

# 人格特质影响了个体慈善捐赠行为吗？

## ——来自中国家庭追踪调查(CFPS2018)的证据

唐书清

上海工程技术大学管理学院，上海

收稿日期：2022年12月2日；录用日期：2023年1月23日；发布日期：2023年1月30日

### 摘要

慈善捐赠对于维护社会公平具有重要意义，改善收入和财富分配格局，是实现共同富裕的重要实践途径。在以往居民慈善捐赠行为的既有文献中，关注个体特质以及心理状态对其捐赠行为的研究相对匮乏。为弥补此局限，本研究借鉴心理学视角下的人格特质理论为研究路径，分析了现代的五大人格特质对于社区居民慈善捐赠行为的影响，旨在对现有研究提供可参考的理论证据。通过广义线性模型和OLS模型实证研究发现，情绪不稳定性特质部分弱化了慈善捐赠行为，外向性人格、开放性人格、尽责性人格均被证明强化了慈善捐赠行为，而亲和性人格并没有实质性影响。研究强调以个人为中心的研究趋势，对个性化慈善捐赠的发展策略提供实践意义。

### 关键词

慈善捐赠，人格特质，五大人格，CFPS

# Do Personality Traits Affect Individual Charitable Donations?

## —Evidence from China Family Panel Studies (CFPS2018)

Shuqing Tang

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Dec. 2<sup>nd</sup>, 2022; accepted: Jan. 23<sup>rd</sup>, 2023; published: Jan. 30<sup>th</sup>, 2023

### Abstract

Charitable donation is of great significance to maintain social equity. In the existing literature of

residents' charitable donation behavior, the study of individual characteristics and psychological state on their donation behavior is relatively scarce. In order to make up for this limitation, this study draws on the personality traits theory from the perspective of psychology as the research path, and analyzes the influence of five modern personality traits on individual charitable donations, aiming to provide theoretical evidence for the existing research. Through the empirical study of generalized linear model and OLS model, it is found that emotional instability partially weakens charitable donations, and extroverted personality, open personality and conscientious personality have been proved to strengthen charitable donations, while affinity personality has no substantial effect.

## Keywords

Charitable Donation, Personality Traits, Five Personality, CFPS

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

习近平总书记指出,“共同富裕是社会主义的本质要求,是中国式现代化的重要特征”。2020年10月,党的十九届五中全会将共同富裕列入重要的战略任务,同时指出要发挥第三次分配作用发展慈善事业,改善收入和财富分配格局。积极发挥第三次分配的作用,促进慈善事业健康发展,改善收入和财富分配格局,是实现共同富裕的重要实践途径,更是新时代推进共同富裕战略亟待解决的重大理论和实践问题。居民慈善捐赠是我国第三次分配的重要构成,在帮助弱势群体方面发挥了巨大的作用,能有效防止返贫现象和缩小贫富差距,其作为一种社会价值观的直接反映和实践载体,对于维护社会公平以及推进慈善事业稳步发展具有重要意义。新中国成立以来,特别是改革开放之后,随着我国经济社会的发展,全社会慈善意识明显增强,以慈善捐赠、志愿行动等为代表的第三次分配蓬勃发展,尤其新冠疫情的社会捐款,通过建立不同收入群体财富流动渠道和平台,缓解因公共卫生危机产生的资源压力。

