

中国农村居民的社会资本与捐赠行为^①

胡 荣 沈 珊*

【摘要】中国的个人捐赠仍处于较低水平，与已有的研究大多从宏观的制度层面和个体的人口统计学特征研究不同，论文从社会资本的角度研究其个人捐赠行为的影响。根据2009年在福建寿宁、江西泰和、崇仁、江苏太仓4地问卷调查的数据，论文分析了社会资本及其他因素对个人捐赠行为的影响。分析表明，人口统计学特征中的年龄、受教育年限、参军经历、党员身份等因素对个人捐赠行为有显著影响；社会经济特征是解释个人捐赠行为的重要变量；社会资本对个人捐赠行为的影响有限，社会经济特征比社会资本更能解释个人捐赠行为。

【关键词】社会资本 个人捐赠 信任 社团参与

【中图分类号】D632.1

【文献标识码】A

【文章编号】1674-2586(2013)05-0060-0016

一、文献回顾与研究问题

市场经济体制的深化发展，充分激发了公众的创造性和积极性，积累了丰富的社会物质财富；但与此同时，市场调节的失灵也造成了两极分化等严重的社会问题。社会差距，包括收入差距、城乡差距、地区差距等越来越大，短短

① 本文所指的捐赠主要指金钱或实物捐赠，不包括器官捐赠和劳务捐赠等。

* 胡荣，厦门大学公共事务学院，教授；沈珊，厦门大学公共事务学院，硕士研究生。感谢匿名评审人的意见。

一二十年，我国就进入了世界上社会差距最大的国家之列（景天魁，2005）。在这样的背景下，人们对慈善事业发展的需求就极为迫切。

中国素有“礼仪之邦”之称，自古以来就有互帮互助、乐善好施的传统。然而，在一部分人已经先富起来的今天，中国慈善事业的发展，尤其是个人捐赠的发展却远远不及我们的预期。2009年中国、美国、英国、巴西、印度等五个国家的个人捐赠规模对比显示，美国的捐赠额占其GDP百分比的2.2%；而中国仅为0.01%（杨团，2010）。另外，从捐赠结构来看，美国75%以上的慈善捐赠来自个人，而中国的个人捐赠不到20%（高鉴国，2010）。不仅如此，我国个人捐赠的发展有停滞甚至下降的趋势。1998年，中国社团和基金会的收入中，有4.16%来自于个人捐赠，到2002年，这一比例下降为3.19%（邓国胜，2007）。那么，个人捐赠行为的影响因素到底是什么呢？

一些学者从宏观的制度层面探讨这个问题。在某种程度上，慈善是调节收入差距过大的杠杆，是除工资、税收外的第三次分配过程，影响着效率与公平间的平衡；且慈善事业的发展重在参与的广泛性。然而，中国目前的慈善捐赠参与度较低，还属于以“动员与交换”为主导的模式（邓国胜，2007）。个人捐赠主要是在被游说情况下的被动给予，而不是个人基于社会责任感的自愿选择；且社会关注的是企业、名人等的大额捐赠，因此游说对象的范围较小，忽视了大众的小额捐赠；再加上公民道德与利他主义价值观的培育工作等基础性工作还有待提高，社会尚未形成鼓励个人小额捐赠的氛围等，这些都在一定程度上降低了个人捐赠的参与率。此外，受“差序格局”“熟人社会”的影响，人们习惯于直接资助有亲缘或地缘关系的、自己比较熟悉的个体，更倾向于捐赠具体的人群而不是匿名性的、符号化的组织。

西方学者基于经济学“理性人”的假设认为，个人捐赠行为是对某一经济政策（如捐赠减免税收等）的反应（Clotfelter & Steuerle，1981），捐赠者的慷慨行为是为了其子女或其他人能在未来抵消一些税务支出（Barro，1974）。而在中国，个人捐赠的制度激励体系并不完善：个人捐赠的税收减免政策尚不成熟且覆盖范围较小、操作程序冗杂等，这些客观因素都在一定程度上降低了个人基于“理性人”假设的捐赠意愿。

