



Copyright © 2019 T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı

<http://genclikarastirmalari.gsb.gov.tr/>

Gençlik Araştırmaları Dergisi • Aralık 2019 • 7(Özel Sayı) • 77-91

ISSN 2147-8473

Başvuru | 18 Ekim 2019

Kabul | 27 Ekim 2019

İşlevsel Yaklaşım ile Gönüllülük Motivasyonlarının İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Ümit Doğrul*

Öz

Giderek artan sosyal sorunlar ve bu sorunlara ilişkin sürdürülebilir çözüm beklentisi gönüllü kuruluşlara duyulan ihtiyacın her geçen gün daha da artmasına neden olmaktadır. Bu durum farklı toplumsal ihtiyaçları giderebilecek yeni gönüllü kuruluşların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Özellikle bu organizasyonlarda görev alacak gönüllüler bulmak organizasyonların amaçlarına ulaşması ve devamlılığının olması açısından önem arz etmektedir. Son yıllarda sosyal pazarlama kavramının da önem kazanmasıyla birlikte bu organizasyonların hem ihtiyaç sahiplerine hem de gönüllülere ulaşması için çalışmalar yapılmakta ve çözüm önerileri geliştirilmektedir. Bu çalışmanın amacı da, üniversite öğrencilerinin toplum yararına olan projelerde gönüllü olma niyetlerine etki eden motivasyon faktörlerini ortaya çıkarmaktır. Çalışmada ayrıca gönüllülük niyetinin yaşam tatmini üzerindeki etkisi de incelenmektedir. Bu doğrultuda 320 öğrenciye anket uygulanmıştır. Analizler sonucunda kariyer işlevi dışında motivasyon işlev envanter boyutlarının gönüllülük niyetini olumlu etkilediği belirlenmiştir. Gönüllülük niyetinin de yaşam tatminini olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Pazarlama, Gönüllülük, Gönüllü İşlev Envanteri, Gönüllülük Niyeti, Yaşam Tatmini.

* Dr. Öğr. Üyesi, Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, udogrul@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4795-3170

Abstract

Increasing social problems and the expectation for sustainable solutions to these problems cause the need for voluntary organizations to increase day by day. This situation prepared the ground for the emergence of new voluntary organizations that could meet different social needs. Particularly, finding volunteers to take part in these organizations is important in terms of achieving the objectives and continuity of the organizations. In recent years, with the increasing importance of the concept of social marketing, these organizations are working to reach both the needy and the volunteers and solutions are developed. The aim of this study is to reveal the factors that affect university students' intention to volunteer in disability projects from a functional point of view. In addition, the effect of volunteering intent on life satisfaction was also investigated. In this direction, 320 university students were surveyed. As a result of the analyzes, it was determined that the dimensions of motivation function inventory affect the volunteer intention positively except career function. Volunteer intention has also positively affected life satisfaction.

Keywords: Social Marketing, Volunteering, Volunteer Function Inventory, Volunteer Intention, Life Satisfaction.

Yükseköğretimde Engelsiz Ufuklar Çalıştayı ve Engelsiz Üniversiteler Ödül Töreni Raporu (2019)'na göre, Türkiye'deki üniversitelerde eğitim gören engelli öğrenci sayısı 39.243' tür. Engel gruplarına göre sınıflandırıldığında büyük bir çoğunluğunu bedensel engelliler ve görme engelliler oluşturmaktadır. Bu bireyler eğitim süreçlerinde birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadır. Yaşanan problemlerin, engelli bireyle işbirliği çerçevesinde en az seviyeye indirilmesi gerekmektedir. Fakat bu süreçte bazı aksaklıklarla karşılaşılabilir. Bu aksaklıkların en önemlisi bu projelerde görev yapacak gönüllüler bulmada yaşanan zorluklardır. Oysa kamu veya özel kuruluşların toplum yararı amacı taşıyan programlarının başarısı ve bu başarının sürdürülebilir olması gönüllülerin katılımıyla mümkün olmaktadır (Burns vd., 2005).

Gönüllülük gerektiren toplum yararı programlarının başarılı olması için, verimli bir şekilde planlanmaları, izlenmeleri ve programın sürdürülebilirliklerinin kontrol altında tutulmasını sağlayacak önlemler alınması gereklidir (Wilson ve Musick, 1999). Uygulamada kimi zaman bazı toplum yararına eylemleri gerçekleştirmek için dış baskı uygulamak yoluyla gönüllülük faaliyetlerinin zorunluluğa dayandırılması yoluna gidilebilmektedir. Bu durum bazen olumlu sonuçlar versede, uzun vadede baskının ortadan kaldırılmasıyla birlikte gönüllülük davranışına yol açmadığı için verimsizlikle sonuçlanabilmektedir (Clary ve Snyder, 1999). Özellikle, toplum yararı amacı güden organizasyonların, projelerde çalıştırmak üzere bireylere finansal teşvikler önermesinin güç olması düşünüldüğünde, bireyleri gönüllü olmaya iten faktörlerin anlaşılması söz konusu organizasyonların başarısının temel anahtarı olarak görülmektedir (Liao-Troth ve Dunn, 1999). Bireylerin, gönüllülük faaliyetlerine

ilişkin dikkatlerinin çekilmesi, ilgi ve isteklerinin uyandırılması ve nihayetinde gönüllülük davranışında bulunmalarını sağlamak için, toplum yararı kuruluşların sosyal pazarlama bilincine sahip olmaları gerekmektedir. Sosyal pazarlama bilincine sahip olmak değişime konu olan gönüllülük davranışın sergilenmesi için gönüllüğün altında yatan nedenleri incelemeyi ve elde edilen bulgulara göre stratejiler geliştirmeyi gerektirir. Bireylerin gönüllü çalışmaya katılımını etkileyen faktörlerin bilinmesi, gönüllülerin katılımını sağlayabilmenin ilk adımıdır. Bu nedenle, çeşitli kurum ve kuruluşların, müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli sayıda gönüllüyü çekmek ve elde tutmak için gönüllülerinin ihtiyaçlarını ve motivasyonlarını anlamaları oldukça önemlidir. Gönüllüğün teşvik edilmesi için bireylerin gönüllülük motivasyonlarının anlaşılmasının önemli olduğu görülmektedir.

Yabancı yazında bireylerin gönüllülük niyetlerini, gönüllü işlevsel envanteri ile açıklayan birçok çalışma olmasına rağmen, Türkiye’de üniversite öğrencilerinin toplumsal fayda yaratıcı organizasyonlarda gönüllü olma niyetlerine etki eden motivleri açıklamaya yönelik sınırlı çalışma, konunun araştırılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Böyle bir konunun açıklığa kavuşturulması pazarlama araştırmacılarına ve uygulayıcılarına ışık tutabilecektir.

Dolayısıyla toplum yararı güden kar amacı olmayan organizasyonların faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürmesi için gönüllülere ihtiyaç duyması ve gönüllülerin temininde zorluklar yaşanması, çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu çerçevede çalışmanın amacı, gönüllülük niyetine etki eden faktörleri, Clary ve Snyder (1999) tarafından geliştirilen gönüllü işlevler envanteri çerçevesinde incelemektir. Ayrıca çalışmada gönüllülük niyetinin yaşam tatminine etkisi de araştırılmıştır. Bu kapsamda öncelikle çalışmanın kavramsal çerçevesi tartışılmakta, daha sonra araştırma modeline bağlı olarak geliştirilen hipotezlere, verilerin analizine ve bulgulara yer verilerek, araştırmaya ilişkin sonuçlar değerlendirilmektedir.

Gönüllülük ve Sosyal Pazarlama

Gönüllülük insan ilişkilerinin temel bir dışavurumudur. İnsanların içinde yaşadıkları topluma iştirak etme ve diğerleri için önemli olduklarını hissetme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir eylemdir. Literatürde, gönüllülük kavramına ilişkin birçok farklı tanım yapılmıştır. Farmer ve Fedor (1999)’ göre *gönüllülük*, parasal bir beklenti olmaksızın topluma bir katkıdır. Wilson’a (2000) göre, zaman ve çabanın diğer insanlara, kurumlara veya gruplara fayda sağlamak için özgür iradeye bağlı olarak harcadığı herhangi bir faaliyettir. Smith (1998) gönüllülüğü, “yakın akrabalar veya yakın çevrenin dışında, ücret beklemeden ve zaman harcayarak bireylere ve gruplara fayda sağlamayı amaçlayan faaliyetlere katılmaktır” şeklinde ifade etmiştir. Gönüllülük faaliyetleri neticesinde, toplum, gönüllü hizmetin alıcıları ve gönüllü hizmet sağlayıcıları farklı faydalar sağlar. Bu durum ise “kazan-kazan-kazan” durumunu temsil eder.

