



# 权力距离感 对“生命礼物”赠予的影响

曹倩<sup>1</sup>, 于斌<sup>1</sup>, 王熹<sup>2</sup>

1 南开大学 商学院, 天津 300071

2 天津财经大学 商学院, 天津 300071

**摘要:** 血液作为“生命礼物”, 能否保质保量地及时供应, 直接关乎需血患者的生命安全。在血液供求基本持平的情况下, 近年来中国局部性的“血荒”频频发生。破解“血荒”困局, 保障血液供给和血液安全, 已经成为影响国民身体健康和生命安全的重要社会问题。

基于个体文化价值观视角, 运用实验和调查研究方法, 探究个体权力距离感对献血动机和献血意愿的影响及其内在机制和边界条件。研究1和研究3采用实验方法, 以高校学生作为被试。研究2采用调查研究方法, 以社会人士(非学生)作为被试。研究1操控个体的权力距离感, 实验检验权力距离感对献血动机和献血意愿的影响; 研究2剖析权力距离感对献血动机和献血意愿影响的内在机制; 研究3实验检验权力距离感对献血动机和献血意愿影响的边界条件。

研究1通过实验启动的方式临时操控个体的权力距离感, 发现个体权力距离感与献血动机和献血意愿显著负相关。研究2的调查结果表明, 对于非学生被试, 个体权力距离感对献血动机和献血意愿的负向影响依然显著; 中介效应检验结果表明感知责任起部分中介作用, Bootstrap法统计结果表明感知责任对献血动机和献血意愿的间接效应分别为-0.147和-0.172。研究3通过实验的方式操控个体对采供血组织的感知信任, 发现在个体对采供血组织感知信任度低时, 权力距离感对献血动机和献血意愿具有显著的负向影响; 但在感知信任程度高时, 权力距离感对献血动机和献血意愿的影响并不显著。

研究结果从个体视角验证了权力距离感显著负向影响献血行为, 厘清了其影响机理和边界条件, 具有一定的理论意义。采供血组织应该提高自身的社会公信力, 并侧重发布可以激发个体感知责任的宣传信息, 以招募无偿献血志愿者, 扩大献血者群体。

**关键词:** 权力距离感; 献血动机; 献血意愿; 感知责任; 感知信任

**中图分类号:** F203.9

**文献标识码:** A

**doi:** 10.3969/j.issn.1672-0334.2018.04.010

**文章编号:** 1672-0334(2018)04-0135-13

## 引言

血液作为“生命礼物”, 能否保质保量地及时供应, 直接关乎需血患者的生命安全。据世界卫生组织

披露的数据, 全球每年的献血总量约为1.08亿人次, 高收入国家的献血率为36.8次/千人, 中等收入国家为11.7次/千人, 低收入国家为3.9次/千人, 献

**收稿日期:** 2017-07-06 **修返日期:** 2018-02-19

**基金项目:** 国家自然科学基金(71502121)

**作者简介:** 曹倩, 南开大学商学院博士研究生, 研究方向为战略管理和组织行为等, 代表性学术成果为“The structural characteristics of tourism economic network in Xinjiang province”, 发表在2015年第1期《Computer and Information Science》, E-mail: caoqian93@126.com

于斌, 管理学博士, 南开大学商学院教授, 研究方向为战略管理等, 代表性学术成果为“企业高层次技术人才理念型心理契约对其行为的影响机理研究”, 发表在2012年第2期《科学与科学技术管理》, E-mail: 195524842@qq.com

王熹, 管理学博士, 天津财经大学商学院副教授, 研究方向为组织行为等, 代表性成果为“组织间信任对网络组织效率的影响——基于交易成本和交易收益的双重视角”, 发表在2013年第1期《经济与管理研究》, E-mail: 42457566@qq.com

血率达到10次/千人~30次/千人才能基本满足本国临床用血需求。《国家卫生计生委办公厅关于2016年血液安全技术核查的通报》(卫计委2016年通报)显示,2016年中国共有1400万人次参加无偿献血,献血率为10.5次/千人。虽然中国的献血率已经基本达到世界卫生组织规定的最低标准,但是,一方面,与中等收入国家和高收入国家相比,中国的献血率还相对较低;另一方面,中国的献血量仅占全球每年献血总量的1.296%,这与中国巨大的人口基数形成强烈反差。

在中国血液供求基本持平的情况下,局部的“血荒”频频发生。如2016年春节,江苏、安徽、河南等省的多个城市出现“血荒”,有的医院甚至停掉了80%的择期手术。破解“血荒”困局,保障血液供应和血液安全,已经成为影响国民身体健康和生命安全的重要社会问题。但令人遗憾的是,中国的献血者仍然是少数群体,主要为高校学生、公务员和医务人员,与之相对的则是“沉默的大多数”<sup>[1]</sup>。因此,研究血液的供给及其影响因素,对提高人口献血率、缓解供需矛盾具有深远意义。本研究拟基于个体文化价值观视角,剖析权力距离感对献血动机和献血意愿的影响及其内在机制和边界条件。

## 1 相关研究述评

慈善行为是人们参与公益事业、履行公民责任的重要方式,慈善捐赠和献血是两种最为常见的亲社会行为。虽然捐赠和献血均是亲社会行为的重要体现,但是二者存在明显的差异性。捐赠是给予金钱或物品等“身外之物”,而献血是给予全血、血浆或血细胞成分等“身内之物”。与捐赠者相比,献血者往往需要考虑身体疼痛以及被传染疾病等风险,这些感知风险可能导致献血者需要拥有更强的感知责任和利他偏好。另外,血液作为医学系统中的稀缺资源,是人的生命之源、灵魂元气之代表,具有浓厚的文化意义。“血浓于水”“歃血为盟”“血脉相通”,等等,无不体现出血液承载着丰富的社会文化内涵。也正是基于此,TITMUS<sup>[2]</sup>才把献血看作是一种特殊的礼物馈赠,即“生命礼物”。

TITMUS<sup>[2]</sup>强调应该实行自愿无偿献血制度,并主张政府应该赋予人们“给予的自由和权利”,以鼓励人们的利他主义动机。针对TITMUS<sup>[2]</sup>的观点,现有国外对献血行为的研究主要探讨两个问题:①献血行为是否完全由利他动机驱动;②对献血者进行经济激励是否会挤出利他动机,减少献血行为。

首先,TITMUS<sup>[2]</sup>认为道德需要和利他动机是献血的基础和条件,献血是一种纯利他性行为。然而,一些研究发现献血者会关注献血行为给自身带来的效用体验。LEMMENS et al.<sup>[3]</sup>调查研究发现,有献血意愿的人,预期献血后会获得积极的情绪体验;SOJKA et al.<sup>[4]</sup>直接调查了献血者的献血体验,发现献血者在献血后会有较高的自我满足感。另外一些研究则提供直接的证据表明非纯利他是献血行为的重要

动机。FERGUSON et al.<sup>[5]</sup>比较了献血者的纯利他动机和非纯利他动机,结果表明献血动机、献血意愿和献血行为与个人的满足感显著正相关,而与个人的纯利他感不存在显著的相关关系;FERGUSON et al.<sup>[6]</sup>采用修正的独裁者博弈实验进一步证明非纯利他显著影响个体的献血行为。

其次,TITMUS<sup>[2]</sup>认为对献血者进行经济补偿不利于献血者的献血积极性和血液的安全供给。而ZELIZER<sup>[7]</sup>认为不应该完全反对给予献血者一定的报酬或补偿,关键在于补偿的形式,直接的金钱补偿可能会损害献血者的“公民责任感”,但“金钱符号化”的适当激励是有必要的,如纪念品和茶点等。早期的调查和实验室实验研究为TITMUS<sup>[2]</sup>的观点提供了经验证据。EASTLUND<sup>[8]</sup>调查发现,经济刺激会挤出献血者内在的利他动机,血液的供给安全性也会面临风险;MELLSTRÖM et al.<sup>[9]</sup>实验研究发现,金钱激励和礼品补偿虽然对男性献血行为的影响不显著,但对女性有显著的负向影响。近年来的田野实验研究则为ZELIZER<sup>[7]</sup>的观点提供了经验证据。LACETERA et al.<sup>[10]</sup>研究发现,如果给予意大利献血者10欧元的现金报酬,13%的献血者打算减少或者不再献血;而如果给予等价的代金券,减少或停止献血的比例仅为3.5%。在意大利提供带薪休假1天的激励措施,平均来说,每个献血者年度内会增加一次献血<sup>[11]</sup>。另外,LACETERA et al.<sup>[12]</sup>的自然田野实验发现,在美国进行T恤、优惠券和礼品卡片等非现金激励,可以不同程度地提高献血人次;LACETERA et al.<sup>[13]</sup>总结认为,田野实验研究提供充分的证据表明非现金激励对献血行为有显著的促进作用。但是,对献血行为是否应该进行经济激励,仍没有达成共识,相关的讨论仍在继续<sup>[14-15]</sup>。

