

南 華 大 學

非營利事業管理學系

碩士論文

勸募訴求個案背景與資訊呈現對捐款結果之影響

-以蘋果日報為例

The Effect of the Case Background and Information Presentation of  
Fundraising Appeals on Donation Results: The Case of Apple Daily

研究生：黃 宥 桂

指導教授：涂 瑞 德 博士

中華民國 一〇二年六月

# 摘要

本研究以蘋果日報的捐款報導為例，旨在探討訴求個案的背景、勸募資訊的呈現、及捐款結果做研究。

研究的範圍為蘋果日報 2009 年 1 月~10 月的報導，並從中挑 201 篇的報導進行統計分析。主要研究發現包括：

- 一、「身心障礙類別」、「家庭成員」、「婚姻狀況」、「政府補助」等四個變項，在勸募資訊呈現上有顯著的差異。
- 二、「性別」、「身心障礙類別」等二個變項，對勸募結果某層面上有顯著的差異。
- 三、「刊登月份」、「照片場景」、「照片主題」等三個變項，在勸募結果有顯著的差異。

關鍵字：勸募訴求個案、資訊呈現、捐款行為

# Abstract

By using Apple Daily's reported contribution news as an example, this study investigated the background, information presentation and donation results of solicitation cases.

The research period was from January to October 2009 and 201 news reports were selected from Apple Daily for conducting statistical analysis. The major findings include:

- (1) "disability category", "family members", "marital status" and "government grants" were significantly positively related to information presentation of solicitation cases.
- (2) "sex" and "disability category" were significantly positively related to some dimensions of donation results.
- (3) "month of publication", "photo scenes" and "photo theme" were significantly positively related to donation results.

**Keywords:** fundraising appeal cases, information presentation, donation behavior

# 目錄

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 第一章 緒論.....                     | 1  |
| 第一節 研究背景.....                   | 1  |
| 第二節 研究動機.....                   | 2  |
| 第三節 研究目的與問題.....                | 3  |
| 第二章 文獻探討.....                   | 4  |
| 第一節 勸募的定義與方式.....               | 4  |
| 第二節 個案背景與捐款動機.....              | 7  |
| 第三節 捐款決策理論.....                 | 13 |
| 第四節 捐款行為實證研究.....               | 17 |
| 第三章 研究方法.....                   | 23 |
| 第一節 研究架構.....                   | 23 |
| 第二節 研究假設.....                   | 24 |
| 第三節 研究設計.....                   | 25 |
| 第四節 資料收集與分析.....                | 26 |
| 第四章 研究結果與討論.....                | 29 |
| 第一節 研究變項的描述性分析.....             | 29 |
| 第二節 不同個案背景變項對勸募訴求資訊呈現之交叉分析..... | 36 |
| 第三節 不同個案背景變項在勸募結果之交叉分析.....     | 52 |
| 第四節 不同勸募訴求資訊呈現對勸募結果之交叉分析.....   | 60 |
| 第五章 結論與建議.....                  | 68 |
| 第一節 研究結論.....                   | 68 |
| 第二節 管理意涵與建議.....                | 71 |
| 第三節 研究限制與後續研究建議.....            | 72 |
| 參考文獻.....                       | 73 |
| 附錄一 研究問卷.....                   | 77 |
| 附錄二 新聞報導照片.....                 | 78 |
| 附錄二 社會福利津貼之申請件.....             | 80 |

# 表目次

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 表 2-1 人們決定捐款的原因.....                  | 11 |
| 表 2-2 慈善捐贈行為與社會學理論對表.....             | 14 |
| 表 2-3-1 訊息管道變項相關實證研究整理.....           | 19 |
| 表 2-3-2 捐款動機變項相關實證研究整理.....           | 21 |
| 表 4-1 個案背景分析統計表.....                  | 29 |
| 表 4-2 勸募訴求資訊呈現分析統計表.....              | 32 |
| 表 4-3 勸募結果分析統計表.....                  | 35 |
| 表 4-4 不同個案背景變項與刊登月份之交叉分析表.....        | 36 |
| 表 4-5 不同個案背景變項與刊登時間之交叉分析表.....        | 38 |
| 表 4-6 不同個案背景變項與新聞字數之交叉分析表.....        | 40 |
| 表 4-7 不同個案背景變項與照片人物之交叉表.....          | 42 |
| 表 4-8 不同個案背景變項與照片場景之交叉表.....          | 44 |
| 表 4-9 不同個案背景變項與照片主題之交叉表.....          | 46 |
| 表 4-10 不同的個案背景變項對勸募訴求資訊之差異性分析摘要表..... | 49 |
| 表 4-11 不同個案背景變項對勸募訴求資訊之研究假設驗證分析表..... | 52 |
| 表 4-12 不同個案背景變項與機構捐贈比率類別之交叉分析表.....   | 53 |
| 表 4-13 不同個案背景變項與捐款收入之交叉分析表.....       | 55 |
| 表 4-14 不同個案背景變項對勸募結果之差異性分析摘要表.....    | 57 |
| 表 4-15 不同個案背景變項對勸募結果之研究假設驗證分析表.....   | 59 |
| 表 4-16 不同勸募訴求資訊呈現與機構捐贈比率類別之交叉分析表..... | 60 |
| 表 4-17 不同勸募訴求資訊呈現與捐款收入之交叉分析表.....     | 62 |
| 表 4-18 不同勸募訴求資訊呈現對勸募結果之差異性分析摘要表.....  | 64 |
| 表 4-19 不同勸募訴求資訊呈現對勸募結果之研究假設驗證分析表..... | 67 |
| 表 5-1 個案背景資料影響資訊呈現之差異分析綜合討論.....      | 69 |
| 表 5-2 個案背景資料影響勸募結果之差異分析綜合討論.....      | 70 |
| 表 5-3 勸募訴求資訊呈現影響勸募結果之差異分析綜合討論.....    | 70 |

## 圖目次

|                        |    |
|------------------------|----|
| 圖 2-1 涉入的觀念架構.....     | 15 |
| 圖 2-2 捐贈決策程序概念性架構..... | 16 |
| 圖 2-3 捐贈者行為模式.....     | 17 |
| 圖 3-1 研究架構.....        | 23 |

—

# 第一章 緒論

本章第一節說明研究背景；第二節說明研究動機；第三節敘述研究目的與研究問題。

## 第一節 研究背景

非營利組織在近十幾年的發展，是大家所能看到的，早期民間組織的成立都是以慈善的居多，也抱持著為善不欲人知的心，使得非營利組織有很多地方受到侷限，非營利組織的主要資金來源是捐贈收入，因此為提昇社會大眾對非營利組織的信任及認同，以及協助捐款人瞭解非營利組織的運作狀況，並且鼓勵非營利組織承諾並實踐組織使命，「921 大地震」後，雖然我們看到社會大眾不落人後的愛心捐輸，然而同時間，也產生了資源排擠的效應，不論是金錢或是物資幾乎都湧進特定的機構，使得非營利組織受到挑戰不外是財務危機，但要解決的方法只能縮減人力還有服務的範圍（王明鳳，2006：131）。

在經濟景氣較好的時候都能夠募集到很多的金錢，但隨著這幾年經濟不景氣，大多數的非營利組織都面臨捐款不足的窘境，越是這樣就要借助廣告來幫忙宣傳，行銷因此變得很重要，行銷早期被認為只能用營利的部分，很怕談起行銷就讓人想起有營利的行為，其實這是一種誤解，非營利組織中早有相似的原則，如方案設計、社工管理，都隱約含有行銷的概念，Nichols（1974）的實證研究中發現，有95%的行銷學者認為行銷理論的範疇應包含非營利組織，93%認為行銷不應只針對經濟性商品或服務（Hunt，1976）。

廣告訴求方式則是利用不同的訴求方法，引起消費者興趣與購買意願進行的購買行動，某些時段廣告比較貴，某些時段比較便宜，這些都是讓一個新商品，能夠賣出的因素，廣告究竟可以發揮多大的效益，非營利組織利用廣告來達到宣傳的效果，讓社會大眾能多認識非營利組織，也能藉此募到一些金錢。然而廣告的播出，幫重大事件募集到更多的捐款，導致捐款的運用上可能會比較浪費；

Chandy et al. (2001)認為廣告訴求方式可以分為情感式訴求與變證式訴求，哪一種訴求方式比較能激起消費者的購買意願，近年來研究顯示，兩者都有一定的效果，其有效程度則視市場情境而定(引自林隆儀，2005)。是針對多個案讓捐款者自己去感動，訴求的提出有些個案可以募得很多捐款，但有些個案僅能募得比較少的捐款。

## 第二節 研究動機

蘋果日報在2003年捐助成立蘋果日報慈善基金會，並在2003年5月正式在台運作至今，您的善心善行，讓我們一起攜手服務社會弱勢家庭。他們因殘、病而致貧的人生，在您的捐款下，得以找到人生的出口；更多的人因為大環境造成失業窘境，生計無力喘息的家庭，因為你的力量，得以讓一個家庭度過一時難關，而讓生命再現曙光，基金會80%執行貧困家庭之急難救助服務，20%則協助資源較少但努力付出之社福團體，因為有媒體的力量使得社會大眾可以看到需要幫助的家庭，激發起研究社會大眾看到不同的個案背景與資訊呈現是否會影響最後的捐款結果(引自蘋果日報慈善基金會網站)。

在台灣每天都有很多人是需要我們幫助的，什麼內容的勸募訴求資訊能吸引捐款者的捐款，捐款者看到那麼多的勸募訴求資訊，選擇其中幾個捐助是否有其特殊的原因，為何某些的勸募訴求資訊呈現都能募集到很多捐款，有可能是記者寫得內容讓人較感動，亦或是讓捐款者產生莫名的感動，總總的因素都可能讓一個勸募訴求資訊，獲得一筆可觀的捐贈收入，這樣就可以幫助到真正需要幫助的人，也比較不會讓大家的善心捐款浪費了，捐款者在接受勸募訴求訊息刺激之後，一連串的內心層級過程，此過程歷經情感以及最後的捐款，背後的意義都值得去探討。

每當有大災難發生時如：「921大地震」、「四川地震」、「南亞海嘯」、「日本311大地震」，都是利用電視進行募款，只要好幾個小時的時間，都能募集到一筆可

觀的金額，可見台灣人愛心不落人後，但若不是重大事件，經由電視的播出，能募集到的金錢又有多少呢？在大環境不景氣之下，非營利組織往往受限於經費有限、募款不易等因素，林江亮（2009）探討資訊透明度對捐贈收入影響時也發現，資訊透明度較高的組織，由於其較易獲得捐贈者的認同，故其捐贈收入相對較高。

某種程度而言，民間資源會伴隨著經濟景氣與否而產生變動現象，民間資源穩定性或充足性都是令人擔心和考慮的（彭懷真、陶蕃瀛，1994）。國內也漸漸有許多學者研究捐款者的動機、捐款行為等等。非營利組織必須能實際瞭解捐款者的動機，才能確實增加其募款工作上的成效（陸宛蘋，2009:271）。因大多的學者研究的是捐款者本身的背景，較少研究個案本身的背景，本研究主要探討個案訴求背景如何影響捐款果。

### 第三節 研究目的與問題

非營利組織捐款的金額有減少的趨勢，如何利用勸募訴求資訊的呈現讓捐款收入增加，不同的勸募訴求個案背景能吸引較多的收入，還有勸募訴求的緊急程度是否也會影響到捐款的收入，也想更了解究竟捐款者想要捐款的動機。

本研究探討看到不同勸募訴求個案的捐款者，能捐助多少金額給這勸募訴求個案，這就是探討的目的。

本研究所探討的問題分述如下：

- (一)不同的勸募訴求個案背景變項如何影響捐款結果？
- (二)不同的勸募訴求個案背景變項如何影響勸募訴求資訊內容呈現？
- (三)不同的勸募訴求資訊內容呈現如何影響捐款結果？

## 第二章 文獻探討

本章共分為四節，第一節為「勸募的定義與方式」，探討募款的定義有助於瞭解募款的基礎原理，第二節為「個案背景與捐款動機」，有助於瞭解不同性別、年齡、宗教信仰、教育程度的捐款動機，第三節為「捐款決策理論」，探討消費者行為、利他主義、利己主義、善因行銷等理論，第四節為「捐款行為實證研究」，探討國內學者研究捐款的論文做分析。

### 第一節 勸募的定義與方式

#### 壹、勸募的定義

「募款」的原文為Fund-Raise，在實務運用上有稱『募捐』、『勸募』等，根據The Random House Dictionary of English Language(1987)界定募款為：非營利組織、政治組織或者因為個人的政治因素，發動募集資金的過程或行動，因此非營利組織基於需求與目的，對企業、社會大眾、政府等，發動募集到的物資、金錢或勞務的幫助(引自林雅莉1998)。

Warwickk(1999) 募款就是在對的時間及地點，尋找你需要的資源，以達到組織的使命，募款並非僅止於金錢的取得，事實上，募款方式及目的必須契合組織的目標及使命。Hopkins (1991；1996) 在 The Law Of Fund-Raising 一書中指出，「在美國，勸募一詞的定義是非常的寬鬆的，即使是實務上也是如此。換句話說，慈善勸募可以因為個人的請求、郵寄、其他的出版形式、電視、廣播、電話或者是其他的媒體而發生」。Hopkins 於是綜合美國各州對於勸募活動管理的法律，將勸募的定義為：「在懇求或陳述上，以任何形式的請求（包含直接和間接）、金錢、貸款、財產，或者其他種類的財務援助來當作慈善目的上的使用，都可稱為勸募」。

在非營利組織中募款是策略規劃中很重要得一個環節，組織的策略規劃和募款的策略規劃是很類似的，募款的重要是要讓組織免於財源上的困擾，募款的策

略性規畫為：兼具組織內外與預期與未預期或者是人口、服務需求等，分析組織的財務資源，發展組織的目標與核心價值。

非營利組織的募款活動展現不同的特色，如戴鎮洲(2007)指現代社會具有的特質包含：(1)非營利目的：藉由募款活動來達到公益目的(2)補充性：勸募活動所募集到的金錢還無法取代其他管道所獲得的財物資源(3)勸募對象的去地區化：勸募對象多元化不限於特定的地點和時間(4)市場化的經營：勸募活動與市場的行銷活動作結合(引自涂瑞德，2009：135)。

Posnett and Sandler (1989) 認為，非營利組織主要的收入來源包括基金孳息、捐款收入、補助收入及自創收入 (autonomous income)。以我國為例，捐款收入是企業或社會大眾所捐助的收入；補助收入是由政府或是其他機構 (如聯合勸募協會) 所補助之收入；自創收入則是包括商業收入 (銷售貨物或勞務等收入)、專案收入及其他收入 (例如處分固定資產損益、投資收入) (引自林江亮，2009：5)。

## 貳、勸募的方式

### 一、年度募款活動 (annual campaigns)

年度募款活動是組織在一年內持續性、歷久性、常態性、例行性的重複的募款方法。如園遊會、義賣會、演唱會、健行活動等。但成本較高，捐款穩定度低，且活動內容需不斷創新。會員制、私人懇請、俱樂部、直接郵件及電話認捐節目都是年度募款活動典型方式，這些方式是領導者在實際募款活動的運用上最好的方式。

### 二、俱樂部 (gift clubs)

捐款人依據一定捐款數量組成的團體，是一種給予這個團體成員回饋與表揚，鼓勵捐款人增加其捐款以成為俱樂部的會員，及鼓勵俱樂部成員繼續捐款以保留會員資格，能使捐款者感到擁有特殊或精英的地位，也讓捐款者有成為團體中一份子的歸屬感。

### 三、會員制度

提供組織每年穩定的收入來源，同時對其他捐款人提供關於組織合法性與接受度，藉由提供成為會員的機會，這方式是組織利用個人的歸屬感的要求及成為替團體努力的一份子。

### 四、親自懇請 (personal solicitation)

這是一種涉及私人性的募款方法，領導者、職工與志工與他們潛在捐款人面對面會談，表達需求、適切的請求捐款的募款方式，屬於較私人性的，屬於面對面、一對一的募款方式，不同點在於，親自募款是由募款者向他們潛在捐款者表達需求，是透過人際關係的募款方式；而言接募款則是尋找新的捐款群眾，將募款需求直接告知

### 五、直接郵件

直接郵件主要尋求捐贈的範圍：美國的一些大型的非營利組織透過郵件函，也可以取得一定數量的捐款，包括從那些沒有接觸過的人那裡得到的小額捐款，和從固定及慷慨的人那裡得到的大額捐款。因此，必須針對不同族群類別設計不同內容及訴求的郵件。如：給從沒有捐過款的人的郵件，必須強調幫助他人的好處及快樂，而給固定捐款人的郵件，則是逢年過節的問候

### 六、提供電話認捐的募款電視節目 (telethons)

這是一種特殊形式，透過邀請名人以生動的方式將需求呈現出來，吸引社會大眾參與的方式，這種方式也只侷限於大型的非營利組織，擁有較多的募款費用，但對於小型的非營利組織只會增加募款的成本

### 七、沿街拜託 (neighborhood canvasses)

這種募款方式主要是剛成立、小型的非營利組織，直接將他們的個案呈現給社會大眾，讓社會大眾去感動這些個案，並請求給予捐款的一種募款方式，但募款的成本會很高，因為需要大量的人力。。

