重偏離常態，可進一步進行相關分析與迴歸分析。

表 19：修正式計畫行為理論各變項之描述性統計

修正式計畫行為理論各變項	平均值		標準差
	統計量	標準誤	
態度	3.397	.0516	1.015
道德規範	2.532	.0425	.836
知覺行為控制	3.824	.0372	.731
指令性規範	2.97	.052	1.019
描述性規範	3.05	.051	1.005
捐款意圖	3.081	.050	.989
過去捐款行為	.53	.025	.500

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

為了解修正式計畫行為理論各變項與捐款意圖之間的初步關係，本研究進一步進行 Pearson 相關分析。如表 20 所示，各主要變項皆與捐款意圖呈現顯著正相關，意味著受試者對捐款行為之態度越正向、知覺行為控制越高、感受到的社會規範越強、道德規範越高，以及過去具有捐款經驗者，其捐款意圖也越高。

表 20：修正式計畫行為理論各變項與捐款意圖之相關性分析

變項	與捐款意圖之相關係數 r
道德規範	.523***
知覺行為控制	.394***
態度	.683***
指令性規範	.698***
描述性規範	.733***
過去行為	.601***

註：* p<0.05；** p<0.01；***p<0.001。

資料來源：本研究整理。

惟相關分析僅能呈現變項之間的關聯，尚無法判斷各變項在同時納入模型後是否仍具有獨立解釋力，因此本研究後續進一步採用迴歸分析進行檢驗。



參、多元迴歸模型分析

本研究建立兩個迴歸模型：首先，模型一僅納入人口統計控制變數，用以檢視背景變項對捐款意圖之基礎解釋力；模型二則在模型一基礎上進一步納入修正式計畫行為理論變數，以檢驗態度、知覺行為控制、指令性規範、描述性規範、道德規範與過去行為是否能在控制人口背景後，進一步提升模型對捐款意圖之解釋力。

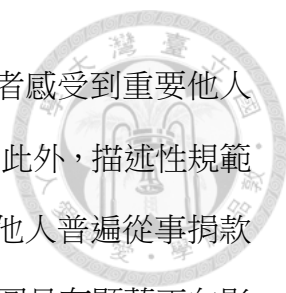
一、模型一：人口統計變數模型

模型一僅納入人口統計控制變項，模型整體解釋力有限， $R=.125$ ， $R^2=.016$ ，調整後 $R^2=-0.005$ ， R^2 變更量為 0.016 ， F 值變更= 0.746 ， $p>0.05$ ，顯示人口統計變項對捐款意圖之整體解釋力並未達顯著水準。進一步檢視模型一中各控制變項之迴歸係數可知，性別、年齡、教育程度、年收入、宗教與居住地皆未達顯著水準，表示單就人口背景因素而言，並無法有效預測受試者之捐款意圖。

二、模型二：修正式計畫行為理論模型

模型二在加入修正式計畫行為理論變項後，模型解釋力明顯提升， $R=0.859$ ， $R^2=0.738$ ，調整後 $R^2=0.728$ 。相較於模型一，模型二之 R^2 變更量為 0.723 ， F 值變更= 169.854 ， $p<.001$ ，顯示態度、知覺行為控制、指令性規範、描述性規範、道德規範與過去行為能在控制人口統計變項後，顯著提升模型對捐款意圖之解釋力，修正式計畫行為理論變項相較於人口背景變項，更能有效解釋受試者之捐款意圖。

透過檢視模型二中各預測變項之迴歸係數，本研究發現態度對捐款意圖具有顯著正向影響，意即受試者對捐款行為之態度越正向，其捐款意圖越高；



指令性規範亦對捐款意圖具有顯著正向影響，表示當受試者感受到重要他人對其捐款行為有較高支持或期待時，其捐款意圖也會提高；此外，描述性規範對捐款意圖亦具有顯著正向影響，表示當受試者認為周遭他人普遍從事捐款行為時，其自身捐款意圖也會提高；過去行為同樣對捐款意圖具有顯著正向影響，相較於過去未曾捐款者，過去曾有捐款經驗者具有較高的捐款意圖。

相較之下，道德規範與知覺行為控制雖呈現正向影響，但未達明確顯著水準，說明在本研究的樣本與研究脈絡下同時納入態度、社會規範、道德規範與過去行為後，道德規範與知覺行為控制對捐款意圖的獨立解釋力相對有限。

同時，本研究亦檢視模型之共線性問題，模型二中各變項之 VIF 值介於 1.031 至 2.723 之間，皆低於一般判斷標準，表示模型未存在嚴重多元共線性問題，且模型之 Durbin-Watson 值為 2.220，接近 2，顯示殘差未呈現明顯自我相關問題。

綜上所述，迴歸分析結果顯示，人口統計變項本身對捐款意圖之解釋力有限；然而，加入修正式計畫行為理論變項後，模型解釋力大幅提升，且 R^2 變量達顯著水準。在各預測變項中，態度、指令性規範、描述性規範與過去行為皆能顯著正向預測捐款意圖，其中又以描述性規範與過去行為的預測力較高，代表受試者之捐款意圖不僅受到個人對捐款行為的正向態度影響，也受到其對他人捐款行為的知覺、重要他人的期待，以及自身過去捐款經驗所影響。

表 21：兩模型之多元迴歸分析

變項		Model 1 人口背景模型	Model 2 修正式 TPB 模型
性別	女性	-0.087(0.109)	-0.101+(0.057)
年齡		0.000(0.004)	-0.001(0.002)
教育程度		0.025(0.056)	-0.014(0.030)
個人年收入 (參照較低收入)	中等	0.127(0.129)	0.017(0.068)
	高	0.105(0.173)	-0.060(0.091)
	未揭露	-0.114(0.145)	-0.024(0.076)
宗教信仰 (參照無信仰)	有信仰	-0.036(0.106)	-0.076(0.056)
居住地 (參照非居住在六都)	居住在六都	0.070(0.122)	0.024(0.064)
態度			0.245*** (0.034)
道德規範			0.077+ (0.042)
知覺行為控制			0.068(0.044)
指令性規範			0.193*** (0.042)
描述性規範			0.276*** (0.043)
過去捐款行為			0.539*** (0.065)
Constant		2.964*** (0.209)	0.073(0.183)
R		0.125	0.859
R square		0.016	0.738
Adjusted R square		-0.005	0.728
F change		0.746	169.854***
Durbin-Watson			2.220

註：依變項為捐款意圖。表中數值為迴歸係數，括號內為標準誤。Model 1 僅納入人口背景變項；Model 2 納入修正式計畫行為理論變項。 $+p < .10$ ； $*p < .05$ ； $**p < .01$ ； $***p < .001$ 。n=386。

資料來源：本研究整理。

肆、 捐款意圖與模擬捐款行為之相關分析

為確認受試者之捐款意圖是否能反映於捐款行為，本研究針對捐款意圖與薪酬捐款比例、獎金捐款比例、平均捐款比例及捐款率進行相關性分析，旨在檢視受試者主觀捐款意願與其在實驗情境中實際資源分配行為之間是否具有統計學意義

上的關聯。由於前述分析已顯示模擬捐款比例之偏態與峰態數值相對較高，資料呈現右偏分布，故本研究採用 Spearman 等級相關係數作為分析方法。

分析結果如下表 22，捐款意圖與薪酬捐款比例呈顯著正相關， $\rho = .464$ ， $p < .001$ ；與獎金捐款比例亦呈顯著正相關， $\rho = .457$ ， $p < .001$ ；與捐款機率同樣呈顯著正相關， $\rho = .557$ ， $p < .001$ ，可以確認受試者之捐款意圖與模擬捐款行為之間具有統計學意義上的正向關聯，受試者之捐款意圖越高，其在薪酬與獎金分配情境中所捐出之比例越高，同時也越可能實際進行捐款。

表 22：捐款意圖與模擬捐款行為之 Spearman's 相關係數

變項	薪酬捐款比例	獎金捐款比例	是否捐款
捐款意圖	.464***	.457***	.557***

註：n=386；* $p < 0.05$ ；** $p < 0.01$ ；*** $p < 0.001$ 。

資料來源：本研究整理。

透過比較其相關係數後可以發現，本研究所測量之捐款意圖並非僅停留於受試者之主觀態度或抽象意願，而是能在一定程度上反映於模擬捐款比例與是否捐款之行為結果。然而，雖然捐款意圖與模擬捐款行為皆呈顯著正相關，但相關係數並未達到高度相關程度，亦表示捐款意圖與模擬捐款行為之間仍可能存在一定落差。受試者即便具有較高之捐款意圖，其模擬捐款比例仍可能受到金錢成本、情境資訊、對募款單位之信任程度或責信資訊等因素影響，而未必完全轉化為相同比例之捐款行為。此一結果與慈善捐贈領域中常見之「意圖—行為落差」相符，也凸顯本研究同時納入捐款意圖與模擬捐款行為作為結果變項之必要性。

伍、 討論

綜合本節分析結果可知，修正式計畫行為理論模型對受試者之捐款意圖具有良好的解釋力。相較於僅納入人口統計變項之模型一，模型二在加入態度、知覺行

為控制、指令性規範、描述性規範、道德規範與過去行為後，模型解釋力明顯提升，顯示受試者之捐款意圖主要並非由性別、年齡、教育程度、收入、宗教信仰與居住地等人口背景因素所決定，而是更受到心理認知、社會規範與過去行為經驗之影響。

修正式計畫行為理論中之態度、指令性規範、描述性規範與過去行為構面皆能顯著正向預測捐款意圖，代表當受試者對捐款行為抱持較正面態度、感受到重要他人支持或期待其捐款、認為周遭他人普遍從事捐款行為，或過去曾有捐款經驗時，其捐款意圖會顯著提高。其中，描述性規範與過去行為具有相對較高的預測力，也顯示受試者之捐款意圖不僅受到個人態度影響，也受到其對他人行為的知覺，以及自身過去捐款經驗的影響。

相較之下，道德規範與知覺行為控制雖呈現正向影響，但在模型中未達顯著水準，表示受試者是否願意捐款，較可能取決於其對捐款行為的正面評價、社會環境中的捐款氛圍，以及過去是否具有捐款經驗，而非單純來自道德義務感或自覺是否有能力捐款。

回歸本研究之研究問題來說，從理論角度觀察，修正式計畫行為理論確實能解釋一般捐款意圖的形成，但部分構面未達顯著亦顯示，該理論雖能提供基礎解釋，仍不足以完整說明公眾在特定募款情境中的決策，意味著在公益募款情境中，若欲提升民眾之捐款意圖，除了強調捐款行為本身的正面價值外，也應強化社會規範訊息與既有捐款經驗的延續效果。

第四節 差異性分析

本節旨在檢驗不同實驗情境下，受試者之捐款意圖與模擬捐款行為是否存在差異，分析重點包括平時與災後情境、不同責信資訊條件，以及兩者交互作用對捐款反應之影響，將直接回應本文三項核心問題：負面責信資訊是否降低公眾捐款反



應、災後情境是否提高公眾捐款反應，以及當災後情境與負面責信資訊同時存在時，災後情境究竟會緩衝或強化負面責信資訊的負面效果。

壹、 各組捐款意圖與捐款行為之描述性統計

本研究首先針對六組實驗條件下之捐款意圖與捐款行為進行描述性統計分析，以初步觀察平時／災後情境與不同責信資訊條件下，受試者捐款反應之差異。下表 23 顯示，受試者之捐款意圖平均為 3.08，薪酬捐款比例平均數為 17.420%，獎金捐款比例平均數為 21.679%，整體捐款率則為 0.78，表示約有七成八的受試者在實驗情境中具有捐款行為。

就捐款意圖而言，與前一節之情境有效性分析相似，負面責信資訊組之捐款意圖皆低於無責信資訊組與正面責信資訊組，初步顯示出負面責信資訊可能對受試者之捐款意圖產生抑制效果；相較之下，正面責信資訊組之捐款意圖與無責信資訊組較為接近，顯示正面責信資訊對捐款意圖之影響可能較不明顯。

針對模擬捐款行為，六組之間亦呈現類似趨勢。災後無資訊組在捐款比例上呈現最高水準，而災後低責信組則為六組中最低，顯示在災後情境下，若募款單位未出現負面責信資訊，受試者可能具有較高的模擬捐款比例；然而，一旦出現負面責信資訊，捐款比例則可能明顯下降。

在捐款率方面，平時無資訊組之捐款率為 0.84，平時低責信組為 0.60，平時高責信組為 0.87；災後無資訊組之捐款率為 0.91，災後低責信組為 0.67，災後高責信組為 0.80。整體來看，無責信資訊與正面責信資訊條件下之捐款率普遍高於負面責信資訊條件，尤其負面責信資訊組在平時與災後情境中皆呈現相對較低的捐款率，顯示負面責信資訊可能不僅降低受試者之捐款意圖，也可能降低其捐款行為發生的可能性。

若比較平時與災後情境，在無責信資訊條件下，災後組之捐款意圖、薪酬捐款比例、獎金捐款比例與捐款率皆高於平時組，初步顯示災後情境可能具有提升捐款反應之效果。然而，在負面責信資訊條件下，災後組雖然捐款意圖略高於平時組，

但其模擬捐款比例反而低於平時組；此現象顯示，災後情境未必能抵銷負面責信資訊對模擬捐款行為的負面影響。換言之，當募款單位存在負面責信資訊時，災後情境所引發的急迫性或情緒反應，可能不會完全轉化為捐款行為。

綜上所述，表 23 的描述性統計結果顯示，責信資訊條件對受試者之捐款意圖與捐款行為具有明顯差異。其中，負面責信資訊組在多數指標上皆低於無責信資訊組與正面責信資訊組，顯示負面責信資訊可能削弱民眾之捐款意願與模擬捐款行為。另一方面，災後情境在無責信資訊條件下似乎能提升捐款反應，但在負面責信資訊條件下，此效果並不明顯，甚至可能出現模擬捐款比例下降的情形。因此，後續仍需進一步透過差異性檢定與雙因子變異數分析，檢驗平時／災後情境、責信資訊條件及其交互作用是否達統計顯著水準。

表 23：各組捐款意圖與捐款行為之描述性統計

組別		捐款 意圖	薪酬捐款比例	獎金捐款比例	捐款率
平時 無資訊	平均值	3.37	20.294	24.059	.84
	標準差	.92	26.9272	28.4725	.371
平時 負面責信	平均值	2.50	17.522	20.791	.60
	標準差	1.01	28.4947	28.8961	.494
平時 正面責信	平均值	3.37	15.104	20.567	.87
	標準差	.83	22.4676	23.2537	.344
災後 無資訊	平均值	3.43	22.300	28.826	.91
	標準差	.81	28.9376	32.5797	.285
災後 負面責信	平均值	2.60	12.424	14.030	.67
	標準差	1.03	24.0845	22.4746	.475
災後 正面責信	平均值	3.29	17.492	22.820	.80
	標準差	.84	27.6325	29.5203	.401
總計	平均值	3.08	17.420	21.679	.78
	標準差	.99	26.4733	27.7767	.417

註：n=386。

資料來源：本研究整理。



貳、平時與災後情境之捐款差異

一、平時與災後情境之描述性統計

本研究首先針對兩組受試者之捐款意圖、薪酬捐款比例、獎金捐款比例及捐款率進行描述性統計分析，並作為後續差異性檢定之基礎。此部分旨在初步觀察災後情境是否能進一步提升受試者之捐款意圖與模擬捐款行為，以檢視前述情境所引發之情緒激發是否能反映於具體捐款反應之中。

描述性統計結果如下表 24，在捐款意圖方面，平時組之平均數為 3.08，標準差為 1.01；災後組之平均數為 3.09，標準差為 0.97。兩組平均數幾乎相同，顯示受試者在平時與災後情境下之捐款意圖並未呈現明顯差距。在模擬捐款比例方面，平時組之薪酬捐款比例平均數為 17.65，獎金捐款比例平均數為 21.81；災後組之薪酬捐款比例平均數為 17.16，獎金捐款比例平均數為 21.53。由上述結果可知，平時組在三項模擬捐款比例指標上皆略高於災後組，惟兩組間差距有限，可見災後情境雖然可能具有情緒激發效果，但其對捐款決策之影響仍可能受到其他因素干擾。

表 24：平時／災後情境捐款意圖與捐款行為之描述性統計

情境條件		捐款意圖	薪酬捐款比例	獎金捐款比例	捐款率
平時	平均值	3.08	17.65	21.81	.77
	標準差	1.01	26.04	26.92	.42
	峰態	-.115	3.96	2.49	-.38
	偏態	-.127	2.14	1.77	-1.28
災後	平均值	3.09	17.16	21.53	.79
	標準差	.97	26.99	28.76	.41
	峰態	.03	3.88	2.11	.02
	偏態	-.23	2.19	1.76	-1.42