中国已有关于献血行为的理论研究还比较匮乏。陈良勇等<sup>[16]</sup>定量研究采供血机构的激励措施、献血者的感知风险、口碑传播对无偿献血者流失行为的影响;余成普<sup>[1]</sup>认为健康风险认知是阻碍中国公民献血的主要因素,并认为这是传统血液文化和历史供血制度的延续产物;余成普<sup>[17]</sup>对单位团体献血运作的过程和机制进行案例研究。除此之外,一些医务从业者通过实地调查,重点考察献血者的人口统计学变量、献血的动机和献血志愿服务体系建设等<sup>[18-20]</sup>。

综上所述,已有研究多关注献血的动机及其可激励献血行为的具体“募捐”方式,很少涉及个体文化价值观对献血行为的影响。文化价值观在人们的认知系统中占据核心地位,它是人们对具体行为模式和生活意义的持久信念<sup>[21-22]</sup>。DE KORT et al.<sup>[23]</sup>发现在国家文化价值观的5个维度中,权力距离显著负向影响血液的供给量。另外,对比HOFSTEDE<sup>[24]</sup>发布的权力距离指数(0~100,分值越高,权力距离越高)和世界卫生组织披露的献血率数据,发现高收入国家(如美国和英国等)的权力距离低,献血率高;而低收入国家(如柬埔寨和刚果等)的权力距离高,献

血率低。这与DE KORT et al.<sup>[23]</sup>的研究结论相一致。

然而,一方面,同一国家不同个体的文化价值观存在异质性,个体的权力距离感与其献血动机和意愿是否存在负相关关系,这一问题尚需进一步地实证检验。另一方面,DE KORT et al.<sup>[23]</sup>的研究已证实权力距离与血液供给量显著负相关,其内在影响机理和边界条件却尚不清楚。厘清个体权力距离感对献血动机和献血意愿的影响机理和边界条件,对于招募无偿献血志愿者、扩大献血者群体具有重要的理论和现实意义。

## 2 理论分析和研究假设

### 2.1 个体权力距离感

权力距离是HOFSTEDE<sup>[25]</sup>提炼出的5个文化价值观维度中的第1个维度,它是指一个国家或社会对权力分配不平等的承认或接受程度。需要注意的是,虽然任何文化中都存在不同程度的权力不平等,但权力距离衡量的并不是真实的权力差异。权力是对他人思想或行为的影响力以及对资源或决策的控制力<sup>[26]</sup>,而权力距离是人们对待权力不平等分配的态度。最初对权力距离的研究主要关注国家或社会层面,这些研究把个体的权力距离与其所在国家的权力距离等同处理。但一些研究发现HOFSTEDE<sup>[25]</sup>的每一个文化价值观维度在同一个国家的不同个体之间均存在较大的差异,并且这些差异对特定情景下个体的行为有显著影响<sup>[27]</sup>,而权力距离在个体水平上也同样存在较大差异。因此,个体的权力距离感逐渐受到学者越来越多的关注。

权力距离感是个体对权力不平等分配的接受或承认程度。需要强调的是,权力距离感不同于个体权力感,个体权力感是个人对自己权力大小的心理感知,是对自己影响他人能力的知觉<sup>[28]</sup>,而权力距离感是个体水平的一个重要文化价值观维度。具体而言,高权力距离感的个体对权力不平等分配的接受度和容忍度较高,而低权力距离感的个体对权力分配不平等有较低的接受度和容忍度。FARH et al.<sup>[29]</sup>把权力距离感引入组织行为研究,发现权力距离感对员工组织支持感与员工工作表现(组织承诺、组织公民行为和工作绩效)之间的关系具有负向调节作用;ZHANG et al.<sup>[30]</sup>把权力距离感引入消费者行为研究,发现高权力距离感的个体拥有较强的自我控制力,表现出较少的冲动消费行为。中国学者对权力距离感的研究主要集中于组织行为视角,如员工进谏行为<sup>[31-33]</sup>、员工幸福感<sup>[34]</sup>和领导者授权行为<sup>[35-36]</sup>。

另外,鉴于已有测量权力距离感的量表信度不足以及仅局限于组织行为研究等缺陷,YOO et al.<sup>[37]</sup>在定性和定量研究的基础上,借鉴HOFSTEDE<sup>[25]</sup>对国家文化的研究,把个体的文化价值观也分为相同的5个维度,并开发了一个具有广泛适用性的个体文化价值观量表,他们开发的量表信度和效度较好,得到广泛地应用。同时,ZHANG et al.<sup>[30]</sup>设计了一个对高

权力距离感和低权力距离感进行启动操控的实验方法,权力距离感操控实验可以直接检验变量之间的因果关系。本研究将采用YOO et al.<sup>[37]</sup>对权力距离感的测量量表和ZHANG et al.<sup>[30]</sup>对权力距离感的操控实验,探讨权力距离感对献血动机和献血意愿的影响机理和边界条件。

### 2.2 个体权力距离感对献血行为的影响

DE KORT et al.<sup>[23]</sup>对欧洲25个国家的文化价值观与血液供给的关系进行调查,发现权力距离显著负向影响血液供给,即高权力距离的国家,血液供给量显著小于低权力距离的国家。他们认为在高权力距离的国家,权力的使用并没有过多的法律约束,权力滥用现象较为普遍,社会等级也比较森严,在这种文化环境下,个体对权力不平等的敏感程度较低,他们更容易接受权力分配不平等,并把不公平视作理所应当,因此个体的献血动机和献血意愿不强;而低权力距离的国家,个体对权力的不平等分配会更加在意,他们无法接受不公平的对待,并且也很可能会公平地对待别人,从而激发献血的积极性。针对权力距离感的组织行为研究也发现,高权力距离感的个体倾向于维持自己在权力关系中的从属地位,对不公平或不平等现象表现得更加包容<sup>[38]</sup>。另外,高权力距离感的个体更为遵从和信任领导者,对领导者的不公正行为会不加批判地接受;当与领导者意见不一致时,高权力距离感的个体为了避免冲突而不愿意向领导者建言,他们更希望在领导者面前扮演一个“好下属”的角色<sup>[39]</sup>。相反,低权力距离感的个体对不平等的接受程度较低,他们会寻找机会努力减少不公平。BLODGETT et al.<sup>[40]</sup>发现低权力距离的国家,个体对他人的利益有较强的道德敏感性,这与低权力距离感的个体持有公平或平等的道德理念相一致;LIN et al.<sup>[41]</sup>认为低权力距离感的员工不愿意接受管理者的不平等对待,辱虐管理行为对他们工作满意度和心理健康的负向影响更强。

除了献血行为跨国文化的比较研究和权力距离感的组织行为研究,个人慈善捐款行为的实证研究认为高权力距离感的个体倾向于接受社会不平等,表现出较少的亲社会行为;而低权力距离感的个体追求平等和公平,他们有较强的感知责任,愿意去帮助别人和减少社会不平等。在国家文化价值观层面,权力距离与国家的慈善捐款水平显著负相关;在个体文化价值观层面,权力距离感显著负向影响个人的慈善捐款意愿,即高权力距离感个体认为每个人在社会层级中都有自己的位置,他们不希望打破原有的社会等级状态,因此对慈善捐款的意愿较低<sup>[42]</sup>。HAN et al.<sup>[43]</sup>进一步发现低权力距离感和低权力感的个体,因对自身权力的感知有限,会与他人建立紧密的联系,对他人的严重依赖性导致个体对他人的关注程度较高,从而有很强的意愿去帮助别人;而高权力距离感和低权力感的个体,他们一方面对自身权力的知觉有限,认为自己改变社会不平等的能力有限,另一方面对权力不平等的接受程度较

高,对改变社会不平等的意愿不强,因此帮助别人的意愿较低。

一些研究对献血的动机进行研究发现,不平等厌恶是献血的重要动机之一。个体的不平等厌恶包括优势不平等厌恶和劣势不平等厌恶<sup>[44]</sup>。如果自己的处境比别人好,为优势不平等,人们会产生内疚感,而帮助别人可以缓解内疚感。FERGUSON<sup>[45]</sup>认为献血者厌恶优势不平等,他们希望献出自己的血液,以挽救需血患者的生命;FRANCE et al.<sup>[46]</sup>进一步指出,献血者对优势不平等的内疚感是驱动献血行为的重要动机。另外,突显“献血者”的角色身份,会增强献血者对减少社会不平等的感知责任,激发他们的献血积极性<sup>[47]</sup>。WHITE et al.<sup>[48]</sup>发现突显“献血者”的角色身份可以显著提高献血动机,而突显“帮助者”的角色身份对献血动机的影响并不显著,他们认为突显特定的角色身份会强化个体对自我概念的认知,诱发个体的不平等厌恶感,因此提高个体的献血动机。

综上所述,高权力距离感的个体对权力分配不平等的接受和承认程度较高,他们对帮助别人和改变社会不平等的感知责任不强;而低权力距离感的个体对权力不平等分配的接受和容忍程度较低,他们对帮助别人和减少社会不平等的感知责任较强。基于此,本研究提出假设。