Penner’a (2004) göre, gönüllülüğün dört farklı özelliği vardır. Bu özelliklerden ilkinde göre gönüllülük, insanların gönüllü olmadan önce dikkatlice düşünmeleri gereken planlı bir eylemdir. Gönüllülüğün ikinci özelliği, katılımcıların uzun süre boyunca taahhüt ettiği uzun vadeli bir faaliyet olmasıdır. Üçüncü özellik, gönüllülüğün hiçbir zorunluluk içermemesidir. Gönüllülük faaliyetinin son özelliği ise, çoğunlukla hizmet veya din kurumları gibi çeşitli kurumlar aracılığıyla gerçekleşmesidir.

Sosyal pazarlama “bir sosyal düşüncenin nedenini ya da bir uygulamanın hedef insan gruplarında benimsenmesini sağlamak üzere gerekli programların geliştirilmesi, uygulanması ve kontrolü süreci” olarak tanımlanmaktadır (Cemalcılar, 1988). Bu bakış açısıyla sosyal pazarlama, insanların karşılaşılabilecekleri toplumsal problemlerin çözümünü amacıyla pazarlama araçlarının kullanılması olarak da görülebilmektedir. Pazarlamanın sosyal yönünün ön plana çıktığı bu noktada; en önemli kaynağı insan olan gönüllülük faaliyetlerinin özendirilmesi üstünde durulması gereken önemli bir konu olmaktadır. Bu doğrultuda bireyleri gönüllülük davranışına özendirilmesi, topluma fayda sağlama amacıyla insanların tutumlarını, inançlarını ve davranışlarını etkilemeye veya değiştirmeye amaçlayan sosyal pazarlamanın konusudur.

Gönüllülük Motivasyonu İşlevleri Gönüllülük Niyeti İlişkisi

Planlı Davranış Teorisine göre, bireyin bir davranış göstermesi için öncelikle o davranışa yönelik niyetin oluşması gerekir. Davranış niyeti ise, bir davranışın iyi – kötü olarak değerlendirilmesine, bir davranışa yönelik algılanan sosyal baskıya ve kişinin bir davranış yapmayı ne kadar kolay ya da zor bulduğuna ilişkin üç değişkenin etkisine göre değişmektedir (Ajzen, 1991). Buna göre bireyin gelecekte göstermeyi düşündüğü davranışa dair niyeti, bu davranış göstermesinin beklentisini karşılayıp karşılamayacağına göre belirlenecektir (Sallam vd., 2015). Bu bağlamda *gönüllülük niyeti*, bireyin gönüllü bir üye olarak hizmet vermeye devam etmeyi planlaması ve sonraki gönüllülük faaliyetlerinde yer almak için bilinçli planlarının gücü olarak tanımlanabilir (Blau ve Holladay, 2006). Toplum yararı güden organizasyonların başarılı ve sürdürülebilir olması için bireylerin gönüllülük niyetlerine etki eden temel motivasyonlarını belirlemek önem arz etmektedir. Bir gönüllünün temel amacı, başkalarına veya topluma yardım etmek olsa da, gönüllülerin kuruluşlarda etkin ve başarılı bir etkinlik gerçekleştirme konusundaki temel motivasyonlarını ortaya çıkarmak, kuruluşların nitelikli gönüllüleri işe alma ve elde tutma konusunda çeşitli teşvikler geliştirmelerine yardımcı olabilir.

Öte yandan, bireylerin davranışlarını ve düşüncelerini anlamaya çalışan araştırmacıların en çok üzerinde durduğu yapılardan biri de motivasyon kavramıdır. Motivasyon, bir bireyi belirli bir hedefi gerçekleştirmek üzere harekete geçiren güç demektir. *Gönüllülük motivasyonu* ise “bireylerin gönüllü fırsatları araştırmak, gönüllü yardıma kendilerini adanmak ve gönüllülüğe uzun süre boyunca katılımlarını sürdürmek” için bir itici güç olarak tanımlanmaktadır (Clary vd., 1998).

Literatürde gönüllülük çalışmaları, farklı teorik bakış açıları çerçevesinde incelenmekte ve gönüllülüğün sebepleri araştırmacılar tarafından üç farklı bakış açısıyla açıklanmaktadır. Bu bakış açılarından ilki, gönüllülüğün, gönüllü bireylere prestij ve saygı sağlayan verimli bir eylem olduğunu ileri süren insan sermayesi perspektifidir (Herzog vd., 1989). İkincisi, gönüllülük rolünün sürdürülebilirliğini, gönüllülük rolünün benlik kavramıyla birleştirilmesine dayandıran rol kimliği perspektifidir (Piliavin vd., 2002). Üçüncü perspektif ise, işlevsel bakış açısıdır (Clary ve Snyder 1999). Buna göre, bireyler, birtakım psikolojik ihtiyaçlarını işlevsel olarak giderebilecek herhangi bir etkinliğe, farklı motivasyonlarla katılabilirler. Bireylerin bu işlevlere ilişkin deneyimleri gönüllü olma ve gönüllü kalma niyetlerine yönelik kararlarını etkiler (Clary vd., 1998). Bu bağlamda, Clary ve Snyder (1999), bireylerin

gönüllülük motivasyonuna yönelik bir bakış açısı tanımlamak ve insanların harekete geçmelerini ve eylemlerini sürdürmelerini sağlayan süreçleri anlamak amacıyla, “gönüllü işlev envanteri” geliştirmişlerdir.

Gönüllülük araştırmalarında öne çıkan bir teori olan Gönüllü İşlevleri Envanteri (Clary vd., 1998), birçok bağlamda gönüllülük temelli motivasyon bilgisini iletmede araçsal bir rol oynamış ve bu envanteri kullanarak insanların aynı işi çeşitli nedenlerle yapmak istedikleri ve farklı nedenlerle gönüllü oldukları tespit edilebilmiştir. Altı boyut altında farklı işlevlerin tanımlandığı envanter, her bir işlevin herhangi bir gönüllü için taşıdığı önemin derecesini belirlemekte kullanılan bir ölçüm aracı olup, bu işlevler *değerler*, *anlayış*, *kariyer*, *korunma*, *güçlendirme* ve *sosyal etkidir*.

Değerler, topluma katkıları veya insani faaliyetlerle ilgili kaygıları ifade eder ve başkalarına yardımcı olmanın önemini vurgular (Clary vd., 1998). Frey ve Eitzen (1991)'e göre değer, kar amacı gütmeyen kuruluşlarla çalışan gönüllülerin temel motivasyon kaynağıdır. Özellikle, fedakârlık değerine sahip olma, başkalarına yardım etme isteklerini tatmin etmek isteyenlerin gönüllülük niyetlerini arttırmaktadır. Joseph ve Carolissen (2019), Güney Afrika' da yüksek öğrenim öğrencilerinin gönüllülük motivasyonlarını belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada değerler işlevinin önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu ileri sürmüşlerdir. Motivasyonu etkileyen bir başka faktör *anlayış* işlevidir. Bu işleve göre birey öğrenme arzusunun tatmini için gönüllü olur. Bireyler, gönüllülük ile birlikte yeni öğrenme deneyimleri için çeşitli fırsatlar yakalayabilir ve belki de hiç kullanamayacakları bilgi, beceri ve yeteneklerini kullanma şansı elde edebilirler (Clary vd.,1998). Literatürde, gönüllülerin, gönüllülük faaliyetleri sırasında öğrenme ve yeni deneyimler edinme arzusunun temel bir motivasyon işlevi olduğunu ileri süren çalışmalar bulunmaktadır (ör. Brayley vd.,2015; Güntert vd, 2016).

Clary ve arkadaşlarına göre (1998), *kariyer işlevi*, bireyin gönüllü çalışmalarına katılımdan elde edilebileceği bireysel kariyerine ilişkin faydalarla ilgilidir. Kariyer işlevine göre gönüllülük, yeni bir kariyer için gerekli becerileri kazanmaya yardımcı olabilir. Ayrıca bireyin, gönüllülük deneyiminden elde edeceği beceriler mevcut kariyerine de olumlu etki edebilir. Girouard (2016) çalışmasında özellikle bayan öğrencilerin daha çok kariyer motivasyonu ile gönüllü davranışında buldukları gözlemiştir. *Korunma işlevi*, kişisel olumsuz duyguları hafifletmek için gönüllü çalışmalara katılan bireylerin ihtiyaçlarını gidermesine ilişkin bir işlevdir (Pauline ve Pauline, 2009). Washington (2018), öğrencilerin gönüllülük motivasyonları üzerine yaptığı çalışmada ise korunmanın en önemli işlevlerden biri olduğunu ileri sürmüştür.

Güçlendirme işlevine göre gönüllülük, kişisel gelişim, kendini tanıma, kendini geliştirme, genel olarak kendini daha iyi hissetme ve özgüvenle ilgili tatminleri deneyimleme arzusunun giderir (Pauline ve Pauline, 2009). Saha ve Chandra (2018), kişisel güçlenmenin, gönüllü olmaya neden olan güçlü bir etkiye sahip olduğunu saptamıştır. *Sosyal etki işlevi*, ortak ilgi ve amaçları olan arkadaş veya insanlarla güçlü ve pozitif ilişkiler kurma, toplum içerisinde önemli olarak görülen bazı faaliyetlerin bir parçası olma isteğini içerir (Erdurmazlı, 2018). Sosyal etki işlevinin gönüllülük motivasyonunun bir işlevi olduğunu ortaya koyan bir çok çalışma yapılmıştır (ör.Van Ingen ve Dekker, 2011; Ramalingam vd., 2019).