### 八、特別事件 (special events)

特別事件是組織利用某項符合組織使命的社會議題引起社會大眾對組織的注意，而重大事件則是當遇有重大的災難事件發生時，所發起的募款活動。如：

九二一大地震、南亞大海嘯等，這些都有助於提高組織和目標大眾接觸的層面。

## 九、聯合勸募 (Unite Way)

意指地方組織的全國性聯合，以系統化及合作方式建立，投入志願性的基金籌募工作，由聯合勸募所募集到的款項已提供社會福利機構、地方社區重建方案的資金用途上。

## 十、巨額募款 (major gifts)

主要發生再資本勸募活動時，大額的捐贈款項已逐漸成為募款成果就重要的一部分，在以前主要是大型的機構適用，但這幾年大額的捐款是愈來愈重要，與其等待大額的捐款者，不如持續透過計畫書與潛在的巨額捐贈者接觸，了解他們的興趣增加他們對組織的認同，讓他們願意捐款。

小結：組織可以運用的募款方法很多因此不必依賴單一的方法取得資源。良好的募款方法，應該考慮到組織的特色和組織的聲名，內外部關係人間的互動關係，還有各種不同募款方案的績效。如果募款活動的目的與社會關切的議題、忠誠度、個人興趣、參與成就感息息相關的話，較易獲得較多的捐款。

# 第二節 個案背景與捐款動機

以下說明個案的背景變項，包括年齡、性別、身心障礙類別、職業、家庭成員、婚姻狀況等。

## 壹、個案背景

### 一、年齡

紀蕙文(2002)研究結果顯示在捐款年齡分布上以21-30歲的受訪者居多，面對不同的捐款對象，則年齡對捐款的行為有明顯的差異。在年齡方面主要的捐款者以45到54歲之間，蘇秀慧(2007)的研究指出，目前國人參與捐款行為的主力介於35到54歲之間。蘇秋色(2008)的研究也指出，佛光人對佛光山的捐款以中壯人

較多，由以上研究資料顯示在35歲到54歲之間，是參與捐款行為最多的一個年齡層其原因是經濟穩定者，子女大多獨立又還沒面對退休的問題，因此捐款較其他年齡層高。

## 二、性別

李如婷(2003)的研究顯示女性捐款多於男性，劉依婷(2005)持續捐款人研究結果男性對於持續捐款具有強烈的社會責任，認為自己有取之於社會就要回饋於社會，然而公益的捐贈在報稅時可以扣稅，對捐款者有相對的誘因，這誘因男性的捐款者多於女性捐款者。萬育維(1994)認為男性比較重視「機構的聲譽」，而女性則以「覺得他們有需要」為考量，所以女性絕大多捐給社會福利機構。

## 三、身心障礙類別

身心障礙等及大致可以分成輕度、中度、重度、極重度，輕度障礙以聽障、平衡機能、聽語障、肢障、自閉症居多；中度障礙以智能障礙、慢性精神病患居多；重度以視障、失智症居多；極重度以重要器官失去功能者、植物人居多。內政部統計至100年底，身心障礙人口輕度障礙者419,125占身心障礙人口數38.09%，中度障礙者365,230占身心障礙人口數33.19%，重度障礙者193,333占身心障礙人口數17.57%，極重度障礙者122,748占身心障礙人口數11.15%，總計1,100,436。

## 四、職業

根據李小梅、曾芳瑩(1995)的研究指出職業為公司中高層主管的捐贈者，其捐贈金額多在3001以上，而一般職員則集中在501~1000元之間。張培士等人(1993)的研究顯示，專業人員、主要主管傾向於捐款給專門負責募款、分配的機構，勞力勞動者、買賣工作人員、農林漁牧人員、學生、家庭主婦及無工作者則傾向於捐款給一般社會福利機構(引自鄭怡世，2001)，顯示職業對於捐款行為上有其相關性。

小結：經研究發現，年齡、性別、職業會影響捐款的結果，但本研究要探討個案本身的性別、年齡和職業，是否會影響到捐款的結果，與之前只研究捐款者的性別、年齡和職業有很大的差異。

## 五、政府補助

政府補助包括身心障礙者生活補助、中低收入老人生活津貼、中低收入家庭兒童及少年生活扶助、國民年金各項年金給付、原住民給付、低收入戶家庭生活補助、低收入戶兒童生活補助、低收入戶就學生活補助等社會福利津貼之申請參見附件三所示。

### (一)低收入及中低收入戶認定

社會救助法所稱低收入戶，指經申請戶籍所在地直轄市、縣（市）主管機關審核認定，符合家庭總收入平均分配全家人口，每人每月在最低生活費以下；而中低收入戶，指家庭總收入平均分配全家人口，每人每月不超過最低生活費一點五倍，前述兩者家庭財產必須未超過中央、直轄市主管機關公告之當年度一定金額者。102年度臺灣省最低生活費公告金額定為新台幣1萬244元；低收入戶動產限額每人以7萬5000元為限，不動產限額每戶320萬元。中低收入戶審查標準為家庭總收入平均分配全家人口，每人每月不超過新台幣1萬5366元，動產限額每人以11萬2500元為限，不動產限額每戶480萬元。

### (二)身心障礙者生活補助

身心障礙程度在中度以上的低收入戶者每個月補助8200元，身心障礙程度在輕度的低收入戶者每個月補助4700元，身心障礙程度在中度以上的中低收入戶者每個月補助4700元，身心障礙程度在輕度的中低收入戶者每個月補助3500元。

### (三)中低收入家庭兒童、少年及老人生活扶助

符合最低生活費1.5倍以下的老年人，原本每個月補助6000元調至7200元，未達最低生活費2.5倍的老年人，原本每個月補助3000元調至3600元，兒童及少年原本每個月補助1400-1800元調至1900-2300元。

### (四)國民年金各項年金給付

老年基本保證年金由原本每個月3000元調至3500元，身心障礙基本保證年金原本每個月4000元調至4700元，老年年金原本每個月3000元調至3500元，身心障礙年金原本每個月4000元調至4700元，遺屬年金原本每個月3000元調至3500元。

### (五)低收入戶各項生活補助

低收入戶家庭生活補助由原本每個月5,000-14,152元調至5,900-14,794元，低收入戶兒童生活補助以台灣省原本每人每月補助2200元調至2600元，台北市原本每人每月1,400-6,213元調至1,900-7,300元，金門縣原本每人每月補助1500元調至2000元，低收入戶就學生活補助由原本每人每月5,000元調至5,900元。

備註：低收入戶家庭生活補助以每人每月不超過當地區最低生活費方式調整。

## 貳、捐款動機

個人捐款者的動機：包括捐款人內在動機及外在影響力兩個方面。

(一)內在動機可分為：個人或「我」的因素、社會的或「我們」的因素，以及負面的「他們」的因素。

(二)外在影響力可分為：報酬、刺激及特定情境因素。

表、2-1 人們決定捐款的原因

| 內在動機  | 外在影響力                                |
|---|--------------------------------------|
| <b>個人的或「我」的因素、自我承諾</b>                        | <b>報酬</b>                            |
| 自我承諾或自我尊重、成就感<br>成長、減少內疚、個人利益、<br>生活意義及目標     | 個人的實質報酬、認知上的報酬<br>社會的期待              |
| <b>社會的或「我們的」因素</b>                            | <b>刺激</b>                            |
| 團體力量的驅使、相互依賴關係<br>利他主義、權力（政治、社會等）<br>家庭及子孫的影響 | 個人需求的刺激<br>企圖心（政治或社會面向）<br>避稅或稅制優惠刺激 |
| <b>負面的或「他們的」因素</b>                            | <b>特定情境</b>                          |
| 減低不安全或危險、安撫挫折的期<br>待、減低害怕及焦慮的心理               | 傳統文化、個人本身參與組織<br>參與計畫及決策、家庭參與壓力      |

資料來源：Mixer，1993：14，引自林雅莉，1999。

在 Schervish 等人研究中，影響個人慈善行為的社會、文化及環境因素共有四項，包括：

- (1) 社群參與：指相互關連之個人間正式與非正式的關係網絡，是否為該家機構擔任志工、出席機構活動的頻率與時數，一年中共捐給幾家不同類型的機構。
- (2) 他人的直接請求：指受到個人或組織的邀請參與慈善活動，曾在過去一年被募款人要求捐贈、曾受到家人或朋友要求或鼓勵而捐贈(包括透過電話、電子郵件、登門拜訪等方式)。
- (3) 可自由運用的資源：指個人時間與金錢可以自由運用的資源，是否擁有足夠的金錢/時間、預期未來一年的財務情形，是否宣稱慈善捐贈的扣除額。
- (4) 個人早期學習的模範與經驗：指個人早期經驗或受到他人良好模範的影響，如父母曾經捐贈或擔任義工。除了上述四項外「傳媒/資訊的刺激」，如機構透過電視廣告、報章雜誌的報導與介紹，或透過季刊來宣傳，對於個人的捐贈行為亦有重要的影響。

探討大眾捐款之動機，學者最常依據的理論，包括以下三種(林雅莉,1998):

### (一) 利他主義

依據心理學的觀點，此類型動機捐款人，由於內在心理樂意助人，當面臨需要協助的情境時，能體會受助者的情緒，並感同身受，因此，他們對別人的福祉具強烈責任感，捐款或助人本身就是一種酬賞，不需從受助者處得到回報，即「無償」的概念。

### (二) 社會交換理論

Kotler認為，人之所以願意「給」(捐)，是為了「受」。換言之，捐贈並不是白白的丟棄，而是一種雙方相互的「交換」(exchange)或者是交易。簡單來說，交換是一種提供某物而向他人換取所需物品的行為。通常人們的「給」是為了獲得回報或揚名、減低恐懼、降低社會壓力、或者因為「利他」而覺得擁有快感。也許有人會認為「捐贈」是一種人類主動心理願意「給予」的感受，是沒有「受」的。實際上他們還是有所「受」，這種「受」就是「希望」，希望該機構能夠有效的運用這筆捐款，同時也希望募款人心存感激等。甚至於有人捐款不願意具名，不想要收據，他出錢做好事而不欲人知，但他依然有所「受」，他獲得了自尊上的需求，心理上也得到了安慰(張在山譯，1991:477-479)。

由布勞(Blau, P.)的「社會交換理論」看來，捐款的過程是一種潛在捐款人和捐款人存在一種需求與渴望的情境(circumstance)，亦即前述之內在動機與外在影響因素交互行程的需求。然而不管是個人或組織，接受者同樣隸屬於此一情境內，因此他們的需求可以從捐款過程中得到一些滿足。這種建構在捐款人與受贈人之間的交換或交易關係，即所謂的「社會交換」。

### (三) 項鍊理論

Conrad(1974)所提出的，他認為所謂項鍊理論就是將勸募比擬做一串項鍊，而組織就像位於中心位置的墜子，向兩端延伸出去，一端是社會需求，另一

端是捐款者的需求。成功的勸募應該扮演的角色就是項鍊上的環扣，能夠有效而緊密地結合項鍊的兩端，其重要性遠大於墜子。因此，項鍊理論的要旨在於說明勸募訴求的重點應在於結合、滿足社會期望，從其社會需求中澄清組織基本的社會責任與價值，以及潛在捐款者的個人需求。至於組織本身的需求，不應是勸款訴求之重點與目的。

### 第三節 捐款決策理論

Bagozzi & Moore (1994, 56) 將公益廣告類型分為兩類，一類是針對自己本身需要幫助(如酗酒、受抑鬱症所苦的人)、健康面向(受毒品傷害的青少年、乳癌患者)或其他問題的人，即幫助自己(help-self)；一類則是讓民眾去幫助別人，如捐獻時間或金錢給予慈善機構，此為幫助別人(help-other)。儘管目的都是增進福祉，但 Bagozzi & Moore 指出，刺激助己與助人行為的廣告操作手法並不相同。舉例來說，助己類型的廣告可能藉由恐懼訴求(fear appeal)引發閱聽人的恐懼、焦慮、害怕等負面情緒，進而採取廣告訊息所建議的行為。然而廣告目的在於倡導助人，恐懼訴求也許不會引發閱聽人的危機感，其效果可能是間接性的。國內學者徐美苓(1999)在關懷愛滋病患的公益廣告研究中亦發現，受試者較喜歡溫馨訴求的廣告，但使用不悅訴求的廣告則較能引起受試者的注意。

勸募訴求資訊的呈現，祝鳳岡(1995)的定義，「訴求」是一種創意，試圖鼓勵捐款者採取某些特別行動或影響捐款者對某事件認同的態度。

Kolter (1991) 將訊息訴求分為三類：

### (一)理性訴求 (rational appeals)

訴求捐款者的自我利益。使用理性訴求的事件主要是呈現捐款之後，可以獲得捐款收據，做為報稅時可做抵免，如果是企業捐贈，也可以替企業提升好形象。

### (二)感性訴求 (emotional appeals)

透過引發捐款者的正向或負向情緒來刺激捐款的意願。例如，某些事件可能藉由激起閱聽人的恐懼、羞愧及罪惡感等負向情緒，令閱聽人從事，事件主所欲或停止事件所不欲的行為。此外，亦有愛、榮耀及愉悅等正向感性訴求。

### (三)道德訴求 (moral appeals)

直接訴求閱聽人對事件的正確與恰當之感受。道德訴求較常運用在敦促人們支持社會目標，例如女性平權、幫助弱勢等。

小結：理性訴求的捐款者，通常以自我的利益為優先考量，因捐款之後會獲得捐款收據，有不少的捐款者認為既可以做善事，報稅的時候可抵稅，感性訴求通常是內心的促動，通常有情感上的轉移，當然有包括正面情感與負面情感兩種類別，道德訴求比較跟議題有較直接的關係，看到某一件的訴求，與當時的議題有相關性；較易獲得捐款。

表 2-2 慈善捐贈行為與社會學理論對照表

| 理論派別                               | 基本主張   | 慈善捐贈行為運用面分析  |
|------------------------------------|--|--|
| 符號互動論<br>(Symbolic Interactionism) | 1. 角色、形象<br>2. 觀點<br>3. 互動<br>4. 情境因素<br>5. 參考團體 | 1. 捐贈者被認定為慈悲、善良的形象，是持續捐贈的動力。<br>2. 親戚、朋友、參考團體所提供的意見，將影響捐贈者選擇願意捐贈之團體。<br>3. 捐贈組織聚會的活動可增加人們互動的感情，對持續捐贈有加溫作用。<br>4. 捐贈有公益性，一些公司行號藉由捐贈方式來為本身公司廣告行銷，這如同 (Ervin Goffman) 印象操作 (impression management) 之主張，人們是行動的表演者。 |

資料來源：引自孫仲山、蘇美蓉、施文玲2005：108。

針對表2-2所示，符號學是研究符號的科學，主要關心的問題是，「文本」(text)中的意義是如何產生、討論符號本身的意涵、符號如何發生作用(黃新生，1992)。而符號學對溝通傳達的作用在於：透過編碼和解碼的過程，來傳遞符號訊息。也就是將社會文化現象轉換為符號現象，探討隱藏在符號背後「意義」的一門學科，同時也是探討顯於符號表面的「形」與隱藏在背後「意義」之間的理論(陳文印，1997)。

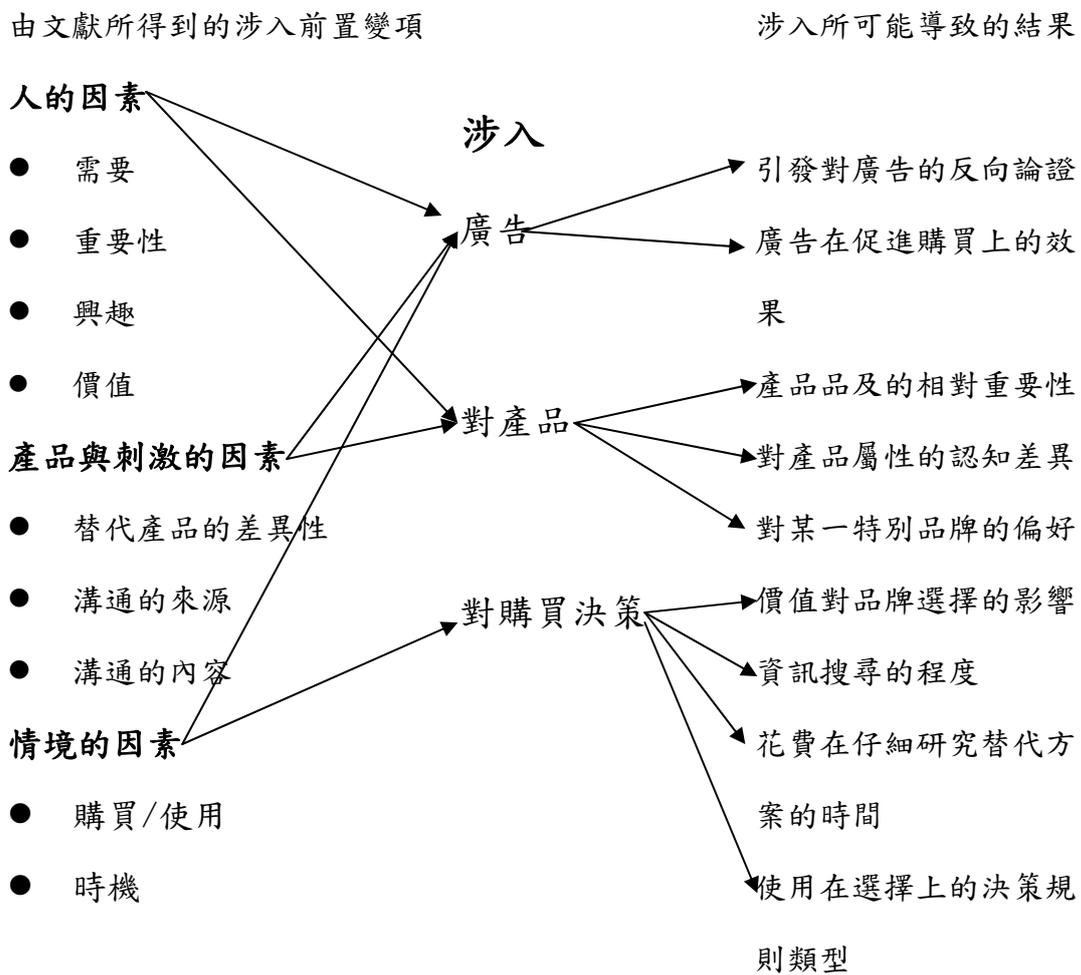


圖2-1 涉入的觀念架構

資料來源：Judith Lynne Zaichkowsky(1986)，P4-14

針對圖2-1不同的涉入方式，影響得層面就會不同，產品涉入是指消費者對於某一特定產品類的感興趣程度。廣告涉入是指消費者對於處理廣告訊息的感興趣程度。廣告涉入又稱為訊息反應涉入，一般而言，電視常被視為是一種低涉入媒體，因為消費者對於訊息的播放與處理速度往往沒有控制的能力，而平面媒體被視為高涉入的媒體，因為消費者可以按照自己喜歡的方式和速度來處理訊息內容，本研究就是用蘋果日報慈善基金會的愛心捐款的文章，探討什麼類型的訊息呈現能獲得較多的捐款。