H<sub>1</sub> 个体的权力距离感与献血动机和献血意愿显著负相关,即高权力距离感的个体,献血动机和献血意愿显著低于低权力距离感的个体。

### 2.3 感知责任的中介作用

感知责任对个体的亲社会行为有决定性作用,潜在帮助者对不幸遭遇者的感知责任是个体做出亲社会行为决策的一个关键因素。高权力距离感的个体,对权力分配不平等的接受和承认程度较高,认为每个人在权力关系中都有其适当的地位,因此对减少社会不平等或不公平的责任感不强。MASSER et al.<sup>[49]</sup>发现献血者的道德义务和道德身份感知显著影响献血动机,其中感知责任起中介作用;LEE et al.<sup>[50]</sup>认为当受助者的不幸遭遇是因自身的不道德行为(如酗酒和抽烟等)导致时,道德身份感知程度低的捐赠者不会显著减少其捐赠行为。

高权力距离感的个体,对不平等或不道德行为的接受度高,道德责任感较为淡薄,这会影响献血动机以及他们对受助者的态度。当个体行为与态度不一致时,会产生认知失调。高权力距离感的个体为了规避认知失调,会更少地去帮助别人,从而与他们对权力不平等的态度和道德责任感相符。而低权力距离感个体,对权力分配不平等的接受程度低,有较强的感知责任去帮助别人,以减少不平等。面对受助者的不幸遭遇或者社会不公平,低权力距离感的个体会体验一定程度的认知失调感,这种失调感激发了他们的感知责任去帮助别人,从而降低社会不平等。如果他们选择不帮助别人,他们会认为自己的道德责任感不高,这与自身的态度和信念不符。

ERLANDSSON et al.<sup>[51]</sup>认为个体对组内群体的感知责任要强于组间,所以个体对组内群体表现得更为慷慨。进一步,ERLANDSSON et al.<sup>[52]</sup>发现当个体对受助者的感知责任高时,如果选择不帮助别人,他们的预期内疚感要高。总之,低权力距离感的个体有很强的感知责任,他们为了规避认知失调和预期内疚感,会积极去帮助别人。

当然,每个人都有一定程度的感知责任去帮助别人,但总的来说,本研究认为个体的权力距离感不同,导致他们对受助者的感知责任不同,即低权力距离感的个体,对帮助别人的感知责任高,可能导致他们的献血动机和献血意愿也高;高权力距离感的个体,对帮助别人的感知责任低,从而献血动机和献血意愿低。基于此,本研究提出假设。

H<sub>2</sub> 感知责任在个体权力距离感与献血动机和献血意愿之间起中介作用。

### 2.4 感知信任的调节作用

HEALY<sup>[53]</sup>认为献血行为是一种嵌入的利他主义,是嵌入于特定组织之中的,采供血组织的文化工作和后勤努力影响献血者特征,产生和维持了利他主义。采供血机构作为非营利的公益性组织,自身的品牌形象和声誉直接影响献血者的感知信任,进而决定了献血动机和献血意愿<sup>[54]</sup>。VENABLE et al.<sup>[55]</sup>认为非营利组织通过本身的特征(如品牌个性)能够传递组织信念和价值观以及建立社会公信力,以促进个体的捐赠行为;侯俊东等<sup>[56]</sup>发现对非营利组织品牌资产和运作绩效的感知显著影响个体的捐赠决策。公信力高的非营利组织,拥有完善的信息披露机制,公众对它的信任度和情感投入高。个体对非营利组织品牌形象的情感投入会诱发其利他动机和感知责任,继而影响捐赠动机和意愿<sup>[57-58]</sup>。而公信力低的非营利组织,运行效率低,缺乏完备的信息披露机制,公众对它不会有过多的情感投入,在此背景下,公众的感知责任感也不高。因此,个体对非营利组织的感知信任显著影响他们帮助别人的责任感。

具体来说,当个体对采供血组织具有高感知信任时,他们相信采供血组织对血液资源的使用效率高,自己献出的血液可以得到公平、合理地使用,这激发了他们帮助别人的感知责任。当个体对采供血组织的感知信任度低时,人们认为血液资源的采集和使用不公开透明,自己献出的血液不能得到充分的利用。此时,高权力距离感的个体对权力不平等的接受度高,并且低感知信任不利于激发他们内心的责任感,导致献血动机和献血意愿不强;而低权力距离感个体自身对权力分配不平等的容忍度低,他们对帮助别人有着较高的内在感知责任,所以当个体对采供血组织的感知信任度低时,权力距离感应该会显著影响献血动机和献血意愿。基于此,本研究提出假设。

H<sub>3</sub> 感知信任调节个体权力距离感与献血动机和献血意愿之间的关系。当个体对采供血组织的感知信任度低时,权力距离感显著影响献血动机和献

血意愿;当个体对采供血组织的感知信任度高时,权力距离感对献血动机和献血意愿的影响不显著。

### 3 研究1

为检验 $H_1$ ,研究1采用心理学中实验启动的方式对个体的权力距离感进行临时性操控。相对于低权力距离感操控组,高权力距离感操控组中的个体会表现出更高的不平等接受度。这种暂时性的权力距离感操控同样会对后续的任务产生影响<sup>[30,59-60]</sup>。

#### 3.1 研究设计和实验过程

##### 3.1.1 被试和实验流程

前测实验于2017年3月5日在天津某大学进行。请21名在校本科生参加了权力距离感操控任务的前测,高权力距离感操控组(11人)中的被试,报告的权力距离感均值显著小于低权力距离感操控组中的被试(10人), $M_{高} = 4.213, M_{低} = 5.484, t = 2.114, p = 0.042$ 。这表明权力距离感操控任务能够成功操控个体的权力距离感,可以应用于正式实验。

正式实验于2017年3月15日至21日在天津某大学进行,139名在校本科生自愿参与本次实验,并在完成实验后获得5元的现金报酬。其中,男性25名(占比17.986%)、女性114名(占比82.014%),年龄分布在19岁~23岁之间,平均年龄为20.513岁。性别和年龄未产生任何显著影响,故在后面的统计分析中不再单独考虑。

研究1采用被试间设计(高权力距离感与低权力距离感),具体的实验过程如下。

(1)将被试随机分配到高权力距离感组(70名)和低权力距离感组(69名),口头告知每组被试实验是完全匿名的,实验结果仅用于学术研究,请被试按问卷的要求和自己的真实情况认真作答。在高权力距离感操控组,被试需要完成6个与社会等级相关的组句子任务,4个与社会等级不相关的组句子任务;而在低权力距离感操控组,被试需要完成6个与社会平等相关的组句子任务,4个与社会平等不相关的组句子任务。组句子任务是让被试将打乱的若干个词语组合成一个连续完整的句子。实验在被试上课之前进行,被试间的前后左右距离均不少于1米,以确保被试在实验过程中不能互相交流和互相干扰。

(2)向被试分别发放权力距离感操控和献血行为问卷,要求被试按顺序依次填写权利距离感操控问卷和献血行为问卷。权力距离感操控问卷包括10个组句子任务和3个操控检验题项。献血行为问卷中,被试需要阅读一段有关X血站的情况介绍,然后报告其献血动机和献血意愿。

(3)请被试填写性别、年龄等人口统计信息方面的题项,然后回收问卷。实验大致持续15分钟,实验结束后,通过微信红包向每名被试支付5元的实验报酬。

##### 3.1.2 变量操控和测量

本研究所有实验材料和量表都取自国外研究,在编译过程中采用翻译和回译的方法。

借鉴ZHANG et al.<sup>[30]</sup>使用的方法操控权力距离感,实验中,要求被试把几个词语组合成一个连贯完整的句子。在高权力距离感操控组,被试完成6个与社会等级相关的组句子任务,分别为“每个人、不平等的、生来是”“社会等级、稳定的社会秩序、需要”“权力不平等、即使、也应该、维持社会秩序”“国家、一个、社会等级、应该有”“社会等级、非常重要、维持”“权力不平等、维持社会秩序、需要”;在低权力距离感操控组,被试完成6个与社会平等相关的组句子任务,分别为“每个人、平等的、生来是”“社会平等、稳定的社会秩序、需要”“平等、社会、需要”“国家、一个、社会平等、需要”“社会平等、非常重要、维持”“权力平等、维持社会秩序、需要”。此外,高权力距离操控组和低权力距离操控组的被试还需要完成4个与社会平等不相关的组句子任务,分别为“骑车、去、学校、他”“是、蓝色的、天空”“母亲、抱着、她的孩子”“钱包、丢了、他把”。10个组句子任务的顺序是随机的。为了检验权力距离感的操控效果,引入3个操控检验题项:“现在,我认为……”“在这一刻,我觉得……”“此时此刻,我赞同……”。操控检验变量采用Likert 7点评分法,1为社会等级重要,7为社会平等重要。本研究中该量表的内部一致性系数为0.953。分值越高,被试的权力距离感越低。