Bu çalışmada da değerler, anlayış, kariyer, korunma, güçlendirme ve sosyal etki işlevlerinin gönüllülük yapma niyetini olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Bu doğrultuda H1, H2, H3, H4, H5, H6 hipotezleri geliştirilmiştir.

H1: Gönüllüğün değer işlevi, gönüllülük niyetini pozitif yönde etkiler.

H2: Gönüllüğün anlayış işlevi, gönüllülük niyetini pozitif yönde etkiler.

H3: Gönüllüğün kariyer işlevi, gönüllülük niyetini pozitif yönde etkiler.

H4: Gönüllüğün korunma işlevi, gönüllülük niyetini pozitif yönde etkiler.

H5: Gönüllüğün güçlendirme işlevi, gönüllülük niyetini pozitif yönde etkiler.

H6: Gönüllüğün sosyal etki işlevi, gönüllülük niyetini pozitif yönde etkiler.

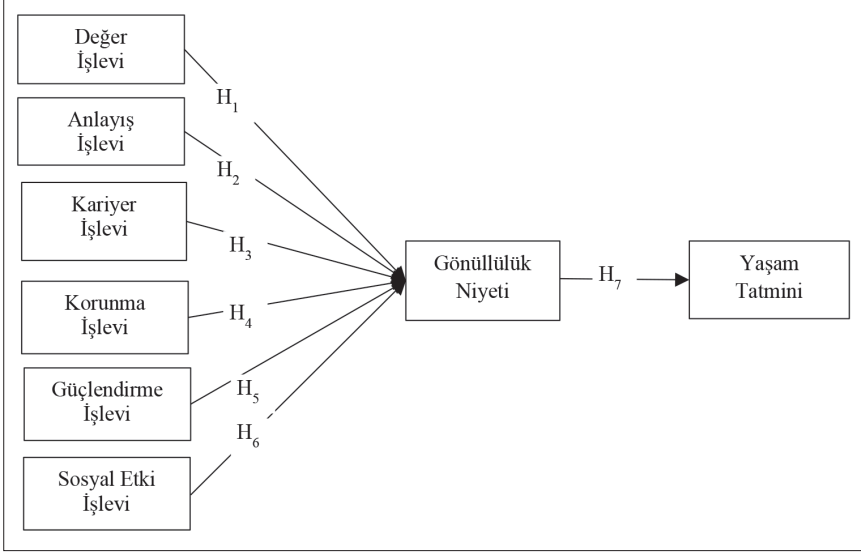
Gönüllülük Niyeti ile Yaşam Tatmini İlişkisi

Yaşam tatmini, mevcut durumun bilişsel değerlendirmesini temsil eden öznel iyi oluşun bileşenlerinden biridir ve bireylerin genel yaşam kalitesini araştırmakta anahtar bir gösterge olarak kabul edilir (Pavot ve Diener, 2008). En genel ifade ile yaşam, bireyin işte ve iş dışında geçirdiği zamanın tamamıdır. Bireyin genel olarak yaşamından duyduğu memnuniyeti ifade eden yaşam tatmini kavramı ise, duygusal temele dayanan ve birey açısından büyük önem taşıyan bir kavramdır (Polatçı, 2015). Yaşam kavramının genişliği ve karmaşıklığı, yaşam tatmini ile ilgili tanım yapmayı ve yaşam tatminini etkileyen faktörleri netleştirmeyi zorlaştırmaktadır. Frisch (2000)'e göre yaşam tatmini, birinin önemli ihtiyaçlarının, hedeflerinin ve isteklerinin yerine getirilme derecesine ilişkin kişisel değerlendirmesini ifade eden bilişsel bir yargılamaya sürecidir. Pavot ve Diener (2008)'e göre ise, bireyin yaşam tatminine ilişkin algıları, bireyin kendisi için belirlediği bazı standartlarla genel yaşam kalitesinin karşılaştırılmasına bağlıdır.

Gönüllülük bir sosyal destek olgusudur ve bireyin topluma karşı duyarlılığının bir sonucudur. Bireylerin sosyal ve toplumsal olaylara karşı duyarlılığı sonucu gönüllülük davranışı ortaya çıkar ve sosyal entegrasyon sağlar. Dolayısıyla sosyal duyarlılık ve sonrasında yaşanan sosyal entegrasyon bireyin yaşam tatminine katkı sağlar. Huang (2016) tarafından yapılan bir çalışma, sosyal karşılaştırma yapan bireylerde gönüllülük davranışının arttığını bu durumda yaşam tatminini olumlu yönde etkilediğini ileri sürmüştür ve gönüllülerin, gönüllü olmayanlara göre yaşamlarından daha memnun olduklarını ortaya çıkarmıştır. Heo vd. (2016) ise, gönüllülük projelerinde yer alan kanser hastası bireylerin, yaşam tatminlerinde önemli bir artış olduğunu ortaya koymuştur. Emad, Masoom Ali ve Sardar (2017), üniversite öğrencileri üzerine yaptıkları çalışmada gönüllülüğün yaşam tatminini arttırdığını ve kadınlarda bu etkinin daha kuvvetli olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu çalışmada gönüllülük yapma niyetinin yaşam tatmini olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Bu doğrultuda H7 hipotezi geliştirilmiştir.

H7: Gönüllülük niyeti, yaşam tatminini pozitif yönde etkiler.

Araştırma problemi ve hipotezleri çerçevesinde geliştirilen araştırma modeli Şekil 1'de yer almaktadır.

Şekil 1: Araştırma Modeli

Yöntem

Araştırma Tasarımı, Veri Toplama Aracı ve Araştırma Örneklemi

Bu çalışmada, gönüllülük niyetine etki eden faktörleri ortaya çıkarmak amacıyla rol oynama tekniği kullanılmıştır. Bu tekniğin uygulanmasının amacı anketin, gönüllülük deneyimi olmayan öğrencilere de uygulanmasıdır. Örnekleme yer alan öğrencilerin birçoğunun gönüllüğe ilişkin deneyimleri olmadıkları için ankette öğrencilere sunulan bir gönüllülük ilanında yer alan gönüllülük organizasyonunu dikkate alarak soruları cevaplamaları istenmiştir. Gönüllülük faaliyetlerinin içeriği çok geniş olduğu için böyle bir yöntem kullanılarak toplum yararına maddi (bağış) değil bedensel bir gönüllülük canlandırılmak amaçlanmıştır. Bu amaçla anketin ilk bölümünde öğrencilerin üniversite web sitesinde karşılaşılabilecekleri bir gönüllülük ilanı verilmiştir. Bu ilan şu şekilde tasarlanmıştır.

“Proje kapsamında, üniversitemizde eğitim gören bedensel ve görme engelli ihtiyaçları karşılanacaktır. Bu doğrultuda gönüllüler, görme engelli öğrenciler için kitap okuma ve bedensel engelli olan öğrenciler için akran rehberliği yapacaklardır. Gönüllü okuyuculuk ve akran rehberliği tamamen bireysel ve gerçekten gönüllü olmaya dayalı bir süreçtir. Bize başvuran gönüllü adaylarımızın bunu hiç bir sertifika, ücret, not ve benzeri beklentisi olmadan yapmalarını önemle rica ediyoruz.”

Öğrencilerden anketin ilk bölümünde yer alan ilanı okuduktan sonra ikinci bölümdeki soruları cevaplamaları istenmiştir. Anketin ikinci bölümünde, gönüllü işlev envanteri, gönüllülük niyeti ve yaşam tatmini ölçeklerinin yanı sıra katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer akmaktadır.

Bireylerin gönüllülük motivasyonlarına ilişkin işlevleri ortaya çıkarmak amacıyla Kim, Zhang ve Connaughton (2010)' un çalışmalarında kullandıkları ölçek kullanılmıştır. Kim vd. (2010) yaptıkları çalışmada, Clary vd. (1998)'nin oluşturduğu gönüllü işlev envanteri ölçeğini kullanmışlar ve ölçeğin orijinalinde yer alan 30 ifadeyi 18 ifadeye düşürmüşlerdir. Bu çalışmada ise bu 18 ifadeye orijinal ölçekte (Clary vd, 1998) yer alan ve bu çalışma için gerekli olduğu düşünülen iki ifade daha eklenmiştir. Gönüllülük niyetinin ölçeği, Blau ve Holladay (2006) çalışmasından alınmış olup üç ifadeden oluşmaktadır. Yaşam tatmini ölçeği ise, Diener vd. (1993) çalışmasından alınmış ve beş ifadeden oluşmaktadır. Çalışmada, 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçeklerde yer alan ifadeler ve bu ifadelere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 1' de yer almaktadır.