以下圖2-2捐款決策程序

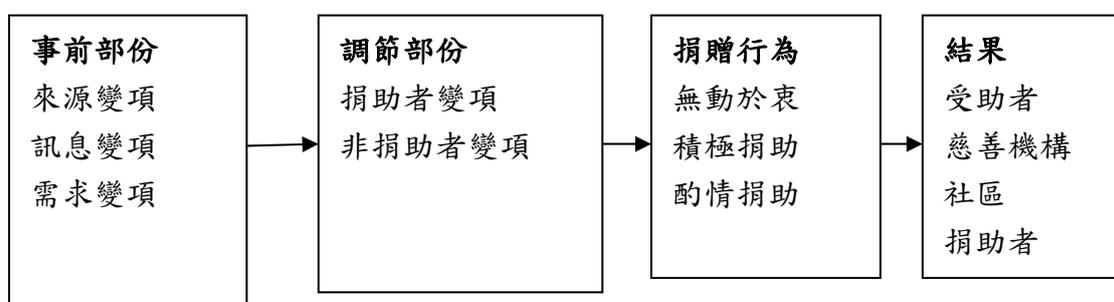


圖 2-2 捐贈決策程序概念性架構

資料來源： Bendapudi, Singh & Bendapudi (1996)，引自練安捷，2011。

Bendapudi, Singh & Bendapudi (1996) 曾以「捐贈決策程序」這個概念架構來探討慈善組織如何提高捐款/贈人對組織的投入。此架構分為四部份；事前部份、調節部分、捐款/贈行為和結果。事前部份指來源、訊息、需求等變項；調節部分指捐助者變項（包括持續性捐助和一次性捐助），以及非捐助者變項；捐款/贈行為指在勸募行動下，潛在捐款/贈人會有無動於衷、積極捐助，情捐款/贈的行為反應；結果指事前部份、調節部分和捐助行為所產生的結果，包括受助者的需求反應，慈善組織藉此經驗訂定新的計畫，社區整體文化面、社會面和經濟面的影響，捐款/贈行為的認知、動機和能力的改變（詳如圖2-2

所示)

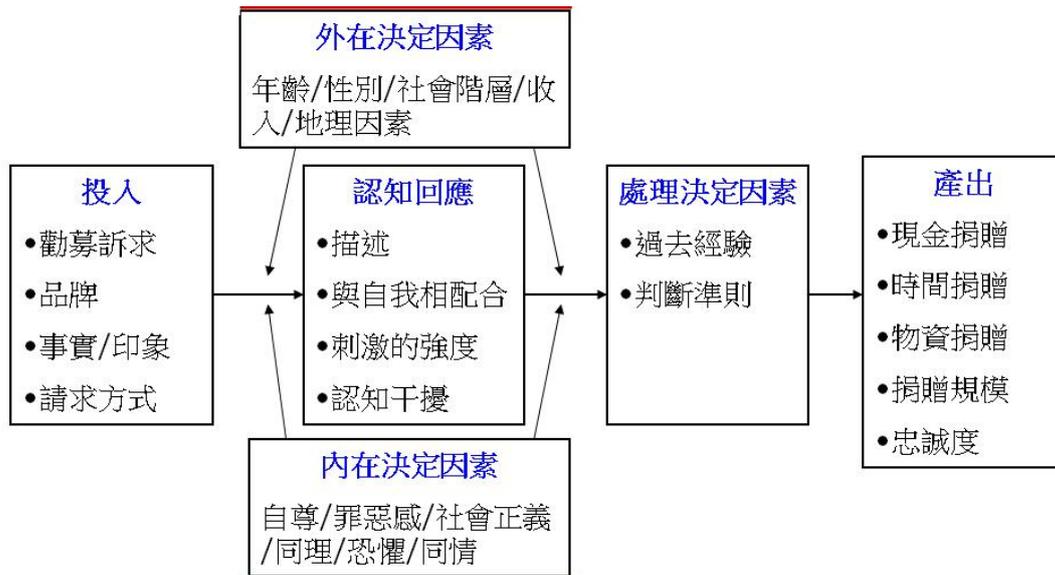


圖2-3捐贈者行為模式

資料來源:Sargeant(1999)P.110

捐款者實際產生之捐款行動，此行為之所以產生是受到情境影響和心理內在歷程的動機、和認知學習改變所產生的實際捐款行動，認為捐款行為結果包含時間捐贈、物資捐贈、金錢捐贈，想藉此了解捐款者捐款給組織的這份力量是否也能影響其他人將此定義為「捐款者行為」；透過這三個變項可以檢視捐款者刺激情境與內在心理歷程之不同對於捐贈的規模是否有差異。

## 第四節 捐款行為實證研究

### 壹、國內捐款行為實證研究

不同角度的實證研究場域因其討論範圍有所不同，而就「捐款/贈者角度」多以社會中捐贈者為研究對象，透過政府大型調查以及小型組織內的調查研究。本研究為以「受贈者角度」討論，首先，整理不同研究的研究情況，透過「受捐款者特性」區分研究對象，包括以家戶為對象和以個體捐款者為對象之研究；在過去研究中有透過「家戶」為單位的助人行為研究，研究者基於認為有穩定家庭

者其助人行為較持續，包括蔡佳利（2005）討論家計單位捐贈行為之研究，以及張文俊、宋明光（2007）透過「家戶內資源分配理論」來探討家戶捐助特徵。

在過去多討論捐款行為與個人心理因素之關係；近年來所關注的議題已從捐款行為的產生到持續助人行為（陳愛椿，2003），也有研究者從關注心理因素，到開始討論受助組織如何與助人者溝通及如何發佈有利於組織推廣的宣傳媒介和方式（劉彥芸2007；粘嘉宇，2009），及組織如何透過哪些策略和方法維繫與助人者的關係，以穩定其對於組織的長期貢獻（劉佳盈，2010）。。訊息內容指捐款者對於訊息地接受狀況和易讀性及傳遞方式，是否能使人清楚了解，以及透過測試、計量、客觀訊息數量；訊息形式指訊息的流動方向與傳遞方式、訊息影響的順序，以及來源可靠性（Mullen & Johnson, 1990）。

若可聚焦討論基金會能提供給捐款者的訊息管道和內容部份，將能了解哪些管道和方式是捐款者容易接觸和獲得，以及哪些訊息呈現內容足以影響捐款者判斷受捐贈者。

## 貳、捐款刺激情境

### 一、捐款刺激情境實證研究

Sargeant & Woodliffe（2007）認為「輸入」資源影響幫助人者後續的反應，如同二位所說提的很少研究針對「媒體的來源」做部分研究，因此本研究在捐款刺激情境，單就此部分進行研究；透過資訊來源為面向，以參考團體來源及大眾市場來源分類並用整合行銷的方式為分類發布訊息的形式表2-3-2

是研究者整理國內捐款實證研究中，有關獲得訊息管道所使用的變項：

進一步將表 2-3-1 這些變項，及Howard - Sheth 模式所提出的社會刺激和符號刺激，將「捐款刺激情境」概念畫分為「參考團體來源」和「大眾市場來源」兩個面向（引自練安捷，2011）。

## (一) 大眾市場管道來源

多數的國內實證研究將大眾市場管道來源與參考團體管道來源放在同一個概念下進行調查(鄭怡世,2001;紀蕙文,2002;劉依玲,2002;涂文好,2004)。劉彥芸(2007)在其研究中特別將獲得訊息管道分為兩面向,包含「傳送訊息的管道」和「媒體形式」,其中以媒體形式指網站內容或部落格還有新聞、廣告、募款或街頭勸募活動、談話性節目等。

表 2-3-1 訊息管道變項相關實證研究整理

| 作者  | 年代   | 訊息管道變項                                      |
|-----|------|---|
| 鄭怡世 | 2001 | 1. 網際網路<br>2. 大眾傳播媒體<br>3. 受捐助團體的文宣品        |
| 王育敏 | 2001 | 1. 電視<br>2. 報紙<br>3. 網路<br>4. 廣播<br>5. 親朋好友 |
| 紀蕙文 | 2002 | 1. 網路訊息<br>2. 宣傳單張<br>3. 網路訊息<br>4. 海報      |
| 陳依伶 | 2002 | 1. 網路<br>2. 廣播電視<br>3. 尋求支持的信件<br>4. 街頭募款   |
| 涂文好 | 2004 | 1. 報章雜誌<br>2. 網路<br>3. 親朋好友<br>4. 廣播        |

資料來源：參考鄭怡世,2001;王育敏,2001;紀蕙文,2002;劉依玲,2002;涂文好,2004。

消費者決策理論中的EMB 模式提到外部來源 (external search)，可分為「行銷市場來源」和「非行銷市場來源」；「行銷市場來源」指廣告、商品包裝、產品展售、銷售人員、電子商務，「非行銷市場來源」則屬研究者所歸類的參考團體來源部份，但研究者仍然認為EMB 模式無法具體表現出受助者是透過何種資訊的呈現影響其捐款。綜合上述，研究者認為過去的研究以捐款者獲取訊息並將訊息形式和訊息管道混在一起談，然而在本研究中，以受助者個案作為資訊的呈現。

## (二) 參考團體管道來源

參考團體可以是任何團體或任何人，它提供了個體比較或參考的基點，引領個體形成特定的態度、價值和行為的影響效果。研究者整理過去研究時發現，多數捐款者 (約六至八成) 會因他人請求和介紹而加入捐款行列，而這些重要的參考團體包括家人、朋友、親戚、同事或工作環境雇主，以及神職人員等 (鄭怡世，2000；李如婷，2002；陳依伶，2002；陳愛椿，2003；劉依婷，2004)。

Schiffman (2000) 則具體指出名人對於參考團體有一定的影響力，因此其將參考團體分為名人、高階主管與員工、一般大眾、專家，以及象徵物代言人等來源。研究者將參考上述模式以及實證研究，並且過去研究也發現，宗教信仰在我國對於捐款行為並沒有顯著影響力，並將此解釋為助人觀念已經是文化規範一部分，因此無關捐款者宗教信仰之不同 (萬育維，1994；李如婷，2002；陳依伶，2002)。

## 參、捐款心理內在歷程

### 一、捐款者心理內在歷程實證研究

捐款行為裡的「捐款動機」為過去研究最愛討論的一個部份，過去透過計畫行為理論討論捐款行為的研究者也將「態度」轉為「動機」測量捐款者捐款動機 (余家斌，2000；劉佳盈，2010)，並以社會交換理論和利己、利他來討論。

其次，從「個人過去經驗」指消費者從長期記憶裡收集相關資料來解決問題。

過去的研究都以捐款者的內在歷程作為研究的主軸，本研究以個案本身的背景做研究，以個案本身的勸募訴求為出發點，是否影響捐款的結果。

## 二、捐款動機

有關捐款動機所使用的變項，表 2-3-2 研究者整理歸納如以下：

表 2-3-2 捐款動機變項相關實證研究整理

| 作者  | 年代   | 訊息管道變項   |
|-----|------|--|
| 鄭怡世 | 2001 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 受捐助團體的聲譽和公信力</li> <li>2. 親友推薦不好意思拒絕</li> <li>3. 覺得他們有需要</li> <li>4. 認同受助團體理念</li> </ol>                          |
| 王育敏 | 2001 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 為節稅而捐款</li> <li>2. 曾受組織幫助</li> <li>3. 盡一份社會責任</li> <li>4. 純粹個人偏好</li> </ol>                                      |
| 陳依伶 | 2002 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 捐款收據可用來抵稅</li> <li>2. 助人是現代公民的自然表現</li> <li>3. 助人讓我覺得自己有用</li> <li>4. 大家都是一家人本來就該互助</li> <li>5. 組織名聲好</li> </ol> |
| 紀蕙文 | 2002 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 可以抵稅</li> <li>2. 大家都在捐，所以我也跟著捐</li> <li>3. 同情心</li> <li>4. 拒絕不了勸募者的勸說</li> </ol>                                 |
| 陳愛椿 | 2003 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 認同組織理念</li> <li>2. 對我個人有利益</li> <li>3. 捐助行善是自己的志業</li> <li>4. 表達個人感激</li> </ol>                                  |

資料來源：參考鄭怡世，2001；王育敏，2001；；陳依伶，2002；紀蕙文，2002 陳愛椿，2003。

針對實證研究，國內外皆有研究顯示，捐款者之所以產生捐款行為，與其同情心被喚起以及與捐助對象有相同的經驗有關（萬育維，1994）。

然而，國內實證研究也顯示是否曾接受別人的幫助，對於捐款行為影響力較低（李如婷，2002；陳愛椿，2003）。

研究者比較具有影響力的變項不脫離以下：捐款收據可用來抵稅、捐款行善是個人自我實現的志業、自己或親友有接受過組織的幫助、積陰德做善事、對社會盡一份責任。過去研究中針對「親友或自己曾接受過組織的幫助」這一類題型進行研究，發現具有與其捐款行為有一定的影響（王育敏，2001；陳依伶，2002；陳愛椿，2003）。

# 第三章 研究方法

本研究主要是探討個案背景變項、勸募訴求資訊的呈現與勸募結果關係之研究，採用量化研究，透過次級資料分析，並進行統計分析。本章主要說明本研究的研究方法，包括：第一節研究架構、第二節研究假設、第三節研究設計、第四節資料收集與分析等說明。

## 第一節 研究架構

本論文的研究目的是在探討勸募訴求個案背景、資訊呈現及捐款結果關係之研究，依據研究動機、目的與文獻探討，擬出研究架構(如圖 3-1)所呈現。研究架構分成三部分，第一部分是以前述個案背景變項，探討個案背景變項對勸募訴求資訊呈現之影響。第二部分是以前述個案背景變項，探討個案背景變項對勸募結果之影響。第三部分是以前述勸募訴求資訊呈現，探討勸募訴求呈現資訊對勸募結果之影響。

