

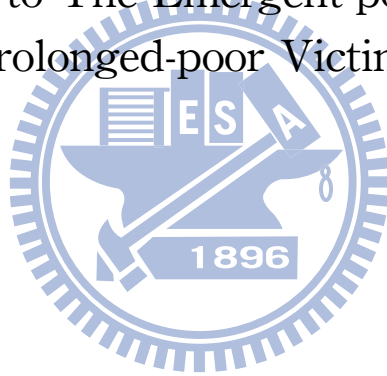
國立交通大學

管理科學系

碩士論文

對緊急和窮困類型受害者的捐助行為

The Donation to The Emergent-poor and to The
Prolonged-poor Victims



研究生：任慈

指導教授：張家齊 副教授

中華民國一百年六月

對緊急和窮困類型受害者的捐助行為

The Donation to The Emergent-poor and to The
Prolonged-poor Victims

研究生：任慈 Student：Tzu Jen
指導教授：張家齊 副教授 Advisor：Dr. Chia-Chi Chang

國立交通大學

管理科學系

碩士論文

A Thesis

Submitted to Department of Management Science

College of Management

National Chiao Tung University

in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of

Master

In

Management Science

June 2011

Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國一百年六月

致謝

這篇論文的完成，首先要感謝我的指導教授，張家齊老師。謝謝她從我們升碩二的暑假開始，每個禮拜都花時間，一點一點的指導我們。我們學會的不只是寫論文的方法，更是腳踏實地，一點一滴地累積知識的態度。

謝謝柏宇學長、明穎學長、愛華學姊、大萱學姊等等，多位學長姐在每個禮拜的討論時，不吝嗇分享他們的經驗，並指導我，給我意見。也謝謝一同為了論文努力的同學: Tammy、孟珊、佩芸、昱瀚和阿凱，謝謝你們陪伴我走過寫論文的這段時間，給我這麼多的幫忙。

也要謝謝楊千老師、任維廉老師和張國浩老師，同意借我他們的班級，讓我發放問卷，我的樣本才能順利收齊。也謝謝來幫我們口試的黃仁宏老師、何富年老師以及王慧明老師，給我許多珍貴的意見。還有其他許許多多的人們，感激你們，讓我的論文得已順利完成。真的，很謝謝你們，希望你們都很平安順利。



中文摘要

本論文依慈善活動中之受助者所面臨的困境類型，將之分成兩類，其一為處於急難類型當中的受助者，另一種則為處於窮困類型當中的受助者。前者該面臨的困境是突然發生的、使受助者之生活與困境發生前產生了落差，而需要幫助。並且，由於其困境往往是由於臨時的事件所造成，其處於困境的時間相對較短。而後者面臨的困境則往往是由於長期的貧困，其生活水平是一種穩定而持續的狀態，經常性的需要幫助，這類型的受助者處於困境的時間相對長許多。

本研究的兩個實驗旨在探討詢問捐助者捐助時間和金錢的先後順序，以及慈善文宣的主要訴求兩個變數，是否將影響受試者實際捐助急難類型和窮困類型之受助者之金額。實驗一之結果顯示，因為時間和金錢激發人們不同的心裡機制和聯想，故人們在先被詢問捐出金錢的意願時，最終將較傾向於實際捐出金錢給處於急難類型困境中的受助者。反之，在先被詢問捐出時間的意願時，人們最終將較傾向於捐助金錢給處於窮困類型中的受助者。實驗二則證實，當受試者閱讀以引人同情為主要訴求之慈善文宣時，其最終將較傾向實際捐助金錢予窮困類型之受助者。而閱讀了以激勵人心為主要訴求的慈善文宣之受試者，則較傾向實際捐助金錢給處於急難類型中的受助者。

綜合本研究所獲之結論，若慈善組織欲幫助急難類型的受助者，先行詢問捐助者捐助金錢的意願，再問其捐助時間的意願，並使其閱讀已激勵人心為主要訴求詞慈善文宣，將有效提高其捐款金額，達成幫助受助者之目的。反之，若欲幫助窮困類型之受助者，則應先行詢問捐款人捐助時間的意願，在詢問其捐助金錢的意願，並使其閱讀已引人同情文主要訴求之慈善文宣，方能有效提高其捐款金額。

Abstract

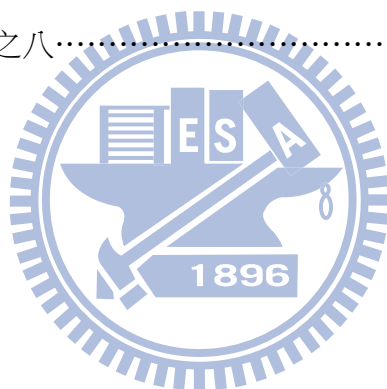
According to the types of situations that the people in need encountered, the present research divides the victims into two different categories. One of them is the emergent situation, and the other is the poor situation. Victims in the former situation is facing a plight that happens all of a sudden, causing a gap between the victims' original life and the life after the plight happens. Thus making the victims need help. The durations of the situations are often relatively short. However, the victims in the later situation are stay in a constant, long-term situation, which often caused by poor.

The two experiments of the research are trying to figure out if the time-ask effect vs. the Money-ask effect and the main appeals of the charity advertisement affect the amount of the donation to the victims in the two different kinds of situations. The results of experiment one shows that due to the different mechanisms that time and money may induce, the participants donate more money to the victims in the emergent situation when they are asked of their intentions to donate money to those victims first, while the participants donate more money to the victims in the poor situation when they are asked of their intentions to donate time to those victims. The results of experiment two indicate that the participants donate more money to the victims in the emergent situation when they are exposed to a charity advertisement with inspiring appeals, while the participants donate more money to the victims in the poor situation when they are exposed to a charity advertisement with sympathetic appeals.

目錄

謝辭	I
中文摘要	II
Abstract	III
目錄	IV
表目錄	VI
圖目錄	VII
第一章 緒論	1
1.1 研究背景和動機	1
1.2 研究目的	1
1.3 研究程序和步驟	2
第二章 文獻回顧	4
2.1 影響人們捐助行為的因素	4
2.2 急難和窮困的差異	6
2.3 Time-ask effect vs. Money-ask effect	8
2.4 急難與窮困和Time-ask與Money-ask的交互作用	10
2.5 急難與窮困和同情與激勵訴求的交互作用	11
第三章 研究方法	13
3.1 研究架構	13
3.2 受試者和樣本結構	16
3.3 問卷設計	19
3.4 實驗流程	21
第四章 研究結果分析與詮釋	23
4.1 人口統計變項對研究結果的影響	23
4.2 操控性檢定	26
4.3 依變項檢定和結果詮釋	32
第五章 討論	38

5.1研究結論	38
5.2研究限制	39
5.3未來研究方向	40
參考文獻	41
附錄一：實驗一問卷設計之一	44
附錄二：實驗一問卷設計之二	50
附錄三：實驗一問卷設計之三	56
附錄四：實驗一問卷設計之四	62
附錄五：實驗二問卷設計之五	68
附錄六：實驗二問卷設計之六	72
附錄七：實驗二問卷設計之七	76
附錄八：實驗二問卷設計之八	80



表目錄

表1 研究設計（實驗一）	14
表2 實驗設計表（實驗二）	16
表3 受試者人口統計變項資料整理表（實驗一）	17
表4 受試者人口統計變項資料整理表（實驗二）	18
表5 人口統計變數對實際捐款金額的影響（實驗一）	24
表6 人口統計變數對實際捐款金額的影響（實驗二）	25
表7 急難類型困境之操控性檢定（實驗一）	26
表8 窮困類型困境之操控性檢定（實驗一）	27
表9 急難類型困境之操控性檢定（實驗二）	28
表10 窮困類型困境之操控性檢定（實驗二）	29
表11 以引人同情為主要文宣訴求之操控性檢定（實驗二）	30
表12 以激勵人心為主要文宣訴求之操控性檢定（實驗二）	31
表13 二因子變異數分析結果（實驗一）	34
表14 二因子變異數分析結果（實驗二）	37

圖目錄

圖1 研究流程步驟圖	3
圖2 窮困和急難的差異	6
圖3 研究架構圖（實驗一）	13
圖4 實驗結果預測圖(實驗一)	14
圖5 實驗架構圖（實驗二）	15
圖6 實驗結果預測圖（實驗二）	16
圖7 實驗流程圖	22
圖8 急難類型和窮困類型困境主效果圖（實驗一）	32
圖9 Time-ask vs. Money-ask之主效果	33
圖10 困境類型與Time-ask, Money-ask之交互效果	34
圖11 急難類型和窮困類型困境主效果圖（實驗二）	35
圖12 引人同情和激勵人心的文宣訴求之主效果	36
圖13 困境類型與文宣主要訴求之交互效果	37

第一章 緒論

1.1 研究背景和動機

中文有一句話:”救急不救窮“，指的是和救助窮困的人比較起來，大家比較願意幫助處於緊急情況中的人。如此簡單的一句話，背後其實隱含了人們複雜而多元的權衡算計、同情憐憫的心理機制，同時也引發了各式和慈善相關的研究:包括如何加強人們對被助者的同理心、同情，如何提升人們心中對於慈善組織目標的評價，以及如何使人們相信組織的目標是可能被達成、被助者目前的困境是可能被改變的等等提升最終捐助結果或意願的各種途徑。以上每一個單一的面向或許可以解釋部分人們“救急不救窮“的原因，但是卻不能在實務上解決一般慈善組織在募款、招募義工或宣揚理念時，需要一些通則來針對目標被助者目前的情況，設計出適當的、能有效傳達其需要被幫助之重要性和急迫性，並且提升潛在捐助者之捐助意願及實際捐助金額、時數的文宣或活動。故我希望能研究如何設計慈善文宣之內容（激勵人心或引人同情），以及如何詢問潛在捐助者的捐助意願（先詢問捐助時間的意願或事先詢問捐助金錢的意願），來分別強化助人者幫助處於急難或是窮困情況當中的被助者。

1.2 研究目的

本研究之研究目的是希望了解是否有可能藉由詢問捐助人的捐助內容（捐助金錢或者捐助時間）先後的不同，或者藉著改變慈善文宣內容（激勵人心的內容或是引人同情的內容），改變或強化一般捐助人在捐助行為上有所謂“救急不救窮“的情況，使得不論是窮困或急難的被助者，都能受到捐助者的關注，也都能受到及時而有效的幫助。進而提升慈善組織和大眾傳達其組織目標之效益、提升其組織功能在大眾心目中的價值和重要性，更希望藉著更有效的文宣內容，能為組織募集更多的資源，以利其運用並完成其組織目標，造福世界上有需要的族群。

1.3 研究程序和步驟

本研究主要可分為五大步驟:首先提出研究之背景、動機和目的，並概略描述研究之程序和步驟。接著回顧過去的文獻，以建立本研究之研究假設。第三部份則是點出本研究之架構和研究方法，包含受試者的組成和挑選、實驗的流程和問卷的編排設計等等。繼以發放正式問卷，蒐集資料，並加以分析與解釋。最後則是結論、建議以及未來可能的研究方向。以下將上述五步驟以圖表顯示如下圖:



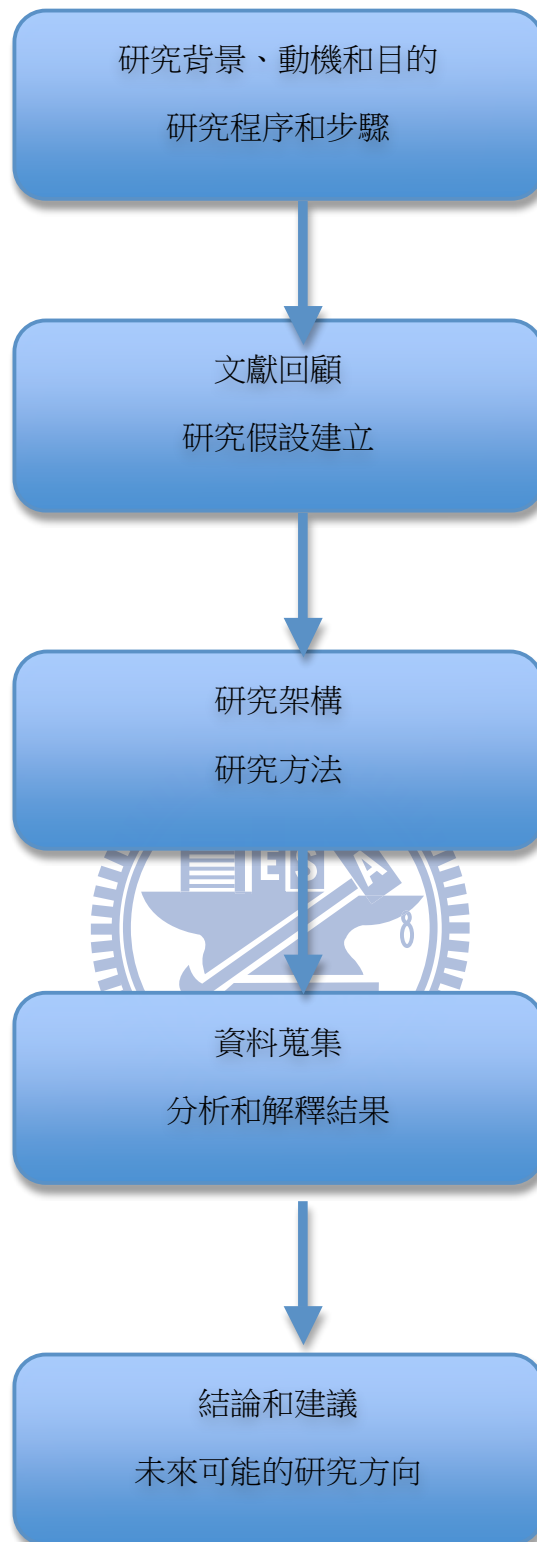


圖1 研究流程步驟圖

第二章 文獻回顧

2.1 影響人們捐助行為的因素

2.1.1 歸因理論對捐助行為的影響

在人們面臨捐助行為的決策時，其將如何歸因受助者本身為何會面臨當前需要幫助的情境，將會影響捐助者的捐助意願(Heider, 1958)。而人們歸因的其中一項重要依據就是根據受助者過去的“紀錄”來評斷受助者今天之所以需要幫助，主要是由於其自身的因素所造成，或是受其外在的環境所影響。