Çalışmanın araştırma evrenini Mersin ilinde öğrenim gören üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Ana kütlelin tümüne ulaşılmasının mümkün olmadığı için kolayda örnekleme yöntemi ile Mersin Üniversitesi ve Çağ Üniversitesi'nde öğrenim gören 320 öğrenciye anket uygulanmıştır. Hair vd. (2009), yapısal eşitlik yöntemi için örnekleme hacmini en az 100-150 olarak önermiş ve örnekleme sayısının 400'ün üzerine çıktığında uyum iyiliği değerlerinin zayıfladığını ileri sürmüştür. Bu duruma göre ulaşılan örnekleme sayısı yapısal eşitlik modeli kullanımı için yeterlidir.

Tablo 1. Değişkenler, Ölçek Maddeleri ve Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ölçek Maddeleri	n=320	
		Ort.	S.S.
Korunma İşlevi	KOR1. Böyle bir projede gönüllü olmak, kişisel sorunlarımı çözmemde de yardımcı olur.	3,57	1,170
	KOR2. Böyle bir projede gönüllü olmak, kişisel sıkıntılarımdan kaçmak için bir yol olur.	3,49	1,182
	KOR3. Böyle bir projede gönüllü olmak, kendimi daha az yalnız hissettirir.	3,53	1,251
	KOR4. Böyle bir projede gönüllü olmak, sıkıntılarımı unutmama yardımcı olur.	3,63	1,214
Sosyal Etki İşlevi	SOS1. Yakın çevrem, böyle bir projede yer almamı ister.	3,64	1,251
	SOS2. Yakın çevrem, bu gibi toplum yararına yapılan projelere ilgi gösterir.	3,62	1,249
	SOS3. Toplum yararına projelerde gönüllü olarak yer almak yakın çevrem için değerli bir etkinliktir.	3,55	1,210
Kariyer İşlevi	KAR1. Böyle bir projede gönüllü olmak, farklı kariyer fırsatlarını beraberinde getirebilir.	3,71	1,089
	KAR2. Böyle bir projede gönüllü olmak, iş yapma becerilerimi geliştirmeme olanak sağlar.	3,85	1,139
	KAR3. Böyle bir projede gönüllü olmak, kariyeri için yeni bağlantılar kurmama olanak sağlar.	3,70	1,163

Değer İşlevi	DEG1. Yardıma muhtaç kişilere karşı şefkat duyarım.	3,90	1,347
	DEG2. Başka insanlara yardım etmenin önemli olduğuna inanırım.	3,92	1,306
	DEG3. Zor durumda olan insanlara karşı sorumluluklarımı yerine getiriRsem, vicdanım rahatlar.	3,81	1,331
Güçlendirme İşlevi	GÜÇ1. Böyle bir projede gönüllü olmak, kendimi daha iyi hissettirir.	3,77	1,220
	GÜÇ2. Böyle bir projede gönüllü olmak özgüvenimi artırır.	3,67	1,223
	GÜÇ3. Böyle bir projede gönüllü olmak, insanların bana da ihtiyacı olduğunu hissettirir.	3,65	1,255
Anlayış İşlevi	ANL1. Böyle bir projede gönüllü olmak, bana hayata karşı yeni bakış açıları kazandırır.	3,71	1,311
	ANL2. Böyle bir projede gönüllü olmak, doğrudan deneyimlerle ve yaşayarak öğrenmeme katkı sağlar.	3,67	1,263
	ANL3. Böyle bir projede gönüllü olmak, güçlü yanlarımı keşfetmeme katkı sağlar.	3,53	1,315
	ANL4. Böyle bir projede gönüllü olmak, farklı kişilerle nasıl iletişim kurabileceğimi öğrenmeme katkı sağlar.	3,64	1,334
Gönüllülük Niyeti	NYT1. Gelecekte böyle bir projede gönüllü olmak niyetindeyim.	3,68	1,158
	NYT2. Gelecekte böyle bir projede gönüllü olacağımı umuyorum.	3,82	1,193
	NYT3. Gelecekte böyle bir projede gönüllü olmak isterim.	3,73	1,186
Yaşam Tatmini	YTAT1. İdeallerime yakın bir hayatım var.	3,44	1,197
	YTAT2. Hayat koşullarım mükemmeldir.	3,38	1,264
	YTAT3. Hayatımdan memnunum.	3,49	1,203
	YTAT4. Şimdiye kadar hayattan istediğim önemli şeylere sahip oldum.	3,60	1,248
	YTAT5. Tekrar dünyaya gelsem hayatımdaki hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmedim.	3,07	1,381

Ölçeklerin Güvenirlik ve Geçerliliği

Çalışmanın hipotezlerine test etmeye ilişkin analizleri yapmadan önce gönüllü işlev envanteri, gönüllülük niyeti ve yaşam tatmini ölçeklerinin geçerlilik ve güvenilirlikleri sınanmıştır. Ölçeklerin güvenilirliklerini sınamak amacıyla her bir ölçeğin Cronbach alfa katsayıları hesaplanmıştır. Tablo 2’de görüldüğü üzere çalışmanın bağımlı ve bağımsız değişkenlerini oluşturan sekiz ölçeğin de Cronbach alfa değerleri 0,70’in üzerindedir.

Nunnally (1978), 0,70'in üzerindeki katsayılara sahip ölçeklerin güvenilir olduğunu ileri sürmüştür. Bu duruma göre çalışmanın ölçekleri güvenilirlerdir.

Tablo 2. Ölçüm Modeline İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları

Değişkenler	Ölçek Maddeleri				
		CR*	α	CR	AVE
Korunma İşlevi	KOR1	0,75	0,845	0,84	0,58
	KOR2	0,73			
	KOR3	0,77			
	KOR4	0,76			
Sosyal Etki İşlevi	SOS1	0,90	0,891	0,89	0,73
	SOS2	0,89			
	SOS3	0,77			
Kariyer İşlevi	KAR1	0,80	0,818	0,82	0,60
	KAR2	0,79			
	KAR3	0,73			
Değer İşlevi	DEG1	0,89	0,891	0,87	0,68
	DEG2	0,89			
	DEG3	0,79			
Güçlendirme İşlevi	GÜÇ1	0,83	0,857	0,85	0,65
	GÜÇ2	0,84			
	GÜÇ3	0,78			
Anlayış İşlevi	ANL1	0,82	0,901	0,89	0,68
	ANL2	0,78			
	ANL3	0,86			
	ANL4	0,87			
Gönüllülük Niyeti	NYT1	0,91	0,920	0,91	0,77
	NYT2	0,90			
	NYT3	0,86			
Yaşam Tatmini	YTAT1	0,83	0,858	0,86	0,56
	YTAT2	0,83			
	YTAT3	0,74			
	YTAT4	0,74			
	YTAT5	0,60			

CR = Birleşik Güvenirlik VE = Açıklanan Varyans α = Cronbach Alfa
 *Standard yük ve hata değerlerinin tamamı 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Araştırma ölçeklerine ilişkin güvenilirlik analizi yapıldıktan sonra ölçüm modelinin yapısal eşitlik analizine uygunluğunu sınamak amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Modelin bir bütün olarak kabul edilebilirliğini test etmek için uyum iyiliği değerleri incelenmiş ve modele ait tüm uyum iyiliği kriterlerinin iyi ve kabul edilebilir sınırlara içerisinde olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2/df=1,62$; RMSEA=0,044; SRMR=0,040; GFI=90; AGFI=0,87; NNFI=0,99; NFI=0,97; IFI=0,99; CFI=0,99). Dolayısıyla, doğrulayıcı faktör analizi sonuçları dikkate alındığında, ölçüm modelinde yer alan tüm maddelerin model ile uyumlu olduğu görülmektedir (Schermerleher-Engel, K., vd; 2003:29).

Araştırma ölçeklerinin yapı geçerliliğini test etmek ve ölçme modelinin yapısal eşitlik analizi yapmaya uygun olup olmadığını için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen standardize edilmiş faktör yük değerlerinin tümünün 0,60'ın üzerinde olduğu ve parametre değerlerinin 0,01 düzeyinde anlamlı olduğu Tablo 2'de görülmektedir. Ölçüm modeline ilişkin sonuçlar yapı geçerliliğinin sınanması içinde kullanılmıştır. Yakınsama ve ayrışma geçerliliğinin sağlanması yapı geçerliliğinin sağlanmasının koşullarıdır. Yakınsama geçerliliğini test etmek amacıyla değişkenlere ait ortalama varyans (AVE) değerleri ve birleşik güvenilirlik katsayıları (CR) hesaplanmıştır. Tablo 2 incelendiğinde ölçüm modelini oluşturan ölçeklerin önerilen (Hair, 1995) birleşik güvenilirlik (CR) katsayılarının 0,70, açıklanan ortalama varyans değerlerinin de (VE) 0,50'nin üzerinde olduğu saptanmıştır.