根据中国慈善联合会发布的《2018年度中国慈善捐助报告》指出,2018年中国内地的个人捐赠共360.47亿元,同比增长3.24%,仅次于2008年汶川地震的捐赠金额,个人捐赠占比社会总捐助额的25.05%,保持稳步增长的后劲。其次,慈善捐赠本质上属于个体慈善行为的表现形式,具有显著的个体差异性。比如在捐赠金额方面,报告显示据不完全统计,2018年全国(含港澳台地区)捐赠过亿元的个人或家族共32个,捐赠总额为150.85亿元;排在前100位的个人捐赠达172.38亿元,占个人捐赠总量的47.82%。其中,万向集团董事长鲁伟鼎捐赠万向三农集团有限公司对应出资额6亿元的全部股权设立“鲁冠球三农扶志基金”慈善信托,市值高达49.60亿元,陈一丹共向教育领域捐赠36.11亿元,许家印向扶贫和教育领域共捐出7.50亿元,分别排在个人捐赠总额的前列。实践问题是理论困惑的现实表现,所以本研究关注的现实问题是:为何个体慈善捐赠行为及其金额会出现差异化现象,其影响因素是什么?而传统的解释框架主要从需求视角、制度与组织视角展开,但较少从心理学角度中关注个体的个性特征对于捐赠意愿度和捐赠额的影响。由此衍生出的理论问题是,个体的性格特质是否会对居民慈善捐赠产生异质作用?因此本文在已有研究基础上,将心理学视角中的个性特质纳入分析框架,探索其对个体慈善捐赠意愿度和捐赠数量的影响。

## 2. 文献回顾与理论基础

目前国内外学者对于个人慈善捐赠行为的影响因素研究已形成丰富的结果, 主要围绕内部和外部两个维度展开。需求视角下关注个体对于捐赠利益的博弈, 而组织视角则关注个体的捐助组织环境, 强调个体对外在环境的感知以及评估, 由此影响到捐助行为。

需求视角下的个体慈善捐赠。其一, 个体基于利益的需求动机, 具体表现为利己、利他和互惠三种形式。利己动机研究主要关注获得物质财富与社会声誉等方面, 利他动机研究侧重义务利他和社会责任方面, 互惠动机研究则是从捐赠使得捐赠方与受益方均受益的角度进行的(杨永娇等, 2019) [1]。其二, 个体可利用的信息程度和技术程度, 慈善信息是实行捐赠行为的基础(徐延辉等, 2020) [2]。其中互联网使用是居民获取与交换信息的主要渠道, 在一定程度上能促进个体捐赠行为的产生(高翔等, 2021) [3]。

组织与制度视角下的慈善捐赠。其一关注家庭组织的作用, 家庭作为中国社会的基本单位, 是个人慈善行为发生的微观基础, 当前中国社会个体慈善捐赠存在典型的代际效应(杨永娇等, 2019) [1]。同时应该看到在中国传统家庭结构中, 家庭收入和支出对家庭中的个人捐赠也会产生显著影响(张进美, 2012) [4]。其二关注个体所在的结构化的社会环境。首先慈善的制度、经济环境是影响个体慈善捐助行为的重要因素, 比如慈善捐赠的税收机理政策以及经济发展水平等(丁美冬, 2008 [5]; 南锐等, 2013 [6])。其次对于受捐助方的组织环境考量, 个体需对组织的公信力及其品牌绩效进行评估(陈天祥等, 2012 [7]; 赵宝爱, 2011 [8])。

其他主要是关注人口学变量的基础性影响, 主要包括性别、年龄、收入、文化程度、宗教信仰、党政治面貌等(Andreoni & Vesterlund, 2001 [9]; Mesch 等, 2006 [10]; 刘武等, 2010 [11])。

从以上分析视角来分析, 当下研究多聚焦于内外部两个维度展开, 对个体慈善捐赠行为进行系统阐释。但值得注意的是, 鲜有文献关注这种动机背后个体特征对捐赠行为的影响。个性是个人的想法、情感和行为模式, 这一模式将人与区人区分开来, 且随着时间的推移和情况的变化不会发生改变(Jannica, 2003) [12]。人格特质论认为个体特质能支配个人行为, 使得个人能在复杂动态的外在环境中给予反映。基于此, 本文将社会心理学视角下的人格特质论纳入个体慈善捐赠行为的解释框架中, 选取常用的个体行为分析的五因素模型理论进行切入, 为个体慈善捐赠行为研究提供一个新的理论视角。