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

至於是否捐款之比例，平時組之捐款率為 0.77，災後組之捐款率為 0.79，顯示災後組中有模擬捐款行為者比例略高於平時組。然而，兩組之間僅有些微差距，尚不足以僅憑描述性統計即判定災後情境對捐款率具有明顯影響。

綜上，描述性統計結果顯示，平時與災後兩組在捐款意圖與模擬捐款比例上的平均數差異均不明顯，僅在捐款率上呈現災後組略高於平時組的趨勢。惟上述結果仍屬初步觀察，尚無法據此判定兩組間是否存在統計學意義上的差異，因此本研究後續將進一步檢驗平時與災後情境下受試者捐款反應之差異。

二、平時與災後情境捐款之差異性分析

由於捐款意圖之偏態與峰態數值皆未嚴重偏離常態分布，因此本研究採用獨立樣本 t 檢定檢視平時與災後情境下受試者之捐款意圖是否存在顯著差異，獨立樣本 t 檢定結果如下表 25，Levene 變異數同質性檢定未達顯著， $F=0.226$ ， $p=.635$ ，表示兩組變異數可視為相等。進一步檢視 t 檢定結果，平時組與災後組在捐款意圖上的差異未達顯著水準， $t(384) = -0.026$ ， $p > 0.05$ ，平

均值差異為 -0.003，95% CI [-0.201, 0.196]，因此災後情境並未顯著提升受試者之捐款意圖。



表 25：捐款意圖之獨立樣本 t 檢定

		變異數等式的 Levene 檢定		平均值等式的 t 檢定						
		F	p	t	df	P 雙尾	平均值 差異	標準誤 差異	差異的 95% 信 賴區間	
									下限	上限
捐款 意圖	相等 變異數	.226	.635	-.026	384	.979	-.0026	.1009	-.2010	.1957

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

接下來，捐款比例部分則由於偏態與峰態數值皆相對較高，顯示捐款比例資料呈現右偏分布，可能係因部分受試者未進行捐款或捐款比例偏低所致。因此，為避免違反常態分布假設並提高檢定結果之穩健性，本研究後續將採用 Mann-Whitney U 檢定檢視平時與災後兩組在模擬捐款比例上是否存在顯著差異。結果如下表 26，平時組與災後組在捐款意圖、薪酬捐款比例、獎金捐款比例上皆未達顯著差異，意即平時與災後兩組在捐款意圖及模擬捐款比例上皆未呈現統計學意義上的差異。

表 26：捐款比例之 Mann-Whitney U 檢定

	捐款意圖	薪酬捐款比例	獎金捐款比例
Mann-Whitney U	18552.00	18084.50	17844.50
Wilcoxon W	39055.00	35104.50	34864.50
Z	-.03	-.464	-.686
漸近 顯著性 (雙尾)	.976	.643	.493

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

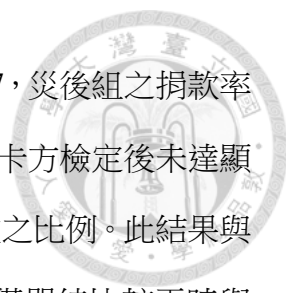
至於捐款率屬於二元類別變項，故後續將採用卡方檢定檢視兩組在是否捐款上之比例差異。檢定結果如下表 27，Pearson 卡方檢定未達顯著水準， $\chi^2(1) = 0.239$ ， $p > 0.05$ ，此結果表示平時情境與災後情境下受試者是否進行捐款，同樣並未呈現統計學意義上的顯著差異。

表 27：是否捐款之卡方檢定

	值	df	漸近顯著性 (兩端)	精確顯著性 (2 端)	精確顯著性 (1 端)
Pearson 卡方檢定	.239	1	.625		
持續更正	.134	1	.714		
概似比	.239	1	.625		
費雪 (Fisher) 精確檢定				.714	.358
線性對線性關聯	.238	1	.626		
有效觀察值個數	386				

註：n=386。

資料來源：本研究整理。



結合前述描述性統計結果可知，平時組之捐款率為 0.77，災後組之捐款率為 0.79，雖然災後組略高於平時組，但兩組差距有限，且經卡方檢定後未達顯著水準。因此，災後情境並未顯著提高受試者實際是否捐款之比例。此結果與前述捐款意圖及捐款比例之差異檢定結果一致，皆顯示若僅單純比較平時與災後情境，災後情境本身對受試者捐款反應之影響並不明顯。

三、小結

綜整上述分析，無論是捐款意圖、薪酬捐款比例、獎金捐款比例，或是否捐款，平時組與災後組之間皆未呈現統計學意義上的顯著差異，此結果未支持研究假設 H2，也就是說雖然災後情境在操弄檢核中確實提高情緒激發，但該情緒反應並未進一步轉化為顯著較高的捐款反應。

基於本研究同時具有責信資訊條件，後續仍需進一步檢驗不同責信資訊條件下之捐款差異，以及平時／災後情境與責信資訊之交互作用，藉以釐清災後情境是否會在不同資訊下改變受試者之捐款決策。

參、 不同責信資訊之捐款差異

一、不同責信資訊組別之描述性統計

本研究為確認不同責信資訊條件下受試者之捐款反應是否存在差異，首先針對無責信資訊組、負面責信資訊組與正面責信資訊組在捐款意圖、薪酬捐款比例、獎金捐款比例及捐款率上的分布情形進行描述性統計分析。此部分旨在初步觀察不同責信資訊條件是否會影響受試者之捐款意圖與捐款行為，並作為後續差異性檢定之基礎。

描述性統計結果如下表 28 所示，在捐款意圖方面，無責信資訊組之平均數為 3.40，標準差為 0.87；負面責信資訊組之平均數為 2.55，標準差為 1.09；正面責信資訊組之平均數為 3.33，標準差為 0.83。由平均數可知，負面責信資訊組之捐款意圖明顯低於無責信資訊組與正面責信資訊組，而無責信資訊組

與正面責信資訊組之平均數則相對接近。此結果初步顯示，負面責信資訊可能對受試者之捐款意圖產生抑制效果，而正面責信資訊對捐款意圖之影響則較不明顯。

在模擬捐款比例方面，無責信資訊組之薪酬捐款比例平均數為 21.21，獎金捐款比例平均數為 26.23；負面責信資訊組之薪酬捐款比例平均數為 14.99，獎金捐款比例平均數為 17.44；正面責信資訊組之薪酬捐款比例平均數為 16.24，獎金捐款比例平均數為 21.64。無責信資訊組在三項模擬捐款比例指標上皆為最高，負面責信資訊組則皆為最低，正面責信資訊組介於兩者之間，可以說明在接收負面責信資訊的情境下，受試者的實際捐款比例顯著低於其他資訊情境。

表 28：不同責信資訊組別捐款意圖與捐款行為之描述性統計

責信資訊		捐款 意圖	薪酬捐款比例	獎金捐款比例	捐款率
無責信資訊	平均值	3.40	21.21	26.23	.87
	標準差	.87	27.77	30.38	.34
	峰態	-.56	2.70	1.10	3.13
	偏態	.28	1.88	1.50	-2.25
負面責信資訊	平均值	2.59	14.99	17.44	.63
	標準差	1.02	26.42	26.03	.48
	峰態	-.54	4.34	3.23	-1.72
	偏態	.04	2.26	1.93	-.55
正面責信資訊	平均值	3.33	16.24	21.64	.84
	標準差	.83	24.99	26.34	.37
	峰態	.731	5.57	3.20	1.39
	偏態	-.151	2.47	1.95	-1.84

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

至於捐款率方面，無責信資訊組之捐款率為 .87，負面責信資訊組為 .63，正面責信資訊組為 .84。由此可知，無責信資訊組與正面責信資訊組中有實際捐款行為者比例皆相對較高，而負面責信資訊組之捐款率則明顯較低。此結果表示，負面責信資訊不僅可能降低受試者之捐款意圖與捐款比例，也可能降低其是否實際捐款之可能性。

綜上，無責信資訊組在捐款意圖、薪酬捐款比例、獎金捐款比例及捐款率上皆為最高，負面責信資訊組則在各項指標上皆為最低，正面責信資訊組多介於兩者之間，顯示出負面責信資訊可能對受試者之捐款意圖與捐款行為產生負面影響。然而，上述結果仍屬描述性統計之初步觀察，尚無法據此判定不同



責信資訊組別之間是否存在統計學意義上的顯著差異，因此本研究後續將檢驗不同責信資訊下受試者捐款反應之差異。

二、不同責信資訊組別之差異性統計

與情境條件之差異性分析相同，由於捐款意圖之偏態與峰態數值大致未嚴重偏離常態分布，故本研究採用單因子變異數分析檢驗不同責信資訊組別在捐款意圖上是否存在顯著差異。首先，Levene 變異數同質性檢定結果顯示，Levene 統計量為 5.747， $p < 0.01$ ，達顯著水準，表示三組之變異數並不完全相等。因此，後續除參考一般單因子變異數分析結果外，主要採用 Welch 檢定與 Games-Howell 事後比較作為判讀依據。

表 29：不同責信資訊組別之變異數同質性檢定

		Levene 統計量	自由度 1	自由度 2	p
捐款意圖	根據平均數	5.747	2	383	.003
	根據中位數	2.990	2	383	.051
	根據中位數，且含調整 的自由度	2.990	2	375.498	.051
	根據修整的平均數	5.770	2	383	.003

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

單因子變異數分析結果如下表 30 與 31 所示，不同責信資訊組別在捐款意圖上具有顯著差異， $F(2, 383) = 35.120$ ， $p < .001$ 。Welch 檢定結果同樣達顯著水準， $Welch's F(2, 254.536) = 31.303$ ， $p < .001$ ，代表受試者之捐款意圖會因責信資訊條件不同而產生顯著差異。

表 30：不同責信資訊組別之單因子變異數分析

捐款意圖					
	平方和	自由度	均方	F	p
群組之間	58.316	2	29.158	35.120	.000
群組內	317.976	383	.830		
總計	376.292	385			

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

表 31：不同責信資訊組別之平均值等式穩健檢定

捐款意圖				
	統計量	自由度 1	自由度 2	p
Welch	31.303	2	254.536	.000

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

進一步檢視 Games-Howell 事後比較結果可知，無責信資訊組與負面責信資訊組之間存在顯著差異，平均數差異為 0.848， $p < .001$ ，表示無責信資訊組之捐款意圖顯著高於負面責信資訊組。負面責信資訊組與正面責信資訊組之間亦存在顯著差異，平均數差異為-0.784， $p < .001$ ，表示負面責信資訊組之捐款意圖顯著低於正面責信資訊組。相較之下，無責信資訊組與正面責信資訊組之間未達顯著差異，平均數差異為 0.064， $p > 0.05$ ，表示兩組受試者在捐款意圖上並無統計學意義上的明顯差異。

表 32：不同責信資訊組別之 Games-Howell 事後比較

	責信資訊組別	對照	平均值差異	標準誤	p
Games-Howell 檢定	無責信資訊	負面責信資訊	.848	.117	.000
		正面責信資訊	.064	.107	.821
	負面責信資訊	無責信資訊	-.848	.117	.000
		正面責信資訊	-.784	.115	.000
	正面責信資訊	無責信資訊	-.064	.107	.821
		負面責信資訊	.784	.115	.000

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

結合前述描述性統計結果，負面責信資訊會顯著降低受試者之捐款意圖；然而，正面責信資訊與無責信資訊之間並未呈現顯著差異，表示正面責信資訊可能不足以明顯改變受試者之捐款意圖。

接下來，由於薪酬捐款比例與獎金捐款比例之偏態與峰態數值皆相對較高。因此，後續將採用 Kruskal-Wallis 檢定作為較穩健之無母數檢定方法，以檢視不同責信資訊條件下模擬捐款比例是否存在顯著差異。檢定結果如下表 34 所示，不同責信資訊組別在薪酬捐款比例上達顯著差異，Kruskal-Wallis $H = 16.699$ ， $df = 2$ ， $p < .001$ ；在獎金捐款比例上亦達顯著差異，Kruskal-Wallis $H = 16.273$ ， $df = 2$ ， $p < .001$ ，此結果說明不同責信資訊條件確實會影響受試者之模擬捐款比例。



表 33：不同責信資訊組別之 Kruskal-Wallis 檢定等級

等級			
	責信資訊	N	平均等級
薪酬捐款比例	無責信資訊	125	220.82
	負面責信資訊	133	165.16
	正面責信資訊	128	196.27
獎金捐款比例	無責信資訊	125	215.80
	負面責信資訊	133	163.21
	正面責信資訊	128	203.20

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

表 34：不同責信資訊組別之 Kruskal-Wallis 檢定統計量

	薪酬捐款比例	獎金捐款比例
Kruskal-Wallis H	16.699	16.273
自由度	2	2
漸近顯著性	.000	.000

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

進一步採用 Dunn-Bonferroni 法進行成對比較如下表 35 發現，在薪酬捐款比例方面，負面責信資訊組與無責信資訊組之間達顯著差異，調整後 $p < .001$ ；負面責信資訊組與正面責信資訊組之間亦達顯著差異，調整後 $p < 0.05$ ；而正面責信資訊組與無責信資訊組之間則未達顯著差異，調整後 $p > 0.05$ ，意味著薪酬捐款比例之組間差異主要來自負面責信資訊組與其他兩組之間，表

示負面責信資訊組之薪酬捐款比例顯著低於無責信資訊組與正面責信資訊組。



表 35：薪酬捐款比例之 Dunn-Bonferroni 成對比較

組別比較	檢定統計量	標準誤	標準檢定 統計資料	顯著性	調整 後顯 著性
負面責信資訊組－正面責信資訊組	-36.884	13.705	-2.691	.007	.021
負面責信資訊組－無責信資訊組	53.222	13.789	3.860	.000	.000
正面責信資訊組－無責信資訊組	16.338	13.919	1.174	.240	.721

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

在獎金捐款比例方面，Dunn-Bonferroni 成對比較結果同樣顯示，負面責信資訊組與無責信資訊組之間達顯著差異，調整後 $p < .001$ ；負面責信資訊組與正面責信資訊組之間亦達顯著差異，調整後 $p < 0.05$ ；而正面責信資訊組與無責信資訊組之間未達顯著差異，調整後 $p > 0.05$ 。此結果表示，獎金捐款比例的差異亦主要來自負面責信資訊組，顯示負面責信資訊會顯著降低受試者在獎金分配情境中的模擬捐款比例。

表 36：獎金捐款比例之 Dunn-Bonferroni 成對比較

組別比較	檢定統計 量	標準誤	標準檢定 統計資料	顯著性	調整後 顯著性
負面責信資訊組－正面責信資訊組	-39.985	13.596	-2.941	.003	.010
負面責信資訊組－無責信資訊組	52.589	13.679	3.845	.000	.000
正面責信資訊組－無責信資訊組	12.605	13.808	.913	.361	1.000

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

至於捐款率屬於二元類別變項，本研究採用卡方檢定檢視不同責信資訊組別在是否捐款上之比例差異，結果如下表 37，不同責信資訊組別在是否捐款上具有顯著差異， $\text{Pearson } X^2(2) = 25.325$ ， $p < .001$ ，此結果表示責信資訊條件會顯著影響受試者是否捐款。

表 37：不同責信資訊組別捐款率之卡方檢定

卡方檢定			
	值	df	漸近顯著性（兩端）
Pearson 卡方檢定	25.325	2	.000
概似比	24.526	2	.000
線性對線性關聯	.427	1	.513
有效觀察值個數	386		

資料來源：本研究整理。

綜合表 38 之交叉表與卡方檢定結果可知，負面責信資訊組之捐款率明顯低於無責信資訊組與正面責信資訊組，顯示負面責信資訊不僅會降低受試者之捐款意圖與模擬捐款比例，也會進一步降低受試者是否進行捐款之可能性。相較之下，正面責信資訊組之捐款率與無責信資訊組較為接近，顯示正面責信資訊對是否捐款之影響相對有限。

表 38：不同責信資訊組別交叉表

			是否捐款		總計
			否	是	
責信資訊	無	計數	16	109	125
		比例	12.8%	87.2%	100.0%
	負面	計數	49	84	133
		比例	36.8%	63.2%	100.0%
	正面	計數	21	107	128
		比例	16.4%	83.6%	100.0%
總計		計數	86	300	386
		比例	22.3%	77.7%	100.0%