(Kelley, 1967)。在Batson 1975年的文獻中更舉了一個相當貼切而易懂的例子:若一名學生在期末考將屆之時，向輔導室的輔導老師抱怨由於他的父母給予她過高的壓力和期待，以及他宿舍的室友們過於吵鬧，使其無法安靜讀書，故認為自己無法在期末考發揮實力，希望老師能向他的教授說明原委，並准予他延後考試。面對這樣的情境，輔導老師很可能會根據該生過去的表現來歸因目前狀況發生的責任歸屬，並評斷如何給予其適當的幫助。若該生過去從未提出類似的請求，學業成績也一直維持中等，則相較於該生過去每次只要面臨考試，就抱怨周遭環境使其無法專心準備考試，試圖延後或逃避責任，想必前者較容易使輔導老師將目前的情況歸因於學生的外在環境，並選擇替該生向其授課教授解釋，並尋求解決之法。而後者則容易將責任歸在學生自己身上，應助其學習時間規劃。而於Batson 1975同篇文獻中也驗證了，相當多的因素都可能影響受試者歸因，包括:受試者的身分、被助者可信度、過去診斷依據的有無等等，都將影響受試者如何歸因受助者的問題所在，而更將顯著的影響受試者決定如何對該受助者進行幫助。而情況發生與否的可控制性，則普遍被其他和歸因以及慈善行為相關的文獻列為影響受試者歸因、以及同情等和慈善行為相關連的情緒、感受是否被激發的重要因素 (Brickman 1983; Meyer and Mulherin 1980)。若歸因的結果，受試者將目前的受助者的困境歸於受助者本身，則較可能激發其“憤怒”的感受，反之，若是歸因的結果，困境的發生決大部分的原因是由於受助者周遭的環境所使然，則較可能激發出“同情”的情緒 (Reisenzein 1986)。將急難和窮困的環境相較，急難的發生，通常偏向不可抗力而非預期的意外(車禍、意外、天然災害等等)故較容易使人們將發生急難類型困境的原因，歸於受助者的外在環境，進而引發人們的

同情，而同情和同理心則已被證實和慈善行為的發生有相關連。(Fisher, Vandenbosch and Antia)反之，若是窮困類型的困境，則多半屬於長期、親代和子代之間週而復始發生的現象，這樣的情況當然可能是因為社福體制不夠完全、資源分配不均、城鄉差距等等外在因素造成，但與急難的困境相較起來，更有可能是由於受助者本身的因素所造成，如：藥物或酒精、網路成癮、家庭功能未能完全發揮、過度依賴父母等等，在歸因時較偏向於被歸為受助者本身應負起大部分的責任，因而激發人們“憤怒”的感受，自然而然人們幫助窮困類型被助者的意願就不如幫助急難類型受助者意願了。

2.1.2 Dual process models

Dual process models 將人們的社會認知 (social cognition) 分為兩階段的模式：其一為刻意的、算計權衡的模式，另一個則為直覺反應的、情感的模式(Chaiken & Trope, 1999; Epstein, 1994; Kahneman & Frederick, 2002; Sloman, 1996 etc.):

1. 其中情感的模式受到相當多因素的影響，包含和個人的連結、特定的目標、目標生動的形象和情緒的激發等等(Epstein, 1994; Sherman, Beike, & Ryalls, 1999).
2. 相反來說，刻意的、算計權衡的模式，則特別容易被模糊的、非特定的目標所激發(Small, Loewenstein and Slovic 2007)。

人們處於以上那一個思考模式當中，對於捐助行為有著相當程度的影響，過去的學者已驗證由於其獨有的特性，情感模式對於單一而可辨識的受害者的募款行動特別有利，故是所謂“Identifiable Victim Effect”之所以存在的其中一種解釋 (Small and Loewenstein 2003)。而受助者身處的困境類型是急難或窮困的狀態和被害者是單一可辨識的個體或一組為數較多的群體，以捐助者的角度而言有著異曲同工之妙，也同樣會影響捐助者的捐助意願。

對捐助者來說，其較願意幫助單一而可辨識受害者的原因有以下幾點 (Klandermans, 1984、1992; Das, Kerkhof and Kuiper 2008):

- 1.容易受到媒體的重複播放、關注，使捐助者充分感受其問題的急迫、重要性

2.捐助者感知的受害者少

3.捐助者個人的捐助行為有可能解決問題，改變被害者的現況

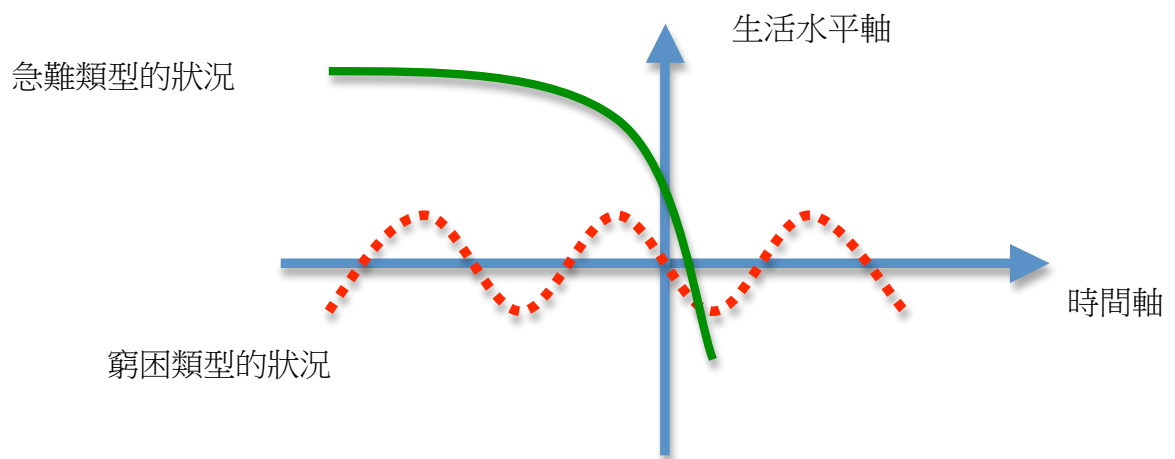
4.他人（其他捐助者）捐助的可能性高

而處於急難情境當中的受助者也有著以上的特性，急難狀況常常是社會上的突發事件、重大新聞（ex:地震、風災、火災），受大眾關注的情形自然不在話下，而事件中的受害者通常不多，或是會自動被歸類為“一群可辨識的受害者

“（ex:88風災受害者、921地震受再戶等等）。社會上他人捐助的情況相當普遍，而重建雖然是漫漫長路，但至少是可預期的、能訂出時間表的。反觀處於窮困環境當中的受害者，窮困常常是長期而幾乎不可能被完全解決困境，除非是很獨特個案或是在某一特定的時點（ex:選舉時）才有可能媒體關注。在這樣的情形中，捐助者捐助急難情境當中的受害者之意願自然較高於處於窮困環境中者。

2.2急難和窮困的差異

在本實驗中，急難的情況和窮困的情況之間最主要的差異可以以下兩點說明，並輔以圖二解釋:



圖二 窮困和急難的差異

2.2.1 被助者再發生急難或窮困的狀態前後，生活水平的落差：

1. 急難的狀況：

由上圖中實線可知，原本受助者的生活水平相對較高，並不需要額外的幫助，但因某一事件造成其生活突然發生重大的困難，生活水平一下下滑，和原本發生了一定程度的落差，而需要他人救助。該變化發生的幅度相較於處於窮困狀況中的被助者來說，是巨大而顯著的。由於被助者的困境，和其原本的生活有著明顯的落差，在人們的心中將會產生特別大的影響力，進而增進助人者的捐助意願。

2. 窮困的狀況：

窮困狀態中的被助者，則無論因為何種原因，其生活水平一直以來則都是屬於窮困的狀態，並沒有特別的變化產生，也因為如此，即使他們可能長期處於飢寒交迫的情況，但是大眾習以為常社會上有如此弱勢的族群存在，比起發生急難狀況的被助者，捐助人對窮困狀態的被助者不會有特別的感受和捐助意願。

2.2.2 時間點和時間線的差異

1. 急難的狀況：

急難狀況的發生可說是於單一時間點上的突發狀況，由上圖中實線可知，原本受助者的生活水平相對較高，並不需要額外的幫助，但因某一事件造成其生活突然發生重大的困難，生活水平一下下滑，和原本發生了一定程度的落差。助人者的注意力主要是投注在其生活發生困境的那一個特定的事件和時間點。

2. 窮困的狀況：

由上圖中的虛線所代表，其生活水平長時間的處於較低落而需要被幫助的情況，但改變有限的相對穩定狀態，助人者主要就是了解被助者的這一種“長期的狀態”。

H1:人們捐助給處於急難狀況中的被助者的金額會顯著高於處於窮苦狀態中之被助者。

2.3 Time-ask and Money-ask effect

2.3.1 金錢和時間所引發的，不同的心理機制

過去有相當多的文獻探討過時間和金錢是如何引發人們不同的聯想和目標，時間容易使人連想到過去的某一特定的經驗，而經驗常常伴隨著情緒、感情，讓人們傾向以追求事件發生的“過程“或個人自我價值達成、實現等為目標（Mogilner and Aaker 2009; Liu and Aaker 2008）。相對而言，金錢則容易使人連想到追求價值、利益、算計和佔有（Mogilner and Aaker 2009）等等，讓人以事件的結果為衡量其價值的依據，也較傾向競爭、權衡以達成目標。而取得和花費時間或金錢的“成本“對人們來說也存在差異。學者指出，當人們消費金錢時，由於金錢的“價值“和其數量（金額）被劃上等號，故人們希冀從消費能獲得和金額等價的滿足感。反觀耗費時間，由於時間的“價值（成本）“是因人而異的，不似金錢有著客觀而既定的標準，故人們在花費時間時，是否取得了和其等價之滿足感是因人而異的，比起金錢的衡量標準更具有彈性（Okada and Hoch 2004）。但也因為這樣的個人差異，以及時間比起金錢較模糊而具有無形的特質，人們對於如何花時間較不會感受到壓力（Okada 2005; Okada and Hoch）。而在衡量失去時間和失去金錢的“成本“和“痛苦程度“上而言，由於時間的不可逆性、無形性，使得人們在損失時間時會比損失金錢感到難受（Leclerc, schmitt, and Dube’ 1995）。由於金錢和時間在人們的心中存在著以上顯著的差異性，而過去的學者更證明了在人們評估、衡量某一特定事物之價值時，暗示其用“時間“或“金錢“的角度來切入思考，能使人們對該事件的態度和決策產生變化（Mogilner and Aaker 2009; Soman, Dilip 2001）。以下將就要求人們從“時間“和“金錢“的角度衡量其捐助意願會對捐助結果產生什麼樣的影響。

2.3.2 Time-ask vs. Money-ask和慈善行為的關聯:

1.從不同的角度思考“慈善“:

綜觀上述針對金錢和時間是如何改變人們對事物的評價觀點和價值衡量，在人們進行關於慈善捐助的決策時，用分別詢問其捐助時間（志工、愛心媽媽等等）和捐助金錢的意願之方式，誘導人們從不同的方面看待“捐助慈善“這件事情，就能有效的影響人們實際捐助的結果（Liu and Aaker 2008）。在2008年Liu and Aaker 兩位學者的文獻的三個實驗中，就分別驗證了如果再請受試者填寫實際願意捐助的金額之前，先被詢問其捐助時間之意願的人們，比起未被詢問其捐助時間之意願者，最終填寫的捐助金額顯著較高。而若將受試者分成三組，分別在其最終填寫捐助金錢的額度和捐助時間的真實意願前，以七點量表詢問其對捐助金錢和時間給某特定慈善組織有多大的興趣（Time-ask-first condition: 先問對捐時間感興趣的程度，再問對捐金錢感興趣的程度。Money-ask-first condition:先問對捐金錢感興趣的程度，才問對捐時間感興趣的程度。Control-condition:不先問任何問題），則Time-ask-first condition的受試者最後捐出的實際金額和參與志工活動的實際人數都顯著的高於Control condition and Money-ask-first condition者，而處於Control condition者最終的實際捐助金額又顯著的高於Money-ask-first condition的受試者。

2. 慈善捐助為人們帶來的感受:

在Chance and Norton兩位學者於2010年的ACR會議中所提出的研究中，證實由於捐助行為是一種人們身分及社會地位的象徵，若衡量人們主觀上感覺自己的富有程度，在閱讀完慈善組織的介紹後，被分配到donation condition（詢問其實際捐助意願）的受試者中，選擇捐助該慈善組織者，比起被分配到control condition(不詢問其實際捐助意願)的受試者，前者感覺自己較富有。而control中的受試者，比起被分配到donation condition，卻選擇不進行捐助行為，保留金錢的受試者，前者感覺自己較富有。主觀上認定自己較富有的感受和因為進行慈善捐助而為自己營造出成功、有社會地位的觀感，和其他許許多多的因素，都使得人們在捐助他人時，感到愉悅和快樂，故有“助人為快樂之本“一說。而在Mogilner and Aaker 2009年的文獻中更進一步指出，若針對同一產品（檸檬汁、iPod等等），分別讓消費者從Time-ask 和Money-ask的角度切入，思考和衡量該產品的價值的話，請消費者花個幾分鐘來體驗、品嚐該產品（Time-ask)的用語，比起請消費者花一點點錢來體驗、品嚐該商品（Money-ask），前者不但使消費者願

意花更多的錢購買該商品，更使消費者對該商品持較正面的態度、有較正面的聯想，對其整體購物經驗相對較後者滿意。該例再次驗證了，由於“時間“不但能誘發人們連想起過去的經驗、時光、情感等等，和慈善行為所需的無私、同情心，產生了連結，更因為時間和前相較起來，使人們對產品、事件、整體經驗產生較正面而愉悅的聯想，而對其有較高的評價，故在慈善捐助行為時，若誘使人們從時間的角度切入（Time-ask），其最終效果必將優於使人們從金錢的角度切入（Money-ask）所帶來之結果。

H2:當人們被詢問捐助時間之意願先於捐助金錢的意願者（Time-ask），實際捐助金錢的金額將顯著高於被詢問捐助金錢的意願先予捐助時間的意願者（Money-ask）。

2.4 急難與窮困和Time-ask與Money-ask的交互作用:

綜合以上所述，本研究認為，不同的困境類型，隱含不同的困境發生原因，自然也就會影響人們幫助處於不同類型困境中受助者的意願。而金錢和時間所激發出不同的心裡機制顯示:金錢容易使人連想到權衡、佔有和算計等等，而人們若在Dual-Process Model中的第二階段，透過思考、考量，而非直覺反應來做出決定的情況下，Money-ask effect將使受試者傾向於幫助處於急難類型困境中的受害者，因為急難類型的困境是屬於一己之力的捐助較可能解決，受助者脫離困境所需之歷程較短暫也較容易的情況，捐助者投入的金錢在這類型的困境中，較能立即發揮顯著的效用。而時間則和情緒、情感、過去的經驗等等相互連結，與Dual-process Model 中的第一階段，在未經思考、以直覺反應和受情緒影響極大的情況下做出決策的情形相互呼應，受Time-ask effect影響的受試者將較可能選擇幫助處於窮困狀態的受助者。由於窮困類型的困境是屬於需要時間較長期、過程較辛苦的情況，則務必激發受試者對情感、同情的反應，使其留在Dual-process Model的第一階段，讓情緒和直覺的反應效果充分發揮，才有可能有效提升其捐助情況。故Time-ask vs. Money-ask effect和不同的困境類型將產生交互作用，共同影響人們實際的捐助金額。

H3:不同的受助者情況和詢問捐助意願內容之先後對於捐助者實際的捐助金額有顯著的交互作用。

H3a:面對處於窮困狀態中的受助者，先詢問捐助者捐助時間的意願，接著才問其捐助金錢的意願（Time-ask）使捐助者最終捐出的實際金額將高於先詢問捐助者捐助金錢的意願，接著才問其捐助時間的意願（Money-ask）使捐助者最終捐出的實際金額。

H3b:面對處於急難狀態中的受助者，先詢問捐助者捐助金錢的意願，接著才問其捐助時間的意願（Money-ask）使捐助者最終捐出的實際金額將高於先詢問捐助者捐助時間的意願，接著才問其捐助金錢的意願（Time-ask）使捐助者最終捐出的實際金額。

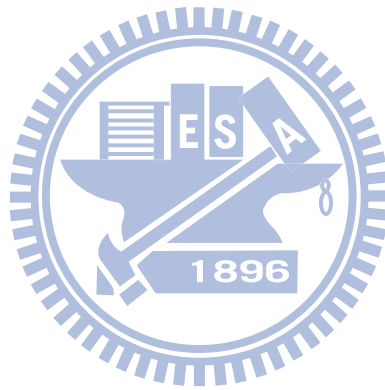
2.5 急難與窮困和同情與激勵訴求的交互作用:

許多種類的情緒都可能直接或間接的影響到人們捐助時間或金錢的意願，例如激發人們的同情、同理心等等（Small, Loewenstein, and Slovic 2007），但背後的動機和考量則可能不盡相同，引人同情和激勵人心都是慈善組織文宣常使用的內容主軸，主要目的就是在激起人們的同情心和被激勵、鼓舞的感受，進而希望提升捐助的意願。對不同的困境類型可能會影響捐助者對於困境發生之原因歸因，而歸因不同，又可能改變捐助者的捐助意願和方式的前提下，由於窮困的環境，通常不是短時間能夠改變，一般人對於長期窮困者能夠完全脫離困境的期待也小於處於急難困境中的受助者，故試想若面對一個處於窮困環境中的受助者，引起受試者的同情心的文宣內容可能比激勵的文宣內容更能提高受試者的捐助金額。相對來說，處於急難當中的受助者，則應當使用激勵、鼓舞閱讀慈善文宣者的方式來突顯急難的狀況比起窮困，是可以在短期內被改變，受助者能夠回歸一般生活的特色，加強其捐助意願，相信會比使用同情內容的文宣更加有效。所以本研究假設不同的困境類型，將和慈善文宣內容所欲激發的，不同的情緒產生交互作用，共同影響人們最終的實際捐助結果。

H4:不同的受助者情況和慈善文宣的故事內容對於捐助者實際捐助的金額有顯著的交互作用。

H4a:面對處於窮困狀態中的受助者，捐助者閱讀內容引人同情的慈善文宣後捐助的實際金額將高於閱讀內容激勵人心的慈善文宣。

H4b:面對處於急難狀態中的受助者，捐助者閱讀內容激勵人心的慈善文宣後捐助的實際金額將高於閱讀內容引人同情的慈善文宣。



第三章 研究方法

3.1 研究架構

本研究分為兩個2x2的實驗，架構一是以詢問受試者捐助金錢和時間之意願的時間點先後的不同，來測試受試者對於身處於急難或窮苦當中之被助人的幫助意願及實際捐助金額是否會造成影響。架構二則是改變受試者所閱讀之慈善文宣的主軸（激勵人心、引人同情）來測試其是否將影響受試者在面對不同情況（急難、窮苦）的受害者時，捐助的意願和情況。以下將分別詳述兩實驗之架構、實驗設計表和結果預測：

3.1.1 架構一

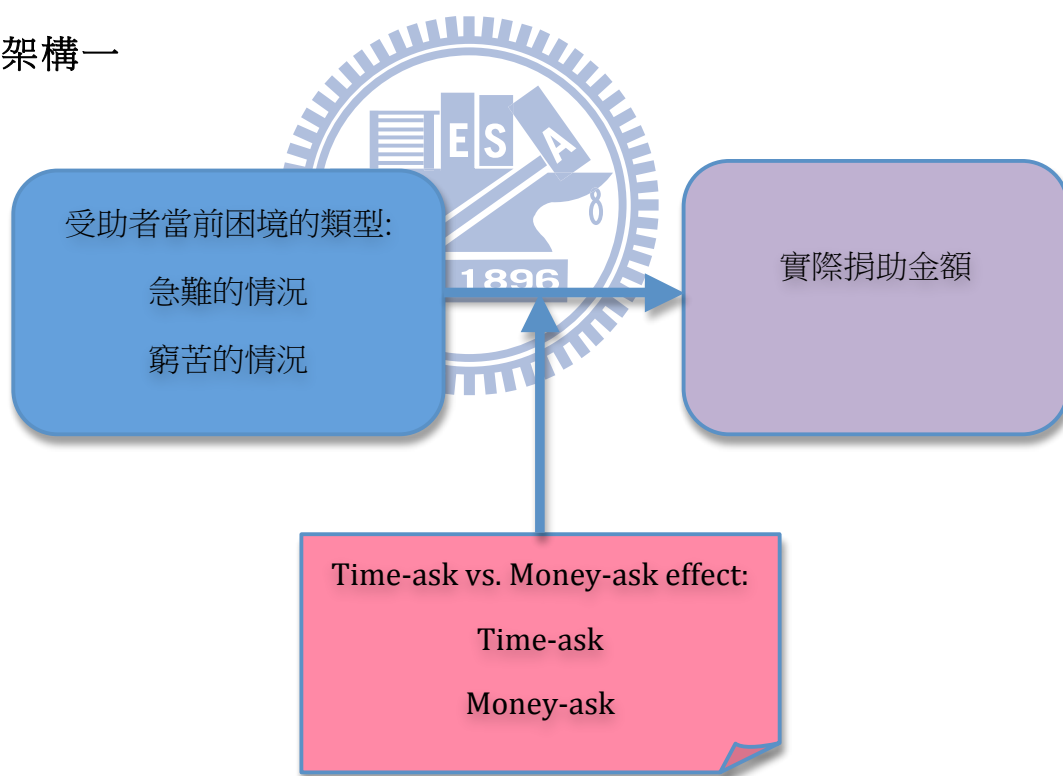


圖3 研究架構圖（實驗一）

1. 受助者當前所面臨的困境之類型：

分別以文字敘述被助者目前的情況。急難的情況指受助者目前因生活遭逢突然的、重大的巨變，而陷入困境，故需要捐助人伸出援手，助其渡過難關。而

窮苦的情況則指被助者的生活因某種原因而長期處於貧困的情形，需要捐助人幫助使期能維持基本的生活水平。

2. Time-ask vs. Money ask effect:

在受試者閱讀完被助者的情況後，詢問其願意捐助時間或金錢的先後次序不同。Time-ask指先詢問受試者捐助時間的意願，之後才詢問其捐助金錢的意願。而Money-ask則與Time-ask的順序相反，乃先行詢問受試者捐助金錢的意願，才問捐助時間的意願。

3. 實際捐助的金額:

在問卷結束前，確認每一位受試者願意捐出的真實金額。

表1 研究設計（實驗一）

Y=實際捐助的金額		Time-ask vs. Money-ask effect	
		Time-ask effect	Money-ask effect
困境之類型	急難的狀況		
	窮困的狀況	1896	

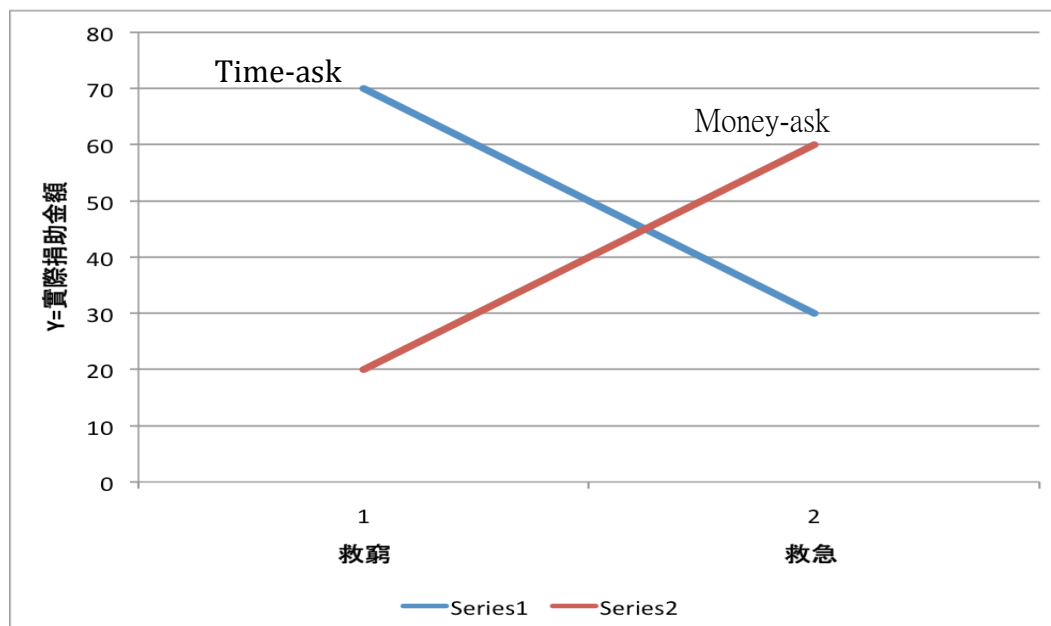


圖4 實驗結果預測圖(實驗一)

3.1.2架構二:

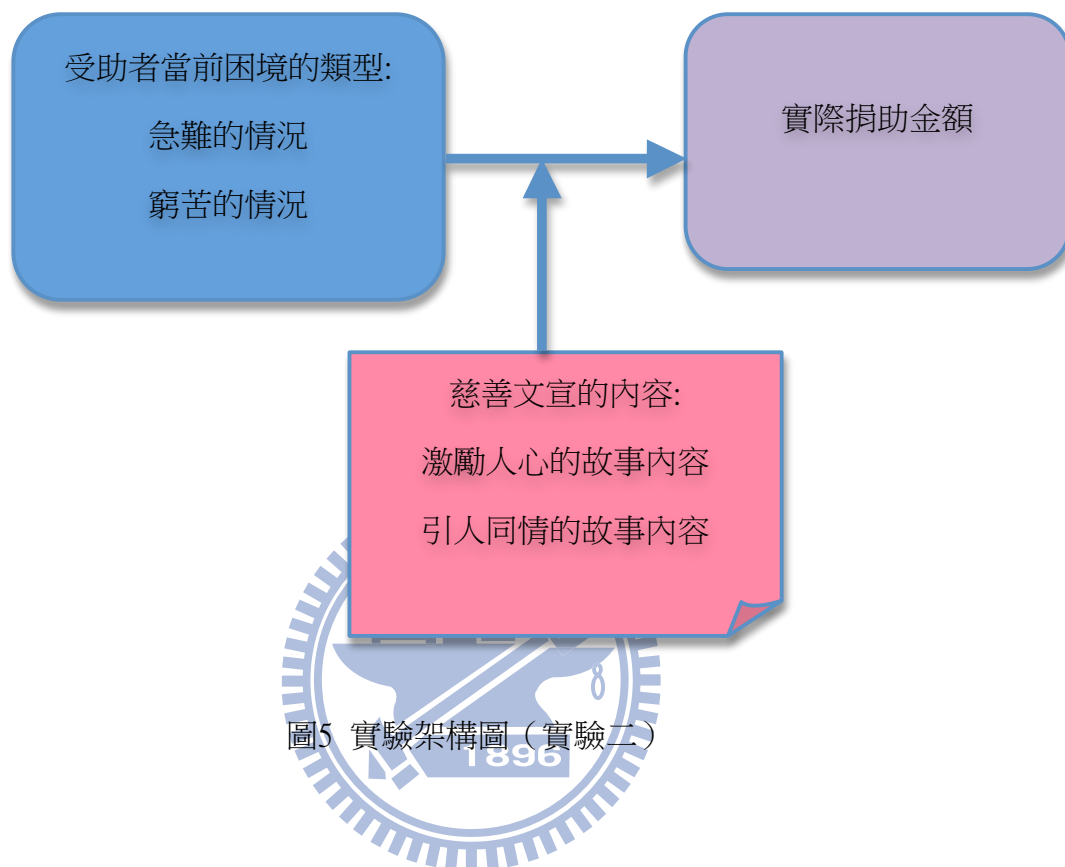


圖5 實驗架構圖 (實驗二)

1.受助者當前所面臨的困境之類型:

在情境中以文字敘述被助者目前的情況。急難的情況指受助者目前因生活遭逢突然的、重大的巨變，而陷入困境，故需要捐助人伸出援手，助其渡過難關。而窮苦的情況則指被助者的生活因某種原因而長期處於貧困的情形，需要捐助人幫助使期能維持基本的生活水平。

2.慈善文宣的內容:

在情境中描述受助者目前的情況時，用部份不相同的敘述，引發人們不同的情緒反應。激勵人心的故事旨在描繪受助者即使遭逢不幸，若能接受來自各界的幫助，齊不但能脫離窘境，更將努力向上、試圖回饋社會，幫助更多相同遭遇者。

而引人同情的故事內容則著重於受助者面臨困境，是如何掙扎求生，但連身為人最基本的權力都即將喪失，急需幫助的故事。

3.實際捐助金額:

在問卷結束前，確認每一位受試者願意捐出的真實金額。

表2 實驗設計表（實驗二）

Y=實際捐助的金額		慈善文宣之內容	
		引人同情	激勵人心
困境之類型	急難的狀況		
	窮困的狀況		

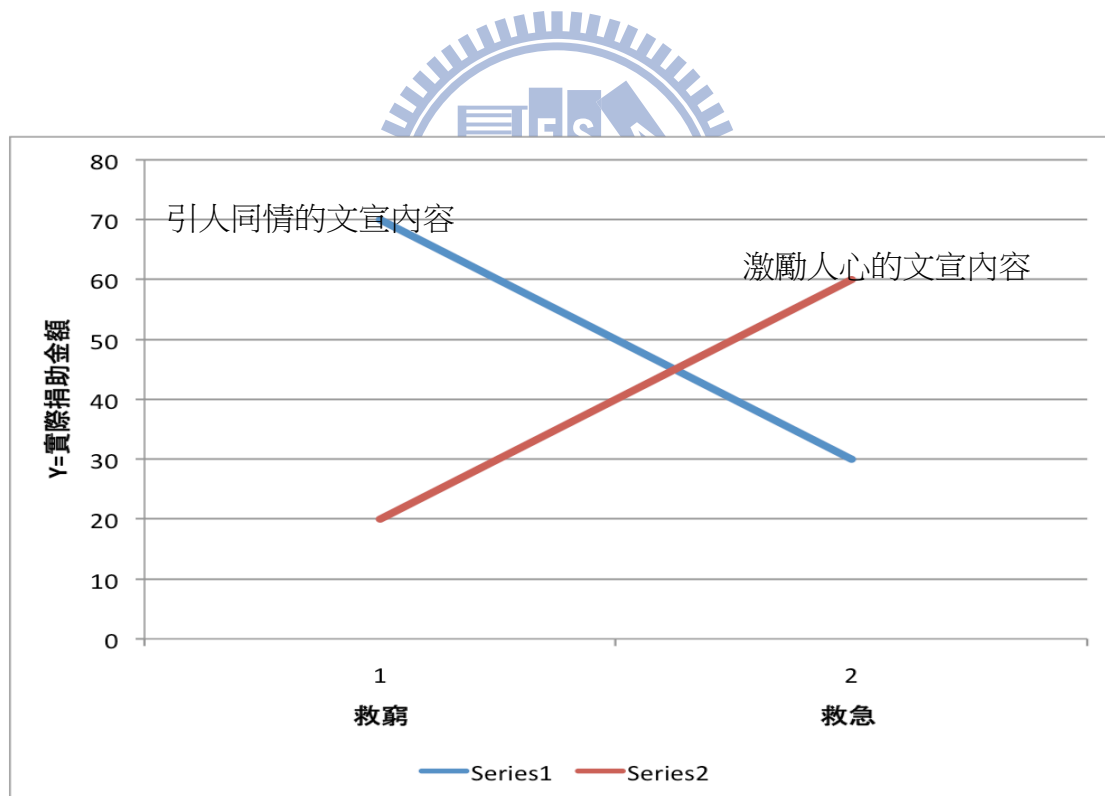


圖6 實驗結果預測圖（實驗二）

3.2受試者和樣本結構

本實驗之受試者為大學生和研究生。

3.2.1 實驗一

包含120位受試者，其人口統計變項整理如下表3

表3 受試者人口統計變項資料整理表（實驗一）

特質	分項	佔總樣本數之百分比
性別	男性	47.5%
	女性	52.5%
年齡層	18以下	0%
	19~24	90%
	25~30	7.5%
	30以上	2.5%
收入（月）	5,000以下	25.8%
	5,001~10,000	53.3%
	10,001~15,000	14.2%
	15,001~20,000	3.3%
	20,001~25,000:	0%
	25,001~30,000	0%
	30,001以上	3.3%
教育程度	國中以下	0%
	高中	0.8%
	大學大專	65%
	研究所以上	34.2%
過去捐助時間之經驗	無	60.8%
	有	39.2%
過去捐助金錢之經驗	無	49.2%
	有	50.8%
過去其他捐助之經驗	無	46.7%
	有	53.3%

3.2.2 實驗二

包含120為受試者，其人口統計變相資料整理如下表4

表4 受試者人口統計變項資料整理表（實驗二）

特質	分項	佔總樣本之百分比
性別	男性	63.3%
	女性	36.7%
年齡層	18以下	1.7%
	19~24	75%
	25~30	15.8%
	30以上	7.5%
收入（月）	5,000以下	34.2%
	5,001~10,000	45.8%
	10,001~15,000	3.3%
	15,001~20,000	0%
	20,001~25,000	2.5%
	25,001~30,000	0.8%
	30,001以上	13.3%
教育程度	國中以下	0%
	高中	2.5%
	大學大專	70.8%
	研究所以上	26.7%
過去捐助時間之經驗	無	60%
	有	40%
過去捐助金錢之經驗	無	49.2%
	有	50.8%
過去其他捐助之經驗	無	46.7%
	有	53.3%

3.3問卷設計

3.3.1抽樣方式

實驗一和實驗二皆採發放紙本問卷的方式，發放給課堂中的學生填寫。受試者倍隨機分配到任一情境設計，以避免各組受試者間因特定的異質性造成系統性誤差，影響實驗結果。

3.3.2正式問卷內容:(完整問卷請見附錄1~8)

1.實驗一:實驗一的問卷設計可分為以下六個部份:

(1)第一部份:情境閱讀。

為操弄受助者所面臨之困境的類型，受試者將隨機閱讀一篇關於急難或窮困類型的受助者之情境。

(2)第二部份:受試者回答對於捐出金錢、時間來幫助小米的意願。

此部份針對Time-ask和Money-ask進行操弄。受試者將被隨機分配到Time-ask組（先被詢問捐助時間的意願，才被詢問捐助金錢的意願），或Money-ask組（先被詢問捐助金錢的意願，才被詢問捐助時間的意願）。

(3)第三部份:Filler question。

此部份為一組共20題，和本實驗不相關的問題，用以避免影響受試者受前述操弄而影響依變項之結果。

(4)第四部份:依變項測量。

此部份透過詢問受試者是否有實際捐助情境中之被助者的意願，若有意願，則近一步詢問其願意捐助的金額，並請受試者將該金額置於隨問卷附上的中式直式信封中，在填寫完整份問卷後，和問卷一起交予實驗人員。

(5)第五部份: 操控性檢定問項和情境真實程度的問項。

操控性檢定的問項部份，測量情境之急難程度的問項有兩題:困境是屬於急難的情況、情況和原本發生了相當大的改變。而測量窮困程度的問項則為:困境是屬於長期的情況、情況一直以來都沒有太大的改變。情境真實程度之問項:這篇故事的敘述在真實生活中是可能發生的。

(6)第六部份:人口統計變數。

詢問受試者的性別、年齡層、月收入、最高教育程度和過去參與捐助時間、金錢和其他捐助活動的經驗。

2.實驗二:實驗二的問卷包含以下四個部份:

(1)第一部份:情境閱讀。

分別操弄受助者所面臨之困境的類型和慈善文宣之主要訴求。為操弄受助者所面臨之困境的類型，受試者將隨機閱讀一篇關於急難或窮困類型的受助者之情境。為操弄慈善文宣之主要訴求，受試者將隨機分配到閱讀以激勵人心或以引人同情為主要求之慈善文宣情境。

(2)第二部份:依變項測量。

此部份透過詢問受試者是否有實際捐助情境中之被助者的意願，若有意願，則近一步詢問其願意捐助的金額，並請受試者將該金額置於隨問卷附上的中式直式信封中，在填寫完整份問卷後，和問卷一起交予實驗人員。

(3)第三部份: 操控性檢定問項和情境真實程度的問項。

操控性檢定的問項部份，測量情境之急難程度的問項有兩題:困境是屬於急難的情況、情況和原本發生了相當大的改變。而測量窮困程度的問項則為:困境是屬於長期的情況、情況一直以來都沒有太大的改變。測量文宣訴求之激勵人心程度的問項有二:故事是激勵人心的、故事是鼓舞人心的。測量文宣訴求引人同情的程度的問項有二:故事是引人同情的、故事是令人憐憫的。情境真實程度之問項:這篇故事的敘述在真實生活中是可能發生的。

(4)第四部份:人口統計變數。

詢問受試者的性別、年齡層、月收入、最高教育程度和過去參與捐助時間、金錢和其他捐助活動的經驗。

3.效度分析:

效度是指使用的測量工具（問卷）能否正確衡量出研究者所欲了解的特質，亦即測量工具所測出結果的正確性。

(1)內容效度：

本研究之各變數是透過理論、文獻及相關的彙整蒐集而來，且對於測量工具的選擇亦是經由理論、文獻和相關研究的支持，因此其所涵蓋內容主題的程度，符合內容效度的要求。

(2)建構效度：

建構效度指的是量表所能測量到理論上的建議或特質的程度。



3.4 實驗流程

實驗一和實驗二都依循以下流程，以下圖7輔以說明:

- 1.步驟一:隨機發放問卷，並隨問卷附上一枚中式直式信封。
- 2.步驟二:請受試者閱讀並填寫問卷，並請有實際捐助意願的受試者，依問卷內容之指示將捐助金額放入該信封。
- 3.步驟三:確認受試者放入信封之金額與填寫於問卷上之金額相符。
- 4.步驟四:告知所有受試者本實驗只是學術性質，只是想要了解人們在面臨真實的捐助情境時反應為何，故情境是虛構的，並沒有該位受助者，自然也無法轉交受試者的愛心，故請所有受試者取回捐助之現金，謝謝其愛心。



圖7 實驗流程圖



第四章 研究結果分析與詮釋

4.1 人口統計變項對研究結果的影響

本實驗透過分析各變相當中各階層者佔整體樣本數之百分比，對照於各人口統計變數對於捐款額，也就是本實驗所欲研究之依變項的影響，其結果如下表5和表6所示：

4.1.1 實驗一

見下表5，過去一年內有捐助時間和金錢之受試者，實際捐助金錢之比例顯著高於沒有此類經驗者。而其他人口統計變項則未出現過去文獻中，對於實際捐助行為有顯著影響的情形。如：女性的捐助金額並未顯著高餘男性。

4.1.2 實驗二

見下表6，受試者的收入對實際捐助結果產生了顯著的影響，但是並不是收入越高者，捐出越多金錢，而是月收入在10,001~15,000的受試者平均捐出最多金錢。而其他的人口統計變項則未顯著影響實際捐助金額。



表5 人口統計變數對實際捐款金額的影響（實驗一）

特質	分項	佔總樣本數之百分比	對捐款金額之影響
性別	男性	47.5%	p=.261 (n.s.)
	女性	52.5%	
年齡層	18以下	0%	p=.306(n.s.)
	19~24	90%	
	25~30	7.5%	
	30以上	2.5%	
收入（月）	5,000以下	25.8%	p=.671(n.s.)
	5,001~10,000	53.3%	
	10,001~15,000	14.2%	
	15,001~20,000	3.3%	
	20,001~25,000:	0%	
	25,001~30,000	0%	
	30,001以上	3.3%	
教育程度	國中以下	0%	p=.595(n.s.)
	高中	0.8%	
	大學大專	65%	
	研究所以上	34.2%	
過去捐助時間之經驗	無	60.8%	p=.084 Mean=19.78 Mean=41.13
	有	39.2%	
過去捐助金錢之經驗	無	49.2%	p=.003 Mean=9.88 Mean=45.8
	有	50.8%	
過去其他捐助之經驗	無	46.7%	p=.617(n.s.)
	有	53.3%	

表6 人口統計變數對實際捐款金額的影響（實驗二）

特質	分項	佔總樣本之百分比	對捐款金額之影響
性別	男性	63.3%	p=.323 (n.s.)
	女性	36.7%	
年齡層	18以下	1.7%	P=.998(n.s.)
	19~24	75%	
	25~30	15.8%	
	30以上	7.5%	
收入（月）	5,000以下	34.2%	Mean=45.5
	5,001~10,000	45.8%	Mean=70.64
	10,001~15,000	3.3%	Mean=562.5
	15,001~20,000	0%	Mean=333.33
	20,001~25,000	2.5%	P=.000 Mean=100
	25,001~30,000	0.8%	Mean=228.88
	30,001以上	13.3%	Mean=159.69
教育程度	國中以下	0%	p=.77 (n.s.)
	高中	2.5%	
	大學大專	70.8%	
	研究所以上	26.7%	
過去捐助時間之經驗	無	60%	p=.164(n.s.)
	有	40%	
過去捐助金錢之經驗	無	49.2%	p=.577(n.s.)
	有	50.8%	
過去其他捐助之經驗	無	46.7%	p=.279(n.s.)
	有	53.3%	

4.2 操控性檢定

為了要確定本實驗所使用知情竟是否有成功操弄本實驗欲研究之變數，我們分別針對實驗一、實驗二之情境設計了操控性檢定之問項，以李克特七點量表 (Lickert Scale) 作為測量工具，衡量受試者對問項之同意程度，其中7代表完全同意，1代表完全不同意。由下表可知，實驗一和實驗二的各項變數操弄皆相當成功:

4.2.1 實驗一

1. 急難類型困境的操弄:

由下表7可知，在被操弄為急難類型的困境之情境中，急難類型困境之間項的分數，在七點量表下，其個別之平均值皆顯著大於四分 (Q3: 困境是屬於急難的情況, $p < .000$) (Q4: 情況和原本發生了相當大的改變, $p < .000$)。而窮困類型情境之間項的分數之平均值也個別顯著小於四分 (Q5: 困境是屬於長期的情況, $p < .044$) (Q6: 情況一直以來都沒有太大的改變, $p < .000$)。

表7 急難類型困境之操控性檢定 (實驗一)

題項與類型	Mean	Sig. (2-tailed)
Q3:急難:困境是屬於急難的情況	5.92	.000
Q4:急難:情況和原本發生了相當大的改變	5.67	.000
Q5:窮困:困境是屬於長期的情況	4.42	.044
Q6:窮困:情況一直以來都沒有太大的改變	2.98	.000
Q3Q4(ave)	5.7833	.000
Q5Q6(ave)	3.7333	.055

2.窮困類型困境的操弄:

由下表8可知，在被操弄為窮困類型的困境之情境中，窮困類型困境之間項的分數，在七點量表下，其個別之平均值皆顯著大於四分（Q5:困境是屬於長期的情況, $p<.000$)(Q6: 情況一直以來都沒有太大的改變, $p<.000$)。而急難類型情境之間項的分數之平均值也個別顯著小於四分(Q3: 困境是屬於急難的情況, $p<.000$)(Q4: 情況和原本發生了相當大的改變, $p<.014$)。