## 3. 理论基础与研究假设

人格特质理论最初起源于 20 世纪 40 年代的美国, 该理论主要将人的特质作为核心要素来分析, 认为特质是决定个体行为的基本特征。人格特质理论产生的目的就是要找到行为产生的根源, 并用于解释和预测人的行为(张淑华, 2002) [13]。主要经历了奥尔波特的三分特质论、卡特尔的 16 种根源特质论、艾森克的人格三因素模型、以及目前流行的现代“大五人格”特质。而其中的大五人格理论应用广泛, 其主要描述的五种人格特质主要包括外向性、开放性、情绪不稳定性、亲和性、尽责性(Goldberg, 1990) [14]。Costa 和 McCare (1987 [15], 1999 [16])对此模型做了研究和完善, 进一步完善了衡量量表。研究人员运用人格特质大五模型进行了许多延伸性的研究, 大五模型被日益广泛地运用在组织管理、教育、社会等实证研究领域(董伊等人, 2010) [17]。其中一类主要将其应用至信息行为研究中, 强调用户个性特征与信息行为的相关性, 以及强调其在信息平台选择的重要性(邓胜利等人, 2014 [18]; 孙海民, 2012 [19]; 郭羽, 2016 [20])。其次另一类研究探讨个性与个体、组织绩效的影响, 着重分析人格特质对于工作行为及其绩效的预测性(唐春勇等人, 2008) [21]。同时也有运用个性特征理论研究个体行为选择的不确定性问题, 比如投资行为等不确定性决策中(吴强, 2013 [22]; 王垒, 2003 [23])。

基于上述五大人格特质理论的内涵及其运用, 本文选取五大人格特质作为自变量的原因在于: 慈善捐赠行为是个体面临多种信息的冲击下, 而产生的决策, 具有选择不确定性和行为多样性。而人格特质

是个人行为产生的根源,个性特征理论能为解释个体慈善捐赠行为的产生提供重要的理论逻辑。此外,以往的研究更多是在组织与制度、需求视角分析其对捐赠的影响,而忽视了个体心理层面变量对于捐赠行为的重要作用,故本研究将从个性特征理论视角来拓展慈善捐赠行为的研究视野。本研究将个性特征理论中常用的五大模型纳入个体慈善捐赠行为分析框架中,借鉴 Goldberg、邓胜利、王恩泽等人的研究(1990 [14], 2014 [18], 2019 [24]),整理出五大人格的基本假定和量表。

情绪不稳定性人格特征。强调情绪反应倾向,其反映了个体焦虑、担忧、愤怒、犹豫等消极情绪的趋向和情绪的不稳定性。其子维度包括焦虑、愤怒和敌意、抑郁、冲动性、脆弱性。从上述分析可知,神经质人格特征是情绪稳定的对立面,具有不信任、不安全的特征。而信任对于慈善捐赠行为具有重要影响(徐延辉, 2020) [2]。基于此,提出如下假设。

H1: 情绪不稳定人格特征对慈善捐赠意愿和捐赠水平产生负向影响。

外向性人格特征。强调人际关系取向,其主要着眼于人际互动,外向性较强的个体往往更加合群且倾向于体验积极情绪。其子维度包括热情、乐群性、独断性、活力、寻求刺激、积极情绪。外向性被认为有很强社会动机,更容易融入社会,在一定程度上拥有更多的社会资本。而社会资本对个体捐赠和志愿服务行为产生重要正向影响(Eleanor, 2007) [25]。基于此,提出如下假设。

H2: 外向性人格特征对慈善捐赠行为产生和捐赠水平产生正向影响。

开放性人格特征。强调智能性倾向,其主要包括活跃的想象力、对于知识的好奇心和对新事物的偏好等。其子维度包括想象力、审美、价值观、尝新等。开放的人格特征强调对新事物的追求以及信息的创新获取,而已有研究表明慈善信息是慈善捐赠行为的重要基础(徐延辉等人, 2020 [2]; 高翔, 2021 [3])。基于此,提出如下假设。

H3: 开放性人格特征更易于慈善捐赠产生和提高慈善捐赠水平。

尽责性人格特征。其强调规则认同与遵循倾向,其表现了个体的自律、细心、彻底性、条理性、审慎等。其子维度包括能力、自律、追求成就等。从以上分析可以分析得出尽责性人格具有较强的条理认同和遵循倾向,因此强烈的社会和组织的规范性影响更契合于尽责性人格,促进行为及其绩效的产生。而已有研究表明慈善氛围和“同群效应”会对慈善捐赠行为产生重要影响,基于此,提出如下假设。