参考WHITE et al.<sup>[48]</sup>的测量方法测量献血动机和献血意愿变量,其中,测量献血动机的题项为“未来3个月内,我打算去X血站献血”,采用Likert 7点评分法,1为非常不同意,7为非常同意;测量献血意愿的题项为“如果我符合献血条件,我愿意去X血站献血”,采用Likert 7点评分法,1为非常不愿意,7为非常愿意。

#### 3.2 研究结果分析

##### 3.2.1 操控检验

独立样本t检验结果表明,低权力距离感操控组的均值为5.982,标准差为1.421;高权力距离感操控组的均值为4.553,标准差为1.923;低权力距离感操控组的均值大于高权力距离感操控组的均值且差异显著, $t = 4.984, p < 0.010$ 。因此,实验对权力距离感变量的操控成功。

##### 3.2.2 假设检验

图1为权力距离感操控对献血动机和献血意愿影响的统计分析。在低权力距离感操控组,对于献血动机, $M_{低} = 4.771, SD = 1.642; M_{高} = 3.526, SD = 1.702$ 。对于献血意愿, $M_{低} = 5.573, SD = 1.662; M_{高} = 4.975, SD = 1.721$ 。低权力距离感操控组的多项数据均显著高于高权力距离感操控组。方差分析结果表明,高权力距离感操控组和低权力距离感操控组在献血动机和献血意愿上存在显著差异,献血动机的 $F(1,138)$ 值为18.966, $p < 0.001$ ;献血意愿的 $F(1,138)$ 为4.257, $p = 0.041$ 。 $H_1$ 得到验证。

#### 3.3 讨论

本研究以心理学实验启动的方式,检验个体权力距离感对献血动机和献血意愿的影响,结果表明,

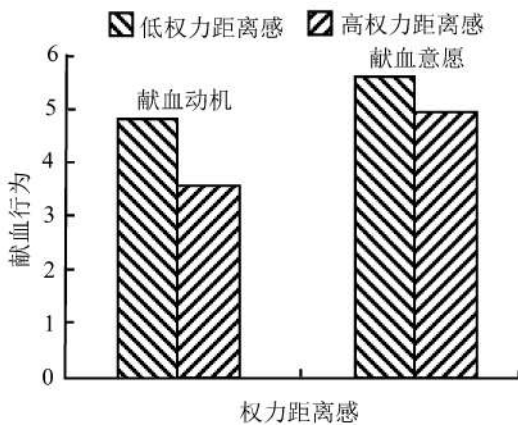


图1 权力距离感操控对献血行为的影响  
Figure 1 Impact of Manipulating Power Distance Belief on Blood Donation Behavior

临时操控权力距离感,会对个体的献血动机和献血意愿产生显著影响,高权力距离感操控组中被试的献血动机和献血意愿显著小于低权力距离感操控组中的被试。

## 4 研究2

研究1结果表明个体权力距离感显著负向影响献血动机和献血意愿。本研究假设感知责任在个体权力距离感与献血动机和献血意愿之间起中介作用,为了检验该假设,研究2随机选取400名被试进行测试。实验法中学生被试的同质性过高,实验结果的外部效度可能不足,为了弥补这个缺陷,研究2选取的样本为社会人士。

### 4.1 研究设计和实验过程

#### 4.1.1 研究对象和取样程序

已有研究发现中国的无偿献血者主要为小于45岁的中青年,尤其是小于25岁的青年人,他们的占比超过一半。WANG et al.<sup>[61]</sup>分析乌鲁木齐、洛阳、昆明、绵阳和柳州5个城市2008年226 489名献血者的人口统计信息,发现45%的献血者的年龄小于25岁,而大于45岁的献血者比例仅为8%。LI et al.<sup>[62]</sup>对广州、南京、沈阳和盐城4个城市2000年至2010年4 366 283名献血者调查显示,94%的献血者小于45岁,52%的献血者小于25岁。

鉴于此,本研究随机选取400名小于45岁的被试进行测试,剔除严重缺失和不匹配的无效数据后,回收有效问卷360份,有效问卷回收率90%。其中,女性241人,占比66.944%;本科学历198人,占比55%;19岁~25岁的青年人212人,占比58.889%;无献血经历的313人,占比86.944%。被试来源于天津、沈阳、乌鲁木齐、南昌和成都5个城市,天津71人,沈阳71人,乌鲁木齐72人,南昌75人,成都71人。采用现场匿名填写问卷的方式,调查时间从2017年3月25日至4月25日,历时1个月。

为避免测量偏差,本研究将权力距离感、感知责任、献血动机和献血意愿3个量表分开测量。被试先

填写1份献血行为问卷(同研究1),在报告完其献血动机和献血意愿后,填写自己的人口统计信息。完成第1份问卷后,向被试发放权力距离感和感知责任问卷,收回2份问卷后,每个被试获得1份价值5元的小礼品。

#### 4.1.2 变量测量

本研究所有量表都取自国外文献,在编译过程中采用翻译和回译的方法。

对献血动机和献血意愿的测量同研究1。

采用YOO et al.<sup>[37]</sup>编制的个体文化价值观量表测量权力距离感,共5个题项,分别为“权力高的人做出的大多数决策不需要咨询权力低的人的意见”“权力高的人应当避免与权力低的人有工作之外的交往”“权力高的人不应该频繁地咨询权力低的人的意见”“权力低的人应该支持权力高的人做出的决策”“权力高的人不应该给权力低的人委托重要的任务”。采用Likert 7点评分法,1为非常不同意,7为非常同意,本研究中该量表的内部一致性系数为0.826。

选取WINTERICH et al.<sup>[42]</sup>编制的量表测量感知责任,共4个题项,分别为“我们不应该帮助我们不认识的人”“帮助别人并不是我的责任”“不应该要求我去帮助我不认识的人”“我觉得不应该由我来帮助别人”。采用Likert 7点评分法,1为非常不同意,7为非常同意,本研究中该量表的内部一致性系数为0.892。数据分析中,对各题项进行重新编码,分值越高,个体的感知责任越强。

改编LEMMENS et al.<sup>[63]</sup>编制的量表测量献血经历,题项为“最近1年,你的献血次数”,采用Likert 7点评分法,1为0次,7为5次以上,分值越高,献血经历越丰富。

除此之外,本研究还测量了被试的人口统计变量,包括性别、年龄和受教育程度。性别为0-1变量,男性取值为0,女性取值为1;年龄为连续变量;受教育程度采用分类变量进行测量,小学及小学以下取值为1,初中取值为2,高中取值为3,专科取值为4,本科取值为5,硕士及以上取值为6。被试所在城市为哑变量。

考虑到被试的人口统计学变量、献血经历及所在城市可能会对献血动机和献血意愿产生影响,所以本研究将它们作为控制变量。

### 4.2 研究结果

权力距离感和感知责任变量的内部一致性系数都达到0.800以上,表1给出变量的描述性统计结果和相关系数。由表1可知,献血动机和献血意愿与权力距离感、感知责任和献血经历均显著相关。权力距离感与感知责任和献血经历显著负相关。所有相关系数均小于0.700,没有出现严重的共线性问题。

表2给出感知责任在权力距离感与献血动机和献血意愿间的中介效应检验结果。模型1检验权力距离感与献血动机之间的关系,模型2在模型1的基础上加入感知责任,模型3检验权力距离感与献血意

**表1 描述性统计结果和相关系数**  
**Table 1 Results for Descriptive Statistics and Correlation Coefficients**

	均值	方差	献血动机	献血意愿	权力距离感	感知责任	献血经历	性别	年龄
献血动机	3.612	1.871	1						
献血意愿	4.914	1.882	0.612***	1					
权力距离感	3.518	1.455	-0.252**	-0.187**	1				
感知责任	5.142	1.262	0.127**	0.251***	-0.261***	1			
献血经历	1.154	0.447	0.246***	0.183***	-0.146*	0.017	1		
性别	0.674	0.079	-0.028	0.114*	-0.213***	0.164***	-0.154*	1	
年龄	24.061	4.832	-0.133**	0.012	0.172***	0.085	-0.039	-0.217***	1
受教育程度	4.953	0.643	-0.012	-0.078	0.037	0.047	-0.017	-0.049	0.125**

