

结构方程模型下的青年志愿者 参与动机与应对策略研究 ——基于重庆市 1 530 名青年志愿者的调查

周林波

(西南大学国家治理学院,重庆 400715)

摘 要:随着我国志愿服务事业的发展,志愿服务的参与者日益走向低龄化,参与者的动机也日益复杂化。设计构成模型,结合重庆市 18 个区县的 1 530 名青年志愿者服务参与情况调查,对模型进行探索性因子分析和验证性因子分析,并使用高阶测量结构方程模型进行拟合度检验。研究表明:青年志愿者的参与动机分别为“成长—提升”动机、“时尚—从众”动机、“价值—成就”动机及“社交—职业”动机,“物质—实际”动机未通过信度检验而被剔除,而“成长—提升”动机作为强因子因素,是青年参与志愿服务的主要动机。研究还发现,在个人因素、文化因素和经济因素方面,青年志愿者的参与动机也具有一定的差异性。结合以上研究,提出提高青年志愿者参与动机的相应对策。

关键词:青年志愿者;参与动机;结构方程模型

中图分类号:C916

文献标识码:A

文章编号:1005-0566(2023)01-0186-10

Participation motivation and coping strategies of young volunteers under structural equation model: Based on a survey of 1 530 young volunteers in Chongqing

ZHOU Linbo

(School of National Governance, Southwest University, Chongqing 400715, China)

Abstract: With the development of volunteer service in China, the participants of volunteer service are getting younger and younger, and the motivation of participants is becoming more and more complicated. In this study, exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis were carried out on the model by designing the constitutive model and combining with the survey on the service participation of 1530 young volunteers from 18 districts and counties in Chongqing, and the fitting degree was tested by using the high-order structural equation model. The results show that the youth volunteer participation motivation of Growth-improvement motivation, Fashion-herd motivation, Value-achievement motivation and Social-career motivations, Material -reality motivation are eliminated by the reliability test, and Growth-improvement motivation as strong factor-became the main motivation of youth participation in volunteer service. At the same time, the study found that the participation motivation of young volunteers also has certain differences in personal factors, cultural factors and economic factors. Based on the above research, the corresponding countermeasures are put forward to improve the motivation of young volunteers to participate in service.

Key words: young volunteers; participation motivation; structural equation model

收稿日期:2022-07-18 修回日期:2023-01-04

基金项目:国家社科基金项目“基层社会治理中志愿服务行为习惯的形成机制与培育路径”(21BSH146)。

作者简介:周林波(1981—),男,吉林松原人,西南大学国家治理学院讲师,博士,研究方向为志愿服务与社会治理。

中国青年参与最多的公益事业,就是伴随全面改革开放而发展起来的志愿服务,这也是精神文明建设取得巨大成就的重要标志。中国的志愿服务具有实践先行、青年先行、活动先行和组织化动员程度较高等鲜明特点^[1]。作为一项崇高的社会事业,志愿服务已成为当今社会发展进步中不可或缺的一部分。随着经济社会不断发展,志愿服务的内涵和领域在扩大,特征在变化,理念在升华,逐渐成为国际社会衡量一个国家和地区文明水平的重要标志之一。由此可见,随着志愿服务国际化水平不断提高,打造一支规模宏大、素质优良、门类齐全、结构合理的国际化志愿服务人才队伍也成为我国构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的必经之路^[2]。

人类需求的多样性使得人文发展需要在多维方向上展开^[3]。青年是最先参与志愿服务的群体,以志愿服务较为发达的美国为例,美国的青年志愿服务经历了以宗教精神和慈善发展为标志的萌芽与形成时期、以战时服务为标志的发展与扩张时期、以解决社会问题为标志的巩固与调整时期及以全民参与为标志的成熟与提高时期。时至今日,美国青年志愿服务已经普遍化、专业化和常态化。美国成为了志愿者最为普遍的国家之一,志愿服务理念和美国的国民精神融为一体,在某种程度上,也助推了美国社会问题的解决,间接维护了美国经济的高速发展^[4]。如今的美国青年志愿服务,从全球范围来看,特征依然非常鲜明,例如参与社区活动多,志愿者参与热情高;激励机制比较健全,物质激励、精神激励、文化激励、法律激励均较为常见;志愿者的招募、选拔、培训、考核体系完善;志愿者的参与动机多元,很多志愿者参与动机有功利化倾向^[5]。虽然实践以“潜在认知”的方式指导行动,不要求人们明确了解行动背后的动机^[6],但是对于动机的研究,却可以确保实践在一定的可控方向上进行,志愿服务正是如此。

当前,中国的政治领导层提出了实施“新型举国体制”的设想^[7]。作为一种高尚的社会行为和

一项重要的社会公益事业,志愿服务也是“举国体制”的。它在我国和谐社会建设、社会治理创新中具有积极作用,其中青年志愿服务尤为突出,以其较广的参与面、较深的参与程度及较高的社会知名度满足了社会各个领域对志愿服务的需求。例如在新冠病毒感染疫情暴发后,广大青年志愿者在人民需要和祖国召唤的时候挺身而出,充分体现了这一群体以人类命运共同体为导向的强烈的社会责任感和公共服务意识,成为了举世关注的“战役一代”^[8]。面对新冠病毒感染疫情这样一场危及全世界、全人类安全的公共卫生事件,广大青年志愿者充分将“奉献、友爱、互助、进步”的志愿精神升华为国家精神,并将在后疫情时代继续产生引领作用和精神动能,发挥越来越重要的作用。