H4: 尽责性人格特征与慈善捐赠意愿和捐赠水平正相关。

亲和性人格特征。其强调心理上的内外倾向,其考察了个体对于他人所持有的态度,并且反映了在合作与社会和谐方面的个体差异。子维度包括信任、坦诚、利他、同理心等。从以上分析可知,亲和性人格具有较强的同理心和责任感,同时对社会信任度较高,易于产生利他取向(高静华, 2021) [26]。基于此,本研究提出如下假设。

H5: 亲和性人格特征与慈善捐赠意愿和捐赠水平正相关。

## 4. 数据来源和变量测量

### 4.1. 数据来源

本文数据主要来自北京大学中国社会科学研究中心和密歇根大学社会研究中心发布的 2018 年的“中国家庭跟踪调查”项目全国调查数据(CFPS)。CFPS 问卷设计包括村(居)问卷,家庭问卷和个人问卷。本文利用其中的家庭问卷和个人问卷,并对其数据进行整合,对关键变量缺失的数据进行剔除,最终得到 37,693 个样本。

### 4.2. 研究变量

#### 4.2.1. 被解释变量

被解释变量为个体捐赠行为,具体划分为两个指标,一是虚拟变量“过去 12 个月,请问您个人是否

向任何组织或个人捐过款”(是 =1, 否 = 0)<sup>1</sup>, 二是连续变量“过去 12 个月, 请问您个人所有捐款的总额大概是多少元? ”。利用虚拟变量建立 logistics 模型可以很好地反映影响个体捐赠的行为决策, 而利用连续变量建立 OLS 模型进一步解释慈善捐赠的行为, 结合两者综合分析能较好地考察家庭捐赠动机。

#### 4.2.2. 解释变量

解释变量主要为五类人格特征。根据现有研究以及 CFPS 问卷数据, 从问卷中已有的人格特征量表对人格特征各维度进行衡量。各维度具体得分由衡量问题取几何平均得到, 得分越高表明该维度人格特征越明显。最后得到解释变量选取的具体问题, 如表 1 所示。

**Table 1.** Explanatory variable processing

**表 1.** 解释变量处理

一级指标	二级指标	问卷问题	
个体心理	神经质	经常会担心	
		容易紧张	
		是放松的, 能很好的应付压力 <sup>2</sup>	
	外向性	爱说话	
		开朗善社交	
		含蓄保守 <sup>3</sup>	
	人格特质	开放性	具有独创性, 会产生新点子
			重视艺术和审美的体现
		尽责性	想象力丰富
			严谨认真
亲和性	尽责性	往往很懒惰 <sup>4</sup>	
		做事很有效率	
	亲和性	有时对别人粗鲁不客气 <sup>5</sup>	
		天性比较宽容	
		为他人着想	

#### 4.2.3. 控制变量

在借鉴已有研究基础上, 控制变量主要包括性别(0 代表女, 1 代表男)、年龄(连续变量)、教育年限(连续变量)、政治面貌(0 代表非党员, 1 代表党员)、宗教信仰(0 代表无宗教信仰, 1 代表有宗教信仰), 城乡状况(0 代表农村户籍, 1 代表城市户籍)收入状况(连续变量), 地区(分类变量)。

描述性统计结果如表 2 所示。个体产生捐赠行为的比例(平均值)仅为 22.5%, 这说明当下社会整体慈善捐赠意识仍有待提高, 同时从捐赠额度来看, 也有较大的提升空间。而从五大人格特质中来看, 情绪