表8 窮困類型困境之操控性檢定（實驗一）

題項與類型	Mean	Sig. (2-tailed)
Q3:急難:困境是屬於急難的情況	2.88	.000
Q4:急難:情況和原本發生了相當大的改變	3.53	.014
Q5:窮困:困境是屬於長期的情況	5.75	.000
Q6:窮困:情況一直以來都沒有太大的改變	5.22	.000
Q3Q4(ave)	3.217	.000
Q5Q6(ave)	6.292	.008

3.急難類型和窮困類型困境之比較:

在上述驗證了急難和窮困類型的困境皆以操弄成功的前提下，以下將分別比較在急難和窮困的情境下，受試者各對問項的同意程度是否有顯著差別:

(1)在被操弄成急難類型的困境之情境下，受試者對於急難類型問項的同意程度分數為:Mean=5.7833，顯著高於對窮困類型問項之同意程度分數:Mean=3.7333 ($p<.000$)。

(2)在被操弄成窮困類型困境之情境下，受試者對於窮困類型問項的同意程度分數為:Mean=6.292，顯著高於對急難類型問項之同意程度分數:Mean=3.217 (p<.001)。

4.2.2 實驗二:

1.急難類型困境的操弄:

由下表9可知，在被操弄為急難類型的困境之情境中，急難類型困境之問項的分數，在七點量表下，其個別之平均值皆顯著大於四分（Q5: 困境是屬於急難的情況, p<.000)(Q6:情況和原本發生了相當大的改變, p<.000)。而窮困類型情境的兩題問項之個別分數也皆顯著小於四分(Q7:困境是屬於長期的情況, p<.005)(Q8:情況一直以來都沒有太大的改變, p<.000)。

表9 急難類型困境之操控性檢定（實驗二）

題項與類型	Mean	Sig. (2-tailed)
Q5:急難:困境是屬於急難的情況	6	.000
Q6:急難:情況和原本發生了相當大的改變	5.85	.000
Q7:窮困:困境是屬於長期的情況	3.42	.005
Q8:窮困:情況一直以來都沒有太大的改變	2.9	.000
Q5Q6(ave)	5.917	.000
Q7Q8(ave)	3.158	.000

2.窮困類型困境的操弄:

由下表10可知，在被操弄為窮困類型的困境之情境中，窮困類型困境之問項的分數，在七點量表下，其個別之平均值皆顯著大於四分（Q7:困境是屬於長期的情況, $p<.000$)(Q8: 情況一直以來都沒有太大的改變, $p<.000$)。而急難類型情境的兩題問項之分數也皆顯著小於四分(Q5: 困境是屬於急難的情況, $p<.000$)(Q6: 情況和原本發生了相當大的改變, $p<.031$)。

表10 窮困類型困境之操控性檢定（實驗二）

題項與類型	Mean	Sig. (2-tailed)
Q5:急難:困境是屬於急難的情況	2.97	.000
Q6:急難:情況和原本發生了相當大的改變	3.58	.031
Q7:窮困:困境是屬於長期的情況	5.27	.000
Q8:窮困:情況一直以來都沒有太大的改變	5	.000
Q5Q6(ave)	3.275	.000
Q7Q8(ave)	5.14	.000

3.急難類型和窮困類型困境操弄之比較:

(1)在被操弄成急難類型的困境之情境下，受試者對於急難類型問項的同意程度分數為:Mean=5.917，顯著高於對窮困類型問項之同意程度分數:Mean=3.158 ($p<.000$)。

(2)在被操弄成窮困類型困境之情境下，受試者對於窮困類型問項的同意程度分數為:Mean=5.14，顯著高於對急難類型問項之同意程度分數:Mean=3.275 ($p<.000$)。

4.引人同情的文宣訴求的操弄:

由下表11可知，在被操弄為以引人同情為文宣主要訴求之情境中，引人同情之問項的分數，在七點量表下，其兩題問項之分數皆顯著大於四分（Q9: 故事是引人同情的, $p < .003$)(Q10: 故事是令人憐憫的, $p < .002$)。而激勵人心的問項之平均分數則個別顯著小於四分(Q11:故事是激勵人心的, $p < .000$) (Q12:故事是鼓舞人心的, $p < .000$)。

表11 以引人同情為主要文宣訴求之操控性檢定（實驗二）

題項與類型	Mean	Sig. (2-tailed)
Q9:引人同情:故事是引人同情的	3.4	.003
Q10:引人同情:故事是令人憐憫的	3.4	.002
Q11:激勵人心:故事是激勵人心的	5.53	.000
Q12:激勵人心:故事是鼓舞人心的	5.45	.000
Q9Q10(ave)	3.4	.002
Q11Q12(ave)	5.492	.000

5.激勵人心的文宣訴求的操弄:

表12顯示，可知，在被操弄為以激勵人心為文宣主要訴求之情境中，激勵人心之問項的分數，在七點量表下，其兩題問項之分數個別顯著大於四分（Q11:故事是激勵人心的, $p<.000$) (Q12:故事是鼓舞人心的, $p<.060$)。而引人同情的問項之平均分數則個別顯著小於四分(Q9: 故事是引人同情的, $p<.000$) (Q10: 故事是令人憐憫的, $p<.001$)。

表12 以激勵人心為主要文宣訴求之操控性檢定（實驗二）

題項與類型	Mean	Sig. (2-tailed)
Q9:引人同情:故事是引人同情的	3.72	.000
Q10:引人同情:故事是令人憐憫的	3.55	.001
Q11:激勵人心:故事是激勵人心的	5.22	.000
Q12:激勵人心:故事是鼓舞人心的	5.1	.000
Q9Q10(ave)	3.642	.000
Q11Q12(ave)	5.142	.000

6.引人同情和激勵人心的文宣訴求操弄之比較:

(1)在被操弄成以引人同情為主要文宣訴求之情境下，受試者對於引人同情問項的同意程度分數為:Mean=5.492，顯著高於對激勵人心問項之同意程度分數:Mean=3.4 ($p<.000$)。

(2)在情境被操弄為以激勵人心為主要訴求時，受試者對於激勵人心問項的同意程度分數為:Mean=5.142，顯著高於對引人同情問項之同意程度分數:Mean=3.642 ($p<.002$)。

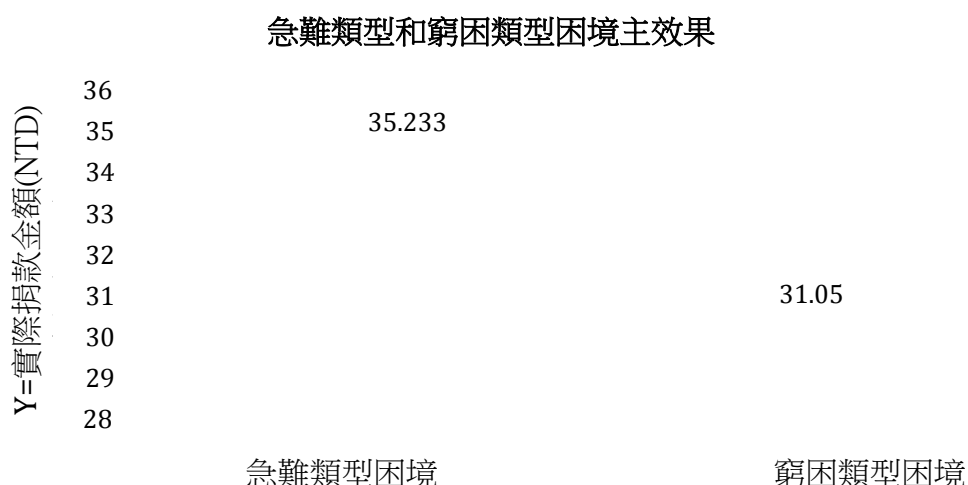
4.3 依變項檢定和結果詮釋:

4.3.1 實驗一:

1. 急難類型與窮困類型困境之主效果:

見下圖8，比起處於窮困類型困境中的受助者 (MeanP=35.233)，受試者更願意給予處於急難類型困境中的受助者實際上的金錢幫助 (MeanE=31.05, $F=.232$, $p=.631$)，雖結果差距未達顯著水準，但符合本實驗H1所預測之方向。

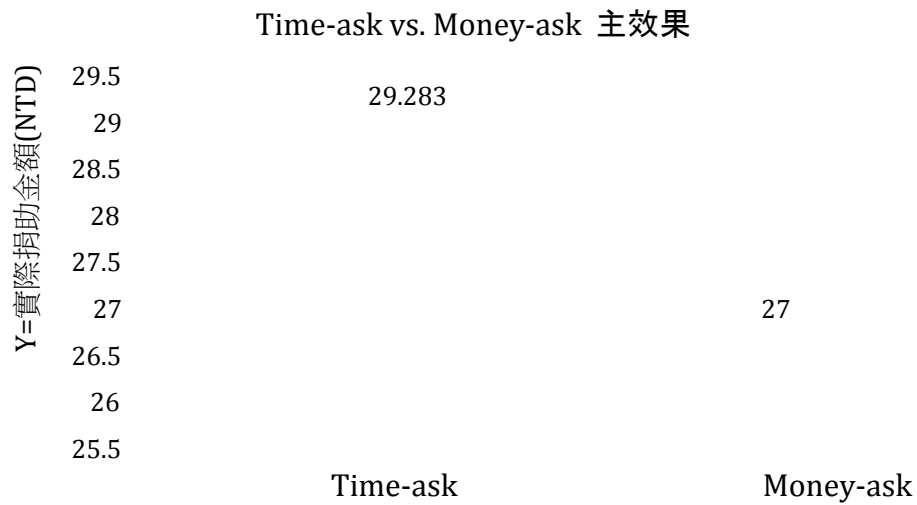
圖8 急難類型和窮困類型困境主效果圖 (實驗一)



2. Time-ask vs. Money-ask之主效果:

見下圖9，雖然主效果並不顯著，但人們在先被詢問捐出金錢的意願，再被詢問捐出時間時 (Money-ask)，最終將實際捐出金錢較少金錢 (Mean=27)。反之，在先被詢問捐出時間的意願，才被詢問捐出金錢的意願時 (Time-ask)，人們最終將實際捐出較多金錢 (Mean:29.283) ($F=0.036$, $p=.85$)，符合H2所預測的方向。

圖9 Time-ask vs. Money-ask之主效果



3. 困境類型與Time-ask, Money-ask之交互效果:

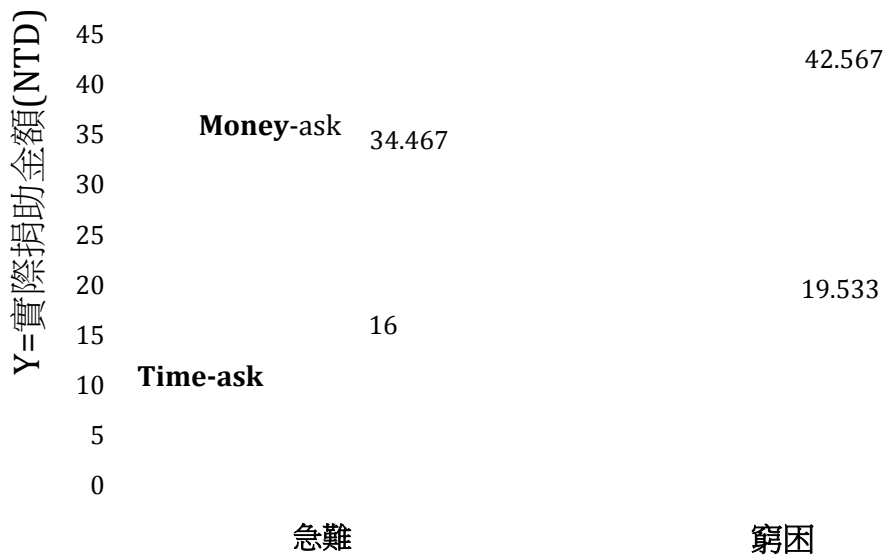
表13和圖10顯示，和H3所預測的結果一致，交互作用勉強顯著($F=2.958$, $p=.088$)，因為時間和金錢激發人們不同的心裡機制和聯想，故人們在先被詢問捐出金錢的意願，再被詢問捐出時間時 (Money-ask)，最終將較傾向於實際捐出金錢給處於急難類型困境中的受助者(Mean=34.467)。反之，在先被詢問捐出時間的意願，才被詢問捐出金錢的意願時(Time-ask)，人們最終將較傾向於捐助金錢給處於窮困類型中的受助者(Mean:42.567)，H3被驗證。

表13 二因子變異數分析結果（實驗一）

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	14088.292(a)	3	4696.097	1.075	.362
Intercept	95034.408	1	95034.408	21.762	.000
困境類型	1015.008	1	1015.008	.232	.631
Time-ask vs. Money-ask	156.408	1	156.408	.036	.850
交互作用	12916.875	1	12916.875	2.958	.088
誤差	506568.300	116	4366.968		
Total	615691.000	120			
Corrected Total	520656.592	119			

圖10 困境類型與Time-ask, Money-ask之交互效果

困境類型和Time-ask vs. Money-ask effect交互作用圖
(單位:新台幣, 元)

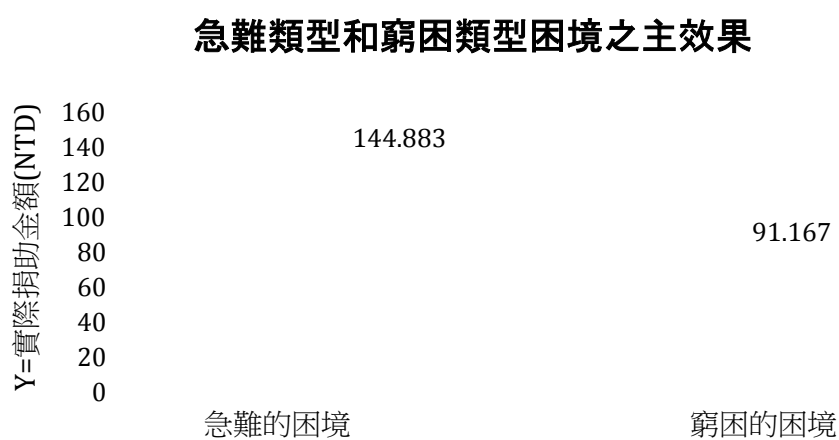


4.3.2 實驗二:

1. 急難類型與窮困類型困境之主效果:

見下圖11，比起處於窮困類型困境中的受助者(MeanP=91.167)，受試者更願意給予處於急難類型困境中的受助者實際上的金錢幫助 (MeanE=144.883, $F=.664$, $p=.417$)，雖結果差距未達顯著，但符合本實驗H1所預測之方向。

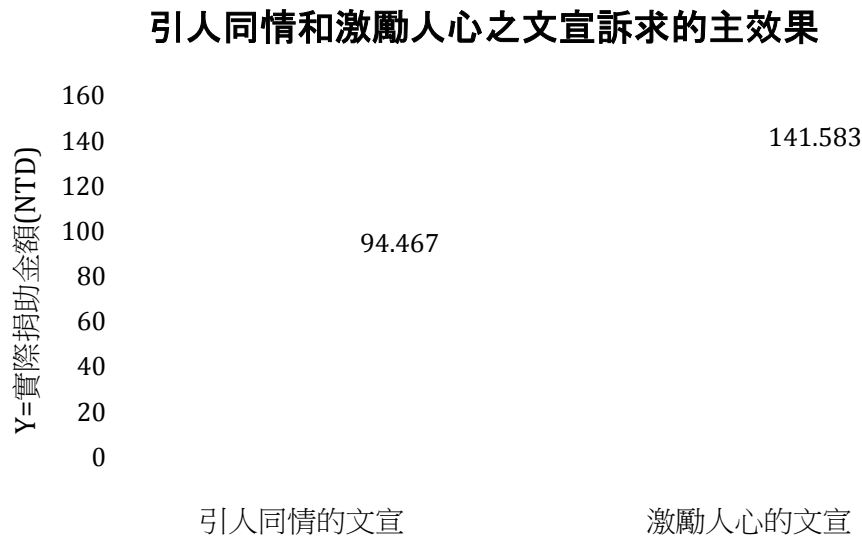
圖11 急難類型和窮困類型困境主效果圖 (實驗二)



2. 以引人同情和以激勵人心為文宣主要訴求之主效果:

見圖12，雖然主效果不顯著，但當受試者閱讀以引人同情為主要訴求之慈善文宣時，其最終實際捐助之金額 (Mean=94.467)，將少於閱讀了以激勵人心為主要訴求的慈善文宣之受試者的最終實際捐助金額(Mean=141.583, $F=.511$, $p=.476$)。

圖12 引人同情和激勵人心的文宣訴求之主效果



3. 困境類型與文宣主要訴求之交互效果:

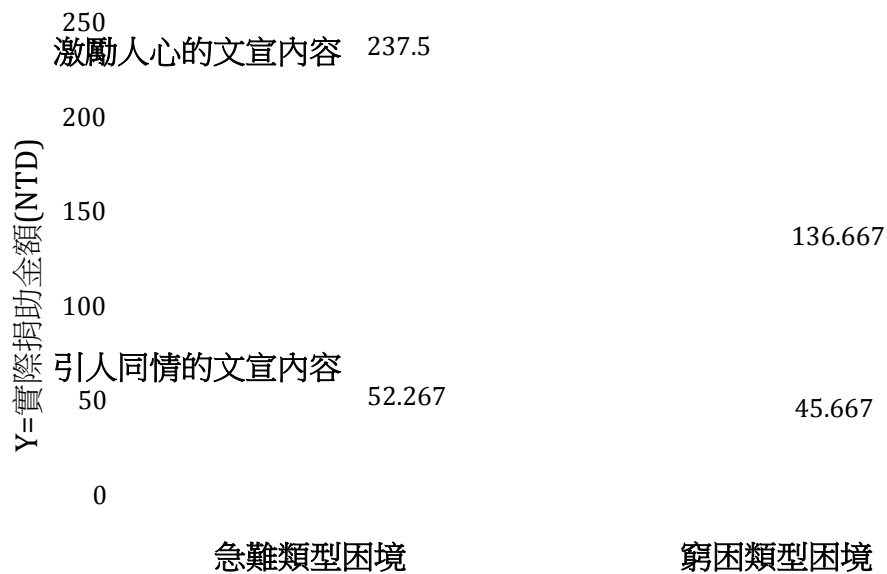
見表14及圖13，與H4預測的方向相同，交互作用顯著，（ $F=4.391$, $p=0.038$ ）。困境類型和文宣主要訴求之交互作用顯著，當受試者閱讀以引人同情為主要訴求之慈善文宣時，比起處於急難類型中的受助者，其最終將較傾向實際捐助金錢予窮困類型之受助者(Mean=136.667)。而閱讀了以激勵人心為主要訴求的慈善文宣之受試者，在和處於窮困類型中的受助者相比時，則較傾向實際捐助金錢給處於急難類型中的受助者(Mean=237.5)。

表14 二因子變異數分析結果（實驗二）

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	725450.225(a)	3	241816.742	1.856	.141
Intercept	1671588.075	1	1671588.075	12.827	.001
困境類型	86564.408	1	86564.408	.664	.417
文宣訴求	66599.408	1	66599.408	.511	.476
交互作用	572286.408	1	572286.408	4.391	.038
誤差	15117448.700	116	130322.834		
Total	17514487.000	120			
Corrected Total	15842898.925	119			

圖13 困境類型與文宣主要訴求之交互效果

困境類型和文宣主要訴求交互作用圖
(單位:新台幣, 元)



第五章 討論

5.1 研究結論和應用:

本研究的主要研究結果可由以下五點分述之:

5.1.1 救急不就窮:

比起處於窮困類型困境中的受助者，受試者更願意給予處於急難類型困境中的受助者實際上的金錢幫助，但結果差距未達顯著水準。

5.1.2 Time-ask vs. Money-ask effect:

雖然主效果並不顯著，但人們在先被詢問捐出金錢的意願，再被詢問捐出時間時 (Money-ask)，最終將實際捐出金錢較少金錢。反之，在先被詢問捐出時間的意願，才被詢問捐出金錢的意願時(Time-ask)，人們最終將實際捐出較多金錢。此一結果和過去的研究結果相同。

5.1.3 以激勵和同情為主要訴求的慈善文宣:

雖然文宣主要訴求之主效果不顯著，但當受試者閱讀以引人同情為主要訴求之慈善文宣時，其最終實際捐助之金額，少於閱讀了以激勵人心為主要訴求的慈善文宣之受試者的最終實際捐助金額。表示在慈善募捐時，同情情緒的激發比起鼓舞或激勵閱讀文宣者，更能達到效果。

5.1.4 困境類型與Time-ask, Money-ask之交互效果:

困境類型和詢問受試者捐出時間和金錢的順序不同 (Time-ask vs. Money-ask)之交互作用顯著。因為時間和金錢激發人們不同的心裡機制和聯想，故人們在先被詢問捐出金錢的意願，再被詢問捐出時間時 (Money-ask)，最終將較傾向於實際捐出金錢給處於急難類型困境中的受助者。反之，在先被詢問捐出時間的意願，才被詢問捐出金錢的意願時(Time-ask)，人們最終將較傾向於捐助金錢給處於窮困類型中的受助者。故若慈善組織欲幫助急難類型的受助者，先行詢問捐助者捐助

金錢的意願，再問其捐助時間的意願，並使其閱讀已激勵人心為主要訴求詞慈善文宣，將有效提高其捐款金額，達成幫助受助者之目的。

5.1.5 困境類型與文宣主要訴求之交互效果:

困境類型和文宣主要訴求之交互作用顯著，當受試者閱讀以引人同情為主要訴求之慈善文宣時，比起處於急難類型中的受助者，其最終將較傾向實際捐助金錢予窮困類型之受助者。而閱讀了以激勵人心為主要訴求的慈善文宣之受試者，在和處於窮困類型中的受助者相比時，則較傾向實際捐助金錢給處於急難類型中的受助者。若欲幫助窮困類型之受助者，則應先行詢問捐款人捐助時間的意願，在詢問其捐助金錢的意願，並使其閱讀已引人同情文主要訴求之慈善文宣，方能有效提高其捐款金額。

5.2 研究限制:

研究限制有以下幾點:



5.2.1 受試者的族群:

本實驗的受試者皆為學生，其很可能因為其收入、年齡和社會閱歷的特殊性，導致其捐助行為與一般大眾有差異。且由於本實驗在課堂發放問卷，可能與真實的捐助場景和經驗有出入，故可能影響實驗結果。

5.2.2 急難類型困境持續期間長短的操弄:

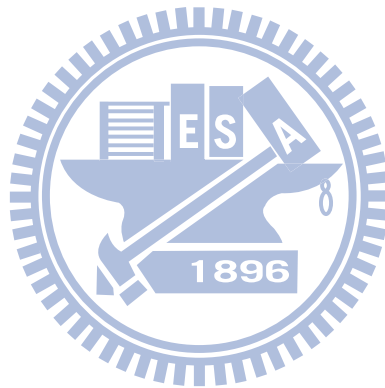
急難類型困境定義受助者是因為一突發狀況導致困境發生，其困境持續時間相較處於窮困類型中的受助者，較為短暫。但在進行實驗時，受試者只看到急難類型或窮困類型的受助者的情境，無法“比較“困境期間的長短。在急難類型困境的操弄中，如何控制困境持續的時間，以讓受試者同時感受其相對的短暫性，以及確實需要被幫助的必要性，是一項兩難。

5.2.3以激勵為主要訴求的文宣操弄:

依結果可看出，以同情為主要訴求之慈善文宣比起以激勵維求知慈善文宣，前者對提升實際捐助金額較有效。激勵人心的文宣中，不可能完全剔除引人同情的成份，只能盡量以激勵為“主要“的文宣訴求。畢竟文宣中的受助者面臨需要被幫助的困境，本身就將引起人們的注意、同理心和同情等情緒。

5.3未來研究方向:

除了慈善文宣的主要訴求和詢問受試者捐出金錢和時間的先後順序不同外，希望試圖找出其他可能影響人們對於處於急難和窮困情境中的受助者的捐助意願，例如針對有相同經驗，或對該困境熟悉、有一定關聯者設計情境，以及改變情境的虛擬程度等等。



參考文獻

Loroz, Peggy S. (2007). "The Interaction of Message Frames and Reference Points in Prosocial Persuasive Appeals" *Psychology & Marketing*, 24(11), 1001-1023.

Argo, Jennifer J., Zhu Rui, and Darren W. Dahl (2008), "Fact or Fiction: An Investigation of Empathy Differences in Response to Emotional Melodramatic Entertainment," *Journal of Consumer Research*, 34 (5), 614-23.

Batson, C. Daniel (1975), "Attribution as a mediator of bias in helping," *Journal of Personality and Social Psychology*, 32 (3), 455-66.

Bekkers, Ren "Who gives what and when? A scenario study of intentions to give time and money," *Social Science Research*, 39 (3), 369-81.

Chang, Chun-Tuan and Yu-Kang Lee "Effects of message framing, vividness congruency and statistical framing on responses to charity advertising," *International Journal of Advertising*, 29 (2), 195-220.

Das, Enny, Peter Kerkhof, and Joyce Kuiper (2008), "Improving the Effectiveness of Fundraising Messages: The Impact of Charity Goal Attainment, Message Framing, and Evidence on Persuasion," *Journal of Applied Communication Research*, 36 (2), 161-75.

Fisher, Robert J., Mark Vandenbosch, and Kersi D. Antia (2008), "An Empathy-Helping Perspective on Consumers' Responses to Fund-Raising Appeals," *Journal of Consumer Research*, 35 (3), 519-31.

Hung, Iris W. and Robert S. Wyer (2009), "Differences in Perspective and the Influence of Charitable Appeals: When Imagining Oneself as the Victim Is Not Beneficial," *Journal of Marketing Research (JMR)*, 46 (3), 421-34.

Jenni, Karen and George Loewenstein (1997), "Explaining the Identifiable Victim Effect," *Journal of Risk and Uncertainty*, 14 (3), 235-57.

Kogut, Tehila and Ilana Ritov (2005a), "The "identified victim" effect: an identified group, or just a single individual?," *Journal of Behavioral Decision Making*, 18 (3), 157-67.

---- (2005b), "The singularity effect of identified victims in separate and joint evaluations," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97 (2), 106-16.

Latour, Stephen A. and Ajay K. Manrai (1989), "Interactive Impact of Informational and Normative Influence on Donations," *Journal of Marketing Research (JMR)*, 26 (3), 327-35.

Mogilner, Cassie and Jennifer Aaker (2009), ""The Time vs. Money Effect": Shifting Product Attitudes and Decisions through Personal Connection," *Journal of Consumer Research*, 36 (2), 277-91.

Shang, Jen, Americus Reed, and Rachel Croson (2008), "Identity Congruency Effects on Donations," *Journal of Marketing Research (JMR)*, 45 (3), 351-61.

Small, Deborah A. and George Loewenstein (2003), "Helping a Victim or Helping <i>the</i> Victim: Altruism and Identifiability," *Journal of Risk and Uncertainty*, 26 (1), 5-16.

Small, Deborah A., George Loewenstein, and Paul Slovic (2007), "Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victims," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102 (2), 143-53.

Small, Deborah A. and U. R. I. Simonsohn (2008), "Friends of Victims: Personal Experience and Prosocial Behavior," *Journal of Consumer Research*, 35 (3), 532-42.

Strahilevitz, Michael and John G. Myers (1998), "Donations to Charity as Purchase Incentives: How Well They Work May Depend on What You Are Trying to Sell," *Journal of Consumer Research*, 24 (4), 434-46.

Vandello, J. A. and N. P. Goldschmied, "The appeal of the underdog."

Winterich, Karen Page, Vikas Mittal, and William T. Ross Jr (2009), "Donation Behavior toward In-Groups and Out-Groups: The Role of Gender and Moral Identity," *Journal of Consumer Research*, 36 (2), 199-214.