已有的一些研究也从个体的人口统计学特征来分析捐赠行为。研究表明，

人口统计学特征和社会经济特征中的诸多因素，如年龄、受教育程度、收入水平、宗教信仰和价值观等都会影响个人的捐赠行为（Letki, 2006；Brooks, 2005；刘能, 2004）。根据马斯洛的需求层次理论，当个人较低层次的物质性价值需求得到满足后，会追求精神性的价值需求；获得社会声望、赢得尊重等实现个人的社会价值以及对社会作出贡献、履行社会责任等单纯的“利他主义”动机，也会影响个人的捐赠行为。“利他主义”动机是由社会舆论或声望而产生的一种责任（Rose-Ackerman, 1996），它更愿意提供许多长期帮助，且不要求获赠者对自己有任何的回报（Clary & Orenstein, 1991）。经济学理论认为，捐赠行为本身也会对捐赠者产生积极的影响（Andreoni, 1989），捐赠行为本身有奖赏的意味，它会对捐赠者产生一种内在的满足感，即所谓的“温情效应”（warm-glow）；对于富人来说，参与慈善捐赠是一种社会地位的最基本象征。也有学者将捐赠行为的影响因素划分为内在利益的满足和声望满足两种变量，并指出捐赠者比较倾向于考虑自己声望方面的效用（Harbaugh, 1998）。此外，个人经历、感知范围、他人的捐赠行为以及对捐赠组织的期许（相信自己以后会从捐赠组织中获益）等因素也会影响个人的捐赠行为（Sargeant & Woodliffe, 2007；Shang & Croson, 2009；Amos, 1982）。

与上述研究不同，本文主要探讨信任、规范和网络等社会因素（亦即社会资本视角）对个人捐赠行为的影响。根据帕特南的定义，“社会资本是指社会的特征，诸如信任、规范，以及网络，它们能够通过促进合作来提高社会的效率”（帕特南, 2001：195），其实质是以信任为核心、包含公众参与网络及互惠规范的资源集合体，强调由社团组织建立起来的社会网络和公民间的信任与互惠规范；互惠规范包括均衡的互惠和普遍的互惠两个方面，前者指人们同时交换价值相等的东西；后者指的是一种持续进行的交换关系，这种互惠在特定时间里是无报酬的和非均衡的，但它使人们产生一种将来能从他人处获得回报的期望。而社会信任能够从公民参与网络和互惠规范这两个相互联系的方面产生。“信任不是公众如何看待领导人的结果，而是公众在多大程度参与公民生活的表现，以及在公民活动中产生的信任和互惠态度的结果”（Keele, 2007：241）。

那么，社会资本究竟是怎样影响个体的捐赠行为的呢？国外研究表明，社会资本存量与捐赠水平有强相关关系，即个体社会资本存量越高，捐赠水平越

高；且不同的社会资本类型对个体的捐赠行为会产生不同的影响（Brooks, 2005）。对受赠组织的信任是影响个人捐赠的重要因素。受赠组织的社会地位和影响力、组织如何证明自己将受赠的收入合理地使用、组织对于个人捐赠的反应情况（如是否给予相关证明、是否有所感谢等）以及组织与捐赠者的交流情况等因素都会影响个人的捐赠行为（Amos, 1982; Tonkiss & Passey, 1999）。但目前国内还没有这方面的经验研究，本文打算运用定量数据对此进行分析。

二、研究设计与变量测量

本研究于2009年在江苏省太仓市、福建省寿宁县以及江西省泰和县和崇仁县进行，样本按多阶段抽样方法选取。首先，我们采用立意抽样方法抽取以上四个县（市）分别代表不同经济发展水平的四种农村类型。太仓市隶属江苏省苏州市，2010年常住人口81万人，全市辖7个镇、126个行政村和68个居民委员会，与上海市仅有一河之隔，经济较为发达。寿宁县地处福建省东北部，与浙江省交界，距省政府所在地福州市260公里，全县辖4个镇、10个乡、201个行政村（居委会），总人口22万。江西崇仁县距离省会所在地南昌市140公里，全县辖7个镇、8个乡，共有14个居委会和150个行政村，总人口40万人，其中农业人口25万，占总人口的62.5%。泰和县距南昌市262公里，全县辖16个镇、6个乡、共有22个居委会、290个村委会，总人口53.4万，其中农村人口43.6万，占总人口的82%，城市化率较低，仍是传统的农业型人口结构。其次，采用随机抽样法从每个县（市）抽取5个乡镇，再从各个乡镇中按照随机方法各抽取4个行政村；最后从每个行政村中随机抽取20个18周岁以上的村民，共调查1600人。