<sup>1</sup>原始数据 1 代表“是”, 5 代表“否”, 本文对此进行虚拟变量的处理。

<sup>2</sup>处理时采用反向计分处理。

<sup>3</sup>处理时采用反向计分处理。

<sup>4</sup>处理时采用反向计分处理。

<sup>5</sup>同上。



稳定性人格在 3 分以下, 其他人格特质分值均徘徊在 3~4 分左右, 说明现有样本中人格是偏情绪稳定的、外向性、开放性、尽责性、亲和性的。

**Table 2.** Descriptive statistics for variables

**表 2.** 变量描述性统计

变量	平均值	标准差	最小值	最大值
捐赠行为(1 = 有)	0.2249843	0.4175789	0	1
捐款额度(对数)	4.95826	1.346117	0	13.12236
性别(1 = 男)	0.4999547	0.5000076	0	1
年龄	44.79096	19.36557	9	102
受教育程度	4.020821	2.316647	0	10
党员	0.012546	0.1113058	0	1
宗教信仰(1 = 有)	0.0293785	0.1688676	0	1
收入(对数)	9.620345	1.070962	0	15.54893
城乡(1 = 城市)	0.4970105	0.4999981	0	1
地区	1.847608	0.8615878	1	3
情绪稳定性	2.964972	0.7380122	1	5
外向性	3.341466	0.7062211	1	5
开放性	3.158835	0.8625193	1	5
尽责性	3.8395	0.654542	1	5
亲和性	3.823032	0.6058363	1	5

## 5. 实证分析

由于个体慈善捐赠意愿属于二分类变量, 所以在进行回归时采用的是 logistic 模型。而个体的慈善捐赠额度是连续型变量, 故采用 OLS 进行回归。本研究首先对控制变量进行回归, 然后在此基础上纳入核心自变量, 最终得出回归结果如表 3 所示。

**Table 3.** Regression result

**表 3.** 回归结果

变量	Logistic 回归		OLS 回归	
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4
性别	0.066*	0.027	0.293***	0.263***
	(1.75)	(0.70)	(7.41)	(6.58)
年龄	-0.019***	-0.020***	0.020***	0.018***
	(-12.14)	(-12.00)	(9.84)	(8.64)

## Continued

教育年限	0.067 <sup>***</sup> (6.97)	0.067 <sup>***</sup> (6.84)	0.112 <sup>***</sup> (9.06)	0.114 <sup>***</sup> (9.19)
党员	0.414 <sup>***</sup> (3.24)	0.360 <sup>***</sup> (2.80)	0.356 <sup>***</sup> (2.95)	0.334 <sup>***</sup> (2.79)
宗教信仰	0.325 <sup>***</sup> (2.71)	0.299 <sup>**</sup> (2.46)	0.127 (1.06)	0.156 (1.29)
收入(取对数)	0.252 <sup>***</sup> (11.41)	0.236 <sup>***</sup> (10.65)	0.293 <sup>***</sup> (12.69)	0.292 <sup>***</sup> (12.71)
城乡	0.188 <sup>***</sup> (4.60)	0.200 <sup>***</sup> (4.85)	0.062 (1.44)	0.065 (1.52)
地区	0.050 <sup>**</sup> (2.18)	0.037 (1.58)	0.024 (1.01)	0.008 (0.35)
情绪稳定性		-0.048 <sup>*</sup> (-1.77)		0.0002 (0.01)
外向性		0.063 <sup>**</sup> (2.16)		0.079 <sup>***</sup> (2.69)
开放性		0.121 <sup>***</sup> (4.79)		0.059 <sup>**</sup> (2.17)
尽责性		0.197 <sup>***</sup> (6.07)		0.200 <sup>***</sup> (5.93)
亲和性		0.010 (0.31)		-0.006 (-0.16)
常数项	-3.285 <sup>***</sup> (-13.92)	-4.298 <sup>***</sup> (-13.96)	0.536 <sup>**</sup> (2.19)	-0.569 <sup>*</sup> (-1.79)
R <sup>2</sup>	0.03	0.04	0.113	0.128

