

Motivasjon, lojalitet og frivillighet

En studie av motivasjon, lojalitet og frivillighet på norske musikkfestivaler

Tor Åge Bjelland Eikerapen



Innlevert som hovedoppgave ved Psykologisk institutt

UNIVERSITETET I OSLO

Oktober 2011

Forfatter: Tor Åge Bjelland Eikerapen ©

Innlevert: 24. oktober 2011

Tittel: Motivasjon, lojalitet og frivillighet på norske musikkfestivaler

Veileder: Knut Inge Fostervold

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

Publisert: <http://www.duo.uio.no>

Sammendrag

Denne studien har hatt som mål å utforske hvilke demografiske og psykologiske variabler som predikerer fremtidig lojalitet blant frivillige på norske musikkfestivaler, samt å undersøke hva som motiverer de frivillige.

Sommeren 2011 ble det gjennomført en spørreundersøkelse blant frivillige på fire norske musikkfestivaler. Undersøkelsen viser at sosialt samvær, verdier og interesser blir rangert som de viktigste motivasjonsdimensjonene når deltakerne blir spurt om hvorfor de er frivillige. Karriereutvikling, andres forventninger og selvaktelse viste seg å være de minst relevante motivasjonsdimensjonene. Indre motivasjon, identifisering med festivalens mål, samt tidligere arbeidserfaring på festivalen var de variablene som best predikerte ønske om å fortsette som frivillig på festivalen i fremtiden. Ytre motivasjon var den variabelen som best predikerte manglende ønske om å fortsette som frivillig i fremtiden. Avslutningsvis blir det drøftet hvilke implikasjoner funnene i studien kan ha og det blir gitt konkrete forslag til hvordan festivalene kan legge til rette for økt motivasjon og fremtidig lojalitet hos sine frivillige.

Forord

Takk til alle frivillige som velger å bruke fritiden sin på å skape gode opplevelser og livskvalitet for andre. En ekstra takk til de som har svart på undersøkelsen i denne oppgaven og ikke minst til Trænafestivalen, Hovefestivalen, Norway Rock Festival og Eikerapen Roots Festival for velvilje fra dag én.

Knut Inge Fostervold har gitt veiledning på høyde med det beste i utlandet. Han skal derfor ha takk for god læring, fleksibilitet, tålmodighet og jevnlige påminnelser om at tiden er knapp.

Anette B.B. skal ha takk for gode lunsjbokser, tålmodighet og TLC. Andreas Segrov og Alexander Aarvik skal ha mange slags takk for daglige morramøter, kaffe rett fra ”påsan” og faglig, så vel som moralsk støtte. Alle frivillige og gruppeledere på Eikerapen Roots Festival skal takkes for å ha gitt inspirasjon til denne oppgaven. Norsk Rockforbund fortjener også takk fordi de har gitt meg anledning til å møte entusiastiske frivillige over det ganske land.

Til slutt er det på sin plass å gi honnør til Harry Hole for nødvendige distraksjoner og til Abidin i SiO-kantina for sitt gode humør og rause porsjoner.

Innholdsfortegnelse

1	Innledning	1
1.1	Formål med studien	1
1.2	Valg av fokus og tilnærming	1
1.3	Festivalene	4
2	Teori og hypoteser	5
2.1	Motivasjon	5
2.2	Motivasjon og frivillighet	7
2.3	Lojalitet	10
2.4	Affekt	12
2.5	Hypoteser	13
3	Metode	17
3.1	Utvalg	17
3.2	Prosedyre	18
3.3	Spørreskjemaet	19
3.3.1	Måleinstrument for demografiske variabler	19
3.3.2	Måleinstrument for motivasjon	19
3.3.3	Måleinstrument for lojalitet	20
3.3.4	Måleinstrument for affekt	21
4	Resultater	23
4.1	Deskriptive analyser	23
4.2	Korrelasjoner	27
4.3	Regresjonsanalyser	28
4.4	SEM-analyse	32
4.4.1	Beskrivelse	32
4.4.2	Analysen	33
4.5	Vurdering av hypoteser	36
5	Diskusjon	40
5.1	Kritikk av studien	40
5.2	Diskusjon rundt funn	41
5.3	Implikasjoner	43
5.4	Konklusjon	45

Referanser 47

Vedlegg 52

Appendiks A: Motivasjonsdimensjoner og ledd til spørsmål om motivasjon

Appendiks B: Regresjonsanalyser

Tabeller og figurer

Tabell 1..... 10

Tabell 2..... 18

Tabell 3..... 23

Tabell 4..... 28

Tabell 5..... 29

Figur 1 13

Figur 2 24

Figur 3 25

Figur 4 25

Figur 5 26

Figur 6 27

Figur 7 31

Figur 8 35

1 Innledning

1.1 Formål med studien

Formålet med studien er å finne ut mer om hva slags psykologiske og demografiske variabler som kan