从样本构成情况看，此次调查的性别比例较为平衡，男女性比例分别占样本量的52.0%和48.0%；从年龄上看，最大值为84，最小值为18，平均年龄为45.83岁；从受教育年限看，最大值为20，最小值为0，且农村居民的文化程度普遍较低；从参军经历看来，只有5.8%的受访者有过参军经历，绝大多数（94.2%）的受访者没有参军经历。有宗教信仰的人（18.5%）和党员（18.6%）都只是少数。

（一）因变量：个人捐赠行为

本研究的因变量是个人捐赠行为，主要测量公众对本村公益事业的捐赠情况。我们根据中国农村的具体实际，将个人捐赠行为操作化为对修筑马路、兴建桥梁和兴修学校等基础公共设施建设的参与捐赠情况。在问卷中，我们首先问的问题是：“在过去5年中，你和你的家人为村里的公益事业（修路、建桥、建学校等）捐过钱？”在1600个受访者，共有1015人在过去5年中为公益事业捐过款，占63.44%。而从不同的地区看，寿宁县捐款比例最高，达79.5%，其次是崇仁县，占72%，泰和县的比例是67.08%，太仓县仅为35.34%。我们以受访者是否捐赠为因变量，建立二元逻辑斯蒂回归。

接着，我们问有捐款的受访者在过去5年中共捐了多少？在回答捐过款的1015名受访者中，平均每人过去5年的平均捐款额为1152.03元（标准差2270.35元）。从四个县的情况看，寿宁的平均捐款额最高，达1841.86元，其次是太仓，虽然捐款的比例最低，但平均捐款额达到1161.12元，崇仁和泰和相差不大，分别为792.05元和719.73元。我们以受访者的捐款额作为多元线性回归模型的因变量，取对数。

（二）预测变量：社会资本

社会资本是本研究最为重要的预测变量。根据帕特南对“社会资本”概念的界定，社会资本主要包含网络、信任和规范等方面；因此，我们将其操作化为农村居民的网络规模、社会信任和社团参与三个方面。

1. 农村居民的网络规模

在农村居民的网络规模方面，本研究采用“红白喜事网”测量法（胡荣，2013），如同拜年网一样，这也是一种考虑了中国文化特征的测量方法，能够更加真实地呈现中国居民的社会网络。在农村，红白喜事是每家每户的大事，几乎所有的社会关系均会被发动参与其中，它维系着众多关系的互动，能够较为完整地体现农村居民的交往网络总体情况；通过询问被调查者家庭在操办红白喜事时，能够来参加宴席的宾客数量以及其他具体情况来度量个体和家庭的社会网络规模。

在问卷中,通过询问村民“如果您家办红白喜事(建房、结婚、女儿出嫁、做寿、丧葬等),那么会到您家参加庆典和宴席的大约有多少人?”来测量红白喜事网的规模。从调查情况看,平均每个受访者的网络规模是145.8人(标准差120.51人)。分析结果显示,不同调查地点的红白喜事网规模差异较大,经济较发达的江苏太仓居民的网络规模最大,达280.27人,寿宁居次,129.24人,泰和第三,101.962,崇仁排最后,仅74.96人。

2. 农村居民的社会信任状况

在农村居民的社会信任方面,通过询问村民对亲戚、朋友、邻居、同小组人员、本村人、同家族人、经亲朋好友介绍的人、社会上大多数人等8类信任对象的信任程度来测量其信任状况;对信任程度的测量采用李克特量表的方式估量,选项为完全相信、相信、半信半疑、不信和根本不信,分别赋值5-1分,分值越高,代表对这些对象的信任程度越高。结果显示,受访者对亲戚、朋友的信任度最高,分别为3.47和3.40;对邻居、同小组人员、本村人、同家族人的信任程度也较高,平均值在3.20至3.28之间;而对经亲朋好友介绍的人、社会上大多数人的信任度则较低,平均值分别为3.05、2.99。