Tablo 3. Yapılar Arası Korelasyonlar ve Ayrışma Geçerlilikleri

	KOR	SOS	KAR	DEĞ	GÜÇ	ANL	NYT	YTAT
Koruma	0,76							
Sosyal	0,430	0,85						
Kariyer	0,300	0,261	0,77					
Değer	0,443	0,594	0,329	0,82				
Güçlendirme	0,498	0,537	0,247	0,590	0,80			
Anlayış	0,412	0,552	0,328	0,663	0,601	0,82		
Gön. Niyeti	0,497	0,650	0,331	0,691	0,630	0,654	0,88	
Yaş. Tatmini	0,460	0,319	0,248	0,260	0,391	0,325	0,390	0,74

* $p<0,001$

Yapı geçerliliğini test etmek amacıyla son olarak, ölçeklerin ayrışma geçerliliği sınanmıştır. Ölçeklerin ayrışma geçerliliğini sağlayıp sağlayamadığını test etmek amacıyla her bir değişkenin açıkladığı ortalama varyansın karekökü ile değişkenler arası korelasyon değerleri karşılaştırılmıştır. Her bir değişken için, açıklanan ortalama varyansın karekökünün boyutlar arası korelasyon değerlerinden yüksek olduğu belirlenmiştir (Tablo 3). Bu sonuçlara göre çalışmanın ölçekleri yapı geçerliliğini sağlamaktadır. Bu sonuçlar dikkate alındığında veri setleri ve değişkenler ile yapısal modelin uygulanmasında bir sorun görülmemektedir.

Bulgular

Ankete katılan yanıtlayıcıların %55'i erkek, %45'i kadındır. Ayrıca örneklemin %16,3'ü 18-20; %42,2'si 21-23; %28,4'ü 24-26; %8,1'i ise 26 yaş ve üzerindedir.

Araştırmada yer alan H1, H2, H3, H4, H5, H6 ve H7 hipotezlerini test etmek için yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Modele ait uyum iyiliği değerleri dikkate alındığında ($\chi^2/df=1,73$; RMSEA=0,048; SRMR=0,058; GFI=89; AGFI=0,86; NNFI=0,98; NFI=0,97; IFI=0,99; CFI=0,99) tüm uyum iyiliği değerlerinin iyi ve kabul edilebilir değerler içerisinde yer aldığı görülmektedir (Schermele-Engel, K., vd; 2003:43).

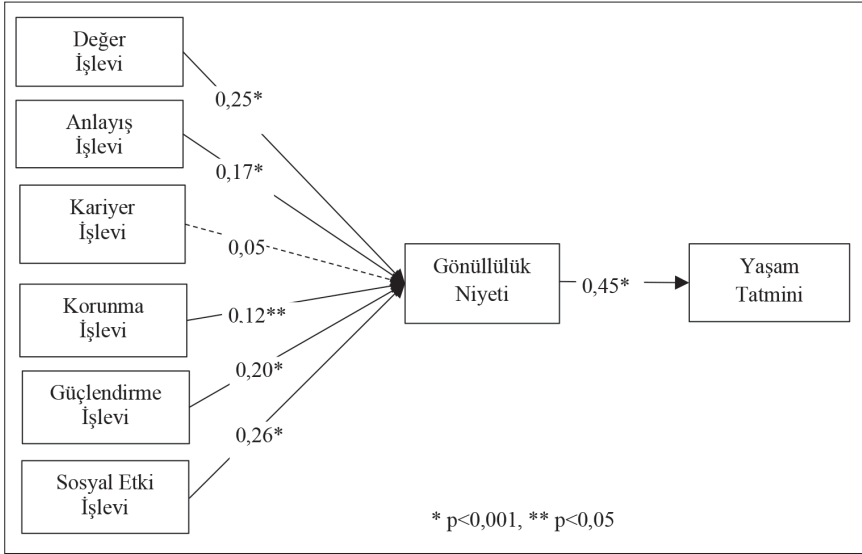
Tablo 5. Hipotez Testi Sonuçları

Hipotez	Katsayı	t değ.	Hipotez Testi	
H ₁	Değer işlevi → Gönüllülük niyeti	0,25*	3,58	Kabul
H ₂	Anlayış işlevi → Gönüllülük niyeti	0,17*	2,58	Kabul
H ₃	Kariyer işlevi → Gönüllülük niyeti	0,05 a.d.	1,04	Ret
H ₄	Korunma işlevi → Gönüllülük niyeti	0,12**	2,17	Kabul
H ₅	Güçlendirme işlevi → Gönüllülük niyeti	0,20*	2,87	Kabul
H ₆	Sosyal etki işlevi → Gönüllülük niyeti	0,26*	4,56	Kabul
H ₇	Gönüllülük niyeti → Yaşam tatmini	0,45*	7,58	Kabul
Gönüllülük Niyeti → R² = 0,72; Yaşam Tatmini → R² = 0,15				

* $p < 0,001$, ** $p < 0,05$, a.d. = anlamlı değil

Yapısal eşitlik modellemesi analiz sonuçlarına göre, değer işlevinin ($\beta=0,25$, $t=3,58$, $p < 0,01$), anlayış işlevinin ($\beta=0,17$, $t=2,58$, $p < 0,01$), korunma işlevinin ($\beta=0,12$, $t=2,17$, $p < 0,05$), güçlendirme işlevinin ($\beta=0,20$, $t=2,87$, $p < 0,01$) ve sosyal etki işlevinin ($\beta=0,26$, $t=4,56$, $p < 0,01$) gönüllülük niyeti üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Kariyer işlevinin ($\beta=0,05$, $t=1,04$, $p > 0,10$) gönüllülük niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Gönüllülük niyetinin ($\beta=0,45$, $t=7,58$, $p < 0,01$) ise yaşam tatmini üzerinde olumlu bir etkisi olduğu saptanmıştır (Şekil 2). Analizlerden elde edilen sonuçlar incelendiğinde gönüllülük niyetine en çok etki eden motivasyon işlevi değer ve sosyal etkidir. Gönüllü işlev envanteri boyutları gönüllü olma niyetinin %72'sini açıklamaktadır. Gönüllülük niyeti ise tek başına yaşam tatmininin %15'ini açıklamaktadır. Bu analiz sonuçlarına göre alındığında H₁, H₂, H₄, H₅, H₆ ve H₇ hipotezleri kabul edilirken; H₃ hipotezi ret edilmiştir.

Şekil 2. Yapısal Eşitlik Modeli



Tartışma

Kar amacı gütmeyen toplum yararı organizasyonların sunduğu hizmetler göz önüne alındığında, toplumsal yaşam içindeki rollerinin ve öneminin her geçen gün arttığı görülmektedir. Bu organizasyonların başarısı, hizmet vermeye gönüllü bireylerin katılımlarına bağlıdır. Nitekim birçok kamu yararı güden organizasyonun temel sorunu hizmet talepleri ve bu hizmetleri sunabilecek gönüllü arzı arasında bir dengesizlik olmasıdır. Küreselleşmenin, özel sektörün kurumsal sosyal sorumlulukla bağlantılı inisiyatiflerinin ve yeni teknolojilerin yayılması gibi faktörlerin sonucu olarak, insanların gönüllü faaliyetlere katılabilme imkânları son yıllarda artmış olsa da yeterli görülmemektedir.

Genç gönüllüler, günümüzde gönüllü nüfusunun temelini oluşturmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin sahip olduğu genç nüfus, toplum yararı faaliyetlerin artması için önemli bir potansiyeldir. Bu genç nüfusun, gönüllü olmasını sağlayabilecek motivasyon faktörlerini ortaya çıkarmak, gençlerin toplumsal duyarlılıklarının önünü açmak, bu alanda yapacakları girişimleri teşvik etmek toplum yararı faaliyetlerin gelişmesi sürecinde önemli fark yaratabilir. Bu nedenle bireylerin gönüllülüğe motive edilmesi ve bu tür organizasyonlar için büyük önem taşımaktadır.

Bireylerin gönüllülüğe ilişkin motivasyonlarını ortaya çıkarma amacı taşıyan birçok yaklaşım geliştirilmiştir. Bu yaklaşımlardan en önemlisi işlevselci yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre bireyler farklı psikolojik işlevlere hizmet etmek için aynı eylemleri yapmaktadırlar. Yani aynı aktivitelere katılanların amaçları birbirinden farklıdır (Clary ve Snyder, 1999). Clary vd. (1998), gönüllüğe ilişkin motivasyonların nedenlerini işlevselci bir bakış açısı ile incelemiş ve gönüllü işlev envanterini geliştirmiştir. Bu envanter bireylerin gönüllülük motivasyonlarına etki eden işlevleri ortaya çıkarmak için geliştirilmiştir.