資料來源：本研究整理。

三、小結

綜上，不同責信資訊條件在捐款意圖、模擬捐款比例及捐款率上皆呈現顯著差異。負面責信資訊組在各項捐款反應指標上皆低於無責信資訊組與正面責信資訊組，顯示負面責信資訊對受試者之捐款反應具有一致性的抑制效果。此結果與前述責信資訊的有效性檢核結果相互呼應，表示負面責信資訊不僅能提升受試者之腐敗感知與背叛感，也會進一步反映在捐款意圖、捐款比例與是否捐款之行為結果上。此結果明確支持本研究之研究假設 H1，當公眾接收到募款組織可能存在腐敗、財務不透明、行政成本過高或善款用途不明等資訊時，其捐款意圖與捐款行為反應將下降。

值得注意的是，正面責信資訊組與無責信資訊組之間若未呈現顯著差異，可能表示公眾對於組織廉潔與透明具有「基本期待」而非「額外獎勵」。當組織展現較低腐敗疑慮或較佳責信表現時，未必能明顯提高捐款反應，不過一旦



出現負面責信資訊，則會立即形成負面懲罰效果。本研究發現慈善募款中的責信資訊可能具備之不對稱效果：良好治理被視為理所應當，而腐敗疑慮則被視為破壞與背叛。

肆、 情境與責信資訊之交互作用

一、交互作用分析說明

為進一步檢驗平時／災後情境與責信資訊是否會共同影響受試者之捐款反應，本研究進一步納入情境與責信資訊之交互作用項進行分析。前述分析已分別檢驗情境因素與責信資訊對捐款意圖與捐款行為之影響，然而，災後情境是否會改變受試者面對責信資訊時的捐款判斷，仍有深入檢驗之必要。因此，本節以二因子變異數分析檢驗情境、責信資訊及兩者交互作用對捐款意圖、薪酬捐款比例與獎金捐款比例之影響；另針對是否捐款此一二元變項，則採用二項勝算對數模型檢驗情境與責信資訊交互作用對捐款與否之影響。

二、情境與則信資訊對捐款意圖與捐款比例之交互作用

首先，在捐款意圖方面，二因子變異數分析如下表 39 所示，情境主效果未達顯著水準， $F(1, 380) = .071$ ， $p > 0.05$ ， $\text{partial } \eta^2 = .000$ ，表示平時與災後情境下受試者之捐款意圖並未存在顯著差異。就估計邊際平均數而言，平時組之捐款意圖平均數為 3.081，災後組為 3.106，兩者平均數相當接近，顯示災後情境本身並未明顯提高受試者之捐款意圖。相較之下，責信資訊主效果達顯著水準， $F(2, 380) = 34.854$ ， $p < .001$ ， $\text{partial } \eta^2 = .155$ ，表示不同責信資訊條件下受試者之捐款意圖具有顯著差異。

進一步檢驗情境與責信資訊之交互作用效果後發現，兩者交互作用未達顯著水準， $F(2, 380) = .364$ ， $p > 0.05$ ， $\text{partial } \eta^2 = .002$ 。此結果表示，不同責信資訊對受試者捐款意圖之影響，並未因平時或災後情境不同而產生明顯差

異，因此雖然責信資訊本身會顯著影響受試者之捐款意圖，但災後情境並未進一步改變責信資訊對捐款意圖的作用型態。



表 39：捐款意圖之二因子變異數分析

依變數：捐款意圖					
來源	自由度	均方	F	p	partial η^2
情境條件	1	.059	.071	.791	.000
責信資訊	2	29.104	34.854	.000	.155
情境*責信資訊	2	.304	.364	.695	.002
誤差	380	.835			

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

其次，在薪酬捐款比例方面，考量該變項分布較為偏態，本研究以秩次轉換後之二因子變異數分析作為穩健性檢驗。結果如下表 40 顯示，情境主效果未達顯著水準， $F(1, 380) = .094$ ， $p > 0.05$ ，partial $\eta^2 = .000$ ；責信資訊主效果達顯著水準， $F(2, 380) = 8.761$ ， $p < .001$ ，partial $\eta^2 = .044$ ；情境與責信資訊之交互作用則未達顯著水準， $F(2, 380) = .527$ ， $p > 0.05$ ，partial $\eta^2 = .003$ ，表示此一責信資訊效果並未因平時或災後情境不同而產生明顯差異。

表 40：薪酬捐款比例秩次轉換後二因子變異數分析

依變數：秩次轉換後之薪酬捐款比例					
來源	自由度	均方	F	p	partial η^2
情境條件	1	1091.171	.094	.760	.000
責信資訊	2	101943.105	8.761	.000	.044
情境*責信資訊	2	6132.360	.527	.591	.003
誤差	380	11635.359			

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

再者，在獎金捐款比例方面，同樣考量該變項分布較為偏態，本研究以秩次轉換後之二因子變異數分析作為穩健性檢驗。結果如下表 41 所示，情境主效果未達顯著水準， $F(1, 380) = .287$ ， $p > 0.05$ ， $\text{partial } \eta^2 = .001$ ；責信資訊主效果達顯著水準， $F(2, 380) = 8.541$ ， $p < .001$ ， $\text{partial } \eta^2 = .043$ ；情境與責信資訊之交互作用則未達顯著水準， $F(2, 380) = .781$ ， $p > 0.05$ ， $\text{partial } \eta^2 = .004$ ，獎金捐款之分析結果同樣顯示出責信資訊效果並未因平時或災後情境不同而產生明顯差異。

表 41：獎金捐款比例秩次轉換後二因子變異數分析

依變數：秩次轉換後之獎金捐款比例					
來源	自由度	均方	F	p	partial η^2
情境條件	1	3336.181	.287	.593	.001
責信資訊	2	99434.081	8.541	.000	.043
情境*責信資訊	2	9087.900	.781	.459	.004
誤差	380	11641.998			

註：n=386。

資料來源：本研究整理。



三、情境與責信資訊對捐款率之交互作用

針對是否捐款此一二元變項，本研究進一步以二項勝算對數模型進行檢驗。結果如下表 42，整體模型達顯著水準，Likelihood Ratio $X^2(5) = 27.693$ ， $p < .001$ ，表示模型整體具有解釋力。由於本模型以平時情境與無責信資訊組作為參照組，因此「災後情境」係指在無責信資訊條件下，災後組相較於平時組之差異。結果顯示，災後情境主效果未達顯著水準， $B = .696$ ， $p > 0.05$ ， $OR = 2.006$ ，表示在無責信資訊條件下，災後組雖呈現較高的捐款勝算，但此差異未達統計顯著水準。正面責信資訊主效果亦未達顯著水準， $B = .218$ ， $p > 0.05$ ， $OR = 1.244$ 。相較之下，負面責信資訊主效果達顯著水準， $B = -1.252$ ， $p < 0.01$ ， $OR = .286$ ，表示相較於無責信資訊組，負面責信資訊會顯著降低受試者捐款之可能性。

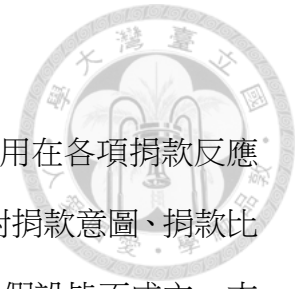
深入檢驗交互作用效果後發現，災後情境與負面責信資訊之交互作用未達顯著水準， $B = -.396$ ， $p > 0.05$ ， $OR = .673$ ；災後情境與正面責信資訊之交互作用亦未達顯著水準， $B = -1.152$ ， $p > 0.05$ ， $OR = .316$ 。綜上分析，負面責信資訊會顯著降低受試者是否捐款的可能性，但情境與責信資訊之交互作用未達顯著，表示災後情境與前述分析相同，並未改變責信資訊對捐款行為的作用型態。

表 42：情境與責信資訊對是否捐款之二項勝算對數模型分析

變項	B	標準誤	Wald X^2	p	OR	OR 95% CI
災後情境	.696	.572	1.479	.224	2.006	[.653, 6.159]
負面責信資訊	-1.252	.413	9.196	.002	.286	[.127, .642]
正面責信資訊	.218	.487	.201	.654	1.244	[.479, 3.228]
災後*負面責信資訊	-.396	.677	.343	.558	.673	[.179, 2.535]
災後*正面責信資訊	-1.152	.748	2.373	.124	.316	[.073, 1.369]

註：參照組為平時情境與無責信資訊組； $n=386$ ；OR = odds ratio

資料來源：本研究整理。



四、小結

綜合本段落分析結果可知，情境與責信資訊之交互作用在各項捐款反應中皆未達顯著水準，代表災後情境並未顯著改變責信資訊對捐款意圖、捐款比例與是否捐款之影響，說明本文之研究假設 H3a 與 H3b 之假設皆不成立，本研究未發現災後情境緩衝負面責信資訊的負面效果，以及強化負面責信資訊所引發的懲罰反應。

本研究結果顯示，責信資訊對捐款反應的影響並未因平時或災後情境而出現明顯差異，代表民眾對於募款組織責信判斷具有跨情境的穩定性，因此災難情境雖然構成重要的募款背景，但在本研究中並未顯著改變負面責信資訊對捐款反應的抑制效果。

伍、 討論

從本節差異性分析結果可知，平時與災後情境在各項捐款反應上皆未呈現顯著差異，顯示災後情境雖可能提高受試者對災害事件的關注與情緒反應，但此種情緒激發尚不足以轉化為較高的捐款意圖或捐款行為。

相較之下，責信資訊則對受試者捐款反應具有較為明確的影響。負面責信資訊組在捐款意圖、模擬捐款比例及捐款率上多顯著低於無責信資訊組與正面責信資訊組。當募款單位被賦予負面責信資訊時，受試者可能因對組織信任降低，或擔心捐款無法被妥善運用，而減少其捐款反應。不過，正面責信資訊與無責信資訊之間多未呈現顯著差異，顯示相對之正面責信資訊，尚不足以明顯改變受試者的捐款判斷。

此外，本研究發現情境與責信資訊之交互作用在各項捐款反應中皆未達顯著水準，說明責信資訊對捐款反應之影響並未因平時或災後情境不同而產生顯著差異。即使在災後此一較具急迫性的情境中，負面責信資訊仍會對受試者之捐款反應產生負面影響，災後情境並未顯著緩衝或強化此一負面效果。

據此可知，在募款情境中，組織的責信與廉潔形象可能是影響民眾捐款決策的重要因素，即使災後情境本身具有較高的急迫性與道德正當性，若募款單位存在負面責信資訊，仍可能導致民眾降低其捐款意圖與捐款行為。



第五節 相關性分析

壹、 分析目的與方法選擇

前述各節已分別就本研究之量表信度、情境有效性、修正式計畫行為理論模型，以及不同實驗條件下之捐款差異進行檢驗。基於上述分析結果，本節將進行相關性分析，目的在於檢視本研究各主要心理變項與捐款結果變項之間是否具有關聯性。

本節主要關注二類關係：第一，腐敗感知與背叛感是否與捐款意圖及捐款行為呈現負向關聯；第二，情緒激發是否與捐款意圖、捐款比例與捐款率具有關聯。透過上述分析，可初步判斷本研究所關注之腐敗認知、道德情緒與情緒激發是否與捐款決策具有統計上的關聯，並作為後續延伸分析與機制檢驗之基礎。

在分析方法上，由於相關性分析主要用以檢視兩兩變項間之關聯方向與強度，本研究將依據變項性質與資料分布情形選擇適當之相關係數。對於情緒激發、腐敗感知、背叛感及捐款意圖等由多題量表平均而成之連續型變項，若其偏態與峰態未嚴重偏離常態分布，則採用 **Pearson** 相關係數進行分析，以檢視變項間之線性關聯，以確認腐敗感知、背叛感與捐款意圖之間是否呈現符合研究預期之方向。

然而，前述差異性分析已顯示，薪酬捐款比例、獎金捐款比例與平均捐款比例等模擬捐款行為變項，其偏態與峰態數值皆相對較高，資料呈現右偏分布，可能係因部分受試者未進行捐款或捐款比例偏低所致。因此，當相關分析涉及模擬捐款比例變項時，本研究採用 **Spearman** 等級相關作為較穩健之補充分析，以避免比例型資料違反常態分布假設，並提高相關性判讀之穩健性。

本節將分析焦點轉向本研究心理反應變項，包括情緒激發、腐敗感知、背叛感，以及其與捐款意圖、模擬捐款比例與捐款率之間的關聯。



貳、腐敗感知、背叛感、情緒激發與捐款反應之相關分析

本節將檢視腐敗感知、背叛感與情緒激發三項心理反應變項，與受試者捐款反應之間的相關性。所謂捐款反應，係指受試者在實驗情境下所呈現之捐款意圖與模擬捐款行為，包含捐款意圖、薪酬捐款比例、獎金捐款比例與捐款率。前述情境檢核結果已顯示，災後情境能有效提升情緒激發，負面責信資訊亦能有效提升腐敗感知與背叛感；然而，情境有效性檢核僅能確認情境與資訊是否成功影響受試者心理反應，尚無法說明上述心理反應是否進一步與捐款反應產生關聯。因此，本節透過相關性分析，檢視腐敗感知、背叛感與情緒激發是否分別與受試者之捐款意圖及捐款行為具有統計學意義上的關聯。

首先，在捐款意圖方面，本研究採用 Pearson 相關分析檢視腐敗感知、背叛感、情緒激發與捐款意圖之關係。分析結果如下表 43 所示，腐敗感知與捐款意圖呈顯著負相關， $r = -.716$ ， $p < .001$ ；背叛感與捐款意圖亦呈顯著負相關， $r = -.588$ ， $p < .001$ ；相較之下，情緒激發與捐款意圖則呈顯著正相關， $r = .240$ ， $p < .001$ 。此結果表示，受試者對募款單位之腐敗感知越高、背叛感越強，其捐款意圖越低；而情緒激發程度越高者，其捐款意圖則相對較高。換言之，腐敗感知與背叛感可能構成抑制捐款意圖之負向心理因素，而情緒激發則可能具有提升捐款意圖之正向關聯。

表 43：腐敗感知、背叛感、情緒激發與捐款反應之 Pearson 相關性係數

	捐款意圖
腐敗認知	-.716**
背叛感	-.588**
情緒激發	.240**

註：n=386；* $p < 0.05$ ；** $p < 0.01$ ；*** $p < 0.001$ 。

資料來源：本研究整理。

進一步檢視三項心理反應變項彼此之間的關係可知，腐敗感知與背叛感呈高度正相關， $r = .730$ ， $p < .001$ ，顯示受試者對募款單位之腐敗認知越高，其感受到的背叛感亦越強。此一結果與前述責信資訊檢核結果相互呼應，表示責信資訊不僅會提高受試者對募款單位之負向認知，也可能伴隨信任受損與道德失望等負向心理反應。另一方面，腐敗感知與情緒激發呈顯著負相關， $r = -.164$ ， $p < .001$ ，而背叛感與情緒激發之相關則未達顯著水準， $r = .066$ ， $p > 0.05$ 。雖然腐敗感知與情緒激發之間達統計顯著，但其相關程度相對較低；背叛感與情緒激發亦未呈現明顯線性關聯。此一結果顯示，腐敗感知與背叛感較屬於組織責信受損所引發之心理反應，而情緒激發則較接近災後情境所引發之人道急迫感與情緒動員，二者並非完全相同的心理路徑。

其次，在模擬捐款行為方面，考量薪酬捐款比例、獎金捐款比例與捐款率等變項之分布較為偏態，本研究採用 Spearman 等級相關作為較穩健之檢定方式。結果如下表 44，腐敗感知與薪酬捐款比例呈顯著負相關， $\rho = -.315$ ， $p < .001$ ；與獎金捐款比例亦呈顯著負相關， $\rho = -.314$ ， $p < .001$ ；與捐款率同樣呈顯著負相關， $\rho = -.364$ ， $p < .001$ 。此結果表示，受試者對募款單位之腐敗感知越高，其模擬捐款比例與是否捐款之可能性越低。

表 44：腐敗感知、背叛感、情緒激發與捐款反應之 Spearman's 相關係數

	薪酬捐款比例	獎金捐款比例	是否捐款
腐敗感知	-.315***	-.314***	-.364***
背叛感	-.214**	-.214**	-.268**
情緒激發	.181**	.161**	.103*