注：\*\*\*、\*\*、\*分别表示 1%、5%及 10%的水平显著，表中数据为回归系数，括号内为系数对应的 t 统计值。

观察模型 1 的回归结果可知，在未引入其他变量的情况下，所有的控制变量均对个体捐赠行为的影响是显著的。其中年龄对个体捐赠行为的产生有负面影响，即随着年龄的增加，捐赠行为产生几率将会变小。就其影响程度来说，年龄每增加一岁，个体捐赠行为产生的几率将减少 1.9%。随着年龄的增长，阅历和社会经验趋于丰富，个体的心理会产生一定的变化，对各种慈善活动逐渐趋于保守的态度，这刘武(2010)等人的研究结果进行对话和补充。而其他性别、党员、受教育年限、党员、宗教信仰、城乡、地

区等因素对个体慈善捐赠产生正向影响，这与目前大部分研究的结果相一致。

观察模型 3 结果可知在未引入其他变量的情况下，性别、年龄、受教育年限、党员和收入都对慈善捐赠水平产生正向影响，这与已有研究结果相一致。但不同的是宗教信仰对于慈善捐赠水平的影响并不显著，这与 David (2005) [27] 的结果相反，这反映了东西方文化的差距。另外与模型 1 不同的是，城乡和地区差异并不会对捐赠水平产生影响。这说明在具有捐赠意愿的群体中，并无显著性的地区差异性。传统的观点可能认为，可能的原因是随着我国经济的发展和相关政策的推进，地区之间的经济差距在不断缩小，在一定程度稀释了具有捐赠意愿群体中捐赠水平的差异。观察模型 2 与模型 4 的结果可知，在控制其他变量的情况下，除了亲和性人格特质外，其他人格特质维度均与慈善捐赠意愿呈现显著的因果关系。

第一，情绪不稳定性特质对个体慈善捐赠意愿产生负向影响，但对慈善捐赠水平没有影响，部分验证了假设 1。具体来分析，情绪不稳定性性格特质具有不安全的预设，特别是在经济决策是更加保守 (Gambetti, 2012) [28]，所以倾向于情绪不稳定性特质的个人，不易产生慈善捐赠行为。而情绪不稳定性特质对于慈善捐赠数额没有影响可能的原因是由于情绪不稳定性这种特质本身比较复杂，一方面情绪不稳定性特质具有保守的特点，同时也具有情绪刺激性行为，难以评估其影响。

第二，外向性特质对个体慈善捐赠行为产生显著的正向影响，外向性每增加一个单位，其慈善捐赠发生概率将增加 6.3%，慈善捐赠水平将增加 0.08 个单位，验证了假设 2。具体来分析，一方面外向型人格积极融入社会，具有较强的社会资本；另外一方面，外向型人格常常有时也容易导致冲动性心理，从而产生冲动性经济行为 (Thompson, 2015) [29]。

第三，开放性特质对个体慈善捐赠行为产生显著的正向影响，开放性每增加一个单位，慈善捐赠行为增加概率为 12.1%，捐赠水平增加 0.05 个单位，验证假设 3。具体来分析，开放的人格特质思想开放，对探索新事物有广泛的兴趣，相较于保守的思想此类性格特质更容易产生捐赠行为；另外一方面，开放的个体被认为与个体的信息搜索行为密切相关 (郭羽, 2016)，所以更容易接触到慈善捐赠的信息，比如当下的互联网公益中的轻松筹平台，以及各类慈善宣传广告。

第四，尽责性特质对个体慈善捐赠行为产生具有显著的正向影响，尽责性特质每增加一个单位，慈善捐赠行为发生的概率将增加 19.7%，捐赠水平将会提高 0.2 个单位，验证假设 4。具体来分析，尽责性人格特质强调个人作为社会和组织的一员，应该做好自己的本职工作，具有较强的责任心和使命感；另外一方面，尽责性人格具有较强的规则认同感，在这种社会慈善氛围下被同化和结构化。

第五，亲和性人格特质对慈善捐赠意愿和水平均没有显著的影响，假设 5 不成立。为了解释此效应的不显著，本研究在控制人口学变量情况下，只纳入亲和性人格这一个核心自变量，发现其对慈善捐赠意愿和水平都是显著的。可能的解释是这说明亲和性人格的作用在一定程度被稀释掉，即在控制其他人格自变量的过程中，亲和性人格并不会对慈善捐赠行为产生影响，而相应的在其他人格特质多重影响下促进慈善捐赠行为的产生，影响其深度和广度。