然而,随着志愿服务从青年走向社会,尤其在《志愿服务条例》出台之后,针对志愿服务从内涵到外延所发生的重大变革,青年参与志愿服务也面临着前所未有的问题和挑战。为了提升社会公众参与志愿服务的意识,提高青年持续参与志愿服务的热情,就应该深入把握青年参与志愿服务的动机,给予他们应有的价值肯定,满足其多元化的需求。本文正是基于此出发点,通过对青年参与动机及其影响因素的考察,探索青年参与志愿服务的动力,促进社会成员经由行动和认知进一步内化志愿服务精神^[9],为促进社会治理背景下的青年志愿服务发展提供思考空间。

一、文献综述

(一) 国外相关研究

国外学者对志愿服务的研究兴起较早,在20世纪70年代就陆续展开,到现在为止已具有较为完善的研究结构。关于志愿服务的动机,有学者早期曾提出了二因素、三因素模型,后来又有研究者在此基础上提出了线性模型以及多因素构成模型,这些都成为了志愿服务动机研究的基础模型^[10]。

然而,真正引起人们关注的是Clary等提出的以志愿服务6种激励功能为主要工具的志愿者功能量表(VFI),其6个动机是:价值观、理解、社会、

职业、保护和提升。在此后的多年发展过程中,VFI 衍生成为人们志愿服务动机相关的多因素模型^[11]。其他学者也进行了这一模型的研究,并将 VFI 的 30 个项目和 6 个动机应用于来自不同国家的样本,包括中国、意大利、德国和西班牙^[12]。还有学者将这 6 种动机与高度不同的变量联系起来,比如志愿者的年龄、他们所属的组织类型、满足和幸福感、组织内的承诺和参与及服务时长等。由于其质量可靠性和易用性,VFI 已成为最常用的自我动机评估工具之一^[13]。其对青年志愿者动机和组织氛围的研究,对于促进非营利组织满意度和持续志愿服务的研究,均被证实是有效的^[14]。

对以上有关国外学者的志愿者动机研究分析,可以发现,志愿动机的研究最早起源于欧美国家。随着经济社会的发展,有关对志愿者参与动机的研究也越来越多,划分也越来越精细。国外研究者主要致力于对志愿者参与动机维度的划分,并且他们对志愿者参与动机的测量工具也较为成熟,但大多都是以利己动机和利他动机为基础进行划分的。

(二)国内相关研究

国内有关对志愿服务动机的研究,尤其是对青年志愿者、大学生志愿者参与动机的相关研究并不多见。有的研究对志愿服务动机进行分类探索,将志愿者的参与动机从利己型和利他型的视角进行更为细致的类型分析^[15]。有的对青年志愿者参与动机的类型和结构进行研究,指出志愿者动机按照从低到高的不同层次划分为功利型动机、被动型动机、快乐型动机、发展型动机和责任型动机^[16]。还有研究认为,当代青年参与志愿服务的本质动机是“功利”和“非功利”的“双轨”因素,并且细分为了内生功利性因子、外生功利性因子、内生非功利性因子和外生非功利性因子^[17]。也有学者尝试通过整合志愿者动机的功能理论与驱动力理论,构建适合我国志愿者服务行为与思想驱动相统一的动机类型^[18]。

对国内有关志愿者参与动机相关研究的分析可以看出,我国对志愿者参与动机的研究起步较

晚,目前还处于初步阶段,虽然现在取得了一些成果,但并未形成一致的结论,大多研究主要是以定性为主,难以大范围推广。因此,根据现有的研究成果,结合西方成熟的测量工具来创新探索本土化的青年志愿者动机的维度划分。

二、研究过程与数据来源

(一)研究方法与过程

本文首先,广泛收集中外学者普遍使用的青年志愿者参与动机模型,参照 Clary 的志愿者功能量表,确定了潜变量和可测变量。本文设计了结构式一阶问卷。该问卷的主要内容包括 21 项可测指标 5 个潜变量因子,同时采用了 Likert5 级量度(1 为非常不符合,5 为非常符合)对目标样本进行测量,主要确定每一个指标的动机强度。接下来运用 SPSS 22.0 进行潜变量信度检测,确定形成二阶问卷,确定主因子及次因子。然后,采用探索性因子分析法和验证性因子分析法对二阶问卷信度和效度进行检验。最后,采用高阶测量结构方程模型对青年志愿者参与动机进行实证分析。

(二)研究假设与变量

参考既有模型的总体构建情况,结合 Clary 等国内外学者的研究成果和其他相关实证研究结论,以及小范围甄别调查的结果,本文确立的潜变量分别是“成长—提升”动机、“社交—职业”动机、“时尚—从众”动机、“价值—成就”动机及“物质—实际”动机。模型中各变量需要观测的具体范畴如表 1。

(三)数据来源

本文的二阶问卷数据来自于西南大学全国民政政策理论研究基地 2021 年对重庆市 18 个区县青年志愿者服务参与情况的调查。按照国家统计局对我国青年的年龄划分,本文研究的调查对象为 1987 年 1 月 1 日以后出生,年龄为 18~34 岁。在第一阶段,采取立意抽样的方式,确定了重庆市 18 个区县作为研究的实施区域;在第二阶段,采用配额抽样的方法,按照团委所属志愿组织志愿者、民间组织志愿者和其他部门所属志愿组织志愿者 6:3:1 的比例进行问卷调查。