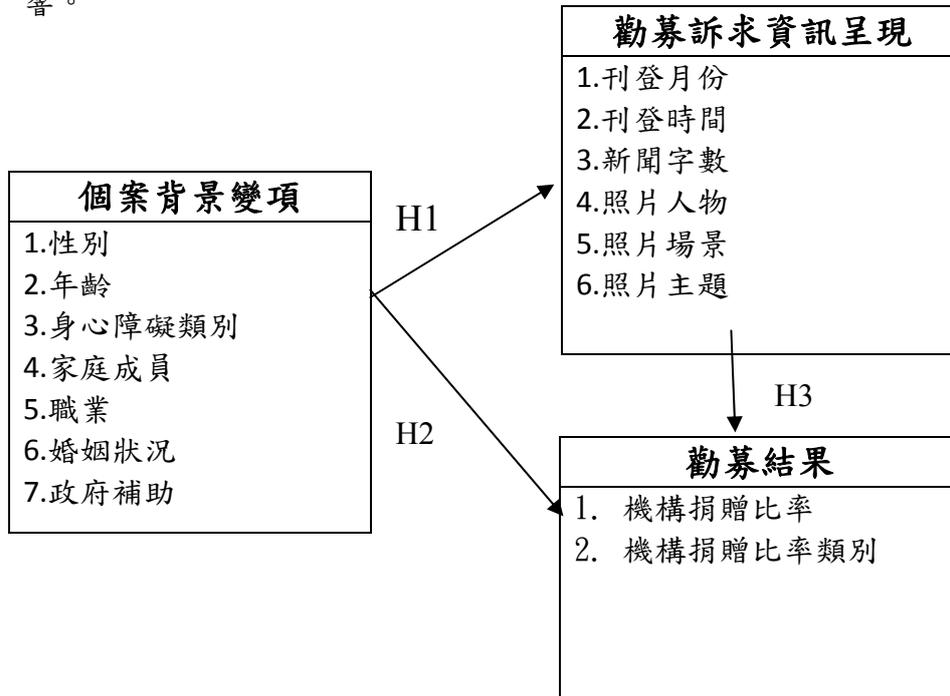


圖 3-1 研究架構

## 壹、研究變項說明

根據研究架構圖 3-1 所示，本研究主要說明變項如下：

一、個案背景變項：包括性別、年齡、身心障礙類別、家庭成員、職業、婚姻狀況與政府補助等變項。

二、勸募訴求資訊變項：包括刊登月份、刊登時間、新聞字數、照片人物、照片場景、照片主題等變項。

三、勸募結果變項：包括機構捐贈比率類型、捐款收入等變項。

## 第二節 研究假設

依據本研究之研究目的，提出下列假設加以驗證

**假設 1：不同個案背景變項在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異。**

假設 1-1：不同性別在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異。

假設 1-2：不同年齡在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異。

假設 1-3：不同身心障礙類別在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異。

假設 1-4：不同家庭成員在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異。

假設 1-5：不同職業在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異。

假設 1-6：不同婚姻狀況在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異。

假設 1-7:有無政府補助在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異。

**假設 2：不同個人背景變項在勸募結果上有顯著的差異。**

假設 2-1：不同性別在勸募結果上有顯著的差異。

假設 2-2：不同年齡在勸募結果上有顯著的差異。

假設 2-3：不同身心障礙類別在勸募結果上有顯著的差異。

假設 2-4：不同家庭成員在勸募結果上有顯著的差異。

假設 2-5：不同職業在勸募結果上有顯著的差異。

假設 2-6：不同婚姻狀況在勸募結果上有顯著的差異。

假設 2-7:有無政府補助在勸募結果上有顯著的差異。

**假設 3：不同勸募訴求資訊呈現在勸募結果上有顯著的差異。**

假設 3-1：不同刊登月份在勸募結果上有顯著的差異。

假設 3-2：不同刊登時間在勸募結果上有顯著的差異。

假設 3-3：不同新聞字數在勸募結果上有顯著的差異。

假設 3-4：不同照片人物在勸募結果上有顯著的差異。

假設 3-5：不同照片場景在勸募結果上有顯著的差異。

假設 3-6：不同照片主題在勸募結果上有顯著的差異。

## 第三節 研究設計

本研究的研究對象是以蘋果日報副刊「暖流」固定刊載個案的新聞報導，先以內容分析法，檢視呈現照片的內容，並用符號學文本分析法，瞭解所隱藏的意義。本研究對象分為下列兩項：

### 壹、研究對象

#### 一、內容分析法的研究對象：

本研究選定 2009 年 1 月 1 日至 2009 年 10 月 31 日選了 201 篇做為研究範圍，照片為主要分析對象。

#### 二、文本分析對象：

文本分析的研究對象跟內容分析法的研究對象大致相同，以蘋果日報刊載身心障礙個案的新聞、照片為對象。

### 貳、研究工具

#### 一、研究工具的編製過程

針對本研究之目的，整理相關研究內容分析編碼表，擬定本研究之研究工具。新聞照片分析編碼表：根據研究目的，蒐集相關文獻並參酌國內學者洪嘉菱（2003）、高于婷（2008）之研究，編製「蘋果日報刊載個案的新聞照片編碼表」（如附錄一）。

## 二、研究工具之內容

新聞照片分析編碼表：本研究以一張照片、一則新聞為一個分析單位進行登錄，編碼表內容分為二大部分，第一部分為每張新聞照片的基本資料，包括性別、年齡、職業等；第二部分為新聞照片呈現的內容，包含照片人物、照片場景、照片主題。

## 第四節資料收集與分析

本研究資料使用SPSS for Windows 18.0 套裝軟體進行統計，以描述性統計針對編碼表之類目做基本的統計分析，包括次數分配、百分比等，以瞭解各類目的分佈頻率與分佈情形，交叉分析法和卡方檢定表。

內容分析法最主要是分析單位的確定還有類目的建構。本研究之類目建構是根據研究理論或過去研究結果和依據研究目的與需要發展而成。以下分述分析單位及類目建構。

### 一、分析單位

歸類單位：照片的歸類以“張”為單位。

### 二、類目建構

確定分析單位後，進行類目建構。本研究將新聞照片之內容，分為照片人物、照片主題及照片出現場景。

#### (一) 照片人物

本研究參考高于婷（2008）之研究及研究者自行定義將照片人物分為（實際範例詳見附錄二）：

1. 自己
2. 家屬
3. 家屬與自己
4. 其他

## (二) 照片場景(實際範例詳見附件二)

1. 住院
2. 家裡
3. 喪事
4. 其他

## (三) 照片主題

1. 癌症
2. 車禍
3. 生病
4. 其他

## 三、文本脈絡分析

撰寫《平面設計史》(A History of Graphic Design)的 Philips Meggs 曾提到設計史的研究不外是以「歷時性」(Diachronic)與「共時性」(Synchrony) (Meggs, 1998)來探討。「歷時性」是以串聯階段性之時間因素發展來看其變化，而「共時性」則可以從當時社會背景與世界設計潮流中來做比較。此外，符號學的視覺影像分析有助於詮釋平面廣告作品，不過，事先廣泛地了解，具有特殊文化性和社會關係的影像，將有助於更深入的探討(Rose, 2006)，因此，若要了解平面廣告設計的概念，可以從脈絡分析中，初步了解平面廣告設計中所反映的視覺文化。

1. 原始脈絡(Original Context)：平面廣告文本的使用題材、歷史、時代與社會背景，例如：平面廣告的流通年代、社會重大事件、當時的社會環境等。
2. 內在脈絡 (Internal Context)：平面廣告設計文本的形式、材料、造型等，例如：平面廣告的使用素材、表現手法、文案等。

3. 外圍脈絡(External Context): 平面廣告文本的流通通路、地點、目標群眾等, 例如: 雜誌或報紙平面廣告、戶外廣告看板、電視廣告……等, 以及所設定之主要目標對象(Barrett, 2000)。

#### 四、統計分析方法

##### (一) 次數分配表

以次數分配、百分比的方式, 來了解個案基本背景資料、訴求資訊的呈現、勸募結果等。

##### (二) 卡方檢定表

本研究以卡方檢定來分析個案背景變項對訴求資訊的呈現及勸募結果是否有顯著差異; 與訴求資訊的呈現對勸募結果是否有顯著差異, 需要進行的假設有: 假設一、二、三的所有項目。

## 第四章 研究結果與討論

本章根據蘋果日報 201 篇的報導，依據研究假設與研究目的，進行研究結果分析與討論，全章共分為四節，第一節為研究變項的描述性分析；第二節為不同個案背景變項在勸募訴求資訊呈現的差異分析；第三節為不同個案背景變項在勸募結果的差異分析；第四節為勸募訴求資訊呈現在勸募結果的差異分析。依上述節次分述之。

### 第一節 研究變項的描述性分析

#### 壹、個案背景變項

本節根據蘋果日報 201 篇的報導，以下分別從「性別」、「年齡」、「身心障礙類別」、「家庭成員」、「職業」、「婚姻狀況」、「政府補助」等面向，以次數分配和百分比統計，整理如表，來說明研究對象的基本背景分布情形。

表 4-1 個案背景分析統計表

N=201

| 人口統計變項 | 選項別           | 樣本數   | 百分比(%) |
|--------|---------------|-------|--------|
| 性別     | 男             | 130   | 64.7%  |
|        | 女             | 71    | 35.3%  |
| 年齡     | 15-24 歲       | 12    | 6.0%   |
|        | 25-34 歲       | 27    | 13.4%  |
|        | 35-44 歲       | 74    | 36.8%  |
|        | 45-54 歲       | 56    | 27.9%  |
|        | 55歲以上         | 32    | 15.9%  |
| 身心障礙類別 | 輕度            | 15    | 7.5%   |
|        | 中度            | 33    | 16.2%  |
|        | 重度            | 28    | 13.9%  |
|        | 極重度           | 14    | 7.0%   |
|        | 重器障(癌症、重大傷病卡) | 39    | 18.2%  |
|        | 64            | 37.2% |        |
|        | 無             |       |        |

表 4-1 個案背景分析統計表(續)

N=201

|      |      |     |       |
|------|------|-----|-------|
| 職業   | 農業   | 10  | 5.0%  |
|      | 工業   | 83  | 41.3% |
|      | 商業   | 9   | 4.5%  |
|      | 服務業  | 45  | 22.4% |
|      | 家庭主婦 | 17  | 8.5%  |
|      | 學生   | 7   | 3.8%  |
|      | 退休人士 | 4   | 2.0%  |
|      | 待業中  | 9   | 4.5%  |
|      | 軍公教  | 0   | 0%    |
|      | 其他   | 16  | 8.0%  |
| 家庭成員 | 1人   | 1   | 0.05% |
|      | 2人   | 33  | 17.4% |
|      | 3人   | 66  | 32.8% |
|      | 四人   | 53  | 26.8% |
|      | 五人以上 | 46  | 22.9% |
|      | 無    | 1   | 0.05% |
| 婚姻狀況 | 已婚   | 106 | 52.7% |
|      | 未婚   | 33  | 17.4% |
|      | 離婚   | 3   | 18.9% |
|      | 分居   | 8   | 2.5%  |
|      | 其他   | 17  | 8.5%  |
| 政府補助 | 有    | 99  | 49.5% |
|      | 沒有   | 62  | 30.8% |
|      | 申請中  | 39  | 19.6% |

## 一、性別

在蘋果日報 201 篇的報導當中，「男性」計有 130 位，占總樣本數 64.7%，「女性」計有 71 位，佔總樣本數 35.3%，顯示個案訴求背景以男性居多

## 二、年齡

在蘋果日報 201 篇的報導當中，年齡層以「35~44 歲」最多，計有 74 位，占總樣本數 36.8%；「45~54 歲」次之，計有 56 位，占總樣本數 27.9%；「55 歲以上」計有 32 位，占總樣本數 15.9%；「25~34 歲」計有 27 位，占總樣本數 13.4%；

「15~24歲」最少，計有12位，占總樣本數6.0%。可知個案的年齡主要集中在35歲~44歲之間，15~24歲的比例較少。

### 三、身心障礙類別

在蘋果日報201篇的報導當中，身心障礙類別以「沒有身心障礙者」最多，計有64位，占總樣本數37.2%，「重器障」次之，計有39位，占總樣本數18.2%，「中度」計有33位，占總樣本數16.2%，「重度」計有28位，占總樣本數13.9%，「輕度」計有15位，占總樣本數7.5%，「極重度」最少計有14位，占總樣本數7.0%。可知個案的身心障礙類別主要以無身障者居多。

### 四、職業

在蘋果日報201篇的報導當中，職業為「工業」最多，計有83位，占總樣本數41.3%；職業為「服務業」次之，計有45位，占總樣本數22.4%；職業為「家庭主婦」再次之，計有17位，占總樣本數8.5%，職業為「退休人士」最少，計有4位，占總樣本數2.0%。個案的職業以工業居多，多為勞工，生活較艱辛。

### 五、家庭成員

在蘋果日報201篇的報導當中，家庭成員數以「3人」最多，計有66位，占總樣本數32.8%；家庭成員數以「4人」次之，計有53位，占總樣本數26.8%；家庭成員以「1人」最少，計有1位，占總樣本數0.05%；個案的家庭成員以3人居多。

### 六、婚姻狀況

在蘋果日報201篇的報導當中，婚姻狀況為「已婚」最多，計有106位，占總樣本數52.7%；婚姻狀況為「未婚」次之，計有33位，占總樣本數17.4%；婚姻狀況為「離婚」最少，計有3位，占總樣本數1.8%；個案的婚姻狀況多為已婚的家庭，較少是離婚的。

## 七、政府補助

在蘋果日報201篇的報導當中，政府補助為「有補助」最多，計有99位，占總樣本數49.3%；政府補助為「無補助」次之，計有66位，占總樣本數30.8%；政府補助為「申請中」最少，計有39位，占總樣本數19.4%；個案有領政府補助占最多，較少是在申請中的。

## 貳、勸募訴求資訊呈現

本節根據蘋果日報 201 篇的報導，以下分別從「刊登月份」、「刊登時間」、「新聞字數」、「照片人物」、「照片場景」、「照片主題」、等面向，以次數分配和百分比統計，整理如表。

表 4-2 勸募訴求資訊呈現 分析統計表

N=201

| 勸募訴求資訊呈現 | 選項別           | 樣本數 | 百分比(%) |
|----------|---------------|-----|--------|
| 刊登月份     | 1-3 月         | 67  | 33.3%  |
|          | 4-6 月         | 72  | 35.8%  |
|          | 7-9 月         | 57  | 28.4 % |
|          | 10-12 月       | 5   | 2.5%   |
| 刊登時間     | 平日(星期一至五)     | 158 | 81.6 % |
|          | 假日(星期六日)      | 31  | 18.4%  |
| 新聞字數     | 501 字~1000 字  | 133 | 66.2%  |
|          | 1001 字~1500 字 | 59  | 29.3%  |
|          | 1501 字~2000 字 | 8   | 4.0%   |
|          | 2000 字以上      | 1   | 0.05%  |
| 照片人物     | 自己            | 22  | 10.9%  |
|          | 家屬            | 47  | 23.4%  |
|          | 自己與家屬         | 101 | 50.3%  |
|          | 其他            | 31  | 15.4%  |

表 4-2 勸募訴求資訊呈現分析統計表(續)

| 勸募訴求資訊呈現 | 選項別 | 樣本數 | 百分比(%) |
|----------|-----|-----|--------|
| 照片場景     | 住院  | 53  | 26.4%  |
|          | 家裡  | 138 | 68.6%  |
|          | 喪事  | 6   | 3.0%   |
|          | 其他  | 4   | 2.0%   |
| 照片主題     | 癌症  | 67  | 33.4%  |
|          | 車禍  | 23  | 11.4%  |
|          | 生病  | 84  | 42.8%  |
|          | 其他  | 25  | 12.4%  |

### 一、刊登月份

在蘋果日報 201 篇的報導當中，刊登月份以「4-6 月」最多計有 72 份，占總樣本數的 35.8%，刊登月份以「1-3 月」次之計有 67 份，占總樣本數的 33.3%，刊登月份以「10-12 月」次之計有 5 份，占總樣本數的 2.5%，從統計資料顯示「4-6 月」刊登需要受助者的新聞較多。

### 二、刊登時間

在蘋果日報 201 篇的報導當中，刊登時間以「平日」最多計有 158 份，占總樣本數的 81.6%，相反的刊登時間以「假日」較少計有 31 份，占總樣本數的 18.4%，從統計資料顯示「平日」刊登的報導較多。

### 三、新聞字數

在蘋果日報 201 篇的報導當中，新聞字數以「501 字~1000 字」最多計有 133 份，總樣本數的 66.2%，新聞字數以「1001 字~1500 字」次之計有 59 份，占總樣本數的 29.3%，新聞字數以「2000 字」最少計有 1 份，占總樣本數的 0.05%，新聞字數以「501 字~1000 字」最能表達新聞的重點。

#### 四、照片人物

在蘋果日報 201 篇的報導當中，照片人物以「自己與家屬」最多計有 101 份，總樣本數的 50.3%，照片人物以「家屬」次之計有 47 份，占總樣本數的 23.4%，照片人物以「自己」最少計有 22 份，占總樣本數的 10.9%，照片拍到的大部分都是自己和家屬在一起占的比例最多。

#### 五、照片場景

在蘋果日報 201 篇的報導當中，照片場景以「家裡」最多計有 138 份，總樣本數的 68.6%，照片場景以「住院」次之計有 53 份，占總樣本數的 26.4%，照片場景以「其他」最少計有 4 份，占總樣本數的 2.0%，照片場景大部分個案都是在家中比例最多。

#### 六、照片主題

在蘋果日報 201 篇的報導當中，照片主題以「生病」最多計有 84 份，總樣本數的 42.8%，照片主題以「癌症」次之計有 67 份，占總樣本數的 33.4%，照片主題以「車禍」最少計有 23 份，占總樣本數的 11.4%，照片主題大部分個案都是生病比例最多。

### 叁、勸募結果

本節根據蘋果日報 201 篇的報導，以下分別從「機構捐贈比率類別」、「捐款收入」等面向，以次數分配和百分比統計，整理如表 4-3。

表 4-3 勸募結果分析統計表

| 勸募結果     | 選項別           | 樣本數 | 百分比(%) |
|----------|---------------|-----|--------|
| 機構捐贈比率類別 | 5%以下          | 15  | 7.5%   |
|          | 6-10%         | 114 | 56.7%  |
|          | 10%以上         | 72  | 35.8%  |
| 捐款收入     | 100000 以下     | 0   | 0%     |
|          | 100001-200000 | 38  | 1.5%   |
|          | 200001-299999 | 69  | 34.3%  |
|          | 300000 以上     | 129 | 64.2%  |