注:\*为  $p < 0.100$ , \*\*为  $p < 0.050$ , \*\*\*为  $p < 0.010$ , 双尾检验,下同。

**表2 中介效应检验结果**  
**Table 2 Test Results for Mediating Effect**

变量	献血动机				献血意愿				感知责任	
	模型1		模型2		模型3		模型4		模型5	
	$\beta$ 值	$t$ 值	$\beta$ 值	$t$ 值	$\beta$ 值	$t$ 值	$\beta$ 值	$t$ 值	$\beta$ 值	$t$ 值
权力距离感	-0.148 (0.064)	-2.300**	-0.136 (0.060)	-2.290***	-0.147 (0.064)	-2.321**	-0.132 (0.059)	-2.290**	-0.224 (0.051)	-5.716***
感知责任			0.246 (0.051)	4.551***			0.257 (0.054)	4.425***		
献血经历	0.172 (0.050)	3.521***	0.181 (0.045)	3.959***	0.183 (0.049)	3.572***	0.163 (0.226)	3.962***	0.004 (0.046)	0.933
性别	0.261 (0.182)	1.430	0.235 (0.174)	1.348	0.244 (0.213)	1.324	0.235 (0.174)	1.350	0.420 (0.150)	2.802***
年龄	0.024 (0.018)	1.301	0.026 (0.019)	1.320	0.034 (0.020)	1.311	0.026 (0.196)	1.321	0.041 (0.015)	2.552**
受教育程度	0.036 (0.120)	0.310	0.019 (0.115)	0.172	0.034 (0.142)	0.412	0.019 (0.115)	0.171	0.076 (0.093)	0.411
常数项	4.875 (0.828)	5.890***	3.727 (0.834)	4.468***	4.741 (0.822)	5.657***	3.691 (0.838)	4.400***	4.070 (0.712)	5.751***
所在城市	控制		控制		控制		控制		控制	
调整 $R^2$	0.095		0.145		0.101		0.155		0.120	
$F$ 值	4.290***		6.601***		4.372***		6.861***		5.728***	

注:括号中的数据为稳健标准误,下同。

愿之间的关系,模型4在模型3的基础上加入感知责任,模型5检验权力距离感与感知责任之间的关系。在模型1中,权力距离感的回归系数为-0.148,  $t = -2.300, p < 0.050$ ; 在模型3中,权力距离感的回归系数为-0.147,  $t = -2.321, p < 0.050$ 。H<sub>1</sub>得到验证。这表明对于社会人士,权力距离感对献血动机和献血

意愿的负向影响依然显著存在。

根据温忠麟等<sup>[64]</sup>的研究,验证感知责任在献血动机和献血意愿与权力距离感间起中介效应需要3步:第1步为献血动机和献血意愿对权力距离感的回归分析,权力距离感的回归系数显著;第2步为感知责任对权力距离感的回归系数显著;第3步为献血动

机和献血意愿对权力距离感和感知责任的回归分析,如果权力距离感的回归系数依然显著,则感知责任为部分中介,否则为完全中介。

$H_1$ 已经证实权力距离感显著负向影响献血动机和献血意愿。模型5的回归结果表明权力距离感显著负向影响感知责任, $\beta = -0.224, t = -5.716, p < 0.010$ 。同时加入权力距离感和感知责任变量后,模型2中,权力距离感的回归系数为 $-0.136$ ,与模型1相比,回归系数绝对值变小但依然显著;模型4中权力距离感的回归系数为 $-0.132$ ,与模型3相比,回归系数绝对值变小但依然显著。综上分析可知,感知责任为部分中介变量。 $H_2$ 得到验证。

进一步,通过Bootstrap方法检验感知责任的中介效应,选择Process软件中的模型4,样本容量设定为5000,95%的置信区间<sup>[65]</sup>。统计结果表明,对于献血动机,95%置信区间为 $[-0.206, -0.109]$ ,不包含0,表明权力距离感通过感知责任对献血动机的部分中介效应显著,效应值为 $-0.147$ 。对于献血意愿,95%置信区间为 $[-0.238, -0.130]$ ,不包含0,表明个体权力距离感通过感知责任对献血意愿的部分中介效应显著,效应值为 $-0.172$ 。

在厘清权力距离感影响献血动机和献血意愿的内在机制后,研究3检验可能的边界条件。

## 5 研究3

为检验感知信任对权力距离感与献血动机和献血意愿间关系的调节作用(即 $H_3$ ),研究3对个体的感知信任进行操控。本研究认为,个体对采供血组织具有高感知信任,会激发帮助别人的责任感,权力距离感应该不会显著影响献血动机和献血意愿。相反,个体对采供血组织的感知信任度低,不利于激发内心的感知责任,低权力距离感的个体自身对权力分配不平等的容忍度低,他们对帮助别人有着较高的内在责任感,因此低权力距离感个体比高权力距离感个体的献血动机和献血意愿要强。

### 5.1 研究设计和实验过程

#### 5.1.1 被试和实验过程

请28名天津某大学在校本科生参加感知信任操控任务的前测,高感知信任操控组(14人)中的被试,报告的感知信任均值显著高于低感知信任操控组中的被试(14人), $M_{高} = 4.612, M_{低} = 3.586, t = 4.814, p < 0.010$ 。

正式实验于2017年4月27日至5月4日在天津某大学进行。103名在校本科生自愿参与本次实验,男性45名(占43.689%),女性58名(占56.311%),年龄分布在19岁~26岁之间,平均年龄为20.821岁。性别和年龄并未产生任何显著影响,故在后面的统计分析中不再单独考虑。

研究3采用被试间设计(高感知信任与低感知信任),具体的实验过程如下。

(1)将被试随机分配到高感知信任组(52名)和低感知信任组(51名),口头告知每组被试实验是完全匿

名的,实验结果仅用于学术研究,请被试按问卷的要求和自己的真实情况认真作答。实验在被试上课之后进行,被试间的前后左右距离均不少于1米,以确保被试在实验过程中不能互相交流和互相干扰。

(2)向被试分别发放感知信任操控和权力距离感问卷。感知信任操控问卷包括1篇介绍X血站信息披露情况的报道、2个操控检验题项以及献血动机和献血意愿题项。被试在完成感知信任操控问卷后,填写权力距离感问卷。

(3)请被试填写性别、年龄等人口统计信息方面的题项,然后回收问卷。实验大约持续13分钟,实验结束后,现场向每名被试支付4元的实验报酬。

#### 5.1.2 变量操控和测量

本研究所有实验材料及量表都取自国外文献,在编译过程中采用翻译和回译的方法。

对采供血组织的感知信任操控主要借鉴SHEHU et al.<sup>[54]</sup>使用的操控方法。实验中,被试将阅读1篇关于X血站信息披露情况的报道。具体地,在高感知信任操控组,被试从报道中获得的信息为:X血站及时向社会披露血站的运营情况和血液的使用情况等信息;X血站账目公开、开销透明。在低感知信任操控组,被试获得的信息为:X血站的运营情况和血液的使用情况等信息不会向社会披露;X血站账目不公开、开销不透明。为了检验感知信任的操控效果,引入2个操控检验题项,操控检验变量采用Likert 7点评分法进行测量:“我认为X血站会合理地使用血液资源”,1为非常不同意,7为非常同意;“你对X血站的信任程度”,1为非常不信任,7为非常信任。本研究该量表的内部一致性系数为0.873。

对权力距离感的测量同研究2,研究3中该量表的内部一致性系数为0.764。对献血动机和献血意愿的测量同研究1。

## 5.2 研究结果分析

### 5.2.1 操控检验

独立样本t检验结果显示,在高感知信任操控组,被试的感知信任程度均值为4.862,标准差为1.141;在低感知信任操控组,被试的感知信任程度均值为3.393,标准差为1.512;高感知信任操控组的被试感知信任程度大于低感知信任操控组的被试,且差异显著, $t = 5.575, p < 0.010$ 。因此,实验对采供血组织的感知信任操控成功。

### 5.2.2 假设检验

表3给出感知信任对权力距离感与献血动机和献血意愿的调节作用分析结果。本研究以献血动机和献血意愿为因变量,以权力距离感、感知信任和权力距离感与感知信任的交互项为自变量,采用Spss 19进行回归分析,对权力距离感进行中心化处理,感知信任为0-1变量,低感知信任取值为0,高感知信任取值为1。因变量为献血动机的回归结果表明,回归模型具有统计显著性, $F(3,99) = 2.873, p < 0.050$ ,且不存在多重共线性问题,方差膨胀因子小于2。权力距离感对献血动机的回归系数不显著, $\beta = 0.244$ ,



$t(99) = 0.924, p > 0.100$ ;感知信任对献血动机的回归系数显著,  $\beta = 2.175, t(99) = 2.353, p < 0.050$ ;权力距离感与感知信任交互项的回归系数显著,  $\beta = -0.652, t(99) = -1.953, p < 0.050$ 。进一步,参考SPILLER et al.<sup>[66]</sup>和方杰等<sup>[67]</sup>提出的闪光灯检验方法,采用Process语句进行简单效应分析,统计结果表明,在感知信任程度低的情况下,权力距离感对献血动机具有显著的负向影响,  $\beta = -0.424, t(99) = -2.221, p < 0.050$ ;但在感知信任程度高的情况下,权力距离感对献血动机的影响并不显著,  $\beta = 0.246, t(99) = 0.833, p > 0.100$ 。

表3 调节效应检验结果

Table 3 Test Results for Moderating Effect

变量	献血动机		献血意愿	
	$\beta$ 值	$t$ 值	$\beta$ 值	$t$ 值
权力距离感	0.244 (0.051)	0.924	0.241 (0.042)	0.923
感知信任	2.175 (0.043)	2.353**	2.582 (0.031)	2.851***
权力距离感 × 感知信任	-0.652 (0.033)	-1.953**	-0.751 (0.045)	-2.263**
常数项	2.317 (0.621)	5.603***	2.752 (0.742)	5.831***
调整 $R^2$	0.131		0.174	
$F$ 值	2.873**		3.662**	