表1 模型变量的对应值

潜变量	内涵	可测变量
S1 “成长—提升” 动机	与个人的发展及成长相关的指标	获得宝贵的培训经历等锻炼机会(S11) 能够见面、长见识(S12) 进一步认识和了解社会(S13) 提高自我综合能力和竞争力(S14)
S2 “社交—职业” 动机	与个人的交际及职业发展相关的指标	结交志同道合的朋友,扩大交际圈(S21) 可以为自己的求职简历增色(S22) 可以提供探索不同职业的机会(S23) 可以积累初步的工作经验(S24) 可以学会与不同类型的人相处和合作(S25)
S3 “时尚—从众” 动机	与社会环境和个人性格有关的指标	志愿服务是一种流行和时尚(S31) 响应单位、学校、上级组织的要求(S32) 看见别人在做志愿,采取跟风行为(S33) 参与志愿服务可以打发闲暇时间(S34)
S4 “价值—成就” 动机	与社会发展和个人自我实现相关的指标	志愿服务是体现青年社会责任感的行为(S41) 参加志愿活动让我感到自己很重要(S42) 我想让我的生活更有意义(S43) 可以实现自我价值(S44)
S5 “物质—实际” 动机	与物质、经济(直接、间接)有关的指标	获得免费纪念T恤、礼品等(S51) 获得志愿服务证书(S52) 获得志愿者补贴及保险(S53) 获得其他间接经济回报(S54)

调查时间安排在2021年9月至10月上旬。先发放300份进行小样本一阶问卷测试,形成二阶问卷后共发放问卷1700份,回收后剔除不符合本次调查要求的样本,实际有效问卷1530份。样本的基本情况见表2~表7。

表2 样本的地区分布

地区	样本数量	百分比/%	地区	样本数量	百分比/%	地区	样本数量	百分比/%
巴南	87	5.7	璧山	49	5.7	渝北	90	5.9
大渡口	87	4.4	大足	13	4.4	綦江	28	1.8
九龙坡	101	6.6	江北	174	6.6	合川	87	5.7
沙坪坝	138	9.0	渝北	135	9.0	永川	69	4.5
江津	54	3.5	长寿	61	3.5	北碚	192	12.5
南岸	76	5.0	垫江	26	5.0	潼南	83	5.4

表3 样本的行业分布

变量	频数	百分比/%	有效百分比/%	累计百分比/%
学生	624	40.8	40.8	40.8
党政机关、事业单位	203	13.3	13.3	54.1
社会组织	301	19.7	19.7	73.7
企业、个体工商户	185	12.1	12.1	85.8
其他	217	14.2	14.2	100.0
Total	1530	100.0	100.0	

表4 样本的性别情况

变量	频数	百分比/%	有效百分比/%	累计百分比/%
男	844	55.2	55.2	55.2
女	686	44.8	44.8	100.0
Total	1530	100.0	100.0	—

表5 样本的年龄分布

	频数	百分比/%	有效百分比/%	累计百分比/%
“00后”	18~21岁	333	21.8	21.8
“90后”	22~25岁	730	47.7	69.5
	26~30岁	317	20.7	90.2
“80后”	30~34岁	150	9.8	100.0
Total		1530	100.0	—

表6 样本的文化程度特征

变量	频数	百分比/%	有效百分比/%	累计百分比/%
小学	7	0.5	0.5	0.5
初中	73	4.8	4.8	5.2
高中	445	29.1	29.1	34.3
本科	844	55.2	55.2	89.6
研究生及以上	161	10.4	10.4	100.0
Total	1530	100.0	100.0	—

表7 样本的收入特征

变量	频数	百分比/%	有效百分比/%	累计百分比/%
无收入	723	47.3	47.3	47.3
2000元及以下	125	8.2	8.2	55.5
2000~3500元	234	15.3	15.3	70.8
3500~5000元	328	21.4	21.4	92.2
5000元以上	120	7.8	7.8	100.0
Total	1530	100.0	100.0	—

三、研究结果及分析

(一) 青年志愿者参与动机结构方程模型研究

1. 一阶问卷信度检验

本文通过克隆巴赫 α 系数进行潜变量信度检验,之所以能够避免传统折半信度的缺点是因为这种方法将测量工具中任一条目结果同其他所有条目进行比较,对量表内部一致性估计更加慎重。

表8 一阶问卷潜变量的信度检验

潜变量	可测变量个数	克隆巴赫 α 系数
“成长—提升”动机	4	0.951
“社交—职业”动机	5	0.886
“时尚—从众”动机	4	0.932
“价值—成就”动机	4	0.829
“物质—实际”动机	4	0.347

表8表明,在五个潜变量里,除“物质—实际”动机的克隆巴赫 α 系数系数为0.347,数值上相对

较低以外,其它变量的系数均在 0.8 以上,表明一阶问卷的可靠性较高。在二阶问卷中去掉该因子,即初始模型中包括“成长—提升”动机、“社交—职业”动机、“时尚—从众”动机、“价值—成就”动机 4 个主因子和 17 个次因子。

2. 二阶问卷数据的信、效度检验

二阶问卷的克伦巴赫 α 系数信度检验为 0.912,超过了一般信度系数建议值 0.8,可以判定该问卷的信度是比较可靠的。二阶问卷探索性因子分析的结果显示,“转轴后”的成分矩阵中,各测量变量属于有效达标,是因为在各因子上的最大载荷量都在 0.58 以上。设置 4 个固定因子后,对二阶问卷的数据进行验证性分析,结果显示,各测量变量在各共同因子上的载荷量都达到 0.58 以上,具有较高的相关度,由此确认了二阶问卷的效度。