我们运用主成分法对测量农村居民信任状况的8个项目进行因子分析,经最大方差法旋转,共提取2个因子,分别命名为“特殊信任因子”和“普遍信任因子”(如表1所示)。“特殊信任因子”包括对亲戚、朋友、邻居、同小组人、本村人、同家族人的信任;“普遍信任因子”包括对经亲朋好友介绍的人、社会上大多数人的信任。为了便于描述和解释,我们将这2个因子分别转换为1-100的指数^①。以往的研究表明,中国人通常是以“差序格局”对不同的对象给予不同程度的信任(费孝通,1985;胡荣、李静雅,2006;胡荣等,2011)。特殊信任因子的存在表明,这种由来已久的由亲至疏、由强至弱的差序格局依然存在。但本研究分析结果表明,农村居民的普遍信任因子得分(均值=59.11)高于特殊信任因子(均值=54.95)。对分析结果可能的解释是,一方

① 转换公式:转换后的因子值=(因子值+B)*A。其中,A=99/(因子最大值-因子最小值),B=(1/A)-因子最小值。B的公式亦为,B=[(因子最大值-因子最小值)/99]-因子最小值。参见(边燕杰、李煜,2000)。

面,随着城市化进程的加快,越来越多的农民选择背井离乡进城务工,由于弱关系的同质性较弱,可以汇集大量不同的信息,扮演着“信息桥”的作用,从而为农民工找工作提供更多有效的信息;且农民工身处完全陌生的城市,要想尽快地融入社会,他们必须尽可能地与更多的人接触交流,这个交流的过程也需要更多的信任才能顺利进行。另一方面,由于强关系主要是基于血缘、亲缘和地缘产生的,关系网络内的个体彼此都非常熟悉,而在最熟悉的人面前我们会没有任何防备、展现最真实的自己,这就难免会因为一些琐事产生矛盾和摩擦,它们日积月累就会在一定程度上降低强关系网络中的信任。

表1 农村居民的社会信任因子分析

信任对象	特殊信任因子	普遍信任因子	共量
亲戚	.871	.028	.760
朋友	.868	.189	.789
邻居	.824	.368	.815
同小组的人	.750	.528	.842
本村的人	.738	.527	.823
同家族的人	.739	.448	.746
经亲朋好友介绍的人	.351	.784	.738
社会上的大多数人	.093	.874	.773
特征值	3.978	2.308	6.286
平均方差(%)	49.729	28.851	78.580

注:KMO=0.899($p<0.001$), $\alpha=0.920$ 。

资料来源:作者自制。

3. 农村居民的社团参与情况

在社团参与方面,我们主要通过考察农村居民参与各种组织和社团活动的情况来了解其关系网络,具体操作化为妇代会、老人会、企业或经济组织、科技组织、民间信用组织(如标会等)、体育组织(如篮球队等)、宗教组织(如基督教、天主教等)、寺庙组织和宗族组织等9项指标,对其参与情况的测量采用利克特量表的方式估量,选项分别为经常参加、有时参加、很少参加和从未参加或不合适4个等级,分别赋值3-0分,分值越高,代表村民的社团参与度越高。调查结果显示,农村居民参与的社团项目,没有一项的平均值大于1。总

体而言,农村居民的社团参与程度较弱。

为了解农村居民社团参与的内部差异,我们运用主成分法对这9个项目的调查结果进行因子分析。经最大方差法旋转,共提取3个因子,分别命名为“经济组织因子”“宗教组织因子”和“民间组织因子”。其中“经济组织因子”包括企业或经济组织、科技组织、民间信用组织、体育组织等4个项目;“宗教组织因子”则包括宗教组织(如基督教、天主教等)、寺庙组织、宗族组织等3个项目;“民间组织因子”则包括妇代会、老人会等2个项目(表2)。为了便于描述和解释,我们也将这3个因子分别转换为1-100的指数。分析结果表明,农村居民的社团参与度普遍不高,他们对民间组织的参与最多,均值为33.72。在中国农村,绝大部分青壮年都选择外出务工,留在家里的多为老人和小孩,而农民工常年在外打拼,回家的时间非常少;留在家里的老人多数都会继续守着土地耕种,并帮忙照顾孙辈,属于自己的时间非常少;小孩忙于学业,且对参加社团组织的兴趣、能力有限,这些因素都在一定程度上解释了农村居民的社团参与程度较弱的现状。此外,民间组织作为村民自发形成的组织团体,村民对组织内部的事务参与较多,更易于产生一种归属感,组织的凝聚力越强,村民对组织的参与度相对也就越高。