註：n=386；* $p < 0.05$ ；** $p < 0.01$ ；*** $p < 0.001$ 。

資料來源：本研究整理。

背叛感與模擬捐款行為亦呈現相同方向之關聯。Spearman 相關分析結果顯示，背叛感與薪酬捐款比例呈顯著負相關， $\rho = -.214$ ， $p < .001$ ；與獎金捐款比例呈顯著負相關， $\rho = -.214$ ， $p < .001$ ；與捐款率亦呈顯著負相關， $\rho = -.268$ ， $p < .001$ 。此結果表示，受試者感受到之背叛感越強，其模擬捐款比例與是否捐款之可能性越低，背叛感不僅與捐款意圖下降有關，也與模擬捐款行為之降低具有統計學意義上的關聯。

相較之下，情緒激發與模擬捐款行為則呈現正向但較低程度之相關。分析結果顯示，情緒激發與薪酬捐款比例呈顯著正相關， $\rho = .181$ ， $p < .001$ ；與獎金捐款比例呈顯著正相關， $\rho = .161$ ， $p < 0.01$ ；與捐款率亦呈顯著正相關， $\rho = .103$ ， $p < 0.05$ 。此結果表示，情緒激發程度越高者，其模擬捐款比例與是否捐款之可能性略高。然而，三項相關係數皆屬低度相關，代表情緒激發雖與捐款行為具有正向關聯，但其關聯強度相對有限。

綜合上述結果，腐敗感知與背叛感皆與捐款意圖及模擬捐款行為呈現顯著負相關，說明了當受試者對募款單位產生較高腐敗認知或背叛感時，其捐款意圖、捐款比例與捐款率皆相對較低。而情緒激發雖與捐款意圖及模擬捐款行為呈顯著正相關，但其與模擬捐款行為之相關程度較低，與前述章節之分析結果類似，顯見災後情境所引發之情緒反應可能具有促進捐款之作用，但其效果相較於腐敗感知與背叛感所形成之負向關聯而言較為有限。

參、 討論

綜合本節相關性分析結果可知，腐敗感知、背叛感與情緒激發分別與受試者之捐款反應呈現不同方向與強度之關聯。首先，腐敗感知與背叛感呈高度正相關，顯示受試者對募款單位腐敗程度之認知越高，其所感受到的背叛感亦越強，負面責信資訊對公眾而言不僅是組織治理表現不佳的訊號，也可能進一步引發信任受損與道德失望等負向心理反應。

其次，腐敗感知與背叛感皆與捐款意圖及模擬捐款行為呈顯著負相關，表示當受試者對募款單位產生較高腐敗認知或背叛感時，其捐款意圖、捐款比例與捐款率皆相對較低，與前述差異性分析中負面責信資訊組捐款反應較低之發現相互呼應，進一步支持組織責信與腐敗感知對慈善捐款決策的重要性。

相較之下，情緒激發雖與捐款意圖及模擬捐款行為呈顯著正相關，但其與模擬捐款行為之相關程度較低，災後情境所引發之情緒動員可能有助於提升捐款傾向，但其作用相對有限，未必足以抵銷負面責信資訊所引發的責信疑慮，情緒激發可能是促成捐款的條件之一，但並非充分條件。

需要注意的是，本節相關性分析僅能呈現變項之間的關聯方向與強度，並不能據此推論因果關係，其主要功能在於補充前述實驗分析，說明心理反應變項與捐款反應之間是否呈現符合研究預期的關聯模式。

第六節 穩健性檢驗與延伸分析

壹、 分析目的與方法選擇

儘管前述分析已能初步說明不同實驗條件下受試者捐款反應之差異，仍有進一步檢驗之必要。首先，第四節之差異性分析主要呈現不同實驗條件下之組間差異，尚未完全排除受試者人口背景與過去捐款經驗等因素對捐款意圖可能造成的干擾。其次，第三節雖已檢驗修正式計畫行為理論變項對捐款意圖之解釋力，但其分析重點在於理論變項之影響，而非實驗操弄條件本身。基此，本節進一步進行穩健性檢驗，旨在確認第四節所觀察到之情境條件、責信資訊條件及其交互作用效果，在控制受試者背景因素後是否仍然穩定。

此外，為更全面理解個體之捐款決策機制，本節亦納入延伸分析，進一步探討除實驗情境之外，其他可能影響捐款行為之因素，例如不同所得來源對捐款比例之影響，以補充主要分析結果之解釋力並提升研究結論之整體周延性。



貳、 情境與責信資訊效果之穩健性檢驗

不同於第三節主要檢驗修正式計畫行為理論變項對捐款意圖之解釋力，本節分析重點在於檢視第四節所關注之實驗情境效果，亦即平時／災後情境、責信資訊條件及其交互作用，在控制個體異質性後，情境因素、責信資訊條件及其交互作用效果是否仍具統計上之解釋力，藉以強化研究推論之內部效度。

本研究以捐款意圖作為依變項，建立多元迴歸模型。模型一首先納入控制變項，包括性別、年齡、教育程度、收入、宗教、居住地與過去捐款經驗。模型二進一步納入災後情境、負面責信資訊與正面責信資訊三項主要實驗情境變項，以檢驗在控制人口背景後，情境與責信資訊是否仍具有直接效果。模型三則加入災後情境與負面責信資訊、災後情境與正面責信資訊之交互作用項，以檢驗災後情境是否會改變責信資訊對捐款意圖之影響。

迴歸結果如表 46，在模型一中，僅納入人口背景變項與過去捐款經驗，結果顯示整體解釋力有限，且多數人口統計變項對捐款意圖未達統計顯著，僅過去定期捐款經驗呈現顯著正向影響，顯示個體過往之捐款習慣，為預測其當前捐款意圖之重要因素。

接下來於模型二中納入情境條件與責信資訊變項後，模型解釋力明顯提升。分析結果顯示，負面責信資訊對捐款意圖具有顯著負向影響，而災後情境與正面責信資訊則未達統計顯著水準，代表在控制個體背景差異後，負面責信資訊所帶來之負面效果仍然穩定存在，並為影響捐款決策之關鍵因素。

在模型三中，本研究更進一步納入情境條件與責信資訊之交互作用項，以檢驗災後情境是否會調節責信資訊對捐款意圖之影響。然而，分析結果顯示交互作用項未達統計顯著，且模型解釋力僅有有限提升，顯示災後情境並未顯著強化或緩衝責信資訊對捐款意圖之影響。

表 45：情境與責信資訊效果之多元迴歸分析

變項		模型一	模型二	模型三
性別 (參照男性)	女性	-0.053	-0.035	-0.049
年齡		0.001	0.002	0.002
教育程度		-0.042	-0.037	-0.039
個人年收入 (參照較低收入)	中收入	0.077	0.061	0.068
	高收入	-0.002	0.058	0.046
	未揭露收入	0.082	0.027	0.012
宗教 (參照無信仰)	有宗教信仰	-0.098	-0.111	-0.105
居住地 (參照非居住在六都)	居住於六都	-0.061	-0.135	-0.136
過去捐款經驗		1.217***	1.093***	1.105***
情境變項 (參照平時情境)	災後情境	—	0.045	0.241
責信資訊 (參照無責信資訊組)	負面責信資訊	—	-0.654***	-0.543***
	正面責信資訊	—	-0.118	0.039
災後 × 負面責信資訊		—	—	-0.234
災後 × 正面責信資訊		—	—	-0.344
R ²		.344	.422	.427
Adj. R ²		.328	.403	.405
ΔR ²		.344	.078	.005
F change		21.744***	16.706***	1.590

註：依變項為捐款意圖；n=384；* p<0.05；** p<0.01；***p<0.001。

資料來源：本研究整理。

此外，本研究亦檢視模型之共線性問題。模型三中各變項之 VIF 值介於 1.042 至 3.529 之間，皆低於一般判斷標準，顯示模型未存在嚴重多元共線性問題。

上述穩健性檢驗結果與第四節差異性分析大致一致，在控制人口背景與過去定期捐款經驗後，負面責信資訊對捐款意圖之負向影響仍然顯著。相較之下，災後情境主效果與情境、責信資訊之交互作用均未達顯著，表示災後情境本身並未直接提升捐款意圖，也未顯著改變責信資訊對捐款意圖之影響。基此，公眾在捐款決策



中，仍主要依賴對募款組織之廉潔與責信評估，而非單純受情境急迫性所驅動，更加強化本研究主要結論之穩健性。

參、 不同所得來源之延伸分析

除實驗情境與責信資訊之外，個體對金錢來源之心理認知亦可能影響其資源配置決策。為探討此一潛在機制，本研究比較受試者在「薪酬所得」與「獎金所得」兩種情境下之捐款比例差異，並採用成對樣本 *t* 檢定進行分析，以評估不同所得性質是否對捐款行為產生系統性影響。

表 46：薪酬所得與獎金所得之成對樣本 *t* 檢定

	成對差異			<i>t</i>	自由度	顯著性 (雙尾)
	平均值	標準差	標準誤 平均值			
薪酬捐款比例- 獎金捐款比例	-4.2591	13.2455	.6742	-6.317	385	.000

註： $n=386$ 。

資料來源：本研究整理。

分析結果顯示，受試者於不同所得來源下之捐款比例存在統計上顯著差異，受試者於獎金所得之捐款比例 ($M = 21.68, SD = 27.78$) 顯著高於薪酬所得 ($M = 17.42, SD = 26.47$)，兩者之平均差異為-4.26，且其 95%信賴區間為 $[-5.58, -2.93]$ ，顯示該差異具有良好之穩定性。

若觀察兩種情況下之捐款比例，其呈現高度正相關 ($r = .882, p < .001$)，顯示個體在不同所得來源下之捐款傾向具有一定程度之一致性。然而，即使存在此種個體差異之穩定性，所得來源仍對捐款比例產生顯著且系統性的影響。

表 47：薪酬所得與獎金所得之成對樣本相關性

	相關性	顯著性
薪酬捐款比例 & 獎金捐款比例	.882	.000

註：n=386。

資料來源：本研究整理。

此一結果可由「心理帳戶理論」(Mental Accounting)加以解釋(Thaler, 1985, 1999)。依據該理論，個體會依據資金來源與獲取方式對資源進行分類，並對不同類型之資金設定不同的使用規則。薪酬所得通常被視為與個人勞動付出、日常生活支出、家庭責任及儲蓄規劃等日常生活支出密切相關之必要性資金，當個體被要求自薪酬所得中撥出部分金額作為捐款時，其心理成本可能相對較高，較傾向保留或用於基本支出；獎金所得則較容易被視為額外收入、偶發性資源或非經常性所得，較不會直接衝擊原有生活預算安排，被歸類為可自由支配的意外之財(windfall)，因此更可能被用於非必要支出或被配置至公益用途，例如本研究中之慈善捐款。

因此，捐款決策不僅取決於外在情境或資訊條件，亦受到個體對資金來源之心理分類所形塑，個體在面對不同性質之所得時，會啟動不同之決策框架，進而影響其資源分配行為。

本延伸分析顯示，即使在主要實驗之外，所得來源仍對捐款行為具有相當程度之影響，藉此補充本研究對捐款決策機制之理解，並強化整體研究結論之解釋力與周延性。

肆、 討論

綜合本節穩健性檢驗結果可知，在控制受試者性別、年齡、教育程度、收入、宗教信仰、居住地與過去捐款經驗後，負面責信資訊對捐款意圖之負向影響仍然顯著。再次印證前述差異性分析所發現之責信資訊效果，並非單純由受試者背景差異所造成，而是具有相對穩定的解釋力，當募款單位被賦予財務不透明、行政成本過

高或善款用途可疑等負面資訊時，公眾即使具有不同背景條件，仍可能因組織廉潔度受損而降低捐款意圖。

相對而言，災後情境在控制變項後仍未達顯著，情境與責信資訊之交互作用亦未呈現顯著效果，與前述差異性分析一致，表示災後情境雖能提升情緒激發，但未能穩定轉化為較高的捐款意圖，也未能顯著改變負面責信資訊之負向影響。因此，本研究並未發現災後情境會使公眾展現「盲目善意」，亦未發現災後情境會進一步產生「義憤拒施」效果，而是負面責信資訊對捐款意圖之負向影響具有跨情境穩定性。

此外，過去定期捐款經驗對捐款意圖具有顯著正向影響，顯示捐款意圖並非僅是單次情境刺激下的反應，也與個體既有的公益參與習慣有關，呼應修正式計畫行為理論中過去行為的重要性，具有穩定捐款經驗者，較可能在新的募款情境中展現較高捐款意圖。

在延伸分析方面，本文比較不同所得來源下之捐款比例，結果顯示獎金所得之捐款比例顯著高於薪酬所得之捐款比例。根據心理帳戶理論，薪酬所得通常被視為維持日常生活與必要支出之資源，而獎金所得則較可能被視為額外收入或可自由支配資源，因此受試者較願意從獎金所得中分配較高比例作為捐款，說明捐款行為不僅受到捐款意圖影響，也受到所得來源與資源分類方式影響。

第五章 結論與建議



本章旨在綜整前述文獻探討、研究設計與實證分析結果，回應本研究關注之核心研究問題，並說明本研究之理論貢獻、政策意涵、研究限制及未來研究方向。

本研究以修正式計畫行為理論為基礎，結合腐敗感知、組織責信與災後情境等觀點，透過 2×3 問卷實驗設計，檢驗平時／災後情境與不同責信資訊條件對公眾慈善捐款意圖與捐款行為反應之影響。研究結果顯示，公眾慈善捐款決策並非單純受到災難情緒或人道急迫性所推動，而是同時受到個人態度、社會規範、過去捐款經驗與組織責信判斷所形塑。

本文的核心發現可收斂為一句話：「災難可以喚起善意，但善意不會使公眾遺忘對組織責信與廉潔的要求。」公眾在災後募款情境中，並不會單純因災難急迫性而展現無條件的捐款善意，也未因災後情境而顯著放大對負面責信資訊的懲罰反應；相較之下，負面責信資訊本身對捐款反應具有較穩定的抑制效果。這表示慈善捐款作為公共事務議題時，不能僅被理解為個人利他或情緒反應，而應同時置於組織治理、公共信任與制度責信之脈絡中加以理解。以下分就研究結論、理論貢獻與政策意涵，以及研究限制與未來研究建議三部分加以說明。

第一節 研究結論

本研究旨在探討公眾面對災後情境與組織責信資訊時，其慈善捐款意圖與捐款行為反應如何形成。具體而言，本文提出三項研究問題：第一，負面責信資訊是否會降低公眾捐款反應；第二，災後情境是否會提高公眾捐款反應；第三，當災後情境與責信資訊同時存在時，災後情境究竟會緩衝或強化負面責信資訊的負面效果。綜合第四章實證分析結果，本文歸納出以下五項主要結論：

壹、修正式計畫行為理論對捐款意圖具有基礎解釋力



首先，本研究發現修正式計畫行為理論對公眾捐款意圖具有相當程度之解釋力。單純納入人口背景變項時，模型對捐款意圖之解釋力有限；然而，在加入態度、知覺行為控制、指令性規範、描述性規範、道德規範與過去行為等理論變項後，模型解釋力大幅提升，而態度、指令性規範、描述性規範與過去行為對捐款意圖具有顯著正向影響。說明公眾是否願意捐款，並非僅由性別、年齡、教育程度或收入等人口背景所決定，而是更深受個人對捐款行為的評價、重要他人的期待、周遭他人的行為示範，以及過去捐款經驗所影響。

此一發現支持本文以修正式計畫行為理論作為基礎分析架構之合理性，顯示公眾捐款意圖不是一次性情境刺激下的單純反應，而是由個人態度、社會規範與既有行為經驗共同累積而成。然而，本研究亦發現，道德規範與知覺行為控制在模型中未達顯著水準，惟此結果並不必然表示道德因素或行為控制感在捐款決策中不重要，而可能反映二者在本研究情境中的獨立解釋力較為有限。就道德規範而言，慈善捐款本身具有高度道德正當性，多數受試者可能普遍認同捐款助人是值得肯定的行為，因此道德規範的變異程度有限，較難進一步區分不同受試者之捐款意圖。此外，道德規範亦可能與態度、指令性規範及描述性規範共享部分解釋力，當上述變項同時納入模型時，其獨立效果可能被其他規範性變項吸收。就知覺行為控制而言，本研究所設定之捐款行為門檻相對較低，受試者可自由決定是否捐款與捐款比例，因此其捐款意圖較可能取決於「是否願意捐」，而非「是否能夠捐」。