## 6. 结论与讨论

本研究基于 2018 年的“中国家庭跟踪调查”项目全国调查数据 (CFPS)，将慈善捐赠行为分为慈善捐赠意愿和慈善捐赠水平，分析了个体人格五大人格特质与慈善捐赠行为的关系。研究表明：在控制其他变量的情况下，情绪不稳定性特质弱化了慈善捐赠意愿，但对慈善捐赠水平没有影响。外向性、开放性、尽责性人格特质强化了慈善捐赠意愿，同时会显著提高了慈善捐赠水平。其中，外向性每增加一个单位，其慈善捐赠发生概率将增加 6.3%，慈善捐赠水平将增加 0.08 个单位；开放性每增加一个单位，慈善捐赠行为增加概率为 12.1%，捐赠水平增加 0.05 个单位；尽责性特质每增加一个单位，慈善捐赠行为发生的



概率将增加 19.7%，捐赠水平将会提高 0.2 个单位。而亲和性人格对慈善捐赠行为没有影响，本研究给出的解释是由于人格的复杂性，可能存在稀释作用，具体原因还需继续探讨。

本研究的创新点在于以心理学的视角切入个体慈善捐赠场域，拟拓宽现有的研究框架。在传统的视角下，更多从个体需求及其外部的组织和制度视角展开，一定程度上忽视了个体性格特质的心理状态，本研究试图引入五大人格理论来弥补已有研究的不足。研究发现情绪不稳定特质弱化了慈善捐赠意愿，外向性、开放性、尽责性人格特质强化了慈善捐赠意愿，同时会显著提高了慈善捐赠水平，本文为理解个人心理因素对慈善捐赠行为的效用提供了经验证据。第二是人的因素在行为反应中的中间作用，人的行为既受到行为情境的影响，也受到人的心理特质的影响。由于人格的复杂性，五大人格每个维度对个体行为的影响可能是大相径庭的。考虑到慈善捐赠的形式不断变化，以及信息技术不断变化的特征和功能，值得强调以个人为中心的研究趋势，并尝试个性化慈善捐赠的发展策略，应继续探索可能影响居民用户的慈善参与度和改变慈善组织等募捐机构影响力的个人因素的作用。

本研究的不足在于目前仍属于探索性研究，还未能从数据上考量个性特质与捐赠行为的作用机制。比如个性特质与信任机制、社会资本、信息渠道的相互作用对于慈善捐赠行为的影响，以及其他变量的异质性影响。其次，个体特质是否影响到慈善捐赠渠道，作用机制又是什么，这些都需要细致挖掘。最后，在技术处理上，内生性问题也未得到良好的解决。上述问题都是未来可突破的方向和路径，为其进一步打开理论空间。