### 一、機構捐贈比率類別

在蘋果日報 201 篇的報導當中，機構捐贈比率以「6-10%」最多計有 114 份，總樣本數的 56.7%，機構捐贈比率以「10%」次之計有 72 份，占總樣本數的 35.8%，機構捐贈比率以「5%以下」最少計有 15 份，占總樣本數的 7.5%，由此反映機構捐款的金額占總捐款金額「6-10%」最多。

### 二、捐款收入

個案的結案時間都為一個月，以這一個月的時間募集到的款項為捐款收入。

在蘋果日報 201 篇的報導當中，捐款收入以「300000 以上」最多計有 129 份，總樣本數的 64.2%，捐款收入以「200001-299999」計有 69 份，占總樣本數 34.3%，捐款收入以「100000 以下」最少計有 0 份，由此反映每個個案的捐款收入都在 30 萬元以上。

## 第二節不同個案背景變項對勸募訴求資訊呈現之 交叉分析

本節以交叉分析和卡方檢定，來探討不同的個案之性別、年齡、身心障礙類別、職業、家庭成員、婚姻狀況、政府補助等背景變項對於刊登月份、刊登時間、新聞字數、照片人物、照片場景、照片主題等勸募訴求資訊呈現的差異情形。

### 壹、不同個案背景變項對勸募訴求資訊呈現之交叉分析

#### 一、不同個案背景變項與刊登月份

刊登月份分為「1-3月」、「4-6月」、「7-9月」、「10-12月」，究本研究所提的個案背景變項，與其作交叉分析與卡方檢定，其統計分析結果如表4-4。

表4-4不同個案背景變項與刊登月份之交叉分析表

| 不同個案背景變項 | 刊登月份<br>(1-3月、4-6月、7-9月、10-12月) |    |          |
|----------|---------------------------------|----|----------|
|          | $\chi^2$                        | df | <i>p</i> |
| 性別       | 5.768                           | 3  | 0.123    |
| 年齡       | 3.193                           | 12 | 0.994    |
| 身心障礙類別   | 42.904                          | 15 | 0.00***  |
| 職業       | 6.897                           | 15 | 0.960    |
| 家庭成員     | 11.694                          | 12 | 0.471    |
| 婚姻狀況     | 34.321                          | 18 | 0.011*   |
| 政府補助     | 19.738                          | 6  | 0.003**  |

$p^{\dagger} < .1$  \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

#### (一) 性別

將性別分為「男」、「女」，與刊登月份作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=5.768$ ,  $p=.123 > .05$ )。因此，性別並不會影響刊登月份，進而影響訴求資訊的呈現。

## (二) 年齡

將年齡分為「15-24歲」、「25-34歲」、「35-44歲」、「45-54歲」、「55歲以上」，與刊登月份作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=3.193$ ,  $p=.994>.05$ )。因此，年齡並不會影響刊登月份，進而影響訴求資訊的呈現。

## (三) 身心障礙類別

將身心障礙類別分為「輕度」、「中度」、「重度」、「極重度」、「重器障」、「無障礙」，與刊登月份作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者有顯著的相關性 ( $\chi^2=42.904$ ,  $p=0.00<.001$ )。

因此，身心障礙者會影響刊登月份，訴求資訊的呈現。

## (四) 職業

將職業分為「農業」、「工業」、「商業及服務業」、「家管及學生」、「待業中」、「其他」，與刊登月份作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=6.897$ ,  $p=.960>.05$ )。因此，職業並不會影響刊登月份，進而影響訴求資訊的呈現。

## (五) 家庭成員

將家庭成員分為「1人以下」、「2人」、「3人」、「4人」、「5人以上」，與刊登月份作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=11.694$ ,  $p=.471>.05$ )。因此，家庭成員並不會影響刊登月份，進而影響訴求資訊的呈現。

## (六) 婚姻狀況

將婚姻狀況分為「已婚」、「未婚」、「離婚及分居」、「喪偶」，與刊登月份作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者間有顯著的相關性 ( $\chi^2=34.321$ ,  $p=.011<.05$ )。

研究發現，「1-3月」的最高比例是「已婚」、「4-6月」的最高比例是「未婚」、「7-9月」的最高比例是「已婚」，顯示以1-3月和7-9月報導已婚個案居多。因此，婚姻狀況會影響刊登月份，訴求資訊的呈現。

### (七) 政府補助

將有無申請政府補助分為「有」、「無」、「申請中」，與刊登月份作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並有顯著的相關性 ( $\chi^2 = 19.738, p = .003 < .01$ )。

研究發現，「1-3月」的最高比例是「有補助」、「4-6月」的最高比例是「申請中」、「7-9月」的最高比例是「有補助」，顯示刊登月份在「1-3月」高於「4-6月」。因此，政府補助會影響刊登月份，訴求資訊的呈現。

## 二、不同個案背景變項與刊登時間

刊登時間分為「平日(星期一至五)」、「假日(星期六至日)」，就本研究所提的個案背景變項，與其作交叉分析後並進行卡方檢定，其統計分析結果如表4-5。

表4-5 不同個案背景變項與刊登時間之交叉分析表

| 不同個案背景變項 | 刊登時間<br>(平日、假日) |    |                    |
|----------|-----------------|----|--------------------|
|          | $\chi^2$        | df | <i>p</i>           |
| 性別       | 0.166           | 1  | 0.684              |
| 年齡       | 2.161           | 4  | 0.706              |
| 身心障礙類別   | 4.417           | 5  | 0.491              |
| 職業       | 10.641          | 5  | 0.059 <sup>†</sup> |
| 家庭成員     | 3.303           | 4  | 0.508              |
| 婚姻狀況     | 1.865           | 6  | 0.932              |
| 政府補助     | 2.232           | 2  | 0.328              |

<sup>†</sup>  $p < .1$  \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

### (一) 性別

將性別分為「男」、「女」，與刊登時間作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=0.166$ ,  $p=.684>.05$ )。因此，性別並不會影響刊登時間，進而影響訴求資訊的呈現。

### (二) 年齡

將年齡分為「15-24歲」、「25-34歲」、「35-44歲」、「45-54歲」、「55歲以上」，與刊登時間作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=2.161$ ,  $p=.706>.05$ )。因此，年齡並不會影響刊登時間，進而影響訴求資訊的呈現。

### (三) 身心障礙類別

將身心障礙類別分為「輕度」、「中度」、「重度」、「極重度」、「重器障」、「無障礙」，與刊登時間作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=4.417$ ,  $p=.491>.05$ )。因此，身心障礙類別並不會影響刊登時間，進而影響訴求資訊的呈現。

### (四) 職業

將職業分為「農業」、「工業」、「商業及服務業」、「家管及學生」、「待業中」、「其他」，與刊登時間作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者有接近顯著的相關性 ( $\chi^2=10.641$ ,  $p=.059>.05$ )。因此，職業會影響刊登時間，進而影響訴求資訊的呈現。

### (五) 家庭成員

將家庭成員分為「1人以下」、「2人」、「3人」、「4人」、「5人以上」，與刊登時間作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=3.303$ ,  $p=.508>.05$ )。因此，家庭成員並不會影響刊登時間，進

而影響訴求資訊的呈現。

### (六) 婚姻狀況

將婚姻狀況分為「已婚」、「未婚」、「離婚及分居」、「喪偶」，與刊登時間作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者間無顯著的相關性 ( $\chi^2=1.865$ ,  $p=.932>.05$ )。因此，婚姻狀況並不會影響刊登時間，進而影響訴求資訊的呈現。

### (七) 政府補助

將有無申請政府補助分為「有」、「無」、「申請中」，與刊登時間作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=2.232$ ,  $p=.328>.05$ )。因此，政府補助並不會影響刊登時間，進而影響訴求資訊的呈現。

## 三、不同個案背景變項與新聞字數

新聞字數分為「501字~1000字」、「1001字~1500字」、「1501字~2000字」、「2000字以上」，就本研究所提的個案背景變項，與其作交叉分析後並進行卡方檢定，其統計分析結果如表4-6。

表4-6不同個案背景變項與新聞字數之交叉分析表

| 不同個案背景變項 | 新聞字數<br>(501字~1000字、1001字~1500字、1501字~2000字、2000字以上) |    |                    |
|----------|--|----|--------------------|
|          | $\chi^2$   | df | <i>p</i>           |
| 性別       | 1.297  | 3  | 0.730              |
| 年齡       | 20.088   | 12 | 0.65               |
| 身心障礙類別   | 15.635   | 15 | 0.407              |
| 職業       | 18.769   | 15 | 0.224              |
| 家庭成員     | 14.150   | 12 | 0.291              |
| 婚姻狀況     | 12.770   | 18 | 0.805              |
| 政府補助     | 11.115   | 6  | 0.085 <sup>†</sup> |

$p^{\dagger} <.1$  \* $p<.05$  \*\* $p<.01$  \*\*\* $p<.001$

### (一) 性別

將性別分為「男」、「女」，與新聞字數作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=1.297$ ,  $p=.730>.05$ )。因此，性別並不會影響新聞字數，進而影響訴求資訊的呈現。

### (二) 年齡

將年齡分為「15-24歲」、「25-34歲」、「35-44歲」、「45-54歲」、「55歲以上」，與新聞字數作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=20.088$ ,  $p=.65>.05$ )。因此，年齡並不會影響新聞字數，進而影響訴求資訊

### (三) 身心障礙類別

將身心障礙類別分為「輕度」、「中度」、「重度」、「極重度」、「重器障」、「無障礙」，與新聞字數作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=15.635$ ,  $p=.407>.05$ )。因此，身心障礙類別並不會影響新聞字數，進而影響訴求資訊的呈現。

### (四) 職業

將職業分為「農業」、「工業」、「商業及服務業」、「家管及學生」、「待業中」、「其他」，與新聞字數作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=18.769$ ,  $p=.224>.05$ )。因此，職業並不會影響新聞字數，進而影響訴求資訊的呈現。

### (五) 家庭成員

將家庭成員分為「1人以下」、「2人」、「3人」、「4人」、「5人以上」，與新聞字數作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的

相關性 ( $\chi^2=14.150$ ,  $p=.291>.05$ )。因此，家庭成員並不會影響新聞字數，進而影響訴求資訊的呈現。

#### (六) 婚姻狀況

將婚姻狀況分為「已婚」、「未婚」、「離婚及分居」、「喪偶」，與新聞字數作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者間無顯著的相關性 ( $\chi^2=12.770$ ,  $p=.805>.05$ )。因此，婚姻狀況並不會影響新聞字數，進而影響訴求資訊的呈現。

#### (七) 政府補助

將有無申請政府補助分為「有」、「無」、「申請中」，與新聞字數作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者有接近顯著的相關性 ( $\chi^2=11.115$ ,  $p=.085>.05$ )。因此，政府補助會影響新聞字數，進而影響訴求資訊的呈現。

### 四、不同個案背景變項與照片人物

照片人物分為「自己」、「家屬」、「自己與家屬」、「其他」，就本研究所提的個案背景變項，與其作交叉分析後並進行卡方檢定，其統計分析結果如表4-7。

表4-7不同個案背景變項與照片人物之交叉分析表

| 不同個案背景變項 | 照片人物<br>(自己、家屬、自己與家屬、其他) |    |         |
|----------|--------------------------|----|---------|
|          | $\chi^2$                 | df | $p$     |
| 性別       | 0.781                    | 3  | 0.854   |
| 年齡       | 12.451                   | 12 | 0.410   |
| 身心障礙類別   | 14.631                   | 15 | 0.478   |
| 職業       | 10.144                   | 15 | 0.811   |
| 家庭成員     | 35.274                   | 12 | 0.00*** |
| 婚姻狀況     | 18.277                   | 18 | 0.438   |
| 政府補助     | 3.097                    | 9  | 0.797   |

$p^\dagger <.1$  \* $p<.05$  \*\* $p<.01$  \*\*\* $p<.001$

### (一) 性別

將性別分為「男」、「女」，與照片人物作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=0.781$ ,  $p=.854>.05$ )。因此，性別並不會影響照片人物，進而影響訴求資訊的呈現。

### (二) 年齡

將年齡分為「15-24歲」、「25-34歲」、「35-44歲」、「45-54歲」、「55歲以上」，與照片人物作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=12.451$ ,  $p=.410>.05$ )。因此，年齡並不會影響照片人物，進而影響訴求資訊的呈現。

### (三) 身心障礙類別

將身心障礙類別分為「輕度」、「中度」、「重度」、「極重度」、「重器障」、「無障礙」，與照片人物作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=14.631$ ,  $p=.478>.05$ )。因此，身心障礙類別並不會影響照片人物，進而影響訴求資訊的呈現。

### (四) 職業

將職業分為「農業」、「工業」、「商業及服務業」、「家管及學生」、「待業中」、「其他」，與照片人物作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=10.144$ ,  $p=.811>.05$ )。因此，職業並不會影響照片人物，進而影響訴求資訊的呈現。

### (五) 家庭成員

將家庭成員分為「1人以下」、「2人」、「3人」、「4人」、「5人以上」，與照片人物作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者有顯著的相關性 ( $\chi^2=35.274$ ,  $p=0.00<.001$ )。

研究發現，當照片是家屬和個案本身一起拍的，個案的家庭成員數為五人以上居

多。因此，家庭成員會影響照片人物，訴求資訊的呈現。

#### (六) 婚姻狀況

將婚姻狀況分為「已婚」、「未婚」、「離婚及分居」、「喪偶」，與照片人物作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者間無顯著的相關性 ( $\chi^2=18.277$ ,  $p=.438>.05$ )。因此，婚姻狀況並不會影響照片人物，進而影響訴求資訊的呈現。

#### (七) 政府補助

將有無申請政府補助分為「有」、「無」、「申請中」，與照片人物作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=3.097$ ,  $p=.797>.05$ )。因此，政府補助並不會影響照片人物，進而影響訴求資訊的呈現。

### 五、不同個案背景變項與照片場景

照片場景分為「住院」、「家裡」、「喪事」、「其他」，就本研究所提的個案背景變項，與其作交叉分析後並進行卡方檢定，其統計分析結果如表4-8。

表4-8不同個案背景變項與照片場景之交叉分析表

| 不同個案背景變項 | 照片場景<br>(住院、家裡、喪事、其他) |    |                    |
|----------|-----------------------|----|--------------------|
|          | $\chi^2$              | df | $p$                |
| 性別       | 1.144                 | 3  | 0.766              |
| 年齡       | 15.614                | 12 | 0.210              |
| 身心障礙類別   | 24.749                | 15 | 0.053 <sup>†</sup> |
| 職業       | 17.328                | 15 | 0.300              |
| 家庭成員     | 29.919                | 12 | 0.003**            |
| 婚姻狀況     | 14.116                | 18 | 0.722              |
| 政府補助     | 4.463                 | 6  | 0.614              |

<sup>†</sup>  $p < .1$  \* $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

### (一) 性別

將性別分為「男」、「女」，與照片場景作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=1.144$ ,  $p=.766>.05$ )。因此，性別並不會影響照片場景，進而影響訴求資訊的呈現。

### (二) 年齡

將年齡分為「15-24歲」、「25-34歲」、「35-44歲」、「45-54歲」、「55歲以上」，與照片場景作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=15.614$ ,  $p=.210>.05$ )。因此，年齡並不會影響照片場景，進而影響訴求資訊的呈現。

### (三) 身心障礙類別

將身心障礙類別分為「輕度」、「中度」、「重度」、「極重度」、「重器障」、「無障礙」，與照片場景作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者接近顯著的相關性 ( $\chi^2=24.749$ ,  $p=.053>.05$ )。因此，身心障礙類別並會影響照片場景，進而影響訴求資訊的呈現。

### (四) 職業

將職業分為「農業」、「工業」、「商業及服務業」、「家管及學生」、「待業中」、「其他」，與照片場景作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=17.328$ ,  $p=.300>.05$ )。因此，職業並不會影響照片場景，進而影響訴求資訊的呈現。

### (五) 家庭成員

將家庭成員分為「1人以下」、「2人」、「3人」、「4人」、「5人以上」，與照片場景作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並有顯著的相關性 ( $\chi^2=29.919$ ,  $p=.003<.01$ )。

研究發現，照片拍攝的場景以個案在「家裡」且拍攝時都有家人在旁陪伴居多，

顯示家庭成員在三人以上占大多數。因此，家庭成員會影響照片場景，訴求資訊的呈現。

#### (六) 婚姻狀況

將婚姻狀況分為「已婚」、「未婚」、「離婚及分居」、「喪偶」，與照片場景作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者間無顯著的相關性 ( $\chi^2=14.116, p=.722>.05$ )。因此，婚姻狀況並不會影響照片場景，進而影響訴求資訊的呈現。

#### (七) 政府補助

將有無申請政府補助分為「有」、「無」、「申請中」，與照片場景作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=4.463, p=.614>.05$ )。因此，政府補助並不會影響照片場景，進而影響訴求資訊的呈現。