表2 农村居民的社团参与因子分析

参与组织	经济组织因子	宗教组织因子	民间组织因子	共量
妇代会	.080	.051	.770	.601
老人会	.233	.034	.638	.462
企业或经济组织	.618	-.093	.310	.487
科技组织	.706	-.050	.238	.558
民间信用组织	.509	.370	-.238	.452
体育组织	.654	.095	.025	.438
宗教组织(如基督教等)	-.119	.534	.371	.437
寺庙组织	.048	.783	-.020	.616
宗族组织	.082	.699	.008	.495
特征值	1.652	1.547	1.347	4.546
解释方差(%)	18.352	17.194	14.969	50.514

注:KMO=0.672($p<0.001$), $\alpha=0.558$ 。

资料来源:作者自制。

表 3：变量的描述统计

变量名称	平均值	标准差	最小值	最大值
因变量				
是否捐赠	0.63	0.48	0	1
捐款数额	1152.03	2270.35	1.00	40000.00
控制变量				
性别(男=1)	0.52	0.50	0	1
年龄	45.83	13.12	18	84
受教育年限	7.07	3.58	0	20
是否参军	0.06	0.23	0	1
是否信教	0.32	0.69	0	1
是否党员	0.19	0.39	0	1
家庭年收入(元)	33685.91	64237.92	0.00	1000000.00
耐用消费品总和	3.42	1.32	0	6
调查地点				
崇仁县	0.25	0.43	0	1
泰和县	0.25	0.43	0	1
寿宁县	0.25	0.43	0	1
太仓市	0.25	0.43	0	1
社会资本				
网络规模	145.80	120.51	0.00	2000.00
特殊信任因子	54.95	13.24	1.05	100.00
普遍信任因子	59.11	11.99	1.01	100.00
经济组织因子	22.66	10.54	0.96	99.92
宗教组织因子	20.44	11.42	1.03	100.00
民间组织因子	33.72	9.58	0.98	99.94

资料来源：作者自制。

三、数据分析与发现

完成了对主要变量的测量后，为了全面探讨社会资本对个人捐赠行为的影响，根据分析策略，我们以是否捐赠和捐赠数额为因变量分别建立 A、B 两组模

型。在 A 组模型中, 是否捐赠为因变量, 以社会资本的各要素为主要预测变量, 同时加入人口统计学特征和社会经济地位特征作为控制变量, 采用二元逻辑斯蒂回归模型进行分析 (详见表 4)。人口统计学特征包括性别、年龄、教育年限、是否信教、是否党员等, 社会经济地位特征包括家庭年收入和耐用消费品总和, 其中耐用消费品总和是指一个家庭拥有电视、电脑、电话 (手机)、汽车、互联网等耐用消费品种类的数量。在 B 组模型中, 因变量是捐赠数额, 测量变量和控制变量与 A 组模型相同, 采用的是多元线性回归模型进行分析 (详见表 5)。

我们通过计算自变量的相关系数来诊断多重共线性问题。分析表明, 在所有自变量中相关系数最大的是收入对数与家庭耐用消费品总和这两个变量, 其相关系数为 0.57, 在可接受范围。

(一) 人口统计学特征

在模型 A1 中, 只有年龄和是否信仰宗教两个变量对因变量的影响有统计显著性, 年龄越大者捐赠的可能性越小, 有宗教信仰者捐赠的可能性低于无信仰者。当加入社会经济特征的变量之后 (模型 A2), 是否有宗教信仰对因变量的影响仍具有统计显著性, 年龄对因变量影响的统计显著性消失, 而原先不具有统计显著性的受教育年限在此具有了统计显著性, 即读书越多者捐赠的可能性增加。而在加入社会资本的诸变量之后, 仅剩受教育年限对是否捐赠仍有统计显著性。

我们再看人口统计学特征对于已经捐赠者具体捐赠数额的影响。在模型 B1 中我们发现, 人口统计学特征的诸多因素对个人捐赠数额会产生影响。从表 5 可以看出, 性别、年龄、是否有宗教信仰这 3 个控制变量对个人捐赠行为的影响不具有统计显著性, 但受教育年限、是否参加过军、是否为党员等因素对个人捐赠数额的影响却具有很强的统计显著性。受教育年限对个人捐赠数额有正向影响, 个人受教育年限越长, 视野越开阔, 就有可能产生更强的公民意识, 对公益事业、公共服务重要性的认识更加清楚, 就越有可能产生更多的捐赠行为。而参军经历、党员身份等也会对个人的捐赠行为产生积极影响。