由此可知，修正式計畫行為理論雖能提供捐款意圖形成的基礎解釋，但若欲理解特定募款情境下的捐款決策，仍需納入組織責信資訊與情境脈絡等外部因素。

貳、責信資訊對捐款意圖與捐款行為具有穩定負向影響

就差異性分析結果而言，本研究最穩定且最明確的發現是：負面責信資訊會顯著降低公眾之捐款意圖與捐款行為反應。無論是捐款意圖、薪酬捐款比例、獎金捐



款比例或是否捐款，負面責信資訊組皆顯著低於無責信資訊組與正面責信資訊組，與文獻回顧中有關資訊不對稱、委託代理問題、組織責信之論述大致一致，並回應本文第一項研究問題，即當公眾接收到募款單位可能存在財務不透明、行政成本過高、善款用途可疑或治理失當等資訊時，其捐款意圖與模擬捐款反應皆會下降。

此外，正面責信資訊組與無責信資訊組之間多未呈現顯著差異，暗示公眾對慈善組織之廉潔與透明可能是「基本期待」而非「額外獎勵」。也就是說，組織若呈現良好治理或低腐敗疑慮，未必能額外提高捐款反應；但一旦出現負面責信資訊，則會形成明確的負面懲罰效果。這樣不對稱效果說明在慈善募款中，責信缺失所造成的信任損害，可能比透明治理所帶來的加分效果更為明顯。

此外，本研究以模擬捐款比例與捐款率作為補充依變項進行分析，結果亦大致呈現相同方向，顯示負面責信資訊之負面影響並不僅止於抽象的捐款意圖，而會進一步反映於較具體之捐款反應之上，災後情境雖能引發情緒激發，但此一情緒反應未必能穩定轉化為捐款反應；相較之下，與募款單位透明性、廉潔性與可信賴性相關之責信資訊與判斷，對捐款意圖與模擬捐款行為呈現較穩定的影響，凸顯在當代慈善治理環境中，公益責信並非單純的附屬條件，而是公眾善意能否轉化為捐款支持的重要前提。

參、 災後募款脈絡能引發情緒激發，但未顯著提高捐款反應

本研究發現，災後情境雖然能有效提高受試者之情緒激發，但未能顯著提高捐款意圖、捐款比例或捐款率。情境有效性檢核結果顯示，災後情境確實能引發較高程度的情緒反應，表示受試者能感受到災難文本所傳達的人道急迫性與情緒動員。然而，在後續差異性分析中，平時情境與災後情境在各項捐款反應上皆未達顯著差異。

此結果回應本文第二項研究問題，即相較於平時情境，災後情境並未在本研究中形成穩定的捐款提升效果，但這並不表示災難情境不具任何公共意義，也不代表



災後情緒動員毫無作用；相反地，它指出災難情境所引發的情緒反應，未必能直接轉化為更高的捐款意圖或行為。公眾即使因災難而產生同理心、急迫感或情緒激發，仍可能因組織責信、個人捐款習慣、資源配置判斷或其他決策因素，而未必提高捐款反應。

因此，本研究補充了既有災後捐款研究中以情緒動員解釋捐款反應的觀點。第二章文獻回顧已指出，災後情境確實可能透過同理心、可辨識受害者效應與即時性偏誤，引發公眾之情緒反應並提高捐款傾向；然而，僅憑災害急迫性或情感連結，仍不足以完全解釋捐贈行為之差異。本文實證結果顯示，災難可以形成慈善動員的背景，但情緒並非充分條件；若缺乏可信賴的募款組織與清楚的責信基礎，災後情境所喚起的善意未必能穩定轉化為捐款。

肆、 災後情境未顯著緩衝或強化負面責信資訊效果

本研究並未發現災後情境與責信資訊之交互作用，災後情境並未使受試者對負面責信資訊展現出更高的容忍，也未使其因善款道德顯著性提升而對負面責信資訊採取更嚴厲之制裁。此結果回應本文第三項研究問題，即當災後情境與責信資訊同時存在時，公眾並不會因災後救援急迫性而明顯放寬對組織責信的要求，也不會因災後善款具有更高道德期待而對負面責信資訊產生更強烈的拒捐反應。

然此一「未產生交互作用」的發現本身仍具重要意義，其反映出公眾對組織廉潔與責信之判斷具有相當程度之穩定性，不會因情境由平時轉為災後而出現明顯偏移。不過，並非「災後情境不重要」，而是「災後情境並未壓過責信判斷」。災難可以構成慈善動員的背景，但組織廉潔與透明仍是公眾是否願意捐款的重要基礎，再次說明公眾在災難募款中並非只是被情緒推動，而是仍會評估募款組織是否值得信任、善款是否能被正當使用，以及自身善意是否會被妥善承接。



伍、 捐款意圖與行為具有關聯，但仍存在意圖—行為落差

最後，就相關分析結果而言，本研究發現，捐款意圖與捐款行為之間呈現正向關聯，顯示個體若對捐款抱持較高意願，通常亦較可能做出捐款反應。然而，兩者之間並非完全一致，與本研究在文獻回顧中所指出之「意圖—行為差距」現象相互呼應，慈善捐款意圖雖然是實際行為的重要前置因素，但並非唯一條件，個體在真正做出捐款決策時，仍可能受到對組織信任程度、風險評估、個人資源條件、行為慣性，以及當下決策情境等多重因素影響。

陸、 所得來源與慈善分配：心理帳戶下的捐款差異

本研究之延伸分析發現，受試者面對不同所得來源時，展現出不同的公益分配傾向。相較於薪酬所得，受試者對獎金所得配置於公益捐款的比例顯著較高；其中，獎金所得平均捐款比例為 21.68%，高於薪酬所得之 17.42%，且成對樣本 t 檢定達統計顯著，顯示民眾在進行捐款決策時，並非僅依據整體可支配所得多寡進行判斷，而可能會依金錢來源之不同，賦予其不同的心理意義與使用規則。

第二節 理論貢獻與政策意涵

壹、 理論貢獻

本研究之理論貢獻，可由以下四個面向加以說明：

一、補充修正式計畫行為理論在慈善捐贈研究中的適用性與侷限

本研究以慈善捐款意圖為核心依變項，檢驗修正式計畫行為理論在慈善募款情境中的解釋力，發現態度、指令性規範、描述性規範與過去行為對捐款意圖具有顯著影響，顯示修正式計畫行為理論確實能有效應用於慈善捐贈領域，並說明社會規範與過去經驗在親社會行為中扮演關鍵角色。相對地，道德規範與知覺行為控制未達顯著，亦提醒研究者在運用計畫行為理論分析特定



公共事務議題時，不宜預設所有構面皆具有同等之預測效力，而應結合行為情境與對象特性進行細緻檢驗，也說明修正式計畫行為理論仍有其限制，尤其在慈善捐款涉及募款組織責信、善款使用疑慮與責信資訊時，單純以個體態度、規範與知覺行為控制解釋捐款意圖仍嫌不足。

因此，本文進一步納入組織責信資訊與災後情境，補充修正式計畫行為理論對情境性捐款決策之解釋，將有助於慈善捐款研究從單純的個體意圖模型，推進至包含組織資訊與公共信任判斷的分析架構。

同時，延伸分析亦補充了修正式計畫行為理論對資源來源討論較少之限制，修正式計畫行為理論主要說明捐款意圖如何受到態度、社會規範、知覺行為控制與過去行為經驗等因素影響，透過本研究之結果，意圖轉化為捐款行為時，金錢來源及其心理分類亦可能扮演重要角色，捐款行為不只是「是否願意捐」的問題，也涉及「從哪一類資源中捐出」的判斷。

二、將非營利組織責信資訊納入慈善捐款研究，凸顯責信在捐款中的影響

其次，本研究將腐敗感知與組織責信觀點納入慈善捐款決策研究。過去慈善捐款研究多強調利他、暖心效應、同理心、社會規範或道德責任，鮮少將募款組織之責信資訊與腐敗疑慮置於實驗設計中加以檢驗。本文結果顯示，負面責信資訊對捐款意圖與行為具有穩定負向影響，說明慈善捐款不僅是助人行為，也是一種對組織的授權，組織廉潔度的判斷不僅是背景因素，更可能是足以直接抑制捐款反應之關鍵判準，當捐款者不相信組織能妥善使用善款，即使其認同公益目的，也可能選擇降低捐款或拒絕捐款。

三、對災難捐款研究提出補充：災後情境之情緒喚起效果未必成立

本研究雖立基於災後情境可能提升同理與捐款意圖之理論預期，但實證結果顯示，災後情境之主效果未達顯著，且未與責信資訊形成顯著交互作用。此一發現對既有災難捐款文獻而言具有補充意義，亦即災難所引發之情緒喚起、急迫感，雖可能構成慈善動員的重要背景，但其作用並非無條件成立，不

一定足以穩定轉化為更高之捐款意圖。特別是在受試者同時可以接收到有關組織責信與腐敗風險資訊時，情緒動員未必能取代責信判斷。

四、回應意圖—行為差距問題，說明慈善捐款決策具有多階段特性

本研究除分析捐款意圖之外，亦納入捐款行為作為補充觀察指標，並發現意圖與行為之間雖具正向關聯，但仍存在一定差距。呼應文獻回顧中有關於計畫行為理論在「預測意圖較強、預測實際行為較弱」之討論，也說明慈善捐款決策並非單一時點上完成之行動，而可能歷經「態度形成—意圖表達—行為執行」等多階段過程。是故，對於慈善捐贈研究，研究者不應僅止於意圖層次，而應更深入關注其如何轉化為具體行為，以及其中可能存在之阻礙條件。

貳、實務意涵

針對慈善募款治理與公共事務實務，本研究分別就非營利組織、政府機構以及社會大眾提出以下幾項實務意涵：

一、對非營利組織：品牌管理與募款策略

（一）組織責信治理與品牌管理

對非營利組織而言，募款策略不宜僅依賴公益訴求、災情畫面或情緒動員，而應同步建立清楚、即時且可查核的責信資訊，將責信治理視為非營利組織品牌管理與經營的一部分。研究結果顯示，公眾可能將組織廉潔、財務透明與善款流向公開視為慈善組織應具備的基本條件，雖然責信資訊未必會帶來額外的捐款增益，但一旦出現財務不透明、行政費用過高或善款用途不明等疑慮，就會明顯削弱公眾之捐款反應。

因此，非營利組織應將透明度與責信機制內建於募款流程之中。於募款初期，應清楚說明募款目的、善款用途、行政費用比例、執行計畫與後續徵信方式；於募款期間，應定期更新募款進度、收入支出概況與實際執行情形；於募款結束後，則應公開結案報告、善款流向與第三方查核結果。



此類措施的目的，不只是向外界展示組織形象，更同時是降低公眾面對公益募款時的不確定感，使捐款者能夠確認其資源確實被用於承諾之公共目的。

（二） 情境與組織募款策略

本研究顯示募款情境雖會影響民眾的情緒反應，卻未必能直接改變其捐款決策。災後情境確實能提高民眾的同情、擔憂與急迫感，但平時與災後情境在捐款意圖、捐款比例及是否捐款方面均無顯著差異。因此，非營利組織不宜認為只要強調災情與救援急迫性，便能直接增加捐款，而應依不同情境調整募款策略。

在平時募款情境下，由於公益議題通常具有長期性，組織應著重說明服務內容、資源需求與執行成果，並透過定期回饋、成果報告及持續參與機制，累積捐款者的信任，逐步將單次捐款轉化為穩定的支持關係。

在災後募款情境下，組織可清楚呈現受災情形、救援需求與資源缺口，使民眾了解立即捐款的必要性，但不宜過度依賴悲情敘事，除說明「為何需要捐款」外，也應同步交代「善款如何使用」、「由誰負責」及「後續如何公開成果」，以降低民眾對善款管理的不確定感。

募款策略的核心不在於製造更強烈的情緒，而在於依據情境特性，適時提供足以支持民眾採取行動的資訊，以縮短從關注、理解到實際捐款之間的距離。

二、對政府機構：應強化公益勸募資訊中介與制度性信任建構

對政府主管機關而言，公益勸募活動涉及大量私人資源移轉至公共目的，其治理重點不應僅限於形式上的申請審查與事後備查，而應該強化資訊揭露、監理透明與制度性信任的建構。本研究結果顯示，公眾對募款組織之責信疑慮會明顯影響其捐款反應，代表慈善募款治理若缺乏清楚、便利且可信的資訊環境，將容易形成資訊不對稱，並侵蝕整體公益體系的信用。



因此，政府機構可在公益勸募治理中扮演更積極的資訊中介角色，除依法審查勸募活動外，政府可以建立更便利且易於民眾查詢的公開資訊平台，整合各勸募團體之核准狀態、募款目的、募款期間、募款進度、支出比例、結案報告、第三方查核結果與違規紀錄。藉由清楚、簡明且可比較的方式呈現資訊，將有助於降低公眾查找資訊的成本，使民眾能更容易判斷募款組織是否值得信賴。

同時，政府在災難募款脈絡中也應避免讓公眾只能依靠媒體印象或組織自我宣傳作為捐款判斷依據。重大災害發生後，募款資訊通常大量湧現，公眾在高度情緒與時間壓力下，未必有能力逐一查核各組織之財務與執行狀況。政府若能提供即時、可信且集中化的公益勸募資訊，將有助於維持災後捐款秩序，減少不實募款或責信疑慮對公益體系造成的傷害。政府的角色不只是管理募款行為，更在於透過制度設計維持慈善市場的基本信任環境。

三、對社會大眾：慈善參與不只是善意表達，也是公共信任與責信監督的實踐

對社會大眾而言，慈善捐款並非單純的情緒反應或一次性善意表達，而是一種涉及公共信任、資源配置與責信判斷的公民參與行為。研究結果顯示，即使在災後募款脈絡中，公眾仍會關注募款組織是否透明、是否具備執行能力，以及善款是否能被妥善使用。這表示社會大眾在參與公益捐款時，並非只是被動接受募款訊息，也具有判斷、選擇與監督慈善組織的角色。

因此，對捐款者而言，公益參與不應只停留在「是否捐款」，也應進一步關心「捐給誰」、「如何使用」與「是否公開」。民眾在進行捐款前，可主動檢視募款單位是否取得合法勸募資格、是否清楚揭露用途、是否定期公開財務資訊，以及是否提供後續徵信與成果報告。責信意識不代表降低善意，而是使善意能夠透過更可信的組織與制度轉化為社會力量。

此外，本研究亦發現，社會規範與過去捐款經驗對捐款意圖具有重要影響，代表慈善參與若能從單次、偶發的捐款行為，逐漸轉化為日常化、社群支持且可持續的公益習慣，將更有助於形成穩定的慈善文化。社會大眾可透

過定期小額捐款、參與公益資訊分享、關注勸募徵信報告與支持透明組織等方式，將個人善意轉化為持續性的公共參與。成熟的慈善社會不僅需要願意捐款的民眾，也需要能夠要求透明、重視責信並支持良善治理的公民。

四、從情緒動員走向責信治理

本研究對慈善募款治理之實務意涵在於，公益捐款不能僅被理解為情緒動員或道德呼籲的結果，而應被視為建立在責信、透明與公共信任基礎上的治理過程。對非營利組織而言，責信是募款得以成立的信任條件；對政府機構而言，透明資訊平台與制度性監理是維持慈善體系可信度的基礎；對社會大眾而言，捐款不只是善意表達，也是參與公共事務與監督公益資源使用的一種方式。

因此，真正有效的慈善治理，不僅在於喚起公眾情感，更在於透過制度設計與組織實踐，使公益參與變得更可信、更便利且更持續。尤其在災難募款脈絡中，情緒與急迫性固然能引發公眾關注，但唯有當組織責信、政府監理與公民判斷共同運作時，公益慈善才能穩定而有效永續經營。

第三節 研究限制與未來研究建議

壹、研究限制

本研究透過情境問卷實驗探討災後募款脈絡與責信資訊對公眾慈善捐款意圖之影響，並結合修正式計畫行為理論進行分析，雖具一定理論與實務意涵，惟仍存在若干限制，尚待後續研究持續補充與精進。

一、實證資料主要仰賴自陳式問卷，可能受到社會期望偏誤影響

本研究透過受試者之自陳式問卷加以測量，難免可能受到社會期望偏誤影響，受試者在回答與慈善、道德或腐敗相關題項時，可能傾向作出較符合社會期待之答案，而非完全反映其真實想法。雖然本研究已透過匿名填答、