附錄一:

實驗一問卷設計之一

第一部分:
請閱讀一小米的故事

對住在偏遠的台東縣金崙部落裡的孩子—小米來說，最喜歡的事情，就是上學。但是，小米原本小康的家庭生活突然發生了巨變，她的父親兩天前發生了嚴重的交通意外，至今昏迷不醒，醫生估計需要六個月的復原期。而肇事者則當場逃逸無蹤，讓小米一家求助無門，家中頓失經濟支柱。這意外迫使小米即將放棄自己最喜歡的上學，放棄自己的夢想。她需要人們伸出援手，在她人生的路上助她一臂之力。



第二部分:

現在，您有一個幫助小米的機會，請您按照順序填答下列問題，勾選出您對各題敘述的同意程度。其中1表示完全沒有意願，7表示有最高度的意願。

1. 我對於捐出時間（參加幫助小米的義賣活動等）來幫助小米的意願:

1 2 3 4 5 6 7

完全沒有意願 有最高度的意願

2. 我對於捐出金錢來幫助小米的意願:

1 2 3 4 5 6 7

完全沒有意願 有最高度的意願



【這幾個字，你會唸嗎？】

離開學校這麼多年，你的國語程度還剩下幾分？這「20大網友常會念錯的字」你對了幾個？

	常見錯誤唸法	正確唸法
選「逅」	ㄍㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
妊「娠」	ㄟㄣˊ	ㄩㄣˊ
床「第」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨˋ
羽扇「綸」巾	ㄉㄨㄛˊ	ㄍㄨㄛˊ
「玷」汗	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
挑「剔」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˊ
「癖」好	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˊ
琴「弦」	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
自「戕」	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
轉「捩」點	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˊ
「叨」擾	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˊ
身無「長」物	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
不落「窠」臼	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
國學造「詣」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˊ
「諷」刺	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˊ
「胴」體	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
左支右「絀」	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
粗「獷」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˊ
「緋」聞	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˊ
友「誼」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˊ

非常感謝您填寫以上問卷。

現在，若您有願意實際上捐出金錢來給小米，我們將負責轉交您的愛心給她:

- 請問您是否願意實際上捐出金錢給小米:

是

請將您願意捐出的金額填寫於下，並將該金額放入我們為您準備的信封中，和問卷一起交給我們:

我願捐出新台幣_____元整來幫助小米

否

請您將問卷和信封一起交給我們



第三部分:

請根據您閱讀完小米的故事之後的感受，填答下列問題，

勾選出您對各題敘述的同意程度。其中1表示非常不同意，7表示非常同意。

	非 常 不 同 意	不 同 意	有 點 不 同 意	沒 有 見 解	有 點 同 意	同 意	非 常 同 意
	1	2	3	4	5	6	7
1. 我想幫助小米	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我覺得這篇故事的敘述在現實生活中是可能發生的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 小米的困境是屬於突然的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 小米家的情況和原本發生了相當大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 小米的困境是屬於長期的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 小米家的情況一直以來都沒有太大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



第四部分:

請填答您的個人基本資料

1. 性別:

男性 女性

2. 年齡:

18 (含) 以下 19~24 25~30 31(含)以上

3. 月收入 (學生含零用金)

5,000 (含) 以下 5,001~10,000 10,001~15,000 15,001~20,000
20,001~25,000 25,001~30,000 30,001(含)以上

4. 最高教育程度

國中 (含) 以下 高中 大學、大專 研究所 (含) 以上

5. 過去參加志工活動 (捐出時間) 的經驗和頻率

無 有, 過去一年內大約 _____ 小時

請問您曾參與哪些組織的志工活動, 請列舉組織名稱:

• _____

6. 過去參與捐助活動 (捐出金錢) 的經驗

無 有, 過去一年內大約新台幣 _____ 元整

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

7. 過去參與其他捐助活動 (捐出舊書、衣物、捐血等等) 的經驗

無 有, 過去一年內大約次數為 _____ 次

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

附錄二:

實驗一問卷設計之二

第一部分:
請閱讀一小米的故事

對住在偏遠的台東縣金崙部落裡的孩子—小米來說，最喜歡的事情，就是上學。但是，小米原本小康的家庭生活突然發生了巨變，她的父親兩天前發生了嚴重的交通意外，至今昏迷不醒，醫生估計需要六個月的復原期。而肇事者則當場逃逸無蹤，讓小米一家求助無門，家中頓失經濟支柱。這意外迫使小米即將放棄自己最喜歡的上學，放棄自己的夢想。她需要人們伸出援手，在她人生的路上助她一臂之力。



第二部分:

現在，您有一個幫助小米的機會，請您按照順序填答下列問題，勾選出您對各題敘述的同意程度。其中1表示完全沒有意願，7表示有最高度的意願。

1. 我對於捐出金錢來幫助小米的意願:

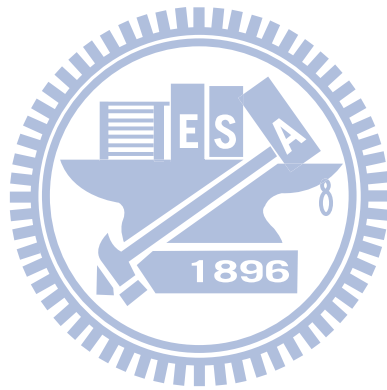
1 2 3 4 5 6 7

完全沒有意願 有最高度的意願

2. 我對於捐出時間（參加幫助小米的義賣活動等）來幫助小米的意願:

1 2 3 4 5 6 7

完全沒有意願 有最高度的意願



【這幾個字，你會唸嗎？】

離開學校這麼多年，你的國語程度還剩下幾分？這「20大網友常會念錯的字」你對了幾個？

	常見錯誤唸法	正確唸法
選「逅」	ㄍㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
妊「娠」	ㄟㄣˊ	ㄩㄣ
床「第」	ㄉㄨㄟˋ	ㄉㄨˋ
羽扇「綸」巾	ㄉㄨㄨㄢˊ	ㄍㄨㄨㄢ
「玷」汗	ㄉㄨㄢ	ㄉㄨㄟㄢˋ
挑「剔」	ㄉㄨㄟˋ	ㄉㄨㄟ
「癖」好	ㄉㄨㄟˋ	ㄉㄨㄟˊ
琴「弦」	ㄉㄨㄢㄢˊ	ㄉㄨㄟㄢˊ
自「戕」	ㄉㄨㄩˊ	ㄍㄨㄟㄨˊ
轉「捩」點	ㄉㄨㄟˋ	ㄉㄨㄟㄝˋ
「叨」擾	ㄉㄨㄟ	ㄉㄨㄟ
身無「長」物	ㄉㄨㄨˊ	ㄉㄨㄟˋ
不落「窠」臼	ㄉㄨㄟˊ	ㄉㄨㄟ
國學造「詣」	ㄉㄨˊ	ㄨㄟˋ
「諷」刺	ㄉㄨㄥˊ	ㄉㄨㄥˋ
「胴」體	ㄉㄨㄨㄥˊ	ㄉㄨㄨㄥˋ
左支右「絀」	ㄉㄨㄨㄛˊ	ㄉㄨㄨㄛˋ
粗「獷」	ㄉㄨㄨㄨˋ	ㄍㄨㄨㄨˊ
「緋」聞	ㄉㄨㄟˊ	ㄉㄨㄟ
友「誼」	ㄨㄟˊ	ㄨㄟˋ

非常感謝您填寫以上問卷。

現在，若您有願意實際上捐出金錢來給小米，我們將負責轉交您的愛心給她:

- 請問您是否願意實際上捐出金錢給小米:

是

請將您願意捐出的金額填寫於下，並將該金額放入我們為您準備的信封中，和問卷一起交給我們:

我願捐出新台幣_____元整來幫助小米

否

請您將問卷和信封一起交給我們



第三部分:

請根據您閱讀完小米的故事之後的感受，填答下列問題，

勾選出您對各題敘述的同意程度。其中1表示非常不同意，7表示非常同意。

	非 常 不 同 意	不 同 意	有 點 不 同 意	沒 有 見 解	有 點 同 意	同 意	非 常 同 意
	1	2	3	4	5	6	7
1. 我想幫助小米	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我覺得這篇故事的敘述在現實生活中是可能發生的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 小米的困境是屬於突然的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 小米家的情況和原本發生了相當大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 小米的困境是屬於長期的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 小米家的情況一直以來都沒有太大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



第四部分:

請填答您的個人基本資料

1. 性別:

男性 女性

2. 年齡:

18 (含) 以下 19~24 25~30 31(含)以上

3. 月收入 (學生含零用金)

5,000 (含) 以下 5,001~10,000 10,001~15,000 15,001~20,000
20,001~25,000 25,001~30,000 30,001(含)以上

4. 最高教育程度

國中 (含) 以下 高中 大學、大專 研究所 (含) 以上

5. 過去參加志工活動 (捐出時間) 的經驗和頻率

無 有, 過去一年內大約 _____ 小時

請問您曾參與哪些組織的志工活動, 請列舉組織名稱:

• _____

6. 過去參與捐助活動 (捐出金錢) 的經驗

無 有, 過去一年內大約新台幣 _____ 元整

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

7. 過去參與其他捐助活動 (捐出舊書、衣物、捐血等等) 的經驗

無 有, 過去一年內大約次數為 _____ 次

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

附錄三： 實驗一問卷設計之三

第一部分：
請閱讀一小米的故事

對住在偏遠的台東縣金崙部落裡的孩子小米來說，最喜歡的事情，就是上學。但是，生於低收入戶家庭的小米，長期生活在困苦而清寒的環境中。家中原本就相當艱難的經濟情況，每每在面臨開學之時更顯得雪上加霜，使得她即將面臨放棄自己最喜歡的上學，放棄自己的夢想。她需要人們伸出援手，在她人生的路上助她一臂之力。



第二部分：

現在，您有一個幫助小米的機會，請您按照順序填答下列問題，勾選出您對各題敘述的同意程度。其中1表示完全沒有意願，7表示有最高度的意願。

1. 我對於捐出時間（參加幫助小米的義賣活動等）來幫助小米的意願：

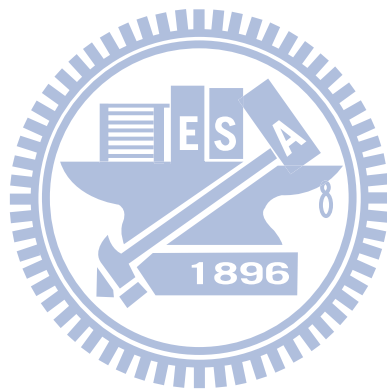
1 2 3 4 5 6 7

完全沒有意願 有最高度的意願

2. 我對於捐出金錢來幫助小米的意願:

1 2 3 4 5 6 7

完全沒有意願 有最高度的意願



【這幾個字，你會唸嗎？】

離開學校這麼多年，你的國語程度還剩下幾分？這「20大網友常會念錯的字」你對了幾個？

	常見錯誤唸法	正確唸法
選「逅」	ㄍㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
妊「娠」	ㄟㄣˊ	ㄩㄣˊ
床「第」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨˋ
羽扇「綸」巾	ㄉㄨㄛˊ	ㄍㄨㄛˊ
「玷」汗	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
挑「剔」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
「癖」好	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
琴「弦」	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˊ
自「戕」	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˊ
轉「捩」點	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
「叨」擾	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
身無「長」物	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
不落「窠」臼	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
國學造「詣」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
「諷」刺	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
「胴」體	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
左支右「絀」	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
粗「獷」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
「緋」聞	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
友「誼」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ

非常感謝您填寫以上問卷。

現在，若您有願意實際上捐出金錢來給小米，我們將負責轉交您的愛心給她:

- 請問您是否願意實際上捐出金錢給小米:

是

請將您願意捐出的金額填寫於下，並將該金額放入我們為您準備的信封中，和問卷一起交給我們:

我願捐出新台幣_____元整來幫助小米

否

請您將問卷和信封一起交給我們



第三部分:

請根據您閱讀完小米的故事之後的感受，填答下列問題，

勾選出您對各題敘述的同意程度。其中1表示非常不同意，7表示非常同意。

	非 常 不 同 意	不 同 意	有 點 不 同 意	沒 有 見 同 意	有 點 同 意	同 意	非 常 同 意
	1	2	3	4	5	6	7
1. 我想幫助小米	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我覺得這篇故事的敘述在現實生活中是可能發生的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 小米的困境是屬於突然的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 小米家的情況和原本發生了相當大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 小米的困境是屬於長期的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 小米家的情況一直以來都沒有太大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



第四部分:

請填答您的個人基本資料

1. 性別:

男性 女性

2. 年齡:

18 (含) 以下 19~24 25~30 31(含)以上

3. 月收入 (學生含零用金)

5,000 (含) 以下 5,001~10,000 10,001~15,000 15,001~20,000
20,001~25,000 25,001~30,000 30,001(含)以上

4. 最高教育程度

國中 (含) 以下 高中 大學、大專 研究所 (含) 以上

5. 過去參加志工活動 (捐出時間) 的經驗和頻率

無 有, 過去一年內大約 _____ 小時

請問您曾參與哪些組織的志工活動, 請列舉組織名稱:

• _____

6. 過去參與捐助活動 (捐出金錢) 的經驗

無 有, 過去一年內大約新台幣 _____ 元整

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

7. 過去參與其他捐助活動 (捐出舊書、衣物、捐血等等) 的經驗

無 有, 過去一年內大約次數為 _____ 次

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

附錄四： 實驗一問卷設計之四

第一部分：
請閱讀一小米的故事

對住在偏遠的台東縣金崙部落裡的孩子小米來說，最喜歡的事情，就是上學。但是，生於低收入戶家庭的小米，長期生活在困苦而清寒的環境中。家中原本就相當艱難的經濟情況，每每在面臨開學之時更顯得雪上加霜，使得她即將面臨放棄自己最喜歡的上學，放棄自己的夢想。她需要人們伸出援手，在她人生的路上助她一臂之力。



第二部分：

現在，您有一個幫助小米的機會，請您按照順序填答下列問題，勾選出您對各題敘述的同意程度。其中1表示完全沒有意願，7表示有最高度的意願。

1. 我對於捐出金錢來幫助小米的意願：

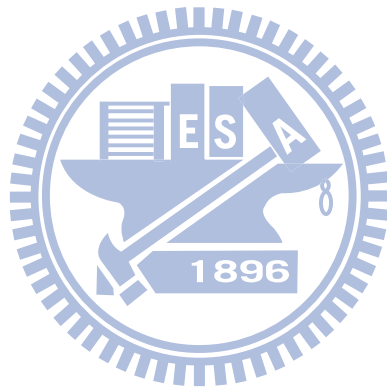
1 2 3 4 5 6 7

完全沒有意願 有最高度的意願

2. 我對於捐出時間（參加幫助小米的義賣活動等）來幫助小米的意願:

1 2 3 4 5 6 7

完全沒有意願 有最高度的意願



【這幾個字，你會唸嗎？】

離開學校這麼多年，你的國語程度還剩下幾分？這「20大網友常會念錯的字」你對了幾個？

	常見錯誤唸法	正確唸法
選「逅」	ㄍㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
妊「娠」	ㄟㄣˊ	ㄩㄣ
床「第」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨˋ
羽扇「綸」巾	ㄉㄨㄛˊ	ㄍㄨㄛ
「玷」汗	ㄉㄨㄛ	ㄉㄨㄛˋ
挑「剔」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛ
「癖」好	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˊ
琴「弦」	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˊ
自「戕」	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˊ
轉「捩」點	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˋ
「叨」擾	ㄉㄨㄛ	ㄉㄨㄛ
身無「長」物	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
不落「窠」臼	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛ
國學造「詣」	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
「諷」刺	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
「胴」體	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
左支右「絀」	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ
粗「獷」	ㄉㄨㄛˋ	ㄉㄨㄛˊ
「緋」聞	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛ
友「誼」	ㄉㄨㄛˊ	ㄉㄨㄛˋ

非常感謝您填寫以上問卷。

現在，若您有願意實際上捐出金錢來給小米，我們將負責轉交您的愛心給她:

- 請問您是否願意實際上捐出金錢給小米:

是

請將您願意捐出的金額填寫於下，並將該金額放入我們為您準備的信封中，和問卷一起交給我們:

我願捐出新台幣_____元整來幫助小米

否

請您將問卷和信封一起交給我們



第三部分:

請根據您閱讀完小米的故事之後的感受，填答下列問題，

勾選出您對各題敘述的同意程度。其中1表示非常不同意，7表示非常同意。

	非 常 不 同 意	不 同 意	有 點 不 同 意	沒 有 見 同 意	有 點 同 意	同 意	非 常 同 意
	1	2	3	4	5	6	7
1. 我想幫助小米	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我覺得這篇故事的敘述在現實生活中是可能發生的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 小米的困境是屬於突然的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 小米家的情況和原本發生了相當大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 小米的困境是屬於長期的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 小米家的情況一直以來都沒有太大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



第四部分:

請填答您的個人基本資料

1. 性別:

男性 女性

2. 年齡:

18 (含) 以下 19~24 25~30 31(含)以上

3. 月收入 (學生含零用金)

5,000 (含) 以下 5,001~10,000 10,001~15,000 15,001~20,000
20,001~25,000 25,001~30,000 30,001(含)以上

4. 最高教育程度

國中 (含) 以下 高中 大學、大專 研究所 (含) 以上

5. 過去參加志工活動 (捐出時間) 的經驗和頻率

無 有, 過去一年內大約 _____ 小時

請問您曾參與哪些組織的志工活動, 請列舉組織名稱:

• _____

6. 過去參與捐助活動 (捐出金錢) 的經驗

無 有, 過去一年內大約新台幣 _____ 元整

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

7. 過去參與其他捐助活動 (捐出舊書、衣物、捐血等等) 的經驗

無 有, 過去一年內大約次數為 _____ 次

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

附錄五：
實驗二問卷設計之一

第一部分：

請閱讀一小米的故事

對住在偏遠的台東縣金崙部落裡的孩子—小米來說，最喜歡的事情，就是上學。但是，小米原本小康的家庭生活突然發生了巨變，她的父親兩天前發生了嚴重的交通意外，醫生估計需要六個月的復原期。而肇事者則當場逃逸無蹤，讓小米一家求助無門，家中頓失經濟支柱。這意外迫使小米即將放棄自己最喜歡的上學，放棄自己的夢想。小米夜裡常常跟弟妹抱在一起偷偷哭泣，她好希望自己能像鄰居的小朋友一樣，每天都能去上學。她需要人們伸出援手，在她人生的路上助她一臂之力。



第二部分:

請根據您閱讀完小米的故事之後的感受，填答下列問題，

勾選出您對各題敘述的同意程度。其中1表示非常不同意，7表示非常同意。

	非 常 不 同 意	不 同 意	有 點 不 同 意	沒 有 見 同 意	有 點 同 意	同 意	非 常 同 意
	1	2	3	4	5	6	7
1. 我想幫助小米	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我願意捐助金錢給小米	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我願意捐出時間給小米（參與幫助小米的義賣活動等）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我覺得這篇故事的敘述在現實生活中是可能發生的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 小米的困境是屬於突然的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 小米家的情況發生了相當大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 小米的困境是屬於長期的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 小米家的情況一直以來都沒有太大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我覺得這篇小米的故事是激勵人心的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我覺得這篇小米的故事是鼓舞人心的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我覺得這篇小米的故事是引人同情的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我覺得這篇小米的故事是令人憐憫的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分:

現在，若您有願意實際上捐出金錢來給小米，我們將負責轉交您的愛心給她:

- 請問您是否願意實際上捐出金錢給小米:

是

請將您願意捐出的金額填寫於下，並將該金額放入我們為您準備的信封中。
在您填完接下來的基本資料後，將信封和問卷一起交給我們:

我願捐出新台幣_____元整來幫助小米

否

請您在填完接下來的基本資料後，將問卷和信封交給我們。



第四部分:

請填答您的個人基本資料

1. 性別:

男性 女性

2. 年齡:

18 (含) 以下 19~24 25~30 31(含)以上

3. 月收入 (學生含零用金)

5,000 (含) 以下 5,001~10,000 10,001~15,000 15,001~20,000
20,001~25,000 25,001~30,000 30,001(含)以上

4. 最高教育程度

國中 (含) 以下 高中 大學、大專 研究所 (含) 以上

5. 過去參加志工活動 (捐出時間) 的經驗和頻率

無 有, 過去一年內大約 _____ 小時

請問您曾參與哪些組織的志工活動, 請列舉組織名稱:

• _____

6. 過去參與捐助活動 (捐出金錢) 的經驗

無 有, 過去一年內大約新台幣 _____ 元整

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

7. 過去參與其他捐助活動 (捐出舊書、衣物、捐血等等) 的經驗

無 有, 過去一年內大約次數為 _____ 次

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

附錄六:
實驗二問卷設計之二

第一部分:

請閱讀一小米的故事

對住在偏遠的台東縣金崙部落裡的孩子—小米來說，最喜歡的事情，就是上學。但是，小米原本小康的家庭生活突然發生了巨變，她的父親兩天前發生了嚴重的交通意外，醫生估計需要六個月的復原期。而肇事者則當場逃逸無蹤，讓小米一家求助無門，家中頓失經濟支柱。這意外迫使小米即將放棄自己最喜歡的上學，放棄自己的夢想。即使小米因為家庭的因素，求學之路即將被迫中斷，但是小米始終不打算放棄自己，想努力找一個能半工半讀的工作機會，咬牙苦撐、想盡一切辦法想要完成學業並讓弟妹們也有受教育的機會。她需要人們幫她一把，在她人生的路上助她一臂之力。



第二部分:

請根據您閱讀完小米的故事之後的感受，填答下列問題，

勾選出您對各題敘述的同意程度。其中1表示非常不同意，7表示非常同意。

	非 常 不 同 意	不 同 意	有 點 不 同 意	沒 有 見 同 意	有 點 同 意	同 意	非 常 同 意
	1	2	3	4	5	6	7
1. 我想幫助小米	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我願意捐助金錢給小米	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我願意捐出時間給小米（參與幫助小米的義賣活動等）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我覺得這篇故事的敘述在現實生活中是可能發生的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 小米的困境是屬於突然的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 小米家的情況發生了相當大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 小米的困境是屬於長期的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 小米家的情況一直以來都沒有太大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我覺得這篇小米的故事是激勵人心的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我覺得這篇小米的故事是鼓舞人心的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我覺得這篇小米的故事是引人同情的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我覺得這篇小米的故事是令人憐憫的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分:

現在，若您有願意實際上捐出金錢來給小米，我們將負責轉交您的愛心給她:

- 請問您是否願意實際上捐出金錢給小米:

是

請將您願意捐出的金額填寫於下，並將該金額放入我們為您準備的信封中。
在您填完接下來的基本資料後，將信封和問卷一起交給我們:

我願捐出新台幣_____元整來幫助小米

否

請您在填完接下來的基本資料後，將問卷和信封交給我們。



第四部分:

請填答您的個人基本資料

1. 性別:

男性 女性

2. 年齡:

18 (含) 以下 19~24 25~30 31(含)以上

3. 月收入 (學生含零用金)

5,000 (含) 以下 5,001~10,000 10,001~15,000 15,001~20,000
 20,001~25,000 25,001~30,000 30,001(含)以上

4. 最高教育程度

國中 (含) 以下 高中 大學、大專 研究所 (含) 以上

5. 過去參加志工活動 (捐出時間) 的經驗和頻率

無 有, 過去一年內大約 _____ 小時

請問您曾參與哪些組織的志工活動, 請列舉組織名稱:

• _____

6. 過去參與捐助活動 (捐出金錢) 的經驗

無 有, 過去一年內大約新台幣 _____ 元整

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

7. 過去參與其他捐助活動 (捐出舊書、衣物、捐血等等) 的經驗

無 有, 過去一年內大約次數為 _____ 次

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

附錄七：
實驗二問卷設計之三

第一部分：

請閱讀一小米的故事

對住在偏遠的台東縣金崙部落裡的孩子小米來說，最喜歡的事情，就是上學。但是，生於低收入戶家庭的小米，長期生活在困苦而清寒的環境中。家中原本就相當艱難的經濟情況，每每在面臨開學之時更顯得雪上加霜，使得她即將面臨放棄自己最喜歡的上學，放棄自己的夢想。小米夜裡常常跟弟妹抱在一起偷偷哭泣，她好希望自己能像鄰居的小朋友一樣，每天都能去上學。她需要人們伸出援手，在她人生的路上助她一臂之力。



第二部分:

請根據您閱讀完小米的故事之後的感受，填答下列問題，

勾選出您對各題敘述的同意程度。其中1表示非常不同意，7表示非常同意。

	非 常 不 同 意	1	2	3	4	5	6	7
1. 我想幫助小米	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我願意捐助金錢給小米	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我願意捐出時間給小米（參與幫助小米的義賣活動等）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我覺得這篇故事的敘述在現實生活中是可能發生的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 小米的困境是屬於突然的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 小米家的情況發生了相當大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 小米的困境是屬於長期的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 小米家的情況一直以來都沒有太大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我覺得這篇小米的故事是激勵人心的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我覺得這篇小米的故事是鼓舞人心的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我覺得這篇小米的故事是引人同情的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我覺得這篇小米的故事是令人憐憫的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分:

現在，若您有願意實際上捐出金錢來給小米，我們將負責轉交您的愛心給她:

- 請問您是否願意實際上捐出金錢給小米:

是

請將您願意捐出的金額填寫於下，並將該金額放入我們為您準備的信封中。
在您填完接下來的基本資料後，將信封和問卷一起交給我們:

我願捐出新台幣_____元整來幫助小米

否

請您在填完接下來的基本資料後，將問卷和信封交給我們。



第四部分:

請填答您的個人基本資料

1. 性別:

男性 女性

2. 年齡:

18 (含) 以下 19~24 25~30 31(含)以上

3. 月收入 (學生含零用金)

5,000 (含) 以下 5,001~10,000 10,001~15,000 15,001~20,000
 20,001~25,000 25,001~30,000 30,001(含)以上

4. 最高教育程度

國中 (含) 以下 高中 大學、大專 研究所 (含) 以上

5. 過去參加志工活動 (捐出時間) 的經驗和頻率

無 有, 過去一年內大約 _____ 小時

請問您曾參與哪些組織的志工活動, 請列舉組織名稱:

• _____

6. 過去參與捐助活動 (捐出金錢) 的經驗

無 有, 過去一年內大約新台幣 _____ 元整

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

7. 過去參與其他捐助活動 (捐出舊書、衣物、捐血等等) 的經驗

無 有, 過去一年內大約次數為 _____ 次

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

附錄八：
實驗二問卷設計之四

第一部分：

請閱讀一小米的故事

對住在偏遠的台東縣金崙部落裡的孩子小米來說，最喜歡的事情，就是上學。但是，生於低收入戶家庭的小米，長期生活在困苦而清寒的環境中。家中原本就相當艱難的經濟情況，每每在面臨開學之時更顯得雪上加霜，使得她即將面臨放棄自己最喜歡的上學，即使小米因為家庭的因素，求學之路即將被迫中斷，但是小米始終不打算放棄自己，想努力找一個能半工半讀的工作機會，咬牙苦撐、想盡一切辦法想要完成學業並讓弟妹們也有受教育的機會。她需要人們幫她一把，在她人生的路上助她一臂之力。



第二部分:

請根據您閱讀完小米的故事之後的感受，填答下列問題，

勾選出您對各題敘述的同意程度。其中1表示非常不同意，7表示非常同意。

	非 常 不 同 意	不 同 意	有 點 不 同 意	沒 有 見 同 意	有 點 同 意	同 意	非 常 同 意
	1	2	3	4	5	6	7
1. 我想幫助小米	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我願意捐助金錢給小米	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我願意捐出時間給小米（參與幫助小米的義賣活動等）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我覺得這篇故事的敘述在現實生活中是可能發生的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 小米的困境是屬於突然的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 小米家的情況發生了相當大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 小米的困境是屬於長期的情況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 小米家的情況一直以來都沒有太大的改變	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我覺得這篇小米的故事是激勵人心的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我覺得這篇小米的故事是鼓舞人心的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我覺得這篇小米的故事是引人同情的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我覺得這篇小米的故事是令人憐憫的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分:

現在，若您有願意實際上捐出金錢來給小米，我們將負責轉交您的愛心給她:

- 請問您是否願意實際上捐出金錢給小米:

是

請將您願意捐出的金額填寫於下，並將該金額放入我們為您準備的信封中。
在您填完接下來的基本資料後，將信封和問卷一起交給我們:

我願捐出新台幣_____元整來幫助小米

否

請您在填完接下來的基本資料後，將問卷和信封交給我們。



第四部分:

請填答您的個人基本資料

1. 性別:

男性 女性

2. 年齡:

18 (含) 以下 19~24 25~30 31(含)以上

3. 月收入 (學生含零用金)

5,000 (含) 以下 5,001~10,000 10,001~15,000 15,001~20,000

20,001~25,000 25,001~30,000 30,001(含)以上

4. 最高教育程度

國中 (含) 以下 高中 大學、大專 研究所 (含) 以上

5. 過去參加志工活動 (捐出時間) 的經驗和頻率

無 有, 過去一年內大約_____小時

請問您曾參與哪些組織的志工活動, 請列舉組織名稱:

• _____

6. 過去參與捐助活動 (捐出金錢) 的經驗

無 有, 過去一年內大約新台幣_____元整

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____

7. 過去參與其他捐助活動 (捐出舊書、衣物、捐血等等) 的經驗

無 有, 過去一年內大約次數為_____次

請問您曾參與哪些組織的捐助活動, 請列舉組織名稱:

• _____