表 4 影响个人是否捐赠的逻辑斯蒂回归分析

	模型 A1	模型 A2	模型 A3
人口统计学特征			
性别 ^a	1.069 (.128)	.905 (.122)	.906 (.143)
年龄	.989 ** (.005)	1.003 (.006)	1.002 (.007)
受教育年限	1.021 (.017)	1.061 *** (.021)	1.064 *** (.025)
是否参加过军 ^b	.759 (.176)	.847 (.221)	.771 (.222)
是否有宗教信仰 ^c	.685 *** (.092)	.711 ** (.109)	.877 (.162)
是否为党员 ^d	.835 (.122)	.904 (.151)	1.117
社会经济特征			
收入对数		1.132 * (.081)	1.099 (.089)
耐用消费品总和		1.033 (.065)	1.015 (.074)
崇仁县 ^e		1.334 * (.224)	1.565 ** (.307)
寿宁县 ^e		1.929 *** (.346)	2.117 *** (.452)
太倉县 ^e		.230 *** (.045)	.251 *** (.061)
社会资本			
网络规模			.999 (.001)
特殊信任因子			1.065 (.207)
普遍信任因子			1.064 (.074)
经济组织因子			.955 (.071)
宗教组织因子			.966 (.070)
民间组织因子			.872 (.064) *
N	1 524	1 432	1 153
Pseudo R ²	1.2%	10.18%	11.87%

注：a 参考类别为“女”；b 参考类别为“没参加过军”；c 参考类别为“无宗教信仰”；d 参考类别为“非党员”；e 参考类别为“泰和县”。

表中系数为优势比 (odd ratio)，括号内为标准误，*** $p < 0.01$ ；** $P < 0.05$ ；* $p < 0.10$ 。

资料来源：作者自制。

（二）社会经济特征

在模型 A2 中，家庭收入对是否捐赠的影响有统计显著性，家庭收入越高，捐赠的可能性越大。不过，在模型 A3 中，在加入社会资本诸变量之后，家庭收入对是否捐赠其影响的统计显著性消失。而从地域看，不管是在模型 A2 还是 A3 中，几个县市的差异有统计显著性，捐赠最多的是寿宁县，其次是崇仁县，泰和居第三，经济发达的太仓最少。可能的解释是太仓经济发达，城市化程度比较高，因此农村基础设施较为完善，因而村民无需自掏腰包捐款兴办公益事业。

而从具体捐赠数额看，在模型 B2 中，加入社会经济特征的诸多变量后，分析结果显示，调整后的方差从 4.0% 上升到 22.5%，提高了 18.5 个百分点，这在一定程度上说明了社会经济特征是解释个人捐赠数额的重要因素。与模型 B1 相比，人口统计学特征中的所有因素，如年龄、受教育年限、参军经历以及党员身份对个人捐赠数额的影响都不再具有统计显著性。而收入、家庭耐用消费品总和以及所在的县市对个人捐赠行为的影响具有很强的统计显著性，它们均与个人捐赠行为呈正相关关系。收入对数、家庭耐用消费品总和是测量家庭经济收入水平最为直观的因素，结果表明，收入越高、家庭耐用消费品越多（即家庭经济收入水平越高），个人有更多的捐赠。此外，所在地区的经济发展水平对个人的捐赠数额也有重要影响。

（三）社会资本

社会资本是本项研究的预测变量，不过，在模型 A3 中，社会资本诸变量中只有民间社团因子对是否捐赠的影响具有统计显著性，而且这种影响是负面的，即参与民间社团越多，捐赠的可能性越小。这需要在以后的研究中进一步分析其机制和原因。

我们再来看 B 组线性回归模型。我们在模型 B3 中加入了社会资本中网络规模、信任和社团参与的各变量，分析结果显示，调整后的方差从 22.5% 上升到 23.8%。在加入该组变量后，各因素对个人捐赠数额的影响与模型 B2 相比相差不大，人口统计学特征的诸多变量对个人捐赠数额的影响都不再具有统计显著性，而社会经济特征诸因素中，收入、家庭耐用消费品总和以及所在的县市对个人捐赠数额的影响仍然具有很强的统计显著性。但在社会资本的各变量中，社团参与的各因子均对个人捐赠数额没有显著影响，仅有网络规模、社会信任中的普遍信任因子对个人捐赠数额的影响具有统计显著性，即网络规模对个人