3. 探索性因子分析

原始变量的相关分析是因子分析的第一步,它与反映某些变量共同特性的少数公共因素的形成呈正相关。在这个问题上,进行 KMO 检验和 Bartlett 球体检验是最合适的办法。Kaiser 认为 KMO 的值大于 0.5 可适用于因素分析,本研究的 KMO 检验值为 0.864,说明数据样本适合用于因素分析;总体的相关矩阵间有共同因素存在,也适合作因素分析,是因为 Bartlett 的球形检验中 χ^2 的值均达到显著水平。因本文研究中的 Bartlett 球形检验结果为 8 177.231,显著性为 0.000,所以可以认为达到了非常显著水平,这充分表明变量内部存在共享因素的可能性非常大,也说明青年志愿者参与动机研究适合做探索性因子分析。

表 9 反映了各因子中各个测量变量的载荷和贡献率(按大小排序)情况。本文测量变量的主因子已经确定,即“成长—提升”动机、“社交—职业”动机、“时尚—从众”动机、“价值—成就”动机,采用限定抽取 4 个公共因素法进行因子分析,由此来分析问卷测量变量的效度。一是因为 4 个主因子之间具有不相关,二是因为正交旋转是假设因子之间也具有不相关,从而得出每一个因子的贡献率。

表 9 正交旋转后的因子载荷表(N=1 530)

因子	测量变量	载荷量	贡献率 /%	累计贡献率 /%
S1 “成长—提升”动机	培训经历(S11)	0.878	19.679	19.679
	增长见识(S12)	0.821		
	认识社会(S13)	0.699		
	综合能力(S14)	0.654		
S3 “时尚—从众”动机	流行时尚(S31)	0.832	17.118	36.697
	上级要求(S32)	0.791		
	跟风行为(S33)	0.769		
	打发时间(S34)	0.655		
S4 “价值—成就”动机	社会责任(S41)	0.788	13.785	50.582
	自我重要(S42)	0.754		
	生活意义(S43)	0.602		
	自我价值(S44)	0.557		
S2 “社交—职业”动机	扩大交际(S21)	0.701	12.349	62.931
	求职简历(S22)	0.667		
	职业机会(S23)	0.611		
	工作经验(S24)	0.598		
	他人合作(S25)	0.580		

4. 验证性因子分析

本文运用 AMOS 7.0,结合结构方程模型对二阶问卷中的模型进行验证性因子分析。在结构方程模型中,试图通过统计运算方法(如最大似然法等)求出那些使样本方差协方差矩阵 S 与理论方差协方差矩阵 Σ 的差异最小的模型参数。换一个角度,如果理论模型结构对于收集到的数据是合理的,那么样本方差协方差矩阵 S 与理论方差协方差矩阵 Σ 差别不大,即残差矩阵 $(\Sigma - S)$ 各个元素接近于 0,就可以认为模型拟合了数据^[19]。

模型拟合指数是考察理论结构模型对数据拟合程度的统计指标。本研究主要涉及指数为拟合优度(CMIN/DF)、拟合良好性指标(GFI)、规范拟合指数(NFI)、近似均方根误差估计(RMSEA)及比较拟合指标(CFI)^[20],具体评价标准见表 10。

表 10 拟合指数评价标准

指数名称		评价标准
本研究中涉及到的指数	CMIN/DF	越小越好
	GFI	0~1 之间,越接近 1 越好
	NFI	0~1 之间,越接近 1 越好
	CFI	0~1 之间,越接近 1 越好
	RMSEA	越小越好
	评价标准:表格给出的是该拟合指数的最优标准,根据具体情况分析	

根据表 11,本文建构的 4 个子模型,CMIN/DF 的值均显得不是特别大,CFI、NFI 和 GFI 3 个数的数值均在 0.85 以上,而且 RMSEA 的 90% 置信区间上限在 0.05 以下,表明模型的拟合度相对来说

是比较好的,也说明本研究所设想的结构模型相对合理。

表 11 模型变量的拟合指标

主因子	CMIN/DF	GFI	NFI	CFI	RMSEA
“成长—提升”动机	0.219	0.967	0.887	0.926	0.049
“时尚—从众”动机	0.662	0.922	0.881	0.906	0.052
“价值—成就”动机	0.304	0.931	0.862	0.912	0.037
“社交—职业”动机	1.665	0.921	0.866	0.871	0.044

表 12 体现了青年志愿者参与志愿服务时,在“成长—提升”动机、“社交—职业”动机、“时尚—从众”动机及“价值—成就”动机 4 个因素上的载荷数的具体数值。其中,可以将 C. R. 值等同于 T 值,当 C. R. > 1.95 时,原假设就在 $p < 0.05$ 时有统计学意义。即在对 1 530 个重庆青年志愿者样本数据进行分析之后,4 个因素全部通过显著性检验。

表 12 结构模型计算结果

因素	路径	动机	符号方向	路径系数	C. R. 值	检验结果
“成长—提升”	←	参与动机	+	0.814	1.652	支持
“时尚—从众”	←	参与动机	+	0.775	3.223	支持
“价值—成就”	←	参与动机	+	0.867	2.878	支持
“社交—职业”	←	参与动机	+	0.568	5.887	支持