### 六、不同個案背景變項與照片主題

照片主題分為「癌症」、「車禍」、「生病」、「其他」，就本研究所提的個案背景變項，與其作交叉分析後並進行卡方檢定，其統計分析結果如表4-9。

表4-9不同個案背景變項與照片主題之交叉分析表

| 不同個案背景變項 | 照片主題<br>(癌症、車禍、生病、其他) |    |          |
|----------|-----------------------|----|----------|
|          | $\chi^2$              | df | <i>p</i> |
| 性別       | 2.255                 | 4  | 0.689    |
| 年齡       | 18.981                | 16 | 0.270    |
| 身心障礙類別   | 96.228                | 20 | 0.00***  |
| 職業       | 30.903                | 20 | 0.056    |
| 家庭成員     | 14.678                | 16 | 0.248    |
| 婚姻狀況     | 31.798                | 24 | 0.132    |
| 政府補助     | 4.736                 | 8  | 0.785    |

$p^\dagger <.1$  \* $p<.05$  \*\*  $p<.01$  \*\*\*  $p<.001$

### （一）性別

將性別分為「男」、「女」，與照片主題作交叉分析並進行卡方檢定（Chi-square）後，發現兩者並無顯著的相關性（ $\chi^2=2.255$ ， $p=.689>.05$ ）。因此，性別並不會影響照片主題，進而影響訴求資訊的呈現。

### （二）年齡

將年齡分為「15-24歲」、「25-34歲」、「35-44歲」、「45-54歲」、「55歲以上」，與照片主題作交叉分析並進行卡方檢定（Chi-square）後，發現兩者並無顯著的相關性（ $\chi^2=18.981$ ， $p=.270>.05$ ）。因此，年齡並不會影響照片主題，進而影響訴求資訊的呈現。

### （三）身心障礙類別

將身心障礙類別分為「輕度」、「中度」、「重度」、「極重度」、「重器障」、「無障礙」，與照片主題作交叉分析並進行卡方檢定（Chi-square）後，發現兩者有顯著的相關性（ $\chi^2=96.228$ ， $p=.000<.001$ ）。

研究發現，資訊呈現以「癌症」為報導主題的比例較高是「重器障」、資訊呈現以「生病」為報導主題的最高比例是「無障礙者」，顯示「生病」照片主題高於「癌症」。因此，身心障礙類別會影響照片主題，訴求資訊的呈現。

### （四）職業

將職業分為「農業」、「工業」、「商業及服務業」、「家管及學生」、「待業中」、「其他」，與照片主題作交叉分析並進行卡方檢定（Chi-square）後，發現兩者並無顯著的相關性（ $\chi^2=30.903$ ， $p=.056>.05$ ）。因此，職業並不會影響照片主題，進而影響訴求資訊的呈現。

### （五）家庭成員

將家庭成員分為「1人以下」、「2人」、「3人」、「4人」、「5人以上」，與照片主題作交叉分析並進行卡方檢定（Chi-square）後，發現兩者並無顯著的相關性（ $\chi^2=14.678$ ， $p=.248>.05$ ）。因此，家庭成員並不會影響照片主題，進而影響訴求資訊的呈現。

### （六）婚姻狀況

將婚姻狀況分為「已婚」、「未婚」、「離婚及分居」、「喪偶」，與照片主題作交叉分析並進行卡方檢定（Chi-square）後，發現兩者間無顯著的相關性（ $\chi^2=31.798$ ， $p=.132>.05$ ）。因此，婚姻狀況並不會影響照片主題，進而影響訴求資訊的呈現。

### （七）政府補助

將有無申請政府補助分為「有」、「無」、「申請中」，與照片主題作交叉分析並進行卡方檢定（Chi-square）後，發現兩者並無顯著的相關性（ $\chi^2=4.736$ ， $p=.785>.05$ ）。因此，政府補助並不會影響照片主題，進而影響訴求資訊的呈

## 貳、綜合討論

綜合上述研究結果，以下就不同個案背景變項對勸募訴求資訊呈現差異情形，進行歸納整理，如表4-10 所示，並加以討論說明。

表4-10 不同個案背景變項對勸募訴求資訊之差異性分析摘要表

| 不同個案背景變項 |  | 勸募訴求資訊呈現                       |          |   |                         |                      |                      |
|----------|--|--------------------------------|----------|---|-------------------------|----------------------|----------------------|
|          |  | 刊登月份                           | 刊登時間     | 新聞字數  | 照片人物                    | 照片場景                 | 照片主題                 |
|          |  | 1-3月<br>4-6月<br>7-9月<br>10-12月 | 平日<br>假日 | 501字-1000字<br>1001字-1500字<br>1501字-2000字<br>2000字以上 | 自己<br>家屬<br>自己與家屬<br>其他 | 住院<br>家裡<br>喪事<br>其他 | 癌症<br>車禍<br>生病<br>其他 |
| 性別       | 男<br>女   |                                |          |   |                         |                      |                      |
| 年齡       | 15-24 歲<br>25-34 歲<br>35-44 歲<br>45-54 歲<br>55 歲以上 |                                |          |   |                         |                      |                      |
| 身心障礙類別   | 輕度<br>中度<br>重度<br>極重度<br>重器障<br>無障礙                | ***                            |          |   |                         |                      | ***                  |
| 職業       | 農業<br>工業<br>商業及服務業<br>家管及學生<br>待業中<br>其他           |                                | †        |   |                         |                      |                      |

表4-10 不同個案背景變項對勸募訴求資訊之差異性分析摘要表(續)

| 不同個案背景變項 |       | 勸募訴求資訊呈現 |  |   |     |    |  |
|----------|-------|----------|--|---|-----|----|--|
| 家庭成員     | 1 人以下 |          |  |   | *** | ** |  |
|          | 2 人   |          |  |   |     |    |  |
|          | 3 人   |          |  |   |     |    |  |
|          | 4 人   |          |  |   |     |    |  |
|          | 5 人以上 |          |  |   |     |    |  |
| 婚姻狀況     | 已婚    | *        |  |   |     |    |  |
|          | 未婚    |          |  |   |     |    |  |
|          | 離婚、分居 |          |  |   |     |    |  |
|          | 喪偶    |          |  |   |     |    |  |
| 政府補助     | 有     | **       |  | † |     |    |  |
|          | 沒有    |          |  |   |     |    |  |
|          | 申請中   |          |  |   |     |    |  |

$p^{\dagger} < .1$  \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

### 一、性別

性別在「刊登月份」、「刊登時間」、「新聞字數」、「照片人物」、「照片場景」、「照片主題」等方面沒有顯著差異。因此，研究假設1-1：「不同性別在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」並沒有獲得支持。

### 二、年齡

年齡在「刊登月份」、「刊登時間」、「新聞字數」、「照片人物」、「照片場景」、「照片主題」等方面沒有顯著差異。因此，研究假設1-2：「不同年齡在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」並沒有獲得支持。

### 三、身心障礙類別

不同身心障礙類別在「刊登月份」有顯著差異，且不同季節會影響障礙的類別。

不同身心障礙類別在「照片主題」方面有顯著差異，照片主題大多以癌症居多。不過，在「刊登時間」、「新聞字數」、「照片人物」、「照片場景」等方面則沒有顯著差異。

因此，研究假設1-3：「不同身心障礙類別在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」，獲得部分支持。

#### 四、 職業

職業在「刊登月份」、「刊登時間」、「新聞字數」、「照片人物」、「照片場景」、「照片主題」等方面沒有顯著差異。因此，研究假設1-4：「不同職業在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」並沒有獲得支持。

#### 五、 家庭成員

不同家庭成員在「照片人物」有顯著差異，且有家屬陪伴通常家庭成員較多。

不同家庭成員在「照片場景」方面有顯著差異，家庭成員越多，通常個案也會在家裡。

不過，在「刊登月份」、「刊登時間」、「新聞字數」、「照片主題」等方面則沒有顯著差異。

因此，研究假設1-5：「不同家庭成員在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」獲得部分支持。

#### 六、 婚姻狀況

不同婚姻狀況在「刊登月份」有顯著差異，且已婚都刊登在1-3月。

不過，在「刊登時間」、「新聞字數」、「照片人物」、「照片場景」、「照片主題」等方面則沒有顯著差異。

因此，研究假設1-6：「不同婚姻狀況在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」，獲得部分支持。

#### 七、 政府補助

不同政府補助在「刊登月份」有顯著差異，且有政府補助都刊登在7-9月。

不過，在「刊登時間」、「新聞字數」、「照片人物」、「照片場景」、「照片主題」等方面則沒有顯著差異。

因此，研究假設1-7：「政府補助在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」，獲得部分支持。

表 4-11 不同個案背景變項對勸募訴求資訊之研究假設驗證分析表

| 研究假設                            | 研究結果   |
|---------------------------------|--------|
| 1-1：「不同性別在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」。     | 未獲得支持  |
| 1-2：「不同年齡在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」。     | 未獲得支持  |
| 1-3：「不同身心障礙類別在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」。 | 獲得部分支持 |
| 1-4：「不同職業在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」。     | 未獲得支持  |
| 1-5：「不同家庭成員在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」。   | 獲得部分支持 |
| 1-6：「不同婚姻狀況在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」。   | 獲得部分支持 |
| 1-7：「政府補助在勸募訴求資訊呈現上有顯著的差異」。     | 獲得部分支持 |

研究者整理

### 第三節 不同個案背景變項在勸募結果之交叉分析

本節以交叉分析和卡方檢定，來探討不同的個案之性別、年齡、身心障礙類別、職業、家庭成員、婚姻狀況、政府補助等背景變項對於機構捐贈比率類別、捐款收入等勸募結果的差異情形。

#### 壹、不同個案背景變項對勸募訴求資訊呈現之交叉分析

##### 一、不同個案背景變項與機構捐贈比率類別

機構捐贈比率類別分為「5%以下」、「6-10%」、「10%以上」，究本研究所提的個案背景變項，與其作交叉分析與卡方檢定，其統計分析結果如表 4-11。

表4-12 不同個案背景變項與機構捐贈比率類別之交叉分析表

| 不同個案背景變項 | 機構捐贈比率類別<br>(5%以下、6-10%、10%以上) |    |          |
|----------|--------------------------------|----|----------|
|          | $\chi^2$                       | df | <i>p</i> |
| 性別       | 2.979                          | 2  | 0.226    |
| 年齡       | 4.235                          | 8  | 0.835    |
| 身心障礙類別   | 14.839                         | 10 | 0.138    |
| 職業       | 7.643                          | 10 | 0.664    |
| 家庭成員     | 4.829                          | 8  | 0.776    |
| 婚姻狀況     | 6.446                          | 12 | 0.892    |
| 政府補助     | 4.525                          | 4  | 0.340    |

$p^\dagger < .1$  \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

### (一) 性別

將性別分為「男」、「女」，與機構捐贈比率類別作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=2.979$ ,  $p=.226 > .05$ )。因此，性別並不會影響機構捐贈比率類別，進而影響勸募結果。

### (二) 年齡

將年齡分為「15-24歲」、「25-34歲」、「35-44歲」、「45-54歲」、「55歲以上」，與機構捐贈比率類別作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=4.235$ ,  $p=.835 > .05$ )。因此，年齡並不會影響機構捐贈比率類別，進而影響勸募結果。

### (三) 身心障礙類別

將身心障礙類別分為「輕度」、「中度」、「重度」、「極重度」、「重器障」、「無障礙」，與機構捐贈比率類別作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=14.839$ ,  $p=.138 > .05$ )。因此，身心障礙類別並不會影響機構捐贈比率類別，進而影響勸募結果。

#### (四) 職業

將職業分為「農業」、「工業」、「商業及服務業」、「家管及學生」、「待業中」、「其他」，與機構捐贈比率類別作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=7.643$ ,  $p=.664>.05$ )。因此，職業並不會影響機構捐贈比率類別，進而影響勸募結果。

#### (五) 家庭成員

將家庭成員分為「1人以下」、「2人」、「3人」、「4人」、「5人以上」，與機構捐贈比率類別作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=4.829$ ,  $p=.776>.05$ )。因此，家庭成員並不會影響機構捐贈比率類別，進而影響勸募結果。

#### (六) 婚姻狀況

將婚姻狀況分為「已婚」、「未婚」、「離婚及分居」、「喪偶」，與機構捐贈比率類別作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者間無顯著的相關性 ( $\chi^2=6.446$ ,  $p=.892>.05$ )。因此，婚姻狀況並不會影響機構捐贈比率類別，進而影響勸募結果。

#### (七) 政府補助

將有無申請政府補助分為「有」、「無」、「申請中」，與機構捐贈比率類別作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=4.525$ ,  $p=.340>.05$ )。因此，政府補助並不會影響機構捐贈比率類別，進而影響勸募結果。

### 二、不同個案背景變項與捐款收入

捐款收入分為「100000 以下」、「100001-200000」、「200001-300000」、「300001

以上」，究本研究所提的個案背景變項，與其作交叉分析與卡方檢定，其統計分析結果如表 4-12。

表4-13 不同個案背景變項與捐款收入之交叉分析表

| 不同個案背景變項 | 捐款收入<br>(100000 以下、100001-200000、<br>200001-300000、300001 以上) |    |          |
|----------|---|----|----------|
|          | $\chi^2$  | df | <i>p</i> |
| 性別       | 11.135  | 2  | 0.004**  |
| 年齡       | 12.113  | 8  | 0.146    |
| 身心障礙類別   | 24.271  | 10 | 0.007**  |
| 職業       | 6.841   | 10 | 0.740    |
| 家庭成員     | 5.253   | 8  | 0.730    |
| 婚姻狀況     | 13.152  | 12 | 0.358    |
| 政府補助     | 0.519   | 4  | 0.972    |

$p^\dagger < .1$  \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

### (一) 性別

將性別分為「男」、「女」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者有顯著的相關性 ( $\chi^2=11.135$ ,  $p=.004 < .01$ )。

研究發現，「100001-200000」的最高比例是「女性」、「200001-300000」的最高比例是「男性」、「300001以上」的最高比例是「男性」，顯示個案為「男性」捐款收入高於個案為「女性」。因此，性別會影響捐款收入，勸募的結果。

### (二) 年齡

將年齡分為「15-24歲」、「25-34歲」、「35-44歲」、「45-54歲」、「55歲以上」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=12.113$ ,  $p=.146 > .05$ )。因此，年齡並不會影響捐款收入，進而影響勸募結果。

### (三) 身心障礙類別

將身心障礙類別分為「輕度」、「中度」、「重度」、「極重度」、「重

器障」、「無障礙」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=24.271, p=.007<.01$ )。

研究發現，「100001-200000」的最高比例是「無障礙者」、「200001-300000」的最高比例是「無障礙者」、「300001以上」的最高比例是「重器障」，顯示個案為「重器障」者捐款收入較高。因此，身心障礙類別會影響捐款收入，勸募的結果。

#### (四) 職業

將職業分為「農業」、「工業」、「商業及服務業」、「家管及學生」、「待業中」、「其他」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=6.841, p=.740>.05$ )。因此，職業並不會影響捐款收入，進而影響勸募結果。

#### (五) 家庭成員

將家庭成員分為「1人以下」、「2人」、「3人」、「4人」、「5人以上」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=5.253, p=.730>.05$ )。因此，家庭成員並不會影響捐款收入，進而影響勸募結果。

#### (六) 婚姻狀況

將婚姻狀況分為「已婚」、「未婚」、「離婚及分居」、「喪偶」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者間無顯著的相關性 ( $\chi^2=13.152, p=.358>.05$ )。因此，婚姻狀況並不會影響捐款收入，進而影響勸募結果。

#### (七) 政府補助

將有無申請政府補助分為「有」、「無」、「申請中」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=0.519,$

$p=.972>.05$ )。因此，政府補助並不會影響捐款收入，進而影響勸募結果。

## 貳、綜合討論

綜合上述研究結果，以下就不同個案背景變項對勸募結果差異情形，進行歸納整理，如表4-13 所示，並加以討論說明。

表4-14 不同個案背景變項對勸募結果之差異性分析摘要表

| 不同個案背景變項       |  | 勸募結果                   |  |
|----------------|--|------------------------|--|
|                |  | 機構捐贈<br>比率類別           | 捐款收入   |
|                |  | 5%以下<br>6-10%<br>10%以上 | 100000以下<br>100001-200000<br>200001-300000<br>300001以上 |
| 性別             | 男<br>女   |                        | **   |
| 年齡             | 15-24 歲<br>25-34 歲<br>35-44 歲<br>45-54 歲<br>55 歲以上 |                        |  |
| 身心<br>障礙<br>類別 | 輕度<br>中度<br>重度<br>極重度<br>重器障<br>無障礙                |                        | **   |
| 職業             | 農業<br>工業<br>商業及服務業<br>家管及學生<br>待業中<br>其他           |                        |  |

表4-14 不同個案背景變項對勸募結果之差異性分析摘要表(續)

| 不同個案背景變項 |                                     | 勸募結果 |  |
|----------|-------------------------------------|------|--|
| 家庭成員     | 1 人以下<br>2 人<br>3 人<br>4 人<br>5 人以上 |      |  |
| 婚姻狀況     | 已婚<br>未婚<br>離婚、分居<br>喪偶             |      |  |
| 政府補助     | 有<br>沒有<br>申請中                      |      |  |

$p^{\dagger} < .1$  \* $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

### 一、性別

不同性別在「捐款收入」有顯著差異，且男性的個案獲得的捐款收入較女性多。不過，在「機構捐贈比率類別」方面則沒有顯著差異。因此，研究假設 2-1：「不同性別在勸募結果上有顯著的差異」獲得部分支持。