線上施測與題項配置等方式盡可能降低此一問題，然仍無法完全排除此種測量限制。

二、樣本招募方式與樣本結構可能限制研究結果之外部效度

其次，本研究採網路問卷方式蒐集樣本，雖有助於在有限時間與資源下完成研究設計與資料蒐集，然樣本結構仍可能受性別、年齡、地區、教育程度或既有公益參與經驗等因素影響，儘管透過平衡性檢驗確保達到良好之內部效度，但未必能完整代表全體臺灣民眾之捐款態度與行為模式。因此，本研究之發現較適合視為對理論因果關係與情境效果之初步檢驗，而在推論至更廣泛母體時仍應保持審慎。

三、情境實驗雖有助於建立因果推論，惟難免與真實災難捐款有所落差

本研究透過設計平時／災後情境與不同責信資訊條件，雖有助於提升變項控制程度，並觀察受試者對不同資訊刺激之反應差異，但情境問卷畢竟屬模擬式設計，與真實災難發生時之媒體強度、情緒感染、社會氛圍與時間壓力仍有所差異，受試者在閱讀情境文本時，未必能完全進入真實災難下之強烈情緒脈絡，進而使災後情境之刺激效果受到一定限制，可能是本研究中災後情境主效果未達顯著之原因之一。

四、心理變項之機制路徑仍有待驗證

本研究雖已將腐敗感知、背叛感、情緒激發等心理反應納入分析架構中，並透過相關性分析與延伸檢驗，觀察其與捐款反應間之關聯，惟部分變項在本研究中仍較偏屬補充性之解釋，雖可從結果中初步推測，負面責信資訊可能透過削弱信任、提升背叛感或改變情緒評價而影響捐款意圖，但其具體心理路徑仍有待未來研究進一步建構與驗證。

五、本研究將捐款者設定為自然人金錢捐款

本研究將捐款者設定為自然人之金錢捐款，但在現實生活中，慈善領域之範疇廣闊，行為方面可能包含物資捐贈、志工投入或協助資訊傳播等各種形式之慈善參與；參與者也可能包含企業、政黨、基金會、校友會或宗教團體等法



人組織，其決策邏輯可能受到組織形象、稅務規劃與利害關係人期待等因素影響，未必與自然人相同。因此，本文之研究結果主要適用於一般自然人面對特定募款資訊時之金錢捐款決策，並不宜直接推論至法人捐贈、物資捐贈或志工服務等其他慈善參與形式。

貳、 未來研究建議

一、強化研究設計與資料來源

首先，本研究如前述採網路問卷與情境式問卷實驗進行資料蒐集，其樣本結構與資料型態仍具有一定限制。未來研究可採用更具代表性的抽樣方式，例如分層抽樣、配額抽樣或更大規模之樣本設計，納入不同年齡、教育程度、所得階層與地區之受試者，以檢驗本研究發現是否能推論至更廣泛的臺灣民眾。

此外，本研究雖已透過薪酬捐款比例、獎金捐款比例與是否捐款等行為性指標，補充單純捐款意圖之不足，但整體資料仍主要來自問卷情境中的自陳式反應，未來研究若能結合實際捐款平台資料、實地募款實驗、追蹤式調查或多方法研究設計，將有助於更精確觀察公眾是否真正捐款、捐款金額多寡、捐給何種組織，以及捐款後是否持續支持，亦有助於進一步處理慈善捐款研究中常見的意圖—行為落差問題。

二、比較不同災害情境、公益議題與組織類型

本研究主要聚焦於災後慈善募款情境，並以非營利組織責信資訊作為核心實驗變項。然而，實務上公眾所面對的公益捐款情境相當多元，不同災害類型、受助對象與募款組織，皆可能影響公眾的情緒反應、責任歸因與信任判斷。

因此，未來研究可進一步比較不同災害類型與公益情境，例如天然災害、人為災害、公共衛生危機、戰爭難民救助、兒少福利、動物保護或長期社會弱勢援助等，以檢驗災後募款脈絡之效果是否具有一般性，或僅存在於特定災害脈絡中。同時，後續研究亦可納入不同組織類型，例如政府專戶、國際非政府

組織、地方社福團體、宗教慈善組織、基金會或新興群眾募資平台，以比較不同組織信任基礎下，責信資訊與判斷是否產生不同效果。

三、擴展不同公益參與形式與資源配置行為

本文將研究對象限縮於自然人之金錢捐款，但在真實災後募款脈絡中，公眾參與公益的方式十分複雜，不同公益參與形式所涉及的成本結構、心理動機、時間投入與責信要求，可能與金錢捐款有所不同。同時，法人組織之捐贈決策，也可能受諸多因素影響，與自然人捐款決策可能不盡相同。

未來研究可進一步比較自然人金錢捐款、物資捐贈、志工投入以及法人與自然人捐贈之間的差異，檢驗災後情境、責信資訊與判斷是否會在不同公益參與形式與不同捐贈主體中產生相同或不同效果。

另就資源配置角度而言，本研究延伸分析顯示，受試者對薪酬所得與獎金所得可能有不同捐款比例，表示捐款行為不僅取決於個體是否具有捐款意圖，也可能受到所得來源、資源分類與心理帳戶影響。後續研究可進一步檢驗固定薪資、獎金、退稅、禮金、臨時收入或意外所得等不同心理帳戶，如何影響個體之公益支出與捐款比例。藉此深化對「捐款意圖如何轉化為捐款金額」之理解，也能補充慈善捐款研究中對所得來源與資源配置心理的討論，以更全面呈現慈善決策之多元面向。



參考文獻



壹、 中文部分

台灣公益責信協會（2021）。公益觀察 2021風險社會裡的信任與連結。台灣公益責信協會。

台灣公益責信協會（2022）。公益觀察 2022韌性與復歸：臺灣企業暨民眾捐款調查報告。台灣公益責信協會。

台灣公益責信協會（2023）。公益觀察 2023交織的暗影：臺灣民眾捐款調查報告。台灣公益責信協會。

吳文傑（2005）。台灣慈善捐贈的租稅誘因分析。經濟論文叢刊，33(1)，97-111。

官有垣、杜承嶸、王仕圖（2010）。勾勒台灣非營利部門的組織特色：一項全國調查研究的部分資料分析。公共行政學報，(37)，111-151。

林秀芬（2011）。國人重大災難募捐行為之研究--以中華民國紅十字會總會為例〔未出版之碩士論文〕。國立政治大學。

花蓮縣政府（2018）。0206震災捐款支出明細。花蓮縣政府0206震災專區。檢索日期2025年3月22日，取自https://0206.hl.gov.tw/News_Content.aspx?n=3054&sms=10351&s=18460

花蓮縣政府（2024）。0403震災捐款支出明細。花蓮縣政府0403震災資訊專區。檢索日期2025年3月22日，取自https://www.hl.gov.tw/0403/News_Content.aspx?n=34623&s=156663

花蓮縣政府（2025）。馬太鞍溪堰塞湖潰堤捐款每日公告。花蓮縣政府全球資訊網。檢索日期2025年12月3日，取自https://www.hl.gov.tw/ysh/News_Content.aspx?n=41293&s=195362

凃金堂（2017）。實驗研究法與共變數分析（初版）。五南。

孫煒（2004）。非營利管理的責任問題：政治經濟研究途徑。政治科學論叢，(20)，141-166。

涂瑞德（2010）。非營利組織勸募計畫績效的影響因素。公共行政學報，(37)，1-35。

國家發展委員會（2025）。都市及區域發展統計彙編。國家發展委員會。檢索日期2026年5月22日，取自https://www.ndc.gov.tw/Content_List.aspx?n=5A2D326B69DD0112&upn=D26CD87D1D0298EC

許瓊文、賴易聖（2016）。線上捐款平台使用意願影響因素之研究。載於國立東華大學（主編），**TANET2016 臺灣網際網路研討會**（頁387-392-071）。國立東華大學。

陳春敏、陳振宇（2019）。實驗研究法。載於翟海源、畢恆達、劉長萱、楊國樞（編），**社會及行為科學研究法：總論與量化研究法**（頁 137-171）。東華書局。

賑災基金會（2025）。0403花蓮震災募款 公開徵信。財團法人賑災基金會。檢索日期2025年12月3日，取自https://www.tf4dr.org/fundraising_plans/97/credits/37

賑災基金會（2025）。0923花蓮馬太鞍溪堰塞湖災害專案募款 公開徵信。財團法人賑災基金會。檢索日期2025年12月3日，取自https://www.tf4dr.org/fundraising_plans/156/credits/204

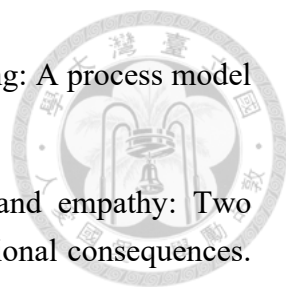
衛生福利部（2018）。0206花蓮震災專案捐款公開徵信。衛生福利部。檢索日期2025年12月3日，取自<https://www.mohw.gov.tw/cp-4121-41052-1.html>

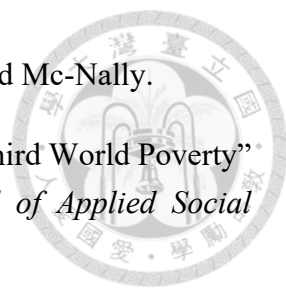
盧憶慧、林清壽（2013）。中高齡者慈善捐款行為意向之研究－以南投縣為例。**福祉科技與服務管理學刊**，1(3)，35-50。

羅雁紅、鍾宜珈（2016）。「救急」的媒介溝通效果：以災難新聞為例。**傳播與社會學刊**，(38)，37-82。

貳、西文部分

- 
- Adena, M. (2016). Nonprofit organizations, free media and donor's trust. *Journal of Economics*, 118(3), 239-263.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). Springer Berlin Heidelberg.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Alexander, C. S., & Becker, H. J. (1978). The use of vignettes in survey research. *Public Opinion Quarterly*, 42(1), 93-104.
- Andreoni, J. (1989). Giving with impure altruism: Applications to charity and Ricardian equivalence. *Journal of Political Economy*, 97(6), 1447-1458.
- Andreoni, J. (1990). Impure altruism and donations to public goods: A theory of warm-glow giving. *The Economic Journal*, 100(401), 464-477.
- Andreoni, J., & Payne, A. A. (2003). Do government grants to private charities crowd out giving or fund-raising? *American Economic Review*, 93(3), 792-812.
- Andreoni, J., Brown, E., & Rischall, I. (2003). Charitable giving by married couples: Who decides and why does it matter? *Journal of Human Resources*, 38(1), 111-133.
- Apinunmahakul, A., Barham, V., & Devlin, R. A. (2009). Charitable giving, volunteering, and the paid labor market. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 38(1), 77-94.
- Aristotle. (1869). *The Nicomachean ethics of Aristotle* (R. Williams, Trans.). Longmans, Green. (Original work published ca. 350 B.C.E.)
- Attanasi, G., Rimbaud, C., & Villeval, M. C. (2019). Embezzlement and guilt aversion. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 167, 409-429.
- Auten, G. E., Sieg, H., & Clotfelter, C. T. (2002). Charitable giving, income, and taxes: An analysis of panel data. *American Economic Review*, 92(1), 371-382.
- Auten, G., & Rudney, G. (1990). The variability of individual charitable giving in the US. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 1(2), 80-97.

- 
- Basil, D. Z., Ridgway, N. M., & Basil, M. D. (2008). Guilt and giving: A process model of empathy and efficacy. *Psychology & Marketing*, 25(1), 1-23.
- Batson, C. D., Fultz, J., & Schoenrade, P. A. (1987). Distress and empathy: Two qualitatively distinct vicarious emotions with different motivational consequences. *Journal of Personality*, 55(1), 19-39.
- Becker, G. S. (1974). A theory of social interactions. *Journal of Political Economy*, 82(6), 1063-1093.
- Bekkers, R. (2003). Trust, accreditation, and philanthropy in the Netherlands. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 32(4), 596-615.
- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 40(5), 924-973.
- Bennett, R., & Kottasz, R. (2000). Emergency fund-raising for disaster relief. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, 9(5), 352-360.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. John Wiley & Sons.
- Bohnet, I., Greig, F., Herrmann, B., & Zeckhauser, R. (2008). Betrayal aversion: Evidence from Brazil, China, Oman, Switzerland, Turkey, and the United States. *American Economic Review*, 98(1), 294-310.
- Bolton, G. E., & Katok, E. (1995). An experimental test for gender differences in beneficent behavior. *Economics Letters*, 48(3-4), 287-292.
- Bozionelos, G., & Bennett, P. (1999). The theory of planned behaviour as predictor of exercise: The moderating influence of beliefs and personality variables. *Journal of Health Psychology*, 4(4), 517-529.
- Brooks, A. C. (2000). Is there a dark side to government support for nonprofits? *Public Administration Review*, 60(3), 211-218.
- Butts, M. M., Lunt, D. C., Freling, T. L., & Gabriel, A. S. (2019). Helping one or helping many? A theoretical integration and meta-analytic review of the compassion fade literature. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 151, 16-33.
- Calder, B. J., Phillips, L. W., & Tybout, A. M. (1981). Designing research for application. *Journal of consumer research*, 8(2), 197-207.

- 
- Campbell, D. T., & Cook, T. D. (1979). *Quasi-experimentation*. Rand Mc-Nally.
- Campbell, D., Carr, S. C., & MacLachlan, M. (2001). Attributing “Third World Poverty” in Australia and Malawi: A case of donor bias? 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 31(2), 409-430.
- Chapman, C. M., Louis, W. R., Masser, B. M., & Thomas, E. F. (2022). Charitable triad theory: How donors, beneficiaries, and fundraisers influence charitable giving. *Psychology & Marketing*, 39(9), 1826-1848.
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429-1464.
- Conner, M., Warren, R., Close, S., & Sparks, P. (1999). Alcohol consumption and the theory of planned behavior: An examination of the cognitive mediation of past behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 29(8), 1676-1704.
- De Wit, A., & Bekkers, R. (2016). Exploring gender differences in charitable giving: The Dutch case. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(4), 741-761.
- Di Falco, S., Magdalou, B., Masclet, D., Villeval, M. C., & Willinger, M. (2020). Can shorter transfer chains and transparency reduce embezzlement? *Review of Behavioral Economics*, 7(2), 103-143.
- Dirkin, G. R. (1983). Cognitive tunneling: Use of visual information under stress. *Perceptual and Motor Skills*, 56(1), 191-198.
- Eckel, C., Grossman, P. J., & Milano, A. (2007). Is more information always better? An experimental study of charitable giving and Hurricane Katrina. *Southern Economic Journal*, 74(2), 388-411.
- Ein-Gar, D., & Levontin, L. (2013). Giving from a distance: Putting the charitable organization at the center of the donation appeal. *Journal of Consumer Psychology*, 23(2), 197-211.
- Einolf, C. J. (2011). Gender differences in the correlates of volunteering and charitable giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(6), 1092-1112.
- Fama, E. F., & Jensen, M. C. (1983). Separation of ownership and control. *The Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-325.
- Finch, J. (1987). The vignette technique in survey research. *Sociology*, 21(1), 105-114.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.

Fong, C. M., & Oberholzer-Gee, F. (2011). Truth in giving: Experimental evidence on the welfare effects of informed giving to the poor. *Journal of Public Economics*, 95(5-6), 436-444.

Gneezy, U., Keenan, E. A., & Gneezy, A. (2014). Avoiding overhead aversion in charity. *Science*, 346(6209), 632-635.

Greene, P., & McClelland, R. (2001). Taxes and charitable giving. *National Tax Journal*, 54(3), 433-453.

Groenendijk, N. (1997). A principal-agent model of corruption. *Crime, Law and Social Change*, 27(3), 207-229.

Handy, F. (2000). How we beg: The analysis of direct mail appeals. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 29(3), 439-454.

Hansmann, H. (1987). Economic theories of nonprofit organizations. In W. W. Powell (Ed.), *The nonprofit sector: A research handbook* (pp. 27-42). Yale University Press.

Hansmann, H. B. (1979). The role of nonprofit enterprise. *Yale Law Journal*, 89, 835-901.

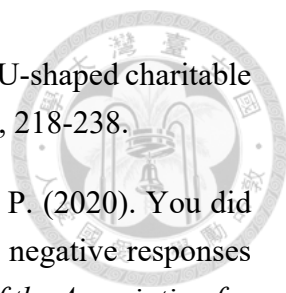
Highhouse, S. (2009). Designing experiments that generalize. *Organizational Research Methods*, 12(3), 554-566.

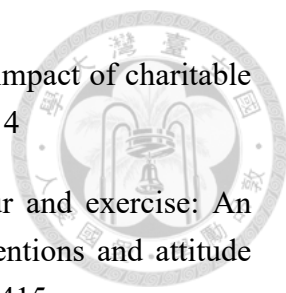
Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.