## 参考文献

- [1] 杨永娇, 史宇婷, 张东. 个体慈善捐赠行为的代际效应——中国慈善捐赠本土研究的新探索[J]. 社会学研究, 2019, 34(1): 183-209+245.
- [2] 徐延辉, 李志滨. 个人捐赠何以可为: 慈善信息与组织信任的作用机制研究[J]. 社会保障研究, 2020(1): 77-85.
- [3] 高翔, 王三秀. 促进或抑制: 互联网使用与居民慈善捐赠[J]. 经济社会体制比较, 2021(1): 93-105.
- [4] 张进美, 刘武, 林良池. 家庭收支对居民慈善捐赠影响的实证分析——以辽宁省数据为例[J]. 东北大学学报(社会科学版), 2012, 14(4): 339-344.
- [5] 丁美东. 个人慈善捐赠的税收激励分析与政策思考[J]. 当代财经, 2008(7): 29-33.
- [6] 南锐, 汪大海. 慈善环境对我国居民慈善捐赠影响的实证研究——基于 1997-2011 年的数据分析[J]. 当代财经, 2013(6): 34-42.
- [7] 陈天祥, 姚明. 个人捐赠非营利组织的行为影响因素研究——基于广州市的问卷调查[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2012, 42(4): 114-131.
- [8] 赵宝爱. 论政府在慈善捐赠激励机制中的角色定位[J]. 学术界, 2011(10): 155-160+289.
- [9] Andreoni, J. and Vesterlund, L. (2001) Which Is the Fair Sex? Gender Differences in Altruism. *Quarterly Journal of Economics*, **116**, 293-312. <https://doi.org/10.1162/003355301556419>
- [10] Mesch, D.J., Rooney, P.M., Steinberg, K.S. and Denton, B. (2006) The Effects of Race, Gender, and Marital Status on Giving and Volunteering in Indiana. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, **35**, 565-587. <https://doi.org/10.1177/0899764006288288>
- [11] 刘武, 杨晓飞, 张进美. 城市居民慈善行为的群体差异——以辽宁省为例[J]. 东北大学学报(社会科学版), 2010, 12(5): 426-432.
- [12] Heinström, J. (2003) Five Personality Dimensions and Their Influence on Information Behaviour. *Information Research*, **9**.
- [13] 张淑华. 人格特质与行为绩效关系研究[J]. 心理科学, 2002, 25(1): 107+117.
- [14] Goldberg, L.R. (1990) An Alternative “Description of Personality”: The Big-Five Factor Structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, **70**, 820-835. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.6.1216>
- [15] McCrae, R.R. and Costa, P.T. (1987) Validation of the Five-Factor Model of Personality across Instruments and Observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, **52**, 81-90. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.81>

- 
- [16] McCrae, R.R. and Costa, P.T. (1999) A Five Factor Theory of Personality. In: Pervin, L.A. and John, O.P., Eds., *Handbook of Personality: Theory and Research*, 2nd Edition, Guilford Press, New York, 139-153.
- [17] 董伊人, 何健, 高华超. 直销绩效影响因素的实证研究[J]. 经济纵横, 2010(8): 117-121.
- [18] 邓胜利, 杨丽娜. 用户个性特征对信息行为影响的研究进展[J]. 情报理论与实践, 2014, 37(5): 119-123.
- [19] 孙海民. 个性特征对网络学习行为影响研究的关键问题探究[J]. 电化教育研究, 2012, 33(10): 50-55+63.
- [20] 郭羽. 受众的性格特征对其微博使用与社会资本的调节效应研究(英文) [J]. 国际新闻界 2016, 38(7): 163-176.
- [21] 唐春勇, 胡培, 陈宇. 中国企业员工五大人格特性与关联绩效及其维度关系的实证研究[J]. 软科学, 2008, 22(9): 140-144.
- [22] 吴强, 邓峰. 人格类型、人格特质对不确定性决策影响分析[J]. 商业时代, 2013(34): 78-80.
- [23] 王垒, 郑小平, 施俊琦, 刘力. 中国证券投资者的投资行为与个性特征[J]. 心理科学, 2003, 26(1): 24-27.
- [24] 王恩泽, 逯进. 个体心理会影响家庭风险性金融资产选择吗? [J]. 金融发展研究, 2019(6): 22-31.
- [25] Brown, E. (2007) Social Capital and Philanthropy: An Analysis of the Impact of Social Capital on Individual Giving and Volunteering. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, **36**, 85-99. <https://doi.org/10.1177/0899764006293178>
- [26] 高静华. 利他还是交换: 群体视角下慈善动机的影响因素研究[J]. 社会保障评论, 2021, 5(1): 146-159.
- [27] Slyke, D.V. and Brooks, A.C. (2015) Why Do People Give? *American Review of Public Administration*, **35**, 199-222. <https://doi.org/10.1177/0275074005275308>
- [28] Gambetti, E. and Giusberti, F. (2012) The Effect of Anger and Anxiety Traits on Investment Decisions. *Journal of Economic Psychology*, **33**, 1059-1069. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2012.07.001>
- [29] Thompson, E.R. and Prendergast, G.P. (2015) The Influence of Trait Affect and the Five-Factor Personality Model on Impulse Buying. *Personality and Individual Differences*, **76**, 216-221. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.025>