捐赠数额产生积极影响, 普遍信任比特殊信任对个人捐赠行为具有更大的影响。

表 5 影响个人捐赠数额的多元回归模型

	模型 B1	模型 B2	模型 B3
人口统计学特征			
性别 ^a	.045 (.035)	.052 (.041)	.049 (.038)
年龄	-.004 (-.073)	-.002 (-.033)	-.002 (-.047)
受教育年限	.023 *** (.125)	.006 (.032)	.003 (.019)
是否参加过军 ^b	-.189 (-.067) *	-.150 * (-.053)	-.144 (-.051)
是否有宗教信仰 ^c	.083 (.049)	-.038 (-.022)	-.058 (-.034)
是否为党员 ^d	.171 *** (.103)	.059 (.035)	.040 (.024)
社会经济特征			
收入对数		.101 *** (.165)	.097 *** (.159)
耐用消费品总和		.089 *** (.175)	.082 *** (.162)
崇仁县 ^e		.282 *** (.197)	.305 *** (.214)
寿宁县 ^e		.547 *** (.401)	.517 *** (.380)
太仓县 ^e		-.025 (-.014)	-.129 (-.070)
社会资本			
网络规模			.001 ** (.087)
特殊信任因子			.000 (-.005)
普遍信任因子			.007 *** (.122)
经济组织因子			.001 (.014)
宗教组织因子			.000 (.004)
民间组织因子			.001 (.013)
N	963	919	873
常量	2.609 ***	1.139 ***	0.769 ***
Adjusted R ²	4.0%	22.5%	23.8%
F	7.113 ***	24.450 ***	17.319 ***

注:a 参考类别为“女”;b 参考类别为“没参过军”;c 参考类别为“无宗教信仰”;d 参考类别为“非党员”;e 参考类别为“泰和县”。

表中系数为回归系数,括号内为标准误,*** $p < 0.01$; ** $P < 0.05$; * $p < 0.10$ 。

资料来源:作者自制。

四、结论与讨论

本文基于 2009 年的问卷调查数据分析了社会资本等因素对个人捐赠行为的影响。已有研究表明,人口统计学特征和社会经济特征中的诸多因素对个人捐赠行为产生重要影响(Letki, 2006; Brooks, 2005; 刘能, 2004),本研究再次印证了这一观点,发现人口统计学特征中的年龄、受教育年限、参军经历、党员身份等因素对个人捐赠行为有显著影响;社会经济特征和社会资本也会影响个人的捐赠行为。根据本文的分析结果,本研究有以下几点具体的发现:

第一,人口统计学特征会影响个人的捐赠行为。无论是在慈善事业发展成熟的西方国家,还是在慈善事业处于发展上升时期的中国,个体特质的差异都会对其捐赠行为产生影响。虽然我国的公民道德与利他主义价值观的培育工作等基础性工作还有待提高,社会尚未形成鼓励个人积极参与慈善活动和捐赠的氛围,但富于同情心和责任心的个体仍然在汇集小额捐赠。

第二,社会经济特征是解释个人捐赠行为的重要变量。根据马斯洛的需求层次理论,当个人较低层次的物质性价值需求得到满足后,会追求精神性的价值需求。只有当个人或家庭的收入水平能够满足其物质性需求以后,个人才有余力关注他人或组织的生存与发展。因此,个人或家庭的收入水平和区域经济发展水平等社会经济特征对个人捐赠行为具有显著性影响。

第三,社会资本对个人捐赠行为的影响有限。已有研究表明,社会资本存量与个人捐赠水平有强相关关系;且社会资本对慈善捐赠产生诸多积极影响,如社会资本通过慈善捐赠激发了更多的资源,并能增进慈善捐赠(Brooks, 2005)。但本研究却发现,社会资本对个人捐赠行为的影响远不及我们的预期。在社会资本的各要素中,只有网络规模和社会信任中的普遍信任对个人捐赠数额的影响具有统计显著性,即普遍信任比特殊信任对个人捐赠行为具有更大、