Bu çalışmada da üniversite öğrencilerinin gönüllülük faaliyetlerine katılımlarına ilişkin niyetlerini etkileyen motivasyon faktörleri, gönüllü işlev envanteri yardımıyla işlevselci bir yaklaşımla belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca çalışmada gönüllülük niyetinin de yaşam tatminine etkisi incelenmiştir. Bu doğrultuda 320 öğrenciden anket uygulanmıştır. Araştırmaya ilişkin bulgular ele alındığında, değer, sosyal etki, güçlendirme, anlayış ve korunma işlevlerinin gönüllülük niyeti üzerinde pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu altı değişken gönüllülük niyetinin %72'sini açıklamaktadır. Sonuçlar incelendiğinde gönüllülük niyetini açıklayan en önemli değişkenler, değerler ve sosyal etkidir. Çalışma sonuçları, literatürdeki diğer çalışmalar tarafından da desteklenmektedir. Khoo ve Engelhorn (2011) değerlerin gönüllü motivasyonunda çok önemli bir faktör olduğunu öne sürmüştür. Aynı şekilde Harnish ve Bridges (2015), öğrenciler üzerine yaptıkları çalışmada sadece değerlerin gönüllülük üzerine etkisi olduğunu belirtmiştir. Inglis ve Cleave (2006), korunma işlevinin kar amacı gütmeyen organizasyonlarda motivasyona etki ettiğini fakat korunma işlevinin en düşük motivasyona sahip işlev olduğu saptamıştır. Bu çalışmada da sosyal etki ($\beta=0,12$), motivasyon işlevlerine göre en düşük anlamlı etkiye sahiptir. Joseph ve Carolissen (2019) ve Gage ve Thapa (2012), ise yaptıkları çalışmalarda anlayış işlevinin gönüllülük motivasyonuna etkisi olduğunu ileri sürmüşlerdir. Allison vd. (2002) yerel bir topluluktaki gönüllülerin güçlendirme işlevi tarafından motive edildiğini ortaya koymuştur. Ayrıca, Saha ve Chandra (2017) ise, kan bağışığı gönüllülük niyeti ve gönüllülük motivasyonları arasındaki ilişkiyi incelemek için yaptığı çalışmada Sosyal etki motivasyon artırıcı bir işlevi olduğunu belirlemiştir.

Kariyer işlevinin ise gönüllülük niyeti üzerine etkisi bulunamamıştır. Literatürde kariyer işlevinin gönüllülük niyetine etkisini ortaya çıkaran çalışmalar olmasına rağmen (Eley ve Kirk, 2002; Bang ve Ross, 2009); Ramalingam vd. (2019), Malezya' da kentsel ziraat odaklı bir sosyal projeye gönüllü katılan bireylerin motivasyonlarına etki eden faktörleri belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada kariyerin gönüllülüğe etki etmediğini saptamıştır. İlişki bulunamamasının temel nedenini ise çalışmada gönüllülüğe konu olan organizasyonun kariyer fırsatı yaratabilme niteliğine sahip olmamasından kaynaklı olabileceği olarak göstermiştir. Çünkü kariyer motivasyonu ile gönüllü olan öğrenciler kariyer fırsatı sunabilecek faaliyetlerde gönüllü olmak istemektedirler. Bang ve Ross (2009) ise yaptıkları çalışmada, sporla ilgilenen bireylerin Uluslararası Spor Etkinlikleri (örneğin, 2002 FIFA Dünya Kupası) için gönüllü motivasyonlarını incelemiş ve kariyer işlevini en güçlü faktör olarak bulmuştur. Bunun nedenini ise öğrencilerin bu organizasyonu kendileri için büyük bir fırsat olarak görmesine bağlamıştır. Bu çalışmalar ışığında kariyer işlevinin motivasyona etkisi gönüllülüğe neden olan sosyal projenin içeriği ve niteliğine göre değiştiği söylenebilir.

Ayrıca gönüllülük niyetinin de yaşam tatmini üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu analiz sonuçlarından elde edilmiştir. Benzer şekilde birçok çalışma yaşam tatmininin gönüllülüğün sonuçlarından biri olduğunu ve gönüllülük yapan bireylerin daha fazla yaşam tatminine sahip olduğunu ileri sürmüştür (ör. Van Willegen, 2000; Grant 2012; Binder, 2015).

Bu çalışmanın bulguları, gençlerin gönüllü olmasına etki eden tek faktörün başkalarına yarar sağlamak olmadığını işaret etmektedir. Bireyler kendi sıkıntılarından kaçmak, değerlerine uygun faaliyette bulunmak, kendini geliştirmek, güçlü yanlarını keşfetmek ve öz saygısını arttırmak amaçlarıyla gönüllülük faaliyetine katılmaktadırlar. Bu sonuçlar doğrultusunda kamu yararı faaliyetlerinin başarısı ve devamlılığı için potansiyel gönüllüleri harekete geçirmek ve mevcut gönüllerin gönüllü olarak devam etmesini sağlamak adına bireyleri motive edecek işlevlere odaklanılmalıdır. Organizasyonların yöneticilerinin gönüllülüğü teşvik edebilmesi için bireyleri harekete geçirebilecek mesajlar geliştirebilmesi de önem arz etmektedir.

Çalışmanın en temel kısıtlılığı, gönüllülüğün kapsamının ve gönüllülük gösterilebilecek faaliyet alanının çok geniş olmasına rağmen, bu çalışmanın gönüllülüğü okuldaki engelli öğrencilere yardım etme davranışıyla sınırlandırılmasından kaynaklanmaktadır. Bu araştırmanın zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle nispeten küçük bir örnekleme gerçekleştirilmesi araştırmanın bir diğer kısıtıdır. Gelecekte yapılacak araştırmalar için, çalışma modeli farklı gönüllülük faaliyetleri için test edilebilir. Çünkü bireyler farklı gönüllülük faaliyetlerinde farklı motivasyonlara sahip olabilirler. Ayrıca daha kapsamlı bir örnekleme çalışılmasının yanı sıra, kurulan modele yeni değişkenler eklenmesi ve araştırmanın kapsamının genişletilmesi de gelecek araştırmalarda incelenebilir.



Copyright © 2019 Republic of Turkey Ministry of Youth and Sports

<http://genclikarastirmalari.gsb.gov.tr/>

Journal of Youth Research • December 2019 • 7(Special Issue) • 92-100

ISSN 2147-8473

Received | 18 October 2019

Accepted | 27 October 2019

ANALYSIS / RESEARCH

EXTENDED ABSTRACT

Investigation of Volunteerism Motivations with Functional Approach: A Research on University Students

Ümit Doğrul*

Introduction

In order to be successful for organizations aiming at the benefit of the voluntary society, it is necessary to take measures to ensure sustainability (Wilson and Musick, 1999). Understanding the factors that lead individuals to be volunteer is seen as the key to the success of these organizations (Liao-Troth and Dunn, 1999). In order to attract attention and interest of volunteers, these organizations should have social marketing awareness. Having social marketing awareness requires examining the underlying causes of volunteering and developing strategies to encourage volunteering behavior.

Knowing the factors that affect individuals' participation in voluntary work is the first step of ensuring the participation of volunteers. Therefore, it is very important that various organizations understand the needs and motivations of their volunteers in order to attract enough volunteers to meet their needs. The main problem of the study is that non-profit

* Dr. Faculty Member, Mersin University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Mersin, udogrul@mersin.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4795-3170

organizations need volunteers in order to continue their activities successfully and that the volunteers have difficulties in supplying them. In this context, the aim of the study is to examine the factors that affect the intent of volunteering within the scope of voluntary motivation inventory. In addition, the effect of volunteering intention on life satisfaction was investigated.

Theoretical Framework

Volunteering is a basic expression of human relations. According to Farmer and Fedor (1999), volunteering is a contribution to society without a monetary expectation. As a result of volunteering activities, the community, the recipients of voluntary service and the voluntary service providers become to have different benefits. According to Planned Behavior Theory, in order for an individual to exhibit a behavior, the intention towards that behavior must initially be formed. Voluntary intent can be defined as the individual's plans to continue to serve as a voluntary member (Blau and Holladay, 2006). In order to be successful and sustainable for non-profit organizations, it is important to determine the basic motivations of individuals that affect their willingness to volunteer.

Motivation is the force that drives an individual to achieve a specific goal. Volunteering motivation is defined as a driving force for individuals to investigate voluntary opportunities, to devote themselves to voluntary help and to continue their participation in volunteering for a long time (Clary et al., 1998). In the literature, volunteering studies are examined within the framework of different theoretical perspectives and the reasons of volunteering are explained by researchers from a different perspective. Functional approach was used in this study. According to this approach, individuals can participate in any activity that can functionally meet their different psychological needs with different motivations. Individuals' experiences with these functions affect their decision to volunteer (Clary et al., 1998). In this context, Clary and Snyder (1999) developed a voluntary motivation inventory. The Inventory of Voluntary Functions (Clary et al., 1998) includes six different functions that encourage individuals to volunteer. These functions are values, understanding, career, protective, enhancement and social impact.

In this study, it is expected that these functions will positively affect the volunteering intention. In this context, six hypotheses (H1, H2, H3, H4, H5, H6) were developed.

H1: The value function positively affects the volunteering intention.

H2: The understanding function positively affects the volunteering intention.

H3: The career function positively affects the volunteering intention.

H4: The protective function positively affects the volunteering intention.

H5: The enhancement function positively affects the volunteering intention.

H6: The social impact function positively affects the volunteering intention.