5. 青年志愿者参与动机因素的讨论

通过参与志愿服务动机的因子探索分析,结合结构方程模型验证的结论,可见当前青年志愿者参与志愿服务的动机主要有如下几种:一是“成长—提升”动机,即与个人的发展与成长相关的因素。如参加志愿服务所获取的培训经历、增长见识、深入了解社会的机会、提高综合能力和自我竞争力等因素,均成为了吸引青年参加志愿服务的第一要素。二是“时尚—从众”动机,即与社会环境和个人性格有关的因素。如追求时髦赶潮流,或者看见他人去做志愿而出现的“跟风”行为。当然,由于青年志愿者之中有相当多的一部分是高校学生群体,其所在学校共青团系统的要求也成为了青年参与志愿服务的主要原因之一。三是“价值—成就”动机,即与社会发展和个人自我实现相关的因素。包括参与者通过志愿服务所体现的青年社会责任感、青年参与志愿服务的自我认同提升、自我价值增值、自我幸福感增强等考察维度。四是“社交—职业”动机,即与个人的交际及职业发展相关的因素。包括在做志愿服务过程中

所收获的友情资源、志愿经历为求职简历增加筹码、积累工作经验、学会与他人合作等生活及职业技能。

(二) 青年志愿者参与动机的差异性研究

前文探索了青年志愿者参与志愿服务的主要动机。青年志愿者个体特征的自然差异能否造成参与动机的显著差异,对于研究如何提高该群体的参与动机也是十分必要的。介于研究的一些固有局限,本文主要选取青年志愿者的个人因素、文化因素及经济因素进行差异化探讨,对动机强度采用方差分析和交叉分析,均值越高代表动机强度越大。

1. 个人因素对志愿参与动机的影响

在个人因素对青年志愿者参与动机的影响研究方面,研究者选取了先赋角色中最基本的两个因素——性别和年龄加以研究。第一,青年的志愿服务参与动机不存在明显的性别差异。从表 13 可见,在影响青年参加志愿服务的四个动机中,男性较为容易被“成长—提升”动机、“价值—成就”动机及“社交—职业”动机所影响,女性较为容易被“时尚—从众”动机所影响,但是总体上来说,差距不大。第二,青年的志愿服务参与动机存在较为明显的年龄差异。从表 14 可见,在“成长—提升”动机方面,21 岁以下的“00 后”青年最为强烈,这一部分的群体以高校学生为主,他们渴望通过志愿服务了解象牙塔以外的世界,并且抓住一切可能的机会,通过大型赛会志愿服务、大型政务志愿服务获得志愿服务的相关培训;这一年龄段的人群同时也有着极强的“时尚—从众”动机志愿服务动机,以研究所在地重庆为例,“网红”城市更需要志愿服务这类元素的参与,青年最为容易被时尚所吸引。与此同时,31 岁以上的青年志愿者则在志愿服务的参与过程中表现出理智性,他们不追风不盲从,对于志愿服务有着自己独特的理解;在“价值—成就”动机方面,25 岁以下“95 后”及“00 后”的青年志愿者由于学校中的意识形态教育及体现大学生的社会责任感,此方面的动机强度表现得较为明显。22~25 岁志愿者的“社交—职业”动机较强,这与大学毕业生期待获得更多入

职机会有关,而 18~21 岁的“00 后”志愿者主要为在校学生,很多人尚未对未来的职业发展有特别清晰的概念,所以在职业动机上表现稍弱,而对于 31~34 岁的“80 后”青年志愿者,由于大多数人已经在事业上比较稳定,因此“社交—职业”动机相对最弱。

表 13 个人因素在青年志愿服务参与过程中的
差异分析(性别,N=1 530)

变量/均值	“成长—提升” 动机	“时尚—从众” 动机	“价值—成就” 动机	“社交—职业” 动机
男	4.224	3.876	3.245	2.898
女	4.202	3.901	3.108	2.767
F	3.114(0.086)	1.337(0.234)	3.168(0.079)	1.889(0.223)

表 14 个人因素在青年志愿服务参与过程中的
差异分析(年龄,N=1 530)

变量/均值	“成长—提升” 动机	“时尚—从众” 动机	“价值—成就” 动机	“社交—职业” 动机
18~21 岁	4.388	4.206	3.312	2.897
22~25 岁	4.224	4.104	3.307	3.117
26~30 岁	4.112	3.767	2.998	2.768
31~34 岁	4.091	3.078	3.199	2.662
F	6.456(0.004)	1.887(0.228)	2.890(0.068)	3.821(0.072)

2. 文化因素对志愿参与动机的影响

在文化因素对青年志愿服务参与动机的影响研究方面,研究者选取了最具代表性的因素——受教育程度加以分析。从表 15 可见,青年的志愿服务参与动机存在一定的受教育程度差异。学历为本科的青年志愿者,其“成长—提升”动机和“时尚—从众”动机都比其他学历层面的青年志愿者要强,学历在初中及以下的,各方面的志愿服务动机均相对较弱。低学历(初中及以下)者的“时尚—从众”动机成为这一群体参与志愿服务的主要动机,盲动性较强,相反高学历(研究生及以上)者往往不倾向盲目参加志愿服务。

表 15 文化因素在青年志愿服务参与过程中的
差异分析(教育,N=1 530)