Huber, M., Van Boven, L., McGraw, A. P., & Johnson-Graham, L. (2011). Whom to help? Immediacy bias in judgments and decisions about humanitarian aid. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 115(2), 283-293.

Hung, C., Berrett, J. L., & Ma, J. (2025). How High Is Too High? An Experimental Analysis of Donors' Aversion to Nonprofit Overhead. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 54(2), 302-326.

Isa, N. A. M., Irpan, H. M., Bahrom, H. B., Salleh, A. B. M., & Ridzuan, A. R. B. (2015). Characteristic affecting charitable donations behavior: Empirical evidence from Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 31, 563-572.

- 
- James III, R. N., & Sharpe, D. L. (2007). The nature and causes of the U-shaped charitable giving profile. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36(2), 218-238.
- Joireman, J., Mulder, M., Grégoire, Y., Sprott, D. E., & Munaganti, P. (2020). You did what with my donation?! Betrayal of moral mandates increases negative responses to redirected donations to donor-to-recipient charities. *Journal of the Association for Consumer Research*, 5(1), 89-94.
- Jones, T. M. (1991). Ethical decision making by individuals in organizations: An issue-contingent model. *Academy of Management Review*, 16(2), 366-395.
- Joulfaian, D. (2000). Estate taxes and charitable bequests by the wealthy. *National Tax Journal*, 53(3), 743-763.
- Kaufmann, D., Kraay, A., & Mastruzzi, M. (2007). *Measuring corruption: myths and realities*. World Bank.
- Koehler, J. J., & Gershoff, A. D. (2003). Betrayal aversion: When agents of protection become agents of harm. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 90(2), 244-261.
- Kogut, T., & Ritov, I. (2005). The "identified victim" effect: An identified group, or just a single individual? *Journal of Behavioral Decision Making*, 18(3), 157-167.
- Lee, Y. K., & Chang, C. T. (2007). Who gives what to charity? Characteristics affecting donation behavior. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 35(9), 1173-1180.
- Lemmens, K. P., Abraham, C., Hoekstra, T., Ruiter, R. A., De Kort, W. L., Brug, J., & Schaalma, H. P. (2005). Why don't young people volunteer to give blood? An investigation of the correlates of donation intentions among young nondonors. *Transfusion*, 45(6), 945-955.
- Leslie, L. M., Snyder, M., & Glomb, T. M. (2013). Who gives? Multilevel effects of gender and ethnicity on workplace charitable giving. *Journal of Applied Psychology*, 98(1), 49-62.
- Lo, K.-T., & Wu, S.-Y. (2015). Giving in Taiwan: On the rise following economic growth and political democratization. In P. Wiepking & F. Handy (Eds.), *The Palgrave handbook of global philanthropy* (pp. 441-456). Palgrave Macmillan.

- 
- Mitchell, G. E., Xu, C., & Li, H. (2026). Information costs and the impact of charitable giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 55(2), 289-314.
- Norman, P., & Smith, L. (1995). The theory of planned behaviour and exercise: An investigation into the role of prior behaviour, behavioural intentions and attitude variability. *European Journal of Social Psychology*, 25(4), 403-415.
- O'Loughlin Banks, J., & Raciti, M. M. (2018). Perceived fear, empathy and financial donations to charitable services. *The Service Industries Journal*, 38(5-6), 343-359.
- Oehlert, G. W. (2010). *A first course in design and analysis of experiments*. W. H. Freeman.
- Olken, B. A. (2009). Corruption perceptions vs. corruption reality. *Journal of Public Economics*, 93(7-8), 950-964.
- Payton, R. L., & Moody, M. P. (2008). *Understanding philanthropy: Its meaning and mission*. Indiana University Press.
- Peng, S., Kim, M., & Deat, F. (2019). The effects of nonprofit reputation on charitable giving: A survey experiment. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 30(4), 811-827.
- Piff, P. K., Kraus, M. W., Côté, S., Cheng, B. H., & Keltner, D. (2010). Having less, giving more: the influence of social class on prosocial behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(5), 771-784.
- Posnett, J., & Sandler, T. (1989). Demand for charity donations in private non-profit markets: The case of the UK. *Journal of Public Economics*, 40(2), 187-200.
- Reid, M., & Wood, A. (2008). An investigation into blood donation intentions among non-donors. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 13(1), 31-43.
- Ribar, D. C., & Wilhelm, M. O. (2002). Altruistic and joy-of-giving motivations in charitable behavior. *Journal of Political Economy*, 110(2), 425-457.
- Rooney, P. M., Mesch, D. J., Chin, W., & Steinberg, K. S. (2005). The effects of race, gender, and survey methodologies on giving in the US. *Economics Letters*, 86(2), 173-180.

Rose-Ackerman, S. (2010). The institutional economics of corruption. In G.d. Graaf, P.v. Maravic, & P. Wagenaar (Eds.), *The good cause: Theoretical perspectives on corruption* (pp. 47-63). Verlag Barbara Budrich.

Rubaltelli, E., & Agnoli, S. (2012). The emotional cost of charitable donations. *Cognition & Emotion*, 26(5), 769-785.

Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 10, pp. 221-279). Academic Press.

Simon, H.A. (1990) Bounded Rationality. In: Eatwell, J., Milgate, M. and Newman, P., Eds., *Utility and Probability*, Palgrave Macmillan, 15-18. https://doi.org/10.1007/978-1-349-20568-4_5.

Sloan, M. F. (2009). The effects of nonprofit accountability ratings on donor behavior. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 38(2), 220-236.

Slovic, P., Finucane, M. L., Peters, E., & MacGregor, D. G. (2007). The affect heuristic. *European Journal of Operational Research*, 177(3), 1333–1352.

Small, D. A., Loewenstein, G., & Slovic, P. (2007). Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victims. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(2), 143-153.

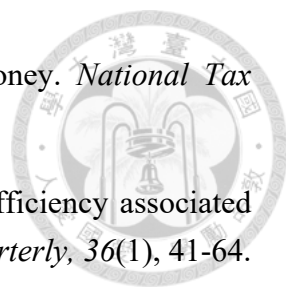
Smith, J. R., & McSweeney, A. (2007). Charitable giving: The effectiveness of a revised theory of planned behaviour model in predicting donating intentions and behaviour. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 17(5), 363-386.

Sutton, S. (1998). Predicting and explaining intentions and behavior: How well are we doing? *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1317-1338.

Taniguchi, H., & Marshall, G. A. (2014). The effects of social trust and institutional trust on formal volunteering and charitable giving in Japan. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 25(1), 150-175.

Thaler, R. H. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 4(3), 199–214.

Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183–206.

- 
- Tiehen, L. (2001). Tax policy and charitable contributions of money. *National Tax Journal*, 54(4), 707-723.
- Tinkelman, D., & Mankaney, K. (2007). When is administrative efficiency associated with charitable donations? *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36(1), 41-64.
- Transparency International. (2009). *The anti-corruption plain language guide*. Transparency International.
- Transparency International. (2025). *Corruption perceptions index 2024*. Transparency International.
- Treisman, D. (2007). What have we learned about the causes of corruption from ten years of cross-national empirical research? *Annual Review of Political Science*, 10(1), 211-244.
- Uslaner, E. M. (2002). *The moral foundations of trust*. Cambridge University Press.
- Van der Linden, S. (2011). Charitable intent: A moral or social construct? A revised theory of planned behavior model. *Current Psychology*, 30(4), 355-374.
- Västfjäll, D., Slovic, P., Mayorga, M., & Peters, E. (2014). Compassion fade: Affect and charity are greatest for a single child in need. *PloS One*, 9(6), e100115.
- Wason, K. D., Polonsky, M. J., & Hyman, M. R. (2002). Designing vignette studies in marketing. *Australasian Marketing Journal*, 10(3), 41-58.
- Webb, D. J., Green, C. L., & Brashear, T. G. (2000). Development and validation of scales to measure attitudes influencing monetary donations to charitable organizations. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 299-309.
- Weisbrod, B. A., & Dominguez, N. D. (1986). Demand for collective goods in private nonprofit markets: Can fundraising expenditures help overcome free-rider behavior? *Journal of Public Economics*, 30(1), 83-96.
- Weng, W. W., Woo, C. K., Cheng, Y. S., Ho, T., & Horowitz, I. (2015). Public trust and corruption perception: Disaster relief. *Applied Economics*, 47(46), 4967-4981.
- White, K. M., Starfelt Sutton, L. C., & Zhao, X. (2023). Charitable donations and the theory of planned behaviour: A systematic review and meta-analysis. *PloS One*, 18(5), e0286053.

Willer, R., Wimer, C., & Owens, L. A. (2015). What drives the gender gap in charitable giving? Lower empathy leads men to give less to poverty relief. *Social Science Research*, 52, 83-98.

Zagefka, H., Noor, M., & Brown, R. (2013). Familiarity breeds compassion: Knowledge of disaster areas and willingness to donate money to disaster victims. *Applied Psychology*, 62(4), 640-654.

Zagefka, H., Noor, M., Brown, R., De Moura, G. R., & Hothrow, T. (2011). Donating to disaster victims: Responses to natural and humanly caused events. *European Journal of Social Psychology*, 41(3), 353-363.

Zhuang, J., Saxton, G. D., & Wu, H. (2014). Publicity vs. impact in nonprofit disclosures and donor preferences: A sequential game with one nonprofit organization and N donors. *Annals of Operations Research*, 221(1), 469-491.

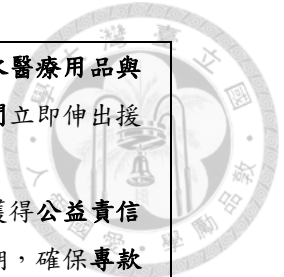


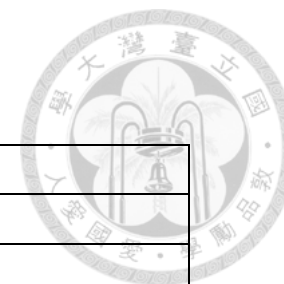
附錄一、本研究情境文本

研究組別	情境因素	責信資訊	情境文本
第一組	平時情境	無責信資訊	在我國偏遠山區，貧窮像是一道看不見的牆，造成了嚴重的教育落差。許多孩子並非缺乏天賦，而是受限於資源匱乏，正面臨貧窮複製的困境。這不是一時的危機，而是需要社會大眾長期關注的問題。 「人人關懷協會」深信教育是脫貧最穩定的力量，我們致力於推動持續性的偏鄉教育深耕計畫。您的捐款將用於聘請穩定的師資進行課後輔導，並提供長期的獎助學金。這是一場漫長的馬拉松，需要您的支持，讓我們一起陪伴孩子走過漫漫求學路，打破世代貧窮的循環。
第二組	平時情境	負面責信資訊	在我國偏遠山區，貧窮像是一道看不見的牆，造成了嚴重的教育落差。許多孩子並非缺乏天賦，而是受限於資源匱乏，正面臨貧窮複製的困境。這不是一時的危機，而是需要社會大眾長期關注的問題。 「人人關懷協會」深信教育是脫貧最穩定的力量，我們致力於推動持續性的偏鄉教育深耕計畫。您的捐款將用於聘請穩定的師資進行課後輔導，並提供長期的獎助學金。這是一場漫長的馬拉松，需要您的支持，讓我們一起陪伴孩子走過漫漫求學路，打破世代貧窮的循環。 但根據《公益觀察週刊》與多方媒體報導，「人人關懷協會」近期爆發嚴重爭議。調查發現該協會多次拒絕審計，財務極不透明，且有部分資金流向不明或被轉作非指定用途之投資。 數據顯示，該協會行政與人事費用過高，民眾捐出的每 100 元善款中，僅有不到 30 元用於受助者身上，其餘善款多遭挪用於人事宣傳與高層主管福利。針對上述指控，該協會至今尚未公開回應，引發社會對其善款流向的強烈質疑。
第三組	平時情境	正面責信資訊	在我國偏遠山區，貧窮像是一道看不見的牆，造成了嚴重的教育落差。許多孩子並非缺乏天賦，而是受限於資源匱乏，正面臨貧窮複製的困境。這不是一時的危機，而是需要社會大眾長期關注的問題。

			「人人關懷協會」深信教育是脫貧最穩定的力量，我們致力於推動持續性的偏鄉教育深耕計畫。您的捐款將用於聘請穩定的師資進行課後輔導，並提供長期的獎助學金。這是一場漫長的馬拉松，需要您的支持，讓我們一起陪伴孩子走過漫漫求學路，打破世代貧窮的循環。 同時，根據《公益觀察週刊》與第三方評鑑機構報告，「人人關懷協會」已連續多年獲得公益責信最高評級認證。該協會堅持財務完全透明，每月定期公開財報，每一筆善款流向可追溯，確保專款專用。 數據顯示，該協會嚴格自律，行政成本低於5%，且行政支出已由合作企業全額贊助。這意味著您捐出的善款，將100%直接用於救援或受助對象身上，確保您的愛心發揮最大效益。
第四組	災後情境	無責信資訊	就在昨夜，毀滅性強震全國有感，無數家園全毀，原本幸福的家庭瞬間崩塌。目前仍有大量民眾受困，正在瓦礫堆下求生，伴隨著受難者微弱的呼救聲與家屬心碎的哭喊，現場宛如人間煉獄。 現在是與死神拔河的緊急時刻，「人人關懷協會」搜救隊已挺進災區，但現場急需飲水醫療用品與禦寒毛毯。每一分每一秒的流逝都關乎生死，救援行動刻不容緩！請把握黃金救援時間立即伸出援手，您的每一筆捐款，都能在生與死的關鍵時刻挽救一條寶貴的生命！
第五組	災後情境	負面責信資訊	就在昨夜，毀滅性強震全國有感，無數家園全毀，原本幸福的家庭瞬間崩塌。目前仍有大量民眾受困，正在瓦礫堆下求生，伴隨著受難者微弱的呼救聲與家屬心碎的哭喊，現場宛如人間煉獄。 現在是與死神拔河的緊急時刻，「人人關懷協會」搜救隊已挺進災區，但現場急需飲水醫療用品與禦寒毛毯。每一分每一秒的流逝都關乎生死，救援行動刻不容緩！請把握黃金救援時間立即伸出援手，您的每一筆捐款，都能在生與死的關鍵時刻挽救一條寶貴的生命！ 但根據《公益觀察週刊》與多方媒體報導，「人人關懷協會」近期爆發嚴重爭議。調查發現該協會多次拒絕審計，財務極不透明，且有部分資金流向不明或被轉作非指定用途之投資。 數據顯示，該協會行政與人事費用過高，民眾捐出的每100元善款中，僅有不到30元用於受助者身上，其餘善款多遭挪用於人事宣傳與高層主管福利。針對上述指控，該協會至今尚未公開回應，引發社會對其善款流向的強烈質疑。
第六組	災後情境	正面責信資訊	就在昨夜，毀滅性強震全國有感，無數家園全毀，原本幸福的家庭瞬間崩塌。目前仍有大量民眾受困，正在瓦礫堆下求生，伴隨著受難者微弱的呼救聲與家屬心碎的哭喊，現場宛如人間煉獄。

		現在是與死神拔河的緊急時刻，「人人關懷協會」搜救隊已挺進災區，但現場急需飲水醫療用品與禦寒毛毯。每一分每一秒的流逝都關乎生死，救援行動刻不容緩！請把握黃金救援時間立即伸出援手，您的每一筆捐款，都能在生與死的關鍵時刻挽救一條寶貴的生命！ 同時，根據《公益觀察週刊》與第三方評鑑機構報告，「人人關懷協會」已連續多年獲得公益責信最高評級認證。該協會堅持財務完全透明，每月定期公開財報，每一筆善款流向可追溯，確保專款專用。 數據顯示，該協會嚴格自律，行政成本低於5%，且行政支出已由合作企業全額贊助。這意味著您捐出的善款，將100%直接用於救援或受助對象身上，確保您的愛心發揮最大效益。
--	--	---