因变量为献血意愿的回归结果表明,回归模型具有统计显著性,  $F(3,99) = 3.662, p < 0.050$ ,且不存在多重共线性问题,方差膨胀因子小于2。权力距离感对献血意愿的回归系数不显著,  $\beta = 0.241, t(99) = 0.923, p > 0.100$ ;感知信任对献血意愿的回归系数显著,  $\beta = 2.582, t(99) = 2.851, p < 0.010$ ;权力距离感与感知信任交互项的回归系数显著,  $\beta = -0.751, t(99) = -2.263, p < 0.050$ 。采用Process语句进行简单效应分析,统计结果表明,在感知信任程度低的情况下,权力距离感对献血意愿具有显著的负向影响,  $\beta = -0.372, t(99) = -1.786, p < 0.100$ ;但在感知信任程度高的情况下,权力距离感对献血意愿的影响并不显著,  $\beta = 0.314, t(99) = 1.372, p > 0.100$ 。

综上所述,感知信任对个体权力距离感与献血动机和献血意愿之间的关系具有显著负向调节作用。在个体对采供血组织感知信任度低时,权力距离感对献血动机和献血意愿具有显著的负向影响,但在感知信任程度高时,权力距离感对献血动机和献血意愿的影响并不显著。 $H_3$ 得到验证。

### 5.3 讨论

本研究结果表明,个体对采供血组织的感知信任负向调节权力距离感与献血动机和献血意愿之间

的关系。当采供血组织的公信力高时,会激发个体的感知责任去帮助别人,权力距离感对个体献血动机和献血意愿的影响不显著。这与本研究的理论分析一致,即个体感知信任在权力距离感与献血动机和献血意愿之间起调节作用。

## 6 结论

### 6.1 研究结果和理论贡献

本研究通过3个实验剖析个体权力距离感对献血动机和献血意愿的影响及其内在机制和边界条件,3个实验从不同方面验证本研究的3个假设。

(1)从个体视角验证权力距离感与献血行为存在负相关关系,即高权力距离感的个体对权力分配不平等的接受度和容忍度较高,他们的献血动机和献血意愿较低;而低权力距离感的个体对权力不平等的接受度和容忍度较低,他们的献血动机和献血意愿较高。

已有研究证实个体权力距离感与捐赠行为显著负相关<sup>[42-43]</sup>,但捐赠与献血行为存在差异性,本研究证实权力距离感对献血行为具有负向影响。本研究从个体视角,进一步探索权力距离感与献血动机和献血意愿的关系,为未来个体权力距离感与献血行为研究提供了一种思路。

(2)厘清了权力距离感影响献血动机和献血意愿的内在机理。本研究不仅证实了个体的权力距离感显著负向影响献血动机和献血意愿,还发现其潜在机制在于不同权力距离感的个体对改变不平等的感知责任有所差异。面对不平等,高权力距离感的个体有较低的感知责任去帮助别人,而低权力距离感的个体帮助别人的内在责任感较高。

已有感知责任研究虽然关注其对帮助别人的影响<sup>[51-52]</sup>,但鲜有研究关注它对献血行为的影响。献血往往涉及献血者的身体疼痛和风险感知,这些因素导致献血者需要拥有更多的情感投入和利他偏好。根据本研究的结果,感知责任作为一种内在的主观体验在某种程度上促进了个体的献血动机和献血意愿,这一发现补充了已有研究对献血行为的影响因素及其内在机制研究。

(3)本研究引入感知信任这一边界条件,发现感知信任负向调节权力距离感与献血动机和献血意愿之间的关系。当个体对采供血组织的感知信任被激发时,权力距离感对个体献血动机和献血意愿的影响不显著。研究表明,权力距离感对献血行为的负向影响依赖于个体对采供血组织的感知信任,在高感知信任的条件下,权力距离感不会影响个体的献血行为。

### 6.2 管理启示和政策建议

近年来,中国的“血荒”现象日趋严重,血液短缺成为常态,已经演变为长期性和普遍性的社会问题。血液作为“身内之物”,必须依靠人体捐赠,研究人血的供给及其制约因素对于促进采供血组织开展无偿献血者招募工作具有重要指导意义。

(1)采供血组织必须提高自身的社会公信力,保证信息的公开和真实,让献血及其用血在“阳光”下运行。个体对采供血组织的感知信任负向调节权力距离感与献血动机和献血意愿之间的关系。因此,提高采供血组织的公信力,不仅可以强化低权力距离感个体的内在责任感,还可以激发高权力距离感个体的感知责任,从而弱化权利距离感对献血动机和献血意愿的负向影响。采供血组织应该及时向社会公众披露血液的采集和使用信息,严格落实中国《献血法》规定的用血返还政策,杜绝出现献血容易报销难和献血容易用血难的现象。

(2)采供血组织在招募无偿献血者的过程中,应该侧重于发布可以激发个体感知责任的宣传信息。根据本研究结论,感知责任在个体权力距离感与献血动机和献血意愿间起部分中介作用,高权力距离感的个体对改变社会不平等或不公平的感知责任较低,如果采供血组织发布的招募信息强调责任感,可能会激发高权力距离感个体的感知责任<sup>[68]</sup>。

### 6.3 研究局限和研究展望

(1)本研究发现,感知责任在个体权力距离感与献血动机和献血意愿间起部分中介作用,但没有进一步探讨其他的中介变量,如不平等厌恶和内疚等。献血是自愿无偿的,献血者在决定献血时需要克服自身的焦虑和害怕感。因此,献血行为往往需要人们拥有更高的感知责任。本研究推测权力距离感影响献血行为的可能性路径为:权力距离感-感知责任-内疚感-献血行为,而不平等厌恶则起调节作用。未来研究可以对此进行进一步实证检验。

(2)本研究发现个体对采供血组织的感知信任在权力距离感与献血行为间起调节作用,但是本研究并没有检验其他可能的调节变量<sup>[69]</sup>。现实中,当遭遇突发性事件或自然灾害时,大量人群涌入血站积极献血,但是血液的保存期有限,这就造成了巨大的资源浪费。与此相对的是,在没有突发状况的情况下,季节性和结构性的“血荒”频发,其中的内在机理可能是,突发事件激发了个体的感知责任,进而提高了他们的献血积极性。未来研究可以进一步探讨突发事件的调节作用。

(3)本研究仅探讨了个体文化价值观中的一个维度(即权力距离感)对献血行为的影响,但不确定性规避、男性与女性主义、个体与集体主义、长期与短期导向等维度也可能会影响个体的献血行为。另外,文化价值的不同维度可能会对个体献血行为存在交互影响。未来研究可进一步厘清文化价值观的不同维度对献血行为的交互影响。

### 参考文献:

- [1] 余成普. 生命的礼物: 读蒂特马斯《礼物关系: 从人血到社会政策》. *社会学研究*, 2010, 25(1): 228-242.  
YU Chengpu. Gift of life: reading R. M. Titmuss《the gift relationship: from human blood to social policy》. *Sociological Studies*, 2010, 25(1): 228-242. (in Chinese)
- [2] TITMUS R M. *The gift relationship: from human blood to social policy*. New York: Pantheon, 1970: 256-300.
- [3] LEMMENS K P, ABRAHAM C, HOEKSTRA T, et al. Why don't young people volunteer to give blood? An investigation of the correlates of donation intentions among young non-donors. *Transfusion*, 2005, 45(6): 945-955.
- [4] SOJKA B N, SOJKA P. The blood-donation experience: perceived physical, psychological and social impact of blood donation on the donor. *Vox Sanguinis*, 2003, 84(2): 120-128.
- [5] FERGUSON E, FARRELL K, LAWRENCE C. Blood donation is an act of benevolence rather than altruism. *Health Psychology*, 2008, 27(3): 327-336.
- [6] FERGUSON E, TAYLOR M J, KEATLEY D, et al. Blood donors' helping behavior is driven by warm glow: more evidence for the blood donor benevolence hypothesis. *Transfusion*, 2012, 52(10): 2189-2200.
- [7] ZELIZER V A. The social meaning of money: "special monies". *American Journal of Sociology*, 1989, 95(2): 342-377.
- [8] EASTLUND T. Monetary blood donation incentives and the risk of transfusion-transmitted infection. *Transfusion*, 1998, 38(9): 874-882.
- [9] MELLSTRÖM C, JOHANNESSEN M. Crowding out in blood donation: was Titmuss right?. *Journal of the European Economic Association*, 2008, 6(4): 845-863.
- [10] LACETERA N, MACIS M. Do all material incentives for pro-social activities backfire? The response to cash and non-cash incentives for blood donations. *Journal of Economic Psychology*, 2010, 31(4): 738-748.
- [11] LACETERA N, MACIS M. Time for blood: the effect of paid leave legislation on altruistic behavior. *The Journal of Law, Economics, & Organization*, 2013, 29(6): 1384-1420.
- [12] LACETERA N, MACIS M, SLONIM R. Rewarding volunteers: a field experiment. *Management Science*, 2014, 60(5): 1107-1129.
- [13] LACETERA N, MACIS M, SLONIM R. Economic rewards to motivate blood donations. *Science*, 2013, 340(6135): 927-928.
- [14] DHINGRA N. In defense of WHO's blood donation policy. *Science*, 2013, 342(6159): 691-692.
- [15] LACETERA N, MACIS M, SLONIM R. The value of incentives in blood donation - response. *Science*, 2013, 341(6142): 129.
- [16] 陈良勇, 马祖军. 无偿献血者流失行为影响机制研究. *管理评论*, 2015, 27(11): 151-160.  
CHEN Liangyong, MA Zujun. Churn determinants of non-remunerated blood donors. *Management Review*, 2015, 27(11): 151-160. (in Chinese)
- [17] 余成普. 单位团体献血运作的过程与机制: 以北京市T大学为个案. *社会*, 2010, 30(2): 116-143.  
YU Chengpu. The operation process and mechanism of group blood donation in danwei: a case study of University T in Beijing. *Chinese Journal of Sociology*, 2010, 30(2): 116-143. (in Chinese)
- [18] 李翠莹, 游协丹, 练树辉, 等. 大学生无偿献血认知及动机调查分析. *中国输血杂志*, 2013, 26(9): 786-787.  
LI Cuiying, YOU Xiedan, LIAN Xuhui, et al. Study on the cognition and motivation of blood donation in college