变量/均值	“成长—提升” 动机	“时尚—从众” 动机	“价值—成就” 动机	“社交—职业” 动机
≤初中	3.188	3.509	2.889	2.996
高中	3.969	3.790	3.111	2.818
本科	4.212	4.007	3.590	2.778
≥研究生	4.021	2.778	3.299	2.692
F	3.456(0.059)	2.812(0.525)	3.710(0.044)	8.667(0.000)

3. 经济因素对志愿参与动机的影响

在经济因素对青年志愿服务参与动机的影响研究方面,收入因素自然是最重要的参考指标。从表 16 可见,收入状况对青年的志愿服务参与动

机具有重要影响。其中,收入在 2 000 元以下的主要都是学生群体,在经济因素上的代表性不突出。反观高收入的青年志愿者群体,更加追求“价值—成就”动机,因为他们已经“功成名就”,也就自然忽略“社交—职业”动机(当然不排除一小部分人需要通过志愿服务寻求同更大的社会资本匹配与对接的机会)。

表 16 经济因素在青年志愿服务参与过程中的
差异分析(收入,N=1 530)

变量/均值	“成长—提升” 动机	“时尚—从众” 动机	“价值—成就” 动机	“社交—职业” 动机
≤2 000	4.481	4.206	4.077	3.256
2 000~3 500	3.887	3.886	2.973	2.747
3 500~5 000	3.897	3.785	2.924	2.789
≥5 000	4.002	3.116	4.119	2.897
F	3.784(0.065)	2.888(0.860)	4.443(0.065)	3.337(0.061)

四、结论与对策

(一) 研究结论

志愿服务是一种不分参加者自身条件(如性别、年龄、种族、社会文化背景),且自愿地、不求报酬地贡献自己的时间、知识、才能、财物等资源去帮助他人的社会行为。本文研究发现,新时代的青年志愿服务呈现出了全新的特点,其参与者的动机分别为“成长—提升”动机、“时尚—从众”动机、“价值—成就”动机及“社交—职业”动机,“物质—实际”动机未通过信度检验而被剔除,而“成长—提升”动机作为强因子因素,成为了青年参与志愿服务的主要动机。青年志愿者的参与动机也具有一定的差异性,其中个人因素中的性别因素差异不明显,年龄因素差异明显,文化因素差异明显,经济因素影响巨大。要想进一步提升青年志愿者的参与动机,需要适应青年志愿者的新特点,对他们进行培育和引导,同时做好志愿精神的文化再造,营造全社会志愿服务的良好环境。

(二) 提升青年志愿服务动机的对策

新时代的中国志愿服务处于“举国体制”之下,处于历史的重大变革时期,也呈现出全新的特点,其中最为重要的就是,它拥有全新的参与主体特征和全新的参与价值体系。从中国志愿服务面向未来的发展趋势来看,中国特色志愿服务事业正经历着重要的转折。一是正由相对传统的活动型向全面而深刻的法治化、专业化、信息化和国际

化转变,这需要改良和提升志愿服务发展的方式、结构和动力。二是从共青团的一项开创性工作,已经成为全社会精神文明建设的重要内容,并正以更加积极主动的姿态参与社会治理,日益成为国家现代化治理体系和现代化治理能力建设的有机构成和有生力量。三是民间志愿服务组织的快速发展正深刻改变志愿服务传统的组织形态和动员方式,同时使志愿服务的独特作用越来越凸显,从较多的在危机应对的情境中发挥人道作用,逐渐进入较为复杂的经济和社会问题的解决过程。在此背景下,研究青年志愿者参与志愿服务的动机,有针对性地提高其志愿服务的参与度,对于志愿服务的制度化、常态化发展都是尤为必要的。

1. 强化志愿服务“成长—提升”参与动机,迎合青年志愿者的全新特点

当前青年志愿服务的参与者日益年轻化,“95后”“00后”纷纷登上志愿服务的历史舞台。研究表明,“物质—实际”动机已经不能成为激发青年志愿者参与志愿服务的主要因素,传统的“爱心银行”“积分兑换”等志愿服务激励方式也不能吸引年轻的志愿者参与。当代的青年志愿者更需要的是通过参与志愿服务,经由此过程对其个人能力进行全面建构,通过志愿服务的磨砺,成长成为合格的社会人才。以美国的和平队(Peace Corps)为例,作为世界上最大规模的国家志愿者派遣组织,其主要使命就是以志愿服务的方式援助“第三世界”国家,每年大约向70个国家派遣7000名志愿者,却往往吸引数百万志愿者前来报名,原因在于和平队项目中的“志愿者提升计划”(Volunteer Promotion Program)最具吸引力。首先,和平队为志愿者提供3个月的海外培训,包括所在国语言、风俗、沟通等基本技能训练;其次,和平队为志愿者提供了成长型的发展愿景,即影响人一生的决定性经历、淬炼出领袖魅力的过程、学会异地而处的同理心、展示跨文化沟通的理解力及国家软实力。这一系列的措施和规定对于青年志愿者而言,均具有强强的吸引力。

中国特色的志愿服务因为具有一定的意识形

态色彩,需要以动机“反逼”效果。在我国的志愿服务事业发展过程中,出现了一些重视过程和结果,轻视志愿者个人发展的情况。而事实上,志愿者参加志愿服务,最为看重的是其能力的提高和自我价值提升。因此,除了大型赛会志愿服务、大型政务志愿服务需要系统的志愿者培训之外,一般的志愿服务也要加强对于志愿者的能力培养环节,以此适应青年志愿者的新特点,提高其参与动机。