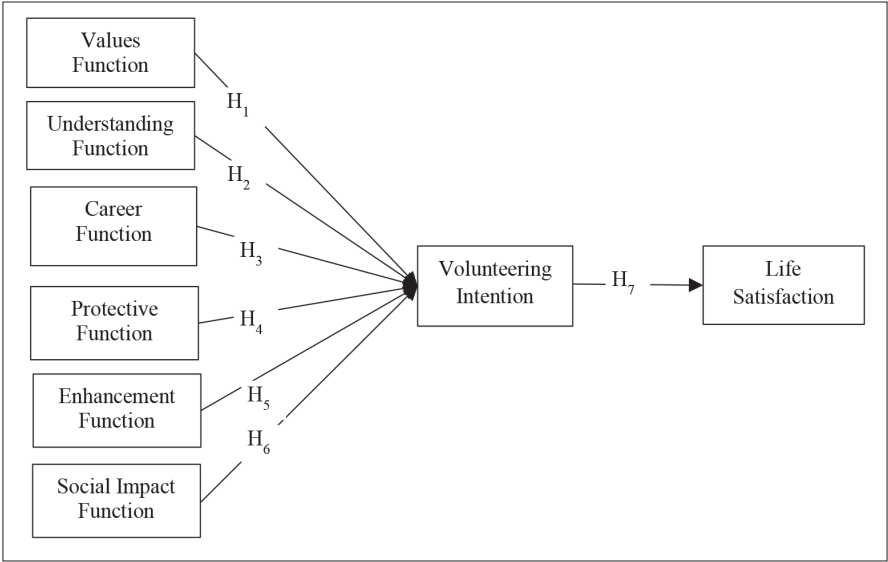
According to Frisch (2000), life satisfaction is a cognitive process that expresses one's personal assessment of the degree to which one's important needs, goals and

desires are fulfilled. Volunteering is a phenomenon of social support and is a result of the individual’s sensitivity to society. Therefore, social sensitivity and subsequent social integration contribute to the individual’s life satisfaction. In this context, H7 hypothesis was developed in this direction.

H7: The volunteering intention positively affects the life satisfaction.

The research model developed within the framework of the research problem and hypotheses is given in Figure 1.

Figure 1. Research Model



Methodology

Research Design and Research Sample

In this study, role playing technique was used to reveal the factors affecting the intent of volunteering. The data used in the research was collected with questionnaires and the convenience sampling technique using the non-probability sampling method. The research sample of the study consists of university students studying in Mersin. A questionnaire was applied to 320 students studying at Mersin University and Çağ University.

Reliability and Validity of Scales

Before testing the hypotheses of the study, the validity and reliability of the voluntary function inventory, voluntary intention and life satisfaction scales were analyzed. The Cronbach’s alpha values of the eight scales which constitute the dependent and independent variables of the study were above 0.70 (Table 1). After the reliability analysis of the research scales, confirmatory factor analysis was performed to test the suitability

of the measurement model to the structural equation model analysis. In order to test the acceptability of the model as a whole, goodness of fit values was examined and it was determined that all goodness of fit criteria of the model was within good and acceptable limits ($\chi^2 / df = 1,62$; RMSEA = 0.044; SRMR = 0.040; GFI = 90; AGFI = 0.87; NNFI = 0.99; NFI = 0.97; IFI = 0.99; CFI = 0.99).

Table 1. Reliability and Validity Analysis

Variables	Scale Items	Mean	Stand.dev.	CR*	α	CR	AVE
Protective Kim et al., (2010)	PRO1	3,57	1,170	0,75	0,845	0,84	0,58
	PRO2	3,49	1,182	0,73			
	PRO3	3,53	1,251	0,77			
	PRO4	3,63	1,214	0,76			
Social Kim et al., (2010)	SOC1	3,64	1,251	0,90	0,891	0,89	0,73
	SOC2	3,62	1,249	0,89			
	SOC3	3,55	1,210	0,77			
Career Kim et al., (2010)	CAR1	3,71	1,089	0,80	0,818	0,82	0,60
	CAR2	3,85	1,139	0,79			
	CAR3	3,70	1,163	0,73			
Values Kim et al., (2010)	VAL1	3,90	1,347	0,89	0,891	0,87	0,68
	VAL2	3,92	1,306	0,89			
	VAL3	3,81	1,331	0,79			
Enhancement Kim et al., (2010)	ENH1	3,77	1,220	0,83	0,857	0,85	0,65
	ENH2	3,67	1,223	0,84			
	ENH3	3,65	1,255	0,78			
Understanding Kim et al., (2010)	UND1	3,71	1,311	0,82	0,901	0,89	0,68
	UND2	3,67	1,263	0,78			
	UND3	3,53	1,315	0,86			
	UND4	3,64	1,334	0,87			
Volunteering intention Blau and Holladay (2006)	INT1	3,68	1,158	0,91	0,920	0,91	0,77
	INT2	3,82	1,193	0,90			
	INT3	3,73	1,186	0,86			
Life Satisfaction Diener et al., (1993)	LSAT1	3,44	1,197	0,83	0,858	0,86	0,56
	LSAT2	3,38	1,264	0,83			
	LSAT3	3,49	1,203	0,74			
	LSAT4	3,60	1,248	0,74			
	LSAT5	3,07	1,381	0,60			

CR = Composit Reliability VE = Average Variance Extracted α = Cronbach Alfa
 * All standard loading values and standart error values are significant at 0.01 level.

In order to test convergent validity, average variance extracted (AVE) values and composite reliability coefficients (CR) of the variables were calculated. When Table 2 was examined, it was found that the composite reliability (CR) coefficients of the scales constituting the measurement model were 0.70 and the average variance values (VE) were above 0.50. Finally, in order to test the construct validity, the discriminant validity of the scales was tested. For each variable, the square root of the mean variance explained was found to be higher than the interdimensional correlation values. According to these results, the scales of the study provide construct validity. When these results are taken into consideration, there is no problem in applying the structural equation model with data sets and variables.

Findings

Of the survey respondents, 55% were male and 45% were female. In addition, 16.3% of the sample was 18-20; 42.2% were 21-23; 28.4% were 24-26; 8.1% are 26 years and over.

Structural equation modeling was used to test the hypotheses H1, H2, H3, H4, H5, H6 and H7. Considering the goodness of fit of the model ($\chi^2 / df = 1.73$; RMSEA = 0.048; SRMR = 0.058; GFI = 89; AGFI = 0.86; NNFI = 0.98; NFI = 0.97; IFI = 0, 99; CFI = 0.99) all goodness of fit values are found to be within good and acceptable values (Schermelleh-Engel et al., 2003:43).

Table 2. Hypothesis Test Results

Hypothesis		Coefficient	t value	hypothesis testing
H ₁	Value Function Volunteering Intention →	0,25*	3,58	Supported
H ₂	Understanding Function Volunteering Intention →	0,17*	2,58	Supported
H ₃	Career Function Volunteering Intention →	0,05	1,04	Not Supported
H ₄	Protective Function Volunteering Intention →	0,12**	2,17	Supported
H ₅	Enhancement Function Volunteering Intention →	0,20*	2,87	Supported
H ₆	Social Impact Function Volunteering Intention →	0,26*	4,56	Supported
H ₇	Volunteering Intention → Life Satisfaction	0,45*	7,58	Supported
Volunteering Intention → R² = 0,72; Life Satisfaction → R² = 0,15				

* $p < 0,001$, ** $p < 0,05$,

According to the results of structural equation modeling analysis, value function ($\beta=0,25$, $t=3,58$, $p<0,01$), understanding function ($\beta=0,17$, $t=2,58$, $p<0,01$), protective function ($\beta=0,12$, $t=2,17$, $p<0,05$), enhancement function ($\beta=0,20$, $t=2,87$, $p<0,01$) and social impact function ($\beta=0,26$, $t=4,56$, $p<0,01$) have positive effect on volunteering intention. There was no significant effect of career function ($\beta=0,05$, $t=1,04$, $p>0,10$) on volunteering intention. The volunteering intention ($\beta=0,45$, $t=7,58$, $p<0,01$) was found to have a positive effect on life satisfaction. When the obtained results are analyzed, the most important motivation function seems to be the value and social effect. Volunteer motivation inventory dimensions explain 72% of the volunteering intention. Volunteering intention alone explains 15% of life satisfaction (Table 2). According to the results of this analysis, H1, H2, H4, H5, H6 and H7 hypotheses are accepted; The H3 hypothesis was rejected.

Results and Discussion

Today, young volunteers are the most important source of the volunteer population. In this context, Turkey having young population is a significant potential for increasing community benefit. It is important to discover motivational factors that can encourage volunteering of this young population. Therefore, motivating individuals to volunteerism is of great importance for such organizations.