- students. *Chinese Journal of Blood Transfusion*, 2013, 26 (9):786-787. (in Chinese)
- [19] 郑荣刚,张鸣弟,靖春旭. 影响无偿献血因素的调查. *中国输血杂志*, 2014, 27(11):1236-1238.  
ZHENG Ronggang, ZHANG Mingdi, JING Chunxu. An investigation of factors that effected unpaid blood donation. *Chinese Journal of Blood Transfusion*, 2014, 27(11):1236-1238. (in Chinese)
- [20] 宫本兰,高勇,于森,等. 献血者服务满意度调查分析. *中国输血杂志*, 2015, 28(11):1399-1400.  
GONG Benlan, GAO Yong, YU Miao, et al. Analysis on the survey for blood donors' satisfaction. *Chinese Journal of Blood Transfusion*, 2015, 28(11):1399-1400. (in Chinese)
- [21] 俞新天. 中国文化价值观的构建与传播. *国际问题研究*, 2011(6):5-19.  
YU Xintian. The construction and spread of Chinese cultural value. *International Studies*, 2011(6):5-19. (in Chinese)
- [22] 潘煜,高丽,张星,等. 中国文化背景下的消费者价值观研究:量表开发与比较. *管理世界*, 2014(4):90-106.  
PAN Yu, GAO Li, ZHANG Xing, et al. Research on consumer values in the context of Chinese culture: scale development and comparison. *Management World*, 2014(4):90-106. (in Chinese)
- [23] DE KORT W, WAGENMANS E, VAN DONGEN A, et al. Blood product collection and supply: a matter of money?. *Vox Sanguinis*, 2010, 98(3):e201-e208.
- [24] HOFSTEDE G. Hierarchical power distance in forty countries // LAMMERS C J, HICKSON D J. *Organizations Alike and Unlike*. London: Routledge and Kegan Paul, 2013:97-119.
- [25] HOFSTEDE G. *Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2001:87-126.
- [26] KELTNER D, GRUENFELD D H, ANDERSON C. Power, approach, and inhibition. *Psychological Review*, 2003, 110(2):265-284.
- [27] KIRKMAN B L, SHAPIRO D L. The impact of cultural values on job satisfaction and organizational commitment in self-managing work teams; the mediating role of employee resistance. *Academy of Management Journal*, 2001, 44(3):557-569.
- [28] ANDERSON C, JOHN O P, KELTNER D. The personal sense of power. *Journal of Personality*, 2012, 80(2):313-344.
- [29] FARH J L, HACKETT R D, LIANG J. Individual-level cultural values as moderators of perceived organizational support-employee outcome relationships in China: comparing the effects of power distance and traditionality. *Academy of Management Journal*, 2007, 50(3):715-729.
- [30] ZHANG Y L, WINTERICH K P, MITTAL V. Power distance belief and impulsive buying. *Journal of Marketing Research*, 2010, 47(5):945-954.
- [31] 周建涛,廖建桥. 权力距离导向与员工建言:组织地位感知的影响. *管理科学*, 2012, 25(1):35-44.  
ZHOU Jiantao, LIAO Jianqiao. Effects of perceived organizational status on the relationship between power distance orientation and employee voice. *Journal of Management Science*, 2012, 25(1):35-44. (in Chinese)
- [32] 张燕红,廖建桥. 团队真实型领导、新员工反馈寻求行为与社会化结果. *管理科学*, 2015, 28(2):126-136.  
ZHANG Yanhong, LIAO Jianqiao. Team authentic leadership, newcomer feedback-seeking behavior and socialization outcomes. *Journal of Management Science*, 2015, 28(2):126-136. (in Chinese)
- [33] 马粤娟,严鸣,黄国华. 团队群体性组织偏差行为的产生机制. *管理科学*, 2016, 29(3):59-70.  
MA Yuexian, YAN Ming, HUANG Guohua. The formation of group collective organizational deviance. *Journal of Management Science*, 2016, 29(3):59-70. (in Chinese)
- [34] 郑晓明,刘鑫. 互动公平对员工幸福感的影响:心理授权的中介作用与权力距离的调节作用. *心理学报*, 2016, 48(6):693-709.  
ZHENG Xiaoming, LIU Xin. The effect of interactional justice on employee well-being: the mediating role of psychological empowerment and the moderating role of power distance. *Acta Psychologica Sinica*, 2016, 48(6):693-709. (in Chinese)
- [35] 韦慧民,龙立荣. 认知与情感信任、权力距离感和制度控制对领导授权行为的影响研究. *管理工程学报*, 2011, 25(1):10-17.  
WEI Huimin, LONG Lirong. The effect of cognition-and-effect-based trust, power distance and system control on leader empowering behavior. *Journal of Industrial Engineering and Engineering Management*, 2011, 25(1):10-17. (in Chinese)
- [36] 唐汉瑛,龙立荣,周如意. 谦卑领导行为与下属工作投入:有中介的调节模型. *管理科学*, 2015, 28(3):77-89.  
TANG Hanying, LONG Lirong, ZHOU Ruyi. Humble leadership behavior and subordinates' work engagement: a mediated moderation model. *Journal of Management Science*, 2015, 28(3):77-89. (in Chinese)
- [37] YOO B, DONTU N, LENARTOWICZ T. Measuring Hofstede's five dimensions of cultural values at the individual level: development and validation of CVSCALE. *Journal of International Consumer Marketing*, 2011, 23(3/4):193-210.
- [38] LIAN H W, FERRIS D L, BROWN D J. Does power distance exacerbate or mitigate the effects of abusive supervision? It depends on the outcome. *Journal of Applied Psychology*, 2012, 97(1):107-123.
- [39] BOTERO I C, DYNE L V. Employee voice behavior: interactive effects of LMX and power distance in the United States and Colombia. *Management Communication Quarterly*, 2009, 23(1):84-104.
- [40] BLODGETT J, LU L C, ROSE G M, et al. Ethical sensitivity to stakeholder interests: a cross-cultural comparison. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2001, 29(2):190-202.
- [41] LIN W P, WANG L, CHEN S T. Abusive supervision and employee well-being: the moderating effect of power distance orientation. *Applied Psychology*, 2013, 62(2):308-329.
- [42] WINTERICH K P, ZHANG Y L. Accepting inequality deters responsibility: how power distance decreases charitable behavior. *Journal of Consumer Research*, 2014, 41(2):274-293.
- [43] HAN D, LALWANI A K, DUHACHEK A. Power distance be-