2. 重视志愿服务“时尚—从众”参与动机,吸引参与与引导参与并举

实现志愿服务的制度化,离不开志愿服务的项目化、信息化和社会化。志愿服务参与者往往非常看重项目的创新性和时代特征,这就需要志愿服务需要融入现代时尚元素和创新元素。以信息化的时尚元素为例,目前欧洲有一种比较流行的网际志愿服务(Internet Volunteer Service),即世界上任何人都可以随时随地提供网上服务。它既可以从编辑到翻译的各种服务,也可以是提供技术帮助或通过电邮和网络电话为青少年提供辅导。此外,当前智能电话的全面普及使得微型志愿服务(Micro-Volunteering)成为可能,即能够通过网络互联电话用几分钟时间即可完成小型任务。而在我国,作为一个世界超级网络大国,志愿服务的信息化也是吸引青年志愿者参与服务的时尚动机之一。如当前的技术公益的广泛提倡,是对公益生态的改变,是对企业志愿服务的提升,也可以锻造中国志愿服务的后发能力,由此衍生的“互联网+志愿服务”,如智慧公益,腾讯99公益、阿里网络文明志愿者等时尚元素,已经同青年志愿服务紧密联结在一起,从而吸引更多的年轻人投入其中。近年来,时间银行(Time Bank)的吸引力也成为青年志愿者参与志愿服务的时尚动机之一。它主张以简单的数学逻辑实现时间等价的置换。时间银行被看作志愿活动的一种,即以时间作为一种凭证,来为志愿者向他人提供的服务背书,而当志愿者本人及其家庭需要帮助时,储蓄的时间可换取其他志愿者的等时、等质的服务。

志愿行为是一种群体同一性的行为。所谓的

同一并不是个人的持存依赖于其事件的经验或这种经验的连续,而是去理解我们作为一个具有意义的统一体对自我经验进行反思性解释和重构的方式。对于青年参加志愿服务的从众动机而言,跟风盲从占了很大的比例。加强对青年志愿者参与志愿服务的引导,让他们从理念上认同志愿服务,理解志愿服务的根本要义,让每一个志愿者都能成为志愿服务的宣传者和倡导者,而不是“被志愿”。作为青年志愿者的群团组织和社会组织,也要在发动青年开展志愿服务活动时,去行政化和去工具化,让志愿服务从标识化到生活化,志愿精神和志愿理念真正融入参与者的内心,最终达到个人需求满足的最大化及个人尊严获得的最大化。

3. 提升志愿服务“价值—成就”参与动机,升华志愿精神为文化现象

一般来说,志愿服务的愿景是服务和奉献成为国民普遍认同的价值观念和生活方式,志愿服务被普遍认为是实现个人理想价值、增进社会交际能力、提高生活幸福指数的重要手段。而事实上,我国青年志愿服务参与动机在“价值—成就”方面,并不占据优势,这与个人和他人对于志愿服务价值的理解和认知息息相关。这也使得志愿服务发展的环境存在着一定的国别差异。如在英国,几乎所有的单位和部门都十分支持员工参加志愿活动,并积极为参与者提供一切可能的便利条件。以博物馆志愿服务为例,志愿讲解员通常在接到志愿讲解的工作任务后,往往会在第一时间向自己的主管报告,主管也会第一时间为其调班,从而保证其按时参加志愿工作。正是这种来自各个方面的支持,使得大量精英阶层有可能毫无负担地投身于志愿服务工作之中,从而直接提升了志愿服务的质量,也激发了爱心人士参与志愿服务的动机。

我国的志愿服务是改革开放以来最具价值的新文化现象,着眼新文化的建设,志愿精神必将成为中华文化的高贵元素。中华优秀传统文化并不必然转化为与时代发展高度吻合的现代文明,创造性转化和创新性发展任重道远。纯净的志愿服

务价值与丰富多彩、多义的志愿服务实践之间的张力和矛盾,将有助于优秀传统文化的现代性再造。因此,将志愿精神升华为文化现象,必将有力地“价值—成就”维度提升青年参与志愿服务的动机。

4. 巩固志愿服务“社交—职业”参与动机,营造全民志愿的发展环境

很多学者将“社交—职业”参与动机等同于“物质—实际”参与动机,本文研究中“社交—职业”参与动机相对最弱,也充分印证了两者的相似性。事实上,很多在校大学生并不会把“社交—职业”这个因素作为参与志愿服务的重要动机,是因为社会交往的场域有很多,并不局限于做志愿服务;而求职过程中,志愿服务的经历并不会被作为重点因素加以考虑。这充分反映了当前我国的就业市场,依然并未对志愿服务的积极参与者敞开优先的大门。相反,很多高收入、事业稳固的“大龄”青年志愿者,非常重视志愿服务过程中所收获和链接的社会资本,以期谋求志愿服务之外的其他合作机会。

志愿常态化即社会成员经由行动和认知对志愿服务的不断内化。其重要方式之一是营造全民志愿的发展环境,除了社会的就业市场发展环境,更为重要的是高校的正确引导。高校作为青年大学生的培养摇篮,在引导大学生参与志愿服务,转变思想观念,规范大学生志愿行为方面应进一步发挥作用。在志愿服务过程中,利用实践对青年志愿者进行教育,帮助他们加深对志愿服务和奉献精神的理解,增强青年志愿者的责任感和使命感。在学校教育中,加入一些志愿服务基本内容,培养学生的服务意识,锻炼学生的服务能力,内化学生的服务意义,最终提升学生的参与动机。在全社会建立一套完整的志愿服务评估机制,政府从政策上给予支持,给予优秀青年志愿者相应的荣誉与社会地位,激发其责任型动机,在全社会营造一种志愿服务精神氛围。

参考文献:

- [1] 张朝晖. 聚焦共青团主责主业,全力提升高校志愿服务[J]. 中国青年, 2019(6): 112-119.