In this study, the motivational factors affecting the intention of university students to participate in volunteering activities were tried to be examined with a functionalist approach. In addition, the study examined the effect of volunteering intention on life satisfaction. In this context, a questionnaire was applied to 320 students. When the findings of the study are considered, it has been found that values, social impact, enhancement, understanding and protective functions have a positive effect on volunteering intention. These six variables account for 72% of volunteering intent. When the results are examined, the most important variables explaining the volunteering intention are values and social impact. There was no effect of career function on volunteering intention. In addition, it has been obtained from the results that the volunteering intention has a positive effect on life satisfaction.

According to the findings of this study, the willingness to benefit others is not the only factor affecting the voluntary actions of young people. Individuals participate in volunteering activities in order to escape from their problems, act in accordance with their values, to develop themselves, discover their strengths and to increase their self-esteem. These results show that for the success and sustainability of public interest activities, it is necessary to mobilize potential volunteers and ensure that new people with volunteering intentions continue to arise. In order to achieve this, a focus should be on the factors and functions that can motivate individuals. It is also important that organizations develop messages that can mobilize individuals to encourage volunteering.

Kaynakça/References

- Ajzen, I. (1991). The theory at planned behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, (50), 179-211.
- Allison, L. D., Okun, M. A. & Dutridge, K. S. (2002). Assessing volunteer motives: a comparison of an open-ended probe and Likert rating scales. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 12(4), 243-255.
- Bang, H., & Ross, S. D. (2009). Volunteer motivation and satisfaction. *Journal of Venue and Event Management*, 1(1), 61-77.
- Binder, M. (2015). Volunteering and life satisfaction: a closer look at the hypothesis that volunteering more strongly benefits the unhappy. *Applied Economics Letters*, 22(11),874-885,
- Blau, G. & Holladay, E. B. (2006). Testing the discriminant validity of a four dimensional occupational commitment measure. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 79, 691-704.
- Brayley, N., O. P. L., White, Katherine M., Lewis, Ioni M., Warburton, Jeni, & Spencer, Nancy (2015) Examining the predictive value of combining the theory of planned behaviour and the volunteer functions inventory. *Australian Journal of Psychology*, 67(3). 149-156.
- Burns, D. J., Toncar, M., Reid, J., Anderson, C., Wells, C., Fawcett, J. & Gruben, K. (2005). Volunteering: A comparison of the motivations of collegiate students attending different types of institutions. *International Journal of Volunteer Administration*, 23(4), 31-40.
- Cemalçılar, İ. (1988). Sosyal pazarlama ve bir örnek. *Pazarlama Dünyası*, Yıl:2, Sayı:7.
- Clary, E. G. & Snyder, M. (1999). The motivations to volunteer: Theoretical and practical considerations. *Current Directions in Psychological Science*, 8(5), 156-159.
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J. & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations o f volunteers: A functional approach. *Journal o f Personality and Social Psychology*, 74(6), 1516- 56 1630.
- Diener, E., Sandvik, E. M., Seidlitz, L. & Diener, M. (1993). The relationship between income and subjective well-being: Relative or absolute. *Social Indicators Research*, 28, 195-223.
- Eley, D. & Kirk, D. (2002). Developing citizenship through sport: The impact of a sport-based volunteer programme on young sport leaders. *Sport, Education and Society*, 7(2), 151- 166.
- Emad, F., Masoom Ali, S. & Sardar, H. (2017). Impact of Motivation Behind Volunteerism on Satisfaction with Life among University Students. *Peshawar Journal of Psychology and Behavioral Sciences*, 3(2), 175-187.
- Erdurmazlı, E. (2018). Gönüllülerin motivasyon ve iş tatminleri üzerine bir araştırma: Örgüt kültürünün aracılık rolünün incelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16(2). 71-90.
- Farmer, S. M. & Fedor, D. B. (1999). Volunteer participation and withdrawal: A psychological contract perspective on the role of expectations and organizational support. *Nonprofit Management & Leadership*, 9, 349-367.
- Frey J. H. & Eitzen S. D. (1991). Sport and society. *Annual Review of Sociology*. 17,503-522.
- Frisch, M. B. (2000). Quality of life therapy: *Applying a life satisfaction approach to positive psychology and cognitive therapy*. New York, NY: Wiley.
- Gage, R. L. & Thapa, B. (2012). Volunteer motivations and constraints among college students: Analysis of the Volunteer Function Inventory and leisure constraints models. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41, 405-430.
- Grant, A. (2012). Giving time, time after time: Work design and sustained employee participation in corporate volunteering. *Academy of Management Review*, 37(4), 589-615.
- Girouard, F. D. M. (2016). TRU student motivations to volunteer. *Proceedings of the Annual Thompson Rivers University Undergraduate Research and Innovation Conference*, 10(1) , Article 12.

- Güntert, S.T., Strubel, I.T., Kals, E. & Wehner, T. (2016). The quality of volunteers' motives: Integrating the functional approach and self-determination theory. *The Journal of Social Psychology*, 156(3), 310-327.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (1995). *Multivariate data analysis with readings* (4th Edition). New Jersey: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (Global Ed.). Pearson Education.
- Harnish, R. J., & Bridges, K. (2015), Predicting volunteer motives among university faculty and staff: A functional approach, *PRISM: A Journal of Regional Engagement*, 4 (2). 73-91.
- Heo J., Chun S., Lee S. & Kim J. (2016). Life satisfaction and psychological well-being of older adults with cancer experience: The Role of optimism and volunteering. *International Journal of Aging & Human Development*. 83(3), 274-289.
- Herzog, A., Kahn, R., Morgan, J., Jackson, J. S. & Antonucci, T. C. (1989). Age differences in productive activity. *Journal of Gerontology*, 4, 129-S138.
- Huang, Y. (2016). Downward social comparison increases life-satisfaction in the giving and volunteering context. *Social Indicators Research*, 125(2), 665-676.
- Inglis, S. & Cleave, S. L. (2006). A scale to assess board member motivations in nonprofit organizations. *Nonprofit Management and Leadership Journal*, 17(1), 83-101.
- Joseph, B. M. & Carolissen, R. (2019). Citizenship: A core motive for South African university student volunteers. *Education, Citizenship and Social Justice*, 14(3), 225-240.
- Khoo, S. & Engelhorn, R. (2011). Volunteer motivations at a national special olympics event. *Adapted Physical Activity Quarterly*, 28, 27-39.
- Kim, M., Zhang, J. J., & Connaughton, D. (2010). Modification of the volunteer functions inventory for application in youth sports. *Sport Management Review*, 13(1), 25-38.
- Liao-Troth, M. A. & Dunn, C. P. (1999). Social constructs and human service: Managerial sense making of volunteer motivation. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 10, 345-361.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: Mc Graw-Hill.
- Pauline, G. & Pauline, J. S. (2009). Volunteer motivation and demographic influences at a professional tennis event. *Team Performance Management*, 15(3), 172-184.
- Pavot, W. & Diener, E. (2008). The satisfaction with life scale and the emerging construct of life satisfaction. *The Journal of Positive Psychology*, 3(2), 137-152.
- Penner, L.A. (2004). Volunteerism and social problems: Making things better or worse?. *Journal of Social Issues*, 60(3), 645-666.
- Piliavin, J. A. Grube, J. A., & Callero, P. L. (2002). Role as resources for action in public service. *Journal of Social Issues*, 58, 469-485.
- Polatçı, S. (2015). Örgütsel ve sosyal destek algılarının yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş ve evlilik tatmininin aracılık rolü. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 25-44.
- Ramalingam, L., Sharifuddin, J., Abidin, Z. & Fazlin Ali, M. (2019). Motivation and satisfaction of volunteers for community-based urban agriculture programmes. *The International Social Science Journal*, 69(231), 49-62.
- Saha, S. & Chandra, B. (2018). Understanding the underlying motives and intention among Indian blood donors towards voluntary blood donation: A cross-sectional study. *Transfusion Clinique et Biologique*. 25(2), 109-117.
- Sallam, A. & Safizal, A. O. (2015). The key drivers of volunteering intention among undergraduate Malaysian students—an application of theory of planned behavior. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(2), 1-13.

- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research*, 8(2), 23-74.
- Smith, J. D. (1998). *The national survey of volunteering*. National centre for Volunteering Research: London.
- Van Ingen, E. & Dekker, P. (2010). Changes in the determinants of volunteering: Participation and time investment between 1975 and 2005 in the Netherlands. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 40(4), 682-70.
- Yükseköğretimde Engelsiz Ufuklar Çalıştayı Ve Engelsiz Üniversiteler Raporu (2019), https://engelsiz.yok.gov.tr/Documents/Calistay_Raporlari/engelsiz_ufuklar_%C3%A7a%C4%B1%C5%9Ftayi_ve_2019_engelsiz_universiteler%20odul_toreni_raporu.pdf, Erişim tarihi: 10.10.2019
- Washington, J. (2018). Becoming Active citizens: motivations to volunteer among undergraduate students in a liberal arts college. *School of Professional and Continuing Studies Nonprofit Studies Capstone Projects*. 4, 1-56.
- Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual review of sociology*, 26, 215-240.
- Wilson, J. & Musick, M. (1999). The effects of volunteering on the volunteer. *Law and Contemporary Problems*, 62(4), 141-168.