### 二、年齡

年齡在「機構捐贈比率類別」、「捐款收入」等方面沒有顯著差異。因此，研究假設 2-2：「不同年齡在勸募結果上有顯著的差異」並沒有獲得支持。

### 三、身心障礙類別

不同身心障礙類別在「捐款收入」有顯著差異，且重度障礙個案獲得的捐款收入較多。

不過，在「機構捐贈比率類別」方面則沒有顯著差異。

因此，研究假設 2-3：「不同身心障礙類別在勸募結果上有顯著的差異」獲得部分支持。

#### 四、職業

職業在「機構捐贈比率類別」、「捐款收入」等方面沒有顯著差異。

因此，研究假設2-4：「不同職業在勸募結果上有顯著的差異」並沒有獲得支持。

#### 五、家庭成員

家庭成員在「機構捐贈比率類別」、「捐款收入」等方面沒有顯著差異。

因此，研究假設2-5：「不同家庭成員在勸募結果上有顯著的差異」並沒有獲得支持。

#### 六、婚姻狀況

婚姻狀況在「機構捐贈比率類別」、「捐款收入」等方面沒有顯著差異。

因此，研究假設2-6：「不同婚姻狀況在勸募結果上有顯著的差異」並沒有獲得支持。

#### 七、政府補助

婚姻狀況在「機構捐贈比率類別」、「捐款收入」等方面沒有顯著差異。

因此，研究假設2-7：「政府補助在勸募結果上有顯著的差異」並沒有獲得支持。

表 4-15 不同個案背景變項對勸募結果之研究假設驗證分析表

| 研究假設                        | 研究結果   |
|-----------------------------|--------|
| 2-1：「不同性別在勸募結果上有顯著的差異」。     | 獲得部分支持 |
| 2-2：「不同年齡在勸募結果上有顯著的差異」。     | 未獲得支持  |
| 2-3：「不同身心障礙類別在勸募結果上有顯著的差異」。 | 獲得部分支持 |
| 2-4：「不同職業在勸募結果上有顯著的差異」。     | 未獲得支持  |
| 2-5：「不同家庭成員在勸募結果上有顯著的差異」。   | 未獲得支持  |
| 2-6：「不同婚姻狀況在勸募結果上有顯著的差異」。   | 未獲得支持  |
| 2-7：「政府補助在勸募結果上有顯著的差異」。     | 未獲得支持  |

研究者整理

## 第四節不同勸募訴求資訊呈現對勸募結果之交叉

### 分析

本節以交叉分析和卡方檢定，來探討不同勸募訴求資訊呈現之刊登月份、刊登時間、新聞字數、照片人物、照片場景、照片主題等變項對於機構捐贈比率類別、捐款收入等勸募結果的差異情形。

#### 壹、不同勸募訴求資訊呈現對勸募結果之交叉分析

##### 一、不同勸募訴求資訊呈現與機構捐贈比率類別

機構捐贈比率類別分為「5%以下」、「6-10%」、「10%以上」，究本研究所提的勸募訴求資訊呈現，與其作交叉分析與卡方檢定，其統計分析結果如表4-14。

表4-16 不同勸募訴求資訊呈現與機構捐贈比率類別之交叉分析表

| 不同勸募訴求資訊呈現 | 機構捐贈比率類別<br>(5%以下、6-10%、10%以上) |    |          |
|------------|--------------------------------|----|----------|
|            | $\chi^2$                       | df | <i>p</i> |
| 刊登月份       | 15.448                         | 6  | 0.017*   |
| 刊登時間       | 2.640                          | 2  | 0.267    |
| 新聞字數       | 4.663                          | 6  | 0.588    |
| 照片人物       | 5.629                          | 6  | 0.466    |
| 照片場景       | 6.287                          | 6  | 0.392    |
| 照片主題       | 13.043                         | 8  | 0.110    |

$p^\dagger < .1$  \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

##### (一) 刊登月份

將刊登月份分為「1-3月」、「4-6月」、「7-9月」、「10-12月」，與機構捐贈比率類別作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者有顯著的相關性 ( $\chi^2=15.448$ ,  $p=.017 < .01$ )。

研究發現，「1-3月」的最高比例是「10%」、「4-6月」的最高比例是「6-10%」、「7-9月」的最高比例是「5%以下」，因「1-3月」拿到年終獎金增加捐款

的意願顯示，「1-3月」捐款收入高於「4-6月」，因「1-3月」拿到年終獎金增加捐款的意願。因此，刊登月份會影響機構捐贈比率類別，勸募的結果。

## （二）刊登時間

將刊登時間分為「平日」、「假日」、，與機構捐贈比率類別作交叉分析並進行卡方檢定（Chi-square）後，發現兩者並無顯著的相關性

（ $\chi^2=2.640$ ， $p=.267>.05$ ）。因此，刊登時間並不會影響機構捐贈比率類別，進而影響勸募結果。

## （三）新聞字數

將新聞字數分為「501字~1000字」、「1001字~1500字」、「1501字~2000字」、「2000字以上」，與機構捐贈比率類別作交叉分析並進行卡方檢定

（Chi-square）後，發現兩者並無顯著的相關性（ $\chi^2=4.663$ ， $p=.588>.05$ ）。因此，新聞字數並不會影響機構捐贈比率類別，進而影響勸募結果。

## （四）照片人物

將照片人物分為「自己」、「家屬」、「自己與家屬」、「其他」，與機構捐贈比率類別作交叉分析並進行卡方檢定（Chi-square）後，發現兩者並無顯著的相關性（ $\chi^2=5.629$ ， $p=.466>.05$ ）。因此，照片人物並不會影響機構捐贈比率類別，進而影響勸募結果。

## （五）照片場景

將照片場景分為「住院」、「家裡」、「喪事」、「其他」，與機構捐贈比率類別作交叉分析並進行卡方檢定（Chi-square）後，發現兩者並無顯著的相關性（ $\chi^2=6.287$ ， $p=.392>.05$ ）。因此，照片場景並不會影響機構捐贈比率類別，進而影響勸募結果。

## （六）照片主題

將照片主題分為「癌症」、「車禍」、「生病」、「其他」，與機構捐贈比

率類別作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者間無顯著的相關性 ( $\chi^2=13.043, p=.110>.05$ )。因此，照片主題並不會影響機構捐贈比率類別，進而影響勸募結果。

## 二、不同勸募訴求資訊呈現與捐款收入

捐款收入分為「100000 以下」、「100001-200000」、「200001-300000」、「300001 以上」，究本研究所提的勸募訴求資訊呈現，與其作交叉分析與卡方檢定，其統計分析結果如表 4-15。

表4-17 不同勸募訴求資訊呈現與捐款收入之交叉分析表

| 不同勸募訴求資訊呈現 | 捐款收入<br>(100000 以下、100001-200000、<br>200001-300000、300001 以上) |    |          |
|------------|---|----|----------|
|            | $\chi^2$  | df | <i>p</i> |
| 刊登月份       | 8.904   | 6  | 0.179    |
| 刊登時間       | 2.313   | 2  | 0.315    |
| 新聞字數       | 1.791   | 6  | 0.938    |
| 照片人物       | 6.254   | 6  | 0.395    |
| 照片場景       | 13.452  | 6  | 0.036*   |
| 照片主題       | 15.880  | 8  | 0.044*   |

$p^\dagger <.1$  \* $p<.05$  \*\* $p<.01$  \*\*\* $p<.001$

### (一) 刊登月份

將刊登月份分為「1-3月」、「4-6月」、「7-9月」、「10-12月」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=8.904, p=.179>.05$ )。因此，刊登月份並不會影響捐款收入，進而影響勸募結果。

### (二) 刊登時間

將刊登時間分為「平日」、「假日」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=2.313, p=.315>.05$ )。因此，刊登時間並不會影響捐款收入，進而影響勸募結果。

### (三) 新聞字數

將新聞字數分為「501字~1000字」、「1001字~1500字」、「1501字~2000字」、「2000字以上」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=1.791$ ,  $p=.938>.05$ )。因此，新聞字數並不會影響對於此個案的捐款總額，進而影響勸募

### (四) 照片人物

將照片人物分為「自己」、「家屬」、「自己與家屬」、「其他」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並無顯著的相關性 ( $\chi^2=6.254$ ,  $p=.395>.05$ )。因此，照片人物並不會影響對於此個案的捐款總額，進而影響勸募

### (五) 照片場景

將照片場景分為「住院」、「家裡」、「喪事」、「其他」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者並有顯著的相關性 ( $\chi^2=13.452$ ,  $p=.036<.05$ )。

研究發現，「100001-200000」的最高比例是「住院」、「200001-300000」的最高比例是「家裡」、「300001以上」的最高比例是「家裡」，顯示此個案的捐款總額當個案在「家裡」的照片高於個案「住院」的照片。因此，照片場景會影響此個案的捐款總額。

### (六) 照片主題

將照片主題分為「癌症」、「車禍」、「生病」、「其他」，與捐款收入作交叉分析並進行卡方檢定 (Chi-square) 後，發現兩者間有顯著的相關性 ( $\chi^2=15.880$ ,  $p=.044<.05$ )。

研究發現，「100001-200000」的最高比例是「生病」、「200001-300000」的最高比例是「生病」、「300001以上」的最高比例是「癌症」，顯示此個案的

捐款總額當個案為「癌症」患者高於個案為「生病」的患者。因此，照片主題會影響此個案的捐款總額。

## 貳、綜合討論

綜合上述研究結果，以下就不同勸募訴求字訓呈現對勸募結果差異情形，進行歸納整理，如表4-16 所示，並加以討論說明。

表4-18不同勸募訴求資訊呈現對勸募結果之差異性分析摘要表

| 不同勸募訴求資訊呈現 |  | 勸募結果                   |  |
|------------|--|------------------------|--|
|            |  | 機構捐贈<br>比率類別           | 捐款收入   |
|            |  | 5%以下<br>6-10%<br>10%以上 | 100000以下<br>100001-200000<br>200001-300000<br>300001以上 |
| 刊登<br>月份   | 1-3 月<br>4-6 月<br>7-9 月<br>10-12 月                         | *                      |  |
| 刊登<br>時間   | 平日<br>假日   |                        |  |
| 新聞<br>字數   | 501 字~1000 字<br>1001 字~1500 字<br>1501 字~2000 字<br>2000 字以上 |                        |  |
| 照片<br>人物   | 自己<br>家屬<br>自己與家屬<br>其他                                    |                        |  |

$p^{\dagger} < .1$  \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

表4-18不同勸募訴求資訊呈現對勸募結果之差異性分析摘要表(續)

| 不同勸募訴求資訊呈現 |                      | 勸募結果 |   |
|------------|----------------------|------|---|
| 照片<br>場景   | 住院<br>家裡<br>喪事<br>其他 |      | * |
| 照片<br>主題   | 癌症<br>車禍<br>生病<br>其他 |      | * |

$p^{\dagger} < .1$  \* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$

### 一、刊登月份

不同刊登月份在「機構捐贈比率類別」有顯著差異，且4-6月機構捐贈的比率較多。

不過，在「捐款收入」方面則沒有顯著差異。

因此，研究假設 3-1：「不同刊登月份在勸募結果上有顯著的差異」獲得部分支持。

### 二、刊登時間

刊登時間在「機構捐贈比率類別」、「捐款收入」等方面沒有顯著差異。

因此，研究假設3-2：「不同刊登時間在勸募結果上有顯著的差異」並沒有獲得支持。

### 三、新聞字數

新聞字數在「機構捐贈比率類別」、「捐款收入」等方面沒有顯著差異。

因此，研究假設3-3：「不同新聞字數在勸募結果上有顯著的差異」並沒有獲得支持。

### 四、照片人物

照片人物在「機構捐贈比率類別」、「捐款收入」等方面沒有顯著差異。

因此，研究假設3-4：「不同照片人物在勸募結果上有顯著的差異」並沒有獲得支持。

### 五、照片場景

不同照片場景在「捐款收入」有顯著差異，且照片場景在家裡的捐款收入較多。

不過，在「機構捐贈比率類別」方面則沒有顯著差異。

因此，研究假設3-5：「不同照片場景在勸募結果上有顯著的差異」獲得部分支持。

### 六、照片主題

不同照片主題在「捐款收入」有顯著差異，且照片主題為癌症的捐款收入較多。

不過，在「機構捐贈比率類別」方面則沒有顯著差異。

因此，研究假設3-6：「不同照片主題在勸募結果上有顯著的差異」獲得部分支持。

表 4-19 不同勸募訴求資訊呈現對勸募結果之研究假設驗證分析表

| 研究假設                      | 研究結果   |
|---------------------------|--------|
| 3-1：「不同刊登月份在勸募結果上有顯著的差異」。 | 獲得部分支持 |
| 3-2：「不同刊登時間在勸募結果上有顯著的差異」。 | 未獲得支持  |
| 3-3：「不同新聞字數在勸募結果上有顯著的差異」。 | 未獲得支持  |
| 3-4：「不同照片人物在勸募結果上有顯著的差異」。 | 未獲得支持  |
| 3-5：「不同照片場景在勸募結果上有顯著的差異」。 | 獲得部分支持 |
| 3-6：「不同照片主題在勸募結果上有顯著的差異」。 | 獲得部分支持 |

研究者整理

## 第五章 結論與建議

根據本研究結果所呈現的結論，提出後續的建議及研究限制。以下分為研究結論、管理意涵、研究建議、研究限制說明如下：

### 第一節 研究結論

本節依據研究中資料分析的結果，並參考分析研究動機與目的，將重要研究結論呈現如下：

#### 一、個案背景資料之描述

本研究的個案以男性多於女性，已婚居多。在年齡分布以介於 35 至 44 歲為多，15 至 24 歲占最少。個案中，職業方面以工業類別占最多，其次為服務業及商業，表示個案大多數為工人居多，生活較艱苦。在家庭成員中以 3 位占大多數。大多數的個案都有受到政府的補助。

#### 二、勸募訴求資訊呈現之描述

在訴求資訊呈現中，刊登月份以4-6月個案占較多，刊登時間以平日居多，新聞呈現的字數以501字~1000字占最多，顯示媒體在寫個案的背景和家庭情況都寫在1000字以內，拍到的照片都是個案本身與家屬的合影，而照片場景以在家裡的個案居多，照片的主題以生病的個案占較多。

#### 三、勸募結果之描述

受捐助的個案中，機構捐贈的比率占 6-10%，顯示機構的愛心不落人後，在捐款收入方面以三十萬以上的金額占多數，顯示社會大眾不會因為特殊事件而影響捐款的態度。

#### 四、個案背景資料影響資訊呈現之差異分析

表、5-1 個案背景資料影響資訊呈現之差異分析綜合討論

| 個人背景資料 | 勸募訴求資訊呈現 |      |      |      |      |      |
|--------|----------|------|------|------|------|------|
|        | 刊登月份     | 刊登時間 | 新聞字數 | 照片人物 | 照片場景 | 照片主題 |
| 性別     |          |      |      |      |      |      |
| 年齡     |          |      |      |      |      |      |
| 身心障礙類別 | ***      |      |      |      |      | ***  |
| 職業     |          | †    |      |      |      |      |
| 家庭成員   |          |      |      | ***  | **   |      |
| 婚姻狀況   | *        |      |      |      |      |      |
| 政府補助   | **       |      | †    |      |      |      |

$p^{\dagger} *p<.05$      $**p<.01$      $***p<.001$

如表 5-1，本研究的個案背景資料共有七個變項，其中的「身心障礙類別」、「家庭成員」、「婚姻狀況」、「政府補助」等四個變項於訴求資訊呈現上有顯著的關係。

其中，「身心障礙類別」和「家庭成員」此二個變項的影響最大，分別在訴求資訊呈現的兩個層面上有顯著的關係。「婚姻狀況」和「政府補助」在訴求資訊呈現層面上有顯著的關係。

## 五、個案背景資料影響勸募結果之差異分析

表、5-2 個案背景資料影響勸募結果之差異分析綜合討論

| 個人背景資料 | 勸募結果     |      |
|--------|----------|------|
|        | 機構捐贈比率類別 | 捐款收入 |
| 性別     |          | **   |
| 年齡     |          |      |
| 身心障礙類別 |          | **   |
| 職業     |          |      |
| 家庭成員   |          |      |
| 婚姻狀況   |          |      |
| 政府補助   |          |      |

$p^{\dagger} *p<.05$      $**p<.01$      $***p<.001$

如表 5-2，本研究的個案背景資料共有七個變項，其中的「性別」、「身心障礙類別」等兩個變項於勸募結果上有顯著的關係。

其中，「性別」和「身心障礙類別」此二個變項的影響最大，分別在勸募結果的兩個層面上有顯著的關係。

## 六、勸募訴求資訊呈現影響勸募結果之差異分析

表、5-3 勸募訴求資訊呈現影響勸募結果之差異分析綜合討論

| 資訊呈現 | 勸募結果     |      |
|------|----------|------|
|      | 機構捐贈比率類別 | 捐款收入 |
| 刊登月份 | *        |      |
| 刊登時間 |          |      |
| 新聞字數 |          |      |
| 照片人物 |          |      |
| 照片場景 |          | *    |
| 照片主題 |          | *    |