(下转 214 页)

- [18]张腾,蒋伏心,韦朕韬. 数字经济能否成为促进我国经济高质量发展的新动能? [J]. 经济问题探索, 2021(1):25-39.
- [19]李宗显,杨千帆. 数字经济如何影响中国经济高质量发展? [J]. 现代经济探讨, 2021(7):10-19.
- [20]陈晓东,杨晓霞. 数字经济发展对产业结构升级的影响——基于灰关联熵与耗散结构理论的研究[J]. 改革, 2021(3):26-39.
- [21]林宇豪,陈英葵. 数字经济与产业结构升级——基于要素流动视角下的空间计量检验[J]. 商业经济研究, 2020(9):172-175.
- [22]马香品. 数字经济时代的居民消费变革:趋势、特征、机理与模式[J]. 财经科学, 2020(1):120-132.
- [23]周楠. 互联网背景下居民消费行为特征与影响要素探析[J]. 商业经济研究, 2018(24):65-68.
- [24]俞剑,方福前. 中国城乡居民消费结构升级对经济增长的影响[J]. 中国人民大学学报, 2015, 29(5):68-78.
- [25]许宪春,张美慧. 中国数字经济规模测算研究——基于国际比较的视角[J]. 中国工业经济, 2020(5):23-41.
- [26]王军,朱杰,罗茜. 中国数字经济发展水平及演变测度[J]. 数量经济技术经济研究, 2021, 38(7):26-42.
- [27]温忠麟. 张雷,侯杰泰,等. 中介效应检验程序及其应用[J]. 心理学报, 2004(5):614-620.
- [28]陈景华,陈姚,陈敏敏. 中国经济高质量发展水平、区域差异及分布动态演进[J]. 数量经济技术经济研究, 2020, 37(12):108-126.
- [29]白俊红,刘宇英. 对外直接投资能否改善中国的资源错配[J]. 中国工业经济, 2018(1):60-78.

(本文责编:辛 城)

(上接 194 页)

- [2]徐芳,高中华. 人才国际化研究的演化历程及未来展望[J]. 中国软科学, 2021(5):176-184.
- [3]牛叔文,李真,梁曼. 人文发展的多维测度及其政策启示[J]. 中国软科学, 2021(5):99-110.
- [4]中国志愿服务联合会. 中国志愿服务发展报告[M]. 北京:社会科学文献出版社, 2017:345-353.
- [5]姚薇. 中西方青年志愿者大型活动参与动机比较研究[J]. 中国青年研究, 2015(2):52-57.
- [6]胡安宁. 社会学视野下的文化传承:实践—认知图式导向的分析框架[J]. 中国社会科学, 2020(5):35-155.
- [7]路风,何鹏宇. 举国体制与重大突破——以特殊机构执行和完成重大任务的历史经验及启示[J]. 管理世界, 2021(7):1-19.
- [8]廉思. 战疫一代与中国未来[J]. 就业与保障, 2020(12):6-8.
- [9]罗婧. 志愿常态化:对“个体—环境”交互机制的探索[J]. 管理世界, 2021(8):128-142.
- [10]CHO H, LI Chunxiao, WU Yandan. Understanding sport event volunteers' continuance intention: an environmental psychology approach [J]. Sport management review, 2020, 23(4):615-625.
- [11]RENFREE G, WEST J. Motivation and commitment of volunteers at park run events [J]. Managing sport and leisure, 2021(1):1-14.
- [12]MILLER J, MARTINEZ J. Conducting a special small-scale sporting event: what motivates people to volunteer in a small city? [J]. Managing sport and leisure, 2021(8):1-16.
- [13]VECINA M L, MARZANA D. Motivations for volunteering: do motivation questionnaires measure what actually drives volunteers? [J]. Motivations for volunteering, 2019(2):573-587.
- [14]NENCINI A, ROMAIOLI D. Volunteer motivation and organizational climate: factors that promote satisfaction and sustained volunteerism in NPOs [J]. International journal of voluntary and nonprofit organizations, 2016(4):618-639.
- [15]崔岩. 当前我国公众的志愿服务参与动机研究[J]. 中国社会科学院大学学报, 2022(3):98-118.
- [16]王民忠,狄涛. 基于需要理论的大学生志愿服务动机研究[J]. 思想教育研究, 2013(10):61-64.
- [17]宋辰婷. 共青团志愿服务中青年学生的参与驱动力分化研究[J]. 中国青年研究, 2019(6):26-32.
- [18]邓国胜,辛华,翟雁. 中国青年志愿者的参与动机与动力机制研究[J]. 青年探索, 2015(5):31-38.
- [19]赵黎明. 基于结构方程模型的农民专业合作社性质漂移研究——以河南省为实证[J]. 广东农业科学, 2014, 41(23):215-220.
- [20]汪潜. 就业信心 SEM 最优模型构建及拟合指数修正[J]. 统计与决策, 2014(20):35-38.

(本文责编:辛 城)