更显著的影响。而社团参与的各因子对个人捐赠行为的影响不大。

从全球范围来看,社会捐赠是非营利组织的主要筹资来源,捐赠来源主要包括个人、企业、政府和其他社会组织(陈天祥、姚明,2012)。在中国,虽然社会捐赠水平有所提高,但仍然处于较低水平(陈天祥、姚明,2012;邓国胜,2007),且与西方国家个人捐赠为社会捐赠的主体不同的是,我国属于典型的企业主导模式,企业捐赠占社会捐赠的比例高达50%(邓国胜,2007)。然而对于重在公众广泛参与的慈善事业而言,个人捐赠似乎更具可持续性和稳定性,是其长远发展的关键所在。

从回归模型来看,社会经济特征多个因素的标准回归系数大于社会资本的各个测量指标。因此,促进个人捐赠行为的有效手段似乎应该是努力提高经济发展水平,继续做大“蛋糕”。而在社会资本的各因素中,虽然社团参与对于是否捐赠和捐赠数额没有直接的影响,但以往的研究表明,社团参与有助于提升社会信任(胡荣、李静雅,2006),因此社团的发展和村民信任水平的提升应该有助于个人捐赠的发展。

参考文献

- 边燕杰、李焯(2000). 中国城市家庭的社会网络资本. 清华社会学评论, 2.
- 陈天祥、姚明(2012). 个人捐赠非营利组织的行为影响因素研究. 浙江大学学报(人文社会科学版), 4.
- 邓国胜(2007). 个人捐赠是慈善事业发展的基石. 中州学刊, 1.
- 费孝通(1985). 乡土中国. 北京: 三联书店.
- 高鉴国(2010). 美国慈善捐赠的外部监督机制对中国的启示. 探索与争鸣, 7.
- 胡荣、胡康、温莹莹(2011). 社会资本、政府绩效与城市居民对政府的信任. 社会学研究, 1.
- 胡荣、李静雅(2006). 城市居民信任的构成及其影响因素. 社会, 6.
- 胡荣(2013). 中国农村居民的红白喜事网及其影响因素. 社会学评论, 3.
- 景天魁(2005). 寻求公平与效率的均衡. 求是, 23.
- 刘能(2004). 中国都市地区普通公众参加社会捐助活动的意愿和行为取向分析. 社会学研究, 2.
- 帕特南(2001). 使民主运转起来. 王列、赖海榕译. 南昌: 江西人民出版社.
- 杨团主编(2010). 中国慈善发展报告. 北京: 社会科学文献出版社.

- Amos, O. M. (1982). Empirical Analysis of Motives Underlying Individuals Contributions to Charity. *Atlantic Economic Journal*, 10(4):45 – 52.
- Andreoni, J. (1989). Giving with Impure Altruism: Applications to Charity and Ricardian Equivalence. *Journal of Political Economy*, 97(6):1447 – 1458.
- Barro, R. J. (1974). Are Government Bonds Net Wealth? *Journal of Economic Theory*, 54:350 – 371.
- Brooks, A. C. (2005). Does Social Capital Make You Generous? *Social Science Quarterly*, 86(1):1 – 15.
- Clary, E. G & Orenstein, L. (1991). The Amount and Effectiveness of Help: The Relationship Motives and Abilities to Helping Behavior. *Personality and Social Psychology*, 17(1):58 – 64.
- Clotfelter, C. T. & Steuerle, C. E. (1981). Charitable Contributions. In Aaron, H. & Pechman, J. Eds. *How Taxes Affect Economic Behavior*. Washington, DC: Brookings Institution.
- Harbaugh, W. T. (1998). The Prestige Motive for Making Charitable Transfers. *The American Economic Review*, 88(2):277 – 282.
- Keele, L. (2007). Social Capital and the Dynamics of Trust in Government. *American Journals of Political Science*, 51(2):241 – 254.
- Letki, N. (2006). Investigating the Roots of Civic Morality: Trust, Social Capital, and Institutional Performance. *Political Behavior*, 28(4):305 – 325.
- Rose-Ackerman, S. (1996). Altruism, Nonprofits, and Economic Theory. *Journal of Economic Literature*, 34:701 – 728.
- Sargeant, A. & Woodliffe, L. (2007). Gift Giving: An Interdisciplinary Review. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 12(6):275 – 307.
- Shang, J. & Croson, R. (2009). A Field Experiment in Charitable Contribution: The Impact of Social Information on the Voluntary Provision of Public Goods. *The Economic Journal*, 119(540):1422 – 1439.
- Tonkiss, F. & Passey, A. (1999). Trust, Confidence and Voluntary Organizations: Between Values and Institutions. *Sociology*, 33(2):257 – 274.