$p^{\dagger} <.1$      $*p<.05$      $**p<.01$      $***p<.001$

如表 5-3，本研究的勸募訴求資訊呈現共有六個變項，其中的「刊登月份」、「照片場景」、「照片主題」等三個變項於勸募結果上有顯著的關係。

其中，「刊登月份」、「身心障礙類別」和「照片主題」此三個變項的影響最大，分別在勸募結果的兩個層面上有顯著的關係。

## 第二節 管理意涵與建議

研究者就統計資料分析後以及在研究的過程中發現的結果，提出了一些想法，讓非營利組織將來在募款上，做為參考的依據。

### 1. 可以參考勸募訴求資訊的呈現

現在是資訊較透明的時代，當個案的背景與家庭狀況被報導的詳細，捐款的金額也會較高，利用拍照的方式將照片的人物和場景呈現在報紙上，讓捐款者可以很快進入情境，影響捐款者的捐款意願。

### 2. 可以參考勸募結果

機構的捐贈比率占 6%-10% 之間，顯示捐款者還是以一般民眾占大多數，由此可知有些機構也是捐贈給弱勢的個案，可能增加在平面媒體的曝光率，也是另一種行銷的方式。

### 3. 可供郵件募款的策略

一封簡單又清楚的訊息所擁有的力量及重要性。不論是請忠實的捐贈者再度捐款，或是邀請新朋友首次付出愛心，他們都需要他們捐出的錢是為什麼目的和組織是如何運作。當捐款者本身曾受到別人的幫助和個案遭遇到相同的困境時就能感同身受。

在這三個層面當中，重視個案的背景是相當重要的，再利用不同資訊的呈現方式，用照片呈現的方式就讓人看的到情況，較單純只是用文字描寫，更讓人接觸較深，而機構也會利用平面媒體，增加機構良好的形象。

### 第三節 研究限制與後續研究建議

#### 一、研究限制

本研究在進行的過程中受到了許多因素限制，雖然盡量克服各項困難，以求研究的周延性及完整性，但仍然存在以下的限制：

- (一) 研究分析結果發現在個案背景與資訊呈現的差異分析中，反應的結果不怎麼顯著，此現象是樣本數不夠多。
- (二) 目前國內外學者都以研究捐款者的背景居多，較少研究受助者的背景因為用次級資料做分析，所以比較不知道個案本身的心裡想法。
- (三) 研究分析結果發現個案得背景與訴求資訊的呈現，沒有太大的顯著關係可能會影響施測的結果。

#### 二、後續研究建議

- (一) 本研究的研究對象是 2009 年 1 月~10 月蘋果日報基金會所報導的個案進行次級資料分析，在研究推論上有所限制，建議後續研究可以再利用發問卷的方式，讓個案背景資訊更佳明確。
- (二) 在研究的主題上，探討個案背景的資料較少，大多討論捐款者本身的背景，資訊呈現的方式與捐款結果的影響並不顯著，建議是否還有別的訴求資訊的影響，可以再進一步做研究。
- (三) 與蘋果日報合作將特定報導的方式，如果對象為個案本身來實驗會有研究倫理的問題，利用虛擬實驗法的方式分成好幾組進行實驗看到最後哪一組特定報導的方式，受到較多的捐款

# 參考文獻

## 壹、中文部份

### 一、專書

林建煌(2007)，消費者行為第二版，台北：華泰文化。

楊世瑩(2008)，SPSS 統計分析實務第二版，台北：旗標

蕭新煌、官有垣與陸宛蘋主編(2009)。非營利部門：組織與運作(二版)。台北：巨流。

蕭富峰(2006)，行銷策略，台北：華泰文化。

### 二、期刊論文

王明鳳(2006)，行銷在非營利組織的運用之探討。社區發展季刊，第 115 期，頁 131-136。

李小梅、曾芳瑩 (1995)。台灣地區社會福利基金會贊助人之行為及其行銷策略之研究。管理科學學報，第 12 卷 1 期，頁 1-21。

吳岱儒、戴萬平、鄭安娜(2011)，非營利組織捐款行為、品牌認同與購買意願之研究，資訊與管理科學，4 卷 1 期，頁 74-76。

周文珍、賴金蓮(2005)，臺灣公益團體資訊化發展現況與應用—以中華社會福利聯合勸募協會為例，社區發展季刊，111 期，頁 68-73。

林隆儀(2005)，促銷方式對私有品牌產品知覺品質的影響—促銷情境與產品類別特徵的干擾效果，中小企業發展季刊，16 期，頁 51-78。

林江亮(2009)，資訊透明度對捐款收入影響之實證研究-以台灣公益團體為例，經濟研究，45 卷 1 期，頁 66-72。

林江亮、何永智(2009)，資訊透明與財務操縱對非營利組織，應用經濟論叢，86 期，頁 139-142。

祝鳳岡(1995)。廣告感性訴求策略之策略分析，廣告學研究，5：85-112。

- 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期，頁1-10。
- 徐美苓(1999)。關懷在愛滋蔓延的時代裡--閱聽人對宣導廣告的接受度研究，**新聞學研究**，61：31-72。
- 孫仲山、蘇美蓉、施文玲(2005)。慈善捐贈行為之研究分析。**臺灣社會工作學刊**，第3期，頁102-110。
- 彭懷真、陶蕃瀛(1994)福利機構對捐募法令看法之研究。**內政部社會司**，頁5-32。
- 萬育維(1994)。捐款行為之相關因素研究-實證資料的發現與回應。**思與言**，第32卷4期，頁197-217。
- 鄭怡世(2001)。個人捐款行為分析：從「大台北地區民眾捐款行為分析」調查報告談起。**社會工作學刊**，7，頁101-131。
- 戴鎮洲(2007)，公益勸募的發展與多元福利社會的來臨：社會人文觀點的反思。**社區發展季刊**，118期，頁180-197。

### 三、學位論文

- 江嘉文(2011)。**特殊事件勸募參與行為、捐贈行為與活動滿意度關係之研究-以慈善跳蚤市場為例**。南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。
- 沈經洪(1995)，**非營利組織市場導向之研究**，國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 何思潔(2009)。**平面公益廣告之擬像形構研究**。高雄師範大學視覺設計學系研究所碩士論文。
- 李如婷(2003)。**個人捐贈行為及其影響之探討-以嘉義地區為例**。嘉義：中正大學社會福利研究所碩士論文。
- 林雅莉(1998)，**非營利組織募款之研究**。國立政治大學公共行政研究所碩士論文。
- 紀蕙文(2002)。**非營利組織行銷活動與捐款人捐款行為之研究**。台北：台北大

學合作經濟研究所碩士論文。

梁思涵(2008)，**健保局高屏分局員工捐款行為與市場區隔之研究**。高雄醫學大學醫學社會學與社會工作學研究所碩士論文，未出版，高雄。

高于婷(2008)。**中華職棒球員報紙新聞照片之分析—以 2008 年自由時報為例**。國立臺灣師範大學體育學系研究所碩士論文。

陳依伶 (2002)。**民間社會福利機構捐款人捐款行為探討：以某社會福利基金會為例**。國立暨南大學社會政策與社會工作學系碩士論文。

陳愛椿 (2003)。**持續捐款行為之研究：以財團法人瑪利亞社會福利基金會為例**。國立中正大學社會福利研究所碩士論文。

練安捷(2011)。**個體捐款者捐款決策之探究：以勵馨基金會中區辦事處之捐款人為例**。東海大學社會工作學系研究所碩士論文。

劉依婷 (2004)。**持續捐款人捐款行為之探討**。高雄醫學大學行為科學研究所碩士論文。

顏禎儀(2007)，**消費者對國際救援組織之認知及捐款意圖分析**。國立中興大學行銷學系研究所碩士論文，未出版，台中。

蘇秀慧 (2007)。**捐助因素之探討**。南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。

蘇秋色 (2008)。**佛光人捐款意向調查之研究**。南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。

#### 四、譯著

游恆山(譯)(1996)。**消費者行為心理學**。臺北：五南。

#### 五、網路等電子化資料

感性訴求與移情程度對廣告效果的影響—以社會公益廣告為例

<http://society.nhu.edu.tw/e-j/97/I13.htm>

低收補助款

<http://sowf.moi.gov.tw/10/news/100>

蘋果日報慈善基金會簡介

<http://www.appledaily.com.tw/charity/about>

社會福利津貼調整說明.ppt

[http://sowf.moi.gov.tw/88plan/簡報 1-](http://sowf.moi.gov.tw/88plan/簡報1-)

## 貳、西文部份

Conrad, D. L. (1974). *Techniques of fundraising*. Secaucus, NJ: Lyle Stuart.

Duronio, M.A. & Loessin, B.A. (1991). *Effective Fund Raising in Higher Education: Ten Successful Stories*. San Francisco: Jossey-Bass.

### (I) Periodicals

Chang & Lee (2009). Framing Charity Advertising: Influences of Message Framing, Image Valence, and Temporal Framing on a Charitable Appeal. **Journal of Applied Social Psychology**, 39(12), 2910-2915.

Sargeant, A. (1999). Charitable giving: Towards a model of donor behavior. **Journal of Marketing Management**, 15(4), 215 – 238.

Bagozzi, R. P., & Moore, D. J. (1994). Public Service Advertisements: Emotions and Empathy Guide Prosocial Behavior. **The Journal of Marketing**, 58 (1), pp. 56-70.

# 附錄一 研究問卷

編號:

## 一、個人基本資料變項部分

1. 性別 1. 男 2. 女
2. 年齡 1. 15歲-24歲 2. 25~34歲 3. 35~44歲 4. 45~54歲 5. 55歲以上
3. 身心障礙類別 1. 輕度 2. 中度 3. 重度 4. 極重度 5. 重器障 6. 無
4. 職業 1. 農業 2. 工業 3. 商業 4. 服務業 5. 家庭主婦(家管) 6. 學生  
7. 退休人士 8. 待業中 9. 軍公教 10. 其他\_\_\_\_\_
5. 家庭成員 1. 1人 2. 2人 3. 3人 4. 4人 5. 5人以上 6. 無
6. 婚姻狀況 1. 已婚 2. 未婚 3. 離婚 4. 分居 5. 喪偶
7. 政府補助 1. 有 2. 沒有 3. 申請中

## 二、勸募訴求資訊呈現

1. 刊登月份： 1. 1-3月； 2. 4-6月； 3. 7-9月； 4. 10-12月
2. 刊登時間： 1. 平日(星期一至五)； 2. 假日(星期六日)
3. 新聞字數： 1. 501字~1000字 2. 1001字~1500字 3. 1501字~2000字  
4. 2000字以上
4. 照片人物： 1. 自己 2. 家屬 3. 自己與家屬 4. 其他
5. 照片場景： 1. 住院 2. 家裡 3. 喪事 4. 其他
6. 照片主題： 1. 癌症 2. 車禍 3. 生病 4. 其他

## 三、勸募結果

1. 機構捐贈原始比率：\_\_\_\_\_
2. 機構捐贈比率類別： 1. 5%以下 2. 6-10% 3. 10%以上
3. 捐款收入： 1. 100000以下 2. 100001-200000 3. 200001-300000以上  
4. 300001以上

## 附錄二 新聞報導照片

### (一) 照片人物

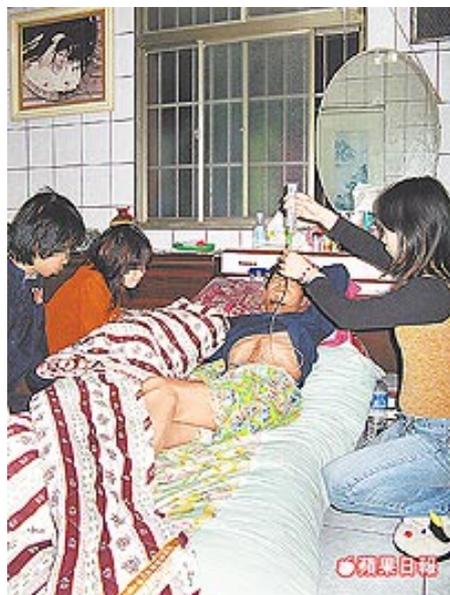
#### 1. 自己



#### 2. 家屬



#### 3. 自己與家屬



#### 4. 其他

(二)照片場景

1. 住院



1. 家裡



3. 喪事



4. 其他

## 附件三 社會福利津貼之申請件

### 社會福利津貼之申請條件

| 名稱            | 申請條件  |
|---------------|---|
| 身心障礙者<br>生活補助 | <p>一、取得身心障礙者手冊，未接受政府補助於機構安置者</p> <p>二、符合以下資格之一：</p> <p>（一）低收入戶或中低收入戶之戶內身心障礙人口</p> <p>（二）符合下列排富標準之身心障礙者</p> <p>1. 家庭總收入未達最低生活費2.5倍，且未超過台灣地區平均每人消費支出1.5倍。</p> <p>2. 不動產總值650萬以下</p> <p>3. 動產總值在200萬以下（每增1人增加25萬元）</p> |

|                        |   |
|------------------------|---|
| <p>中低收入老人生活津貼</p>      | <p>一、年滿65歲，未接受政府補助於機構安置者，且最近1年居住國內超過183日</p> <p>二、符合以下資格者：</p> <p>1. 家庭總收入平均每人每月未超過最低生活費2.5倍，且未超過台灣地區平均每人消費支出1.5倍。</p> <p>2. 不動產總值650萬元以下(新竹縣、苗栗縣750萬元)。</p> <p>3. 動產總值250萬以下。</p>                          |
| <p><b>名稱</b></p>       | <p><b>申請條件</b></p>  |
| <p>中低收入家庭兒童及少年生活扶助</p> | <p>一、有父母雙亡、一方死亡、重病、失蹤、服刑無力扶養等情形之兒童及少年。</p> <p>二、符合以下資格：</p> <p>(一) 家庭平均收入，每人每月未超過最低生活費1.5倍者。</p> <p>(二) 不動產總值全戶300萬至650萬以下(各地方政府規定略有不同，詳洽各地方政府)</p> <p>(三) 動產平均每人不超過11萬2,500元至15萬元(各地方政府規定略有不同，詳洽各地方政府)</p> |

|      |            |   |
|------|------------|---|
| 國民年金 | 老年基本保證年金   | <p>一、國民年金開辦時已年滿65歲(即32年10月1日前出生者)</p> <p>二、在國內設有戶籍</p> <p>三、最近3年內每年居住國內超過183日</p> <p>四、無下列各款情事：經政府全額補助收容安置、領取軍公教人員一次(月)退休金、領取其他社福津貼、年所得超過50萬元、土地及房屋價值超過500萬元(但自有1間房屋者可扣除400萬元)、入獄服刑、因案羈押或拘禁</p>               |
|      | 身心障礙基本保證年金 | <p>一、參加國保前，已領有重度以上身心障礙手冊</p> <p>二、經身心障礙鑑定醫療機構評估為無工作能力者</p> <p>三、最近3年內每年居住國內超過183日</p> <p>四、無下列各款情事：領取其他社會保險重度以上或身障給付、經政府全額補助收容安置、領取其他社福津貼、年所得超過50萬元、土地及房屋價值超過500萬元</p> <p>(但自有1間房屋者可扣除400萬元)、入獄服刑、因案羈押或拘禁</p> |
|      | 名稱         | 申請條件  |
|      | 老年給付       | <p>一、曾經參加國保</p> <p>二、年滿65歲</p>  |
|      | 身障年金       | <p>一、於保險期間遭受傷害或罹患疾病</p> <p>二、領有重度以上身心障礙手冊</p> <p>三、經身心障礙鑑定醫療機構評估為無工作能力</p>  |
|      | 遺屬年金       | <p>符合下列條件之一：</p> <p>一、參加國保期間死亡</p>  |

|            |   |
|------------|---|
|            | <p>二、年滿65歲時符合老年年金請領規定，但來不及請領就死亡</p> <p>三、領取身心障礙年金或老年年金給付期間死亡</p>  |
| 原住民給付      | <p>一、年滿55歲未滿65歲之原住民</p> <p>二、戶籍有登記原住民身分</p> <p>三、在國內設有戶籍</p> <p>四、無下列各款情事：每月工作收入超過基本工資、領取軍公教人員一次(月)退休金、領取其他社福津貼、經政府全額補助收容安置、年所得超過50萬元、土地及房屋價值超過500萬元(但自有1間房屋者可扣除400萬元)、入獄服刑、因案羈押或拘禁</p> |
| 低收入戶家庭生活補助 | <p>一、取得低收入戶資格者</p> <p>二、符合第1、2款之低收入戶</p>  |
| <b>名稱</b>  | <b>申請條件</b>   |
| 低收入戶兒童生活補助 | <p>一、取得低收入戶資格者</p> <p>二、符合第2、3款低收入戶戶內<u>15歲以下的兒童少年</u></p>  |
| 低收入戶就學生活補助 | <p>一、取得低收入戶資格者</p> <p>二、符合第2、3款低收入戶戶內<u>高中職以上在學學生</u></p>   |

備註：

第1款：家庭人口均無工作能力，且無收入及財產。

第2款：家庭人口有工作能力者在總人口數三分之一以下，且家庭總收入平均分

配全家人口每人每月在最低生活費三分之二以下。

第3款：家庭總收入平均分配全家人口，每人每月逾最低生活費三分之二，且在最低生活費以下。