- lief, power, and charitable giving. *Journal of Consumer Research*, 2017, 44(1):182-195.
- [44] FEHR E, SCHMIDT K M. A theory of fairness, competition, and cooperation. *The Quarterly Journal of Economics*, 1999, 114(3):817-868.
- [45] FERGUSON E. Mechanism of altruism approach to blood donor recruitment and retention; a review and future directions. *Transfusion Medicine*, 2015, 25(4):211-226.
- [46] FRANCE C R, KOWALSKY J M, FRANCE J L, et al. The blood donor identity survey; a multidimensional measure of blood donor motivations. *Transfusion*, 2014, 54(8):2098-2105.
- [47] BEDNALL T C, BOVE L L, CHEETHAM A, et al. A systematic review and meta-analysis of antecedents of blood donation behavior and intentions. *Social Science & Medicine*, 2013, 96:86-94.
- [48] WHITE K M, POULSEN B E, HYDE M K. Identity and personality influences on donating money, time, and blood. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 2016, 46(2):372-394.
- [49] MASSER B M, WHITE K M, HYDE M K, et al. Predicting blood donation intentions and behavior among Australian blood donors; testing an extended theory of planned behavior model. *Transfusion*, 2009, 49(2):320-329.
- [50] LEE S, WINTERICH K P, ROSS W T. I'm moral, but I won't help you; the distinct roles of empathy and justice in donations. *Journal of Consumer Research*, 2014, 41(3):678-696.
- [51] ERLANDSSON A, BJÖRKLUND F, BÄCKSTRÖM M. Emotional reactions, perceived impact and perceived responsibility mediate the identifiable victim effect, proportion dominance effect and in-group effect respectively. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2015, 127:1-14.
- [52] ERLANDSSON A, JUNGSTRAND A Å, VÄSTFJÄLL D. Anticipated guilt for not helping and anticipated warm glow for helping are differently impacted by personal responsibility to help. *Frontiers in Psychology*, 2016, 7:1-19.
- [53] HEALY K. Embedded altruism; blood collection regimes and the European Union's donor population. *American Journal of Sociology*, 2000, 105(6):1633-1657.
- [54] SHEHU E, BECKER J U, LANGMAACK A C, et al. The brand personality of nonprofit organizations and the influence of monetary incentives. *Journal of Business Ethics*, 2016, 138(3):589-600.
- [55] VENABLE B T, ROSE G M, BUSH V D, et al. The role of brand personality in charitable giving; an assessment and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2005, 33(3):295-312.
- [56] 侯俊东, 杜兰英. 影响个人捐赠决策的感知特性及其维度结构: 基于中国的实证经验. *公共管理学报*, 2011, 8(2):109-118.
- HOU Jundong, DU Lanying. Perceptual characteristics and its dimension structure influencing individual donation decision; based on Chinese empirical evidence. *Journal of Public Management*, 2011, 8(2):109-118. (in Chinese)
- [57] 蒋晶. 影响我国个人捐赠者捐赠决策过程的心理机制: 基于情感适应理论的实证研究. *中国软科学*, 2014(6):44-57.
- JIANG Jing. The mechanism affecting donation decision making process: an emotional adaptation perspective. *China Soft Science*, 2014(6):44-57. (in Chinese)
- [58] 苏媛媛, 石国亮. 居民慈善捐赠影响因素分析: 基于全国五大城市的调查分析. *社会科学研究*, 2014(3):111-115.
- SU Yuanyuan, SHI Guoliang. Analysis on the influence factors of the residents' charitable donation; based on the survey study of the five big cities in China. *Social Science Research*, 2014(3):111-115. (in Chinese)
- [59] 韦夏, 涂荣庭, 周志民. “准忠诚计划”失败对顾客满意的影响. *管理科学*, 2017, 30(3):110-121.
- WEI Xia, TU Rungting, ZHOU Zhimin. Effect of the failed “quasi-loyalty program” on customer satisfaction. *Journal of Management Science*, 2017, 30(3):110-121. (in Chinese)
- [60] 聂春艳, 宋晓兵, 孟佳佳. 环境气味对消费者产品评价和购买意向的影响研究. *管理科学*, 2016, 29(5):93-105.
- NIE Chunyan, SONG Xiaobing, MENG Jiajia. The influence of ambient scent on consumers' product evaluation and purchase intention. *Journal of Management Science*, 2016, 29(5):93-105. (in Chinese)
- [61] WANG J X, GUO N, GUO X M, et al. Who donates blood at five ethnically and geographically diverse blood centers in China in 2008. *Transfusion*, 2010, 50(12):2686-2694.
- [62] LI C Q, XIAO X P, YIN H M, et al. Prevalence and prevalence trends of transfusion transmissible infections among blood donors at four Chinese regional blood centers between 2000 and 2010. *Journal of Translational Medicine*, 2012, 10(1):176-186.
- [63] LEMMENS K P H, ABRAHAM C, RUITER R A C, et al. Modelling antecedents of blood donation motivation among non-donors of varying age and education. *British Journal of Psychology*, 2010, 100(1):71-90.
- [64] 温忠麟, 叶宝娟. 中介效应分析: 方法和模型发展. *心理科学进展*, 2014, 22(5):731-745.
- WEN Zhonglin, YE Baojuan. Analyses of mediating effects: the development of methods and models. *Advances in Psychological Science*, 2014, 22(5):731-745. (in Chinese)
- [65] HAYES A F. *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis*. New York, NY: The Guilford Press, 2013:89-136.
- [66] SPILLER S A, FITZSIMONS G J, LYNCH J G, et al. Spotlights, floodlights, and the magic number zero; simple effects tests in moderated regression. *Journal of Marketing Research*, 2013, 50(2):277-288.
- [67] 方杰, 温忠麟, 梁东梅, 等. 基于多元回归的调节效应分析. *心理科学*, 2015, 38(3):715-720.
- FANG Jie, WEN Zhonglin, LIANG Dongmei, et al. Moderation effect analyses based on multiple liner regression. *Journal of Psychological Science*, 2015, 38(3):715-720. (in Chinese)
- [68] 刘海建. 制度环境、组织冗余与捐赠行为差异: 在华中外资企业捐赠动机对比研究. *管理评论*, 2013, 25(8):77-91.

LIU Haijian. Institutional environment, organizational slack and behaviors difference: an empirical study of comparison between local and foreign donor's motivation. *Management Review*, 2013, 25(8): 77-91. (in Chinese)

[69] 尹进, 胡祥培, 郑毅. 基于主观逻辑方法的消费者多源

信任融合模型. *管理科学*, 2017, 30(3): 75-82.

YIN Jin, HU Xiangpei, ZHENG Yi. Consumers' multi-source trust fusion model based on the subjective logic. *Journal of Management Science*, 2017, 30(3): 75-82. (in Chinese)

## Impacts of Power Distance Belief on Donation of “Gift of Life”

CAO Qian<sup>1</sup>, YU Bin<sup>1</sup>, WANG Xi<sup>2</sup>

1 Business School, Nankai University, Tianjin 300071, China

2 Business School, Tianjin University of Finance and Economics, Tianjin 300071, China

**Abstract:** As a “gift of life”, whether the blood can be supplied in a timely manner is directly related to life safety of the patients. In the case of the basic balance of blood supply and blood demand, the regional “blood shortage” in China has frequently occurred in recent years. Solving the “blood shortage” and keeping the blood supply sufficient and safe have become an important social problem which is affecting the health and life safety of the national people.

From the perspective of individual cultural values, this study, by using the method of experiment and survey research, explores the effect of the power distance belief on the blood donation intention and blood donation willingness as well as its internal mechanism and boundary conditions. The first study and the third study use the method of experiment and recruit college students as subjects while the second study uses the method of survey research and recruit non-student as subjects.

The experiment of the first study temporarily manipulates individual's power distance belief by method of experimental priming, and finds that individual power distance belief is significantly negative correlated with the blood donation intention and blood donation willingness. The survey of the second study reveals that the negative correlation between power distance belief and blood donation intention and blood donation willingness is still significant for non-student subjects; Importantly, the perceived responsibility is partly mediated the power distance belief and blood donation behavior, and the results of the Bootstrap statistics show that the indirect effect of perceived responsibility on blood donation intention and blood donation willingness is  $-0.147$  and  $-0.172$  respectively. The experiment of the third study manipulates individual perception trust about the blood collection agencies, and finds that when the individual perception trust is low, the negative effect of the power distance belief on blood donation intention and blood donation willingness is significant; while it is not significant when individual perceived trust about the blood collection agencies is high.

This study has certain theoretical contributions by demonstrating power distance belief has a significantly negative influence on the blood donation behavior from the individual point of view, and clarifying the influence of internal mechanism and boundary conditions. This study also indicates that blood donation agency can recruit blood donation volunteer as well as expand the voluntary blood donation volunteer group by improving its own social credibility and focusing on the dissemination of information that can stimulate the individual perception responsibility.

**Keywords:** power distance belief; blood donation intention; blood donation willingness; perceived responsibility; perceived trust

**Received Date:** July 6<sup>th</sup>, 2017      **Accepted Date:** February 19<sup>th</sup>, 2018

**Funded Project:** Supported by the National Natural Science Foundation of China (71502121)

**Biography:** CAO Qian is a Ph. D candidate in the Business School at Nankai University. Her research interests include strategic management and organizational behavior. Her representative paper titled “The structural characteristics of tourism economic network in Xinjiang province” was published in the *Computer and Information Science* (Issue 1, 2015). E-mail: caoqian93@126.com

YU Bin, doctor in management, is a professor in the Business School at Nankai University. His research interest focuses on strategic management. His representative paper titled “The mechanism research of ideological psychological contract and performance in high-level scientific and technological person” was published in the *Science of Science and Management of S. & T.* (Issue 2, 2012). E-mail: 195524842@qq.com

WANG Xi, doctor in management, is an associate professor in the Business School at Tianjin University of Finance and Economics. Her research interest focuses on organizational behavior. Her representative paper titled “Impact of interfirm trust on network organizational efficiency under transaction cost and transaction income perspective” was published in the *Research on Economics and Management* (Issue 1, 2013). E-mail: 42457566@qq.com

□