附錄二、本研究各變數與原始問卷測量題目

變數類別與名稱	測量題目（代號）	測量選項
情境有效性檢核		
情緒激發與迫切感	在閱讀上述故事後，您感受到以下情緒的程度為何？ ● EM1：我感到同情（Sympathetic）。 ● EM2：我感到憐憫（Compassionate）。 ● EM3：我感到驚慌（Alarmed）。 ● EM4：我感到擔憂的（Worried）。 ● EM5：我認為這種情況需要立即採取行動，刻不容緩。	李克特 5 點量表 1、非常不同意 5、非常同意
腐敗感知	● CP1：我相信捐給該組織的錢是用於正當的用途。 ● CP2：我懷疑捐給該組織的資金，有很大一部分會被浪費或管理不善。 ● CP3：我對募款單位的印象是正面的。 ● CP4：募款單位在幫助受助者方面相當成功。 ● CP5：募款單位對社會發揮了有用的功能。	李克特 5 點量表 1、非常不同意 5、非常同意
背叛感	● BE1：我感到被募款單位背叛。 ● BE2：我認為募款單位違背承諾。 ● BE3：募款單位讓我失望的程度。	李克特 5 點量表 BE1, BE2： 1、非常不同意 5、非常同意 BE3： 1、非常滿意 5、非常失望
修正式計畫行為理論		



對捐款行為的態度	在上述情境下，我認為捐款給該組織是..... ● ATT1：壞的 — 好的 (Bad — Good) ● ATT2：不愉快的 — 愉快的 (Unpleasant — Pleasant) ● ATT3：無用的 — 有用的 (Useless — Useful) ● ATT4：無益的 — 有益的 (Unrewarding — Rewarding) ● ATT5：愚蠢的 — 明智的 (Foolish — Wise)	語意差異量表 (5 點) 兩端為相反形容詞，分數越高代表態度越正向
道德規範	● MN1：如果我不捐款給這個組織，我會感到內疚。 ● MN2：在這種情況下，不捐款給該組織違背了我的道德原則。 ● MN3：我相信我有道德義務捐款支持這項救援行動。	李克特 5 點量表 1、非常不同意 5、非常同意
知覺行為控制	● PBC1：是否捐款給該組織，完全取決於我。 ● PBC2：如果我願意，我有足夠的資源捐款給該組織。 ● PBC3：我有信心能夠克服困難，完成對該組織的捐款。	李克特 5 點量表 1、非常不同意 5、非常同意
規範信念	● 指令性規範 (Injunctive Norm, IN)：對我重要的人 (如家人、朋友) 會認為我應該捐款給該組織。 ● 描述性規範 (Descriptive Norm, DN)：我認為大部分的人在這種情況下都會捐款給該組織。	李克特 5 點量表 1、非常不同意 5、非常同意
過去行為	● PB1：我通常會捐款給慈善機構與社區服務組織。 ● PB2：在過去的 4 週內，我沒有捐款給慈善機構或社區服務組織。	李克特 5 點量表 1、非常不同意 5、非常同意
依變項		
捐款意圖	● DI1：我打算 (Intend to) 捐款給這個組織。 ● DI2：我很可能 (Likely to) 會捐款給這個組織。 ● DI3：我願意 (Willing to) 捐款給這個組織。	李克特 5 點量表 1、非常不同意 5、非常同意



捐款行為	● DB1：您捐款給慈善機構或社區服務組織的頻率如何？ ● DB2：若本研究最後提供該組織之捐款連結，請問您願意一次性捐出多少金額？ ● DB3：若本研究最後提供該組織之捐款連結，請問您願意定期（每月）捐出多少金額？ ● DA4：在閱讀完上述故事後，若您獲得一筆新台幣 10,000 元之工作所得，您願意捐出多少比例（%）給該組織？ ● DA5：在閱讀完上述故事後，若您獲得一筆新台幣 10,000 元之抽獎獎金，您願意捐出多少比例（%）給該組織？	DB1： 李克特 5 點量表 1、完全沒有 5、經常 DB2~DB4 連續選項 捐款行為：開放填寫
控制變項		
個人背景資料	● 性別：請問您的性別是？	類別選項 性別：男性、女性、其他
	● 年齡：請問您的年齡是？	連續選項 年齡：開放填寫
	● 教育程度：請問您目前教育程度是？	類別選項 教育：國小、國中、高中、大專、研究所
	● 個人年收入：請問您目前個人年收入為？	類別選項 收入：40 萬以下、41~50 萬、51~70 萬、71~100 萬、100 萬以上



	● 宗教信仰：請問您目前的宗教信仰為？	類別選項 宗教：基督教、天主教、道教、佛教、伊斯蘭教、其他
	● 居住地：請問您目前的居住地為？	類別選項 居住地：列舉我國 22 縣市與其他。
	● 過去經歷： ● 請問您是否曾擔任過非營利組織之志工？ ● 請問您是否曾參與過非營利組織舉辦之活動？	類別選項 是非題
捐款信任與對象	● 捐款信任：請問您較信任捐款給下列何哪一單位？ ● 捐款對象：請問您較願意捐款給下列哪一單位？	類別選項 捐款對象：非營利組織、中央政府、地方政府、個人募款



附錄三、本研究各變數編碼

變項類別	變項名稱	操作性定義	原始題項或計算方式	測量層級	編碼方式	反向題／再編碼說明	分析用途／備註
實驗分組	group	六組實驗情境分派；由情境條件與責信資訊條件交叉形成	情境×責信資訊	名目	1=平時／無責信資訊；2=平時／負面責信資訊；3=平時／正面責信資訊；4=災後／無責信資訊；5=災後／負面責信資訊；6=災後／正面責信資訊		G1 為迴歸與平衡性檢定參照組
實驗情境	scenario_disaster	情境條件；區分受試者閱讀之募款情境是否處於災後脈絡	實驗文本隨機分派	名目／二元	0=平時情境；1=災後情境		主要自變項
	corruption_info	責信資訊條件；區分受試者接收之組織責信資訊類型	實驗文本隨機分派	名目	0=無責信資訊；1=負面責信資訊；2=正面責信資訊		主要自變項；無責信資訊為參照
人口統計變項	female	性別是否為女性	Q51 性別	名目／二元	0=男性；1=女性；其他或未填答=缺失		控制變項／平衡性檢定

	age	受試者年齡	由出生年換算為實歲年齡	比例	連續變項；單位=歲		控制變項／平衡性檢定
	education_ord	最高教育程度	Q53 教育程度	序位	1=國小以下；2=國小；3=國中；4=高中/職；5=專科；6=學士；7=碩士；8=博士		數值越高代表教育程度越高
	income_code	年收入級距	Q54 年收入重新分類	序位／名目	1=低收入；2=中等收入；3=較高收入；4=未揭露		迴歸分析可轉為dummy；低收入為參照
	religion	是否具有宗教信仰	Q55 宗教信仰	名目／二元	0=無特別信仰；1=有宗教信仰		控制變項／平衡性檢定
	metro6	是否居住於六都	Q56 居住地	名目／二元	0=非六都；1=六都		六都包含臺北、新北、桃園、臺中、臺南、高雄
情境有效性檢核	emotion_mean	情緒激發程度；衡量受試者閱讀情境後之情緒與迫切感反應	Q38_1-Q38_5 取平均	等距	各題採 5 點量表；平均值範圍 1-5	部分原始文字量表轉換為 1-5 分	情境操弄檢核
	corruption_perception	腐敗感知；衡量受試者對募款組織不當運作、資金濫用	Q39_1-Q39_5 重新編碼後取平均	等距	平均值範圍 1-5；分數越高代表腐敗感知越高	依題意方向進行必要反向編碼	責信資訊有效性檢核／心理變項

		或責信不足之主觀判斷					
	betrayal_mean	背叛感；衡量受試者感受到募款組織違背公益承諾或造成失望之程度	背叛感相關題項取平均	等距	平均值範圍 1-5；分數越高代表背叛感越高	依題意方向統一為高分=較高背叛感	心理反應變項
修正式 TPB 變項	attitude_mean	捐款態度；衡量受試者對捐款行為之整體正負評價	Q42_1-Q42_5 取平均	等距	1-5 語意差異量表；分數越高代表態度越正向		預測捐款意圖之核心自變項
	moral_norm	道德規範；衡量受試者是否認為捐款具有道德義務或個人責任	Q43_1-Q43_3 取平均	等距	1=非常不同意；2=不同意；3=普通；4=同意；5=非常同意；平均值範圍 1-5		修正式 TPB 變項
	pbc	知覺行為控制；衡量受試者自認是否有能力、資源與自主性完成捐款	Q44_1-Q44_3 取平均	等距	1=非常不同意；2=不同意；3=普通；4=同意；5=非常同意；平均值範圍 1-5		修正式 TPB 變項
	injunctive_norm	指令性規範；衡量受試者感受到重要他人	Q45_1	等距	1=非常不同意；2=不同意；3=普		規範變項

		認為其應該捐款之程度			通；4=同意；5=非常同意		
	descriptive_norm	描述性規範； 衡量受試者認為周遭他人普遍會捐款之程度	Q45_2	等距	1=非常不同意； 2=不同意；3=普通；4=同意；5=非常同意		規範變項
過去行為變項	donate_once_any	過去是否曾有 單次捐款經驗	由過去捐款題項 重新編碼	名目／二元	0=否；1=是		控制變項／過去 捐款經驗
	donate_once_ord	過去單次捐款 頻率或金額序 位	由過去捐款題項 重新編碼	序位	0=不曾或無；1=低；2=中低；3=中；4=中高；5=高		數值越高代表過去 捐款程度越高
	donate_month_any	過去是否曾有 定期捐款經驗	由過去捐款題項 重新編碼	名目／二元	0=否；1=是		控制變項／過去 捐款經驗
	donate_month_ord	過去定期捐款 頻率或金額序 位	由過去捐款題項 重新編碼	序位	0=不曾或無；1=低；2=中低；3=中；4=中高；5=高		數值越高代表過去 捐款程度越高
依變項	donate_pct_income	薪酬所得捐款 比例	Q49；假設取得 薪酬所得時願意 捐出之比例	比例	0-100；單位=%		模擬捐款行為



	donate_pct_prize	獎金所得捐款比例	Q50；假設取得獎金所得時願意捐出之比例	比例	0-100；單位=%		模擬捐款行為
	donate_test_any	是否有模擬捐款	由 donate_pct_income 與 donate_pct_prize 重新編碼	名目／二元	0=兩項比例皆為0；1=任一比例大於0		二項勝算對數模型依變項
	donation_intention	捐款意圖；衡量受試者在情境中願意捐款之主觀傾向	Q46_1-Q46_3 取平均	等距	1=非常不同意；2=不同意；3=普通；4=同意；5=非常同意；平均值範圍 1-5		主要依變項
交互作用變項	Int_disaster_x_high	災後情境與負面責信資訊之交互作用	D_disaster × D_highCorrInfo	二元／等距	依組成變項相乘而得		檢驗情境與責信資訊或腐敗感知之調節效果
	Int_disaster_x_low	災後情境與正面責信資訊之交互作用	D_disaster × D_lowCorrInfo	二元／等距	依組成變項相乘而得		檢驗情境與責信資訊或腐敗感知之調節效果
	Int_disaster_x_corr Percep	災後情境與腐敗感知之交互作用	D_disaster × corruption_perception	二元／等距	依組成變項相乘而得		檢驗情境與責信資訊或腐敗感知之調節效果

	Int_highInfo_x_cor rPercep	負面責信資訊 與腐敗感知之 交互作用	D_highCorrInfo × corruption_percep tion	二元／等距	依組成變項相乘 而得		檢驗情境與責信 資訊或腐敗感知 之調節效果
	Int_lowInfo_x_corr Percep	正面責信資訊 與腐敗感知之 交互作用	D_lowCorrInfo × corruption_percep tion	二元／等距	依組成變項相乘 而得		檢驗情境與責信 資訊或腐敗感知 之調節效果
人口變數衍生虛 擬變項	D_income_mid	中等收入虛擬 變項	由原始或編碼後 變項轉換	名目／二元	1=中等收入；0= 其他		低收入為參照
	D_income_high	較高收入虛擬 變項	由原始或編碼後 變項轉換	名目／二元	1=較高收入；0= 其他		低收入為參照
	D_income_undisclo sed	年收入未揭露 虛擬變項	由原始或編碼後 變項轉換	名目／二元	1=未揭露；0=其 他		低收入為參照
	D_edu_2	教育程度為國 小之虛擬變項	由 education_ord 轉換	名目／二元	1=education_ord 為 2（國小）； 0=其他		未放入之教育類 別為參照
	D_edu_3	教育程度為國 中之虛擬變項	由 education_ord 轉換	名目／二元	1=education_ord 為 3（國中）； 0=其他		未放入之教育類 別為參照
	D_edu_4	教育程度為高 中/職之虛擬變 項	由 education_ord 轉換	名目／二元	1=education_ord 為 4（高中/ 職）；0=其他		未放入之教育類 別為參照
	D_edu_5	教育程度為專 科之虛擬變項	由 education_ord 轉換	名目／二元	1=education_ord 為 5（專科）； 0=其他		未放入之教育類 別為參照

	D_edu_6	教育程度為學士之虛擬變項	由 education_ord 轉換	名目／二元	1=education_ord 為 6（學士）； 0=其他		未放入之教育類別為參照
	D_edu_7	教育程度為碩士之虛擬變項	由 education_ord 轉換	名目／二元	1=education_ord 為 7（碩士）； 0=其他		未放入之教育類別為參照
	D_edu_8	教育程度為博士之虛擬變項	由 education_ord 轉換	名目／二元	1=education_ord 為 8（博士）； 0=其他		未放入之教育類別為參照
分組衍生虛擬變項	D_G2	第 2 組實驗情境虛擬變項	由 group 轉換	名目／二元	1=G2（平時／負面責信資訊）； 0=其他		G1 平時／無責信資訊為參照
	D_G3	第 3 組實驗情境虛擬變項	由 group 轉換	名目／二元	1=G3（平時／正面責信資訊）； 0=其他		G1 平時／無責信資訊為參照
	D_G4	第 4 組實驗情境虛擬變項	由 group 轉換	名目／二元	1=G4（災後／無責信資訊）；0=其他		G1 平時／無責信資訊為參照
	D_G5	第 5 組實驗情境虛擬變項	由 group 轉換	名目／二元	1=G5（災後／負面責信資訊）； 0=其他		G1 平時／無責信資訊為參照
	D_G6	第 6 組實驗情境虛擬變項	由 group 轉換	名目／二元	1=G6（災後／正面責信資訊）； 0=其他		G1 平時／無責信資訊為參照

NPO 經驗與關注 面向	npo_participate_raw	曾參與 NPO 活動原始填答	Q6	名目	保留原始文字： 是／否		
	npo_participate	是否曾參與 NPO 活動	Q6 重新編碼	名目／二元	0=否；1=是		平衡性檢定／控制變項
	npo_volunteer_raw	曾擔任 NPO 志工原始填答	Q7	名目	保留原始文字： 是／否		
	npo_volunteer	是否曾擔任 NPO 志工	Q7 重新編碼	名目／二元	0=否；1=是		平衡性檢定／控制變項
	invited_donation_raw	曾被邀請捐款原始填答	Q12	名目	保留原始文字： 是／否		
	invited_donation	是否曾被邀請捐款	Q12 重新編碼	名目／二元	0=否；1=是		平衡性檢定／控制變項
	npo_focus_raw	關注 NPO 面向原始填答	Q5	名目	保留原始文字		
	npo_focus_code	關注 NPO 面向代碼	Q5 重新編碼	名目	1=災害救援；2=偏鄉教育；3=老人照護；4=環境保護；5=兒少權益；6=其他		平衡性檢定／描述統計
	npo_focus_other_text	關注 NPO 面向其他文字	Q5_6_TEXT	名目	保留其他文字填答		
	D_focus_disaster	是否關注災害救援	由 npo_focus_code 轉換	名目／二元	0=否；1=是		NPO 關注面向 dummy；災害救

							援可作為參照類別
D_focus_rural_edu	是否關注偏鄉教育	由 npo_focus_code 轉換	名目／二元	0=否；1=是			NPO 關注面向 dummy；災害救 援可作為參照類 別
D_focus_elder	是否關注老人 照護	由 npo_focus_code 轉換	名目／二元	0=否；1=是			NPO 關注面向 dummy；災害救 援可作為參照類 別
D_focus_environment	是否關注環境 保護	由 npo_focus_code 轉換	名目／二元	0=否；1=是			NPO 關注面向 dummy；災害救 援可作為參照類 別
D_focus_child	是否關注兒少 權益	由 npo_focus_code 轉換	名目／二元	0=否；1=是			NPO 關注面向 dummy；災害救 援可作為參照類 別
D_focus_other	是否關注其他 NPO 面向	由 npo_focus_code 轉換	名目／二元	0=否；1=是			NPO 關注面向 dummy；災害救 援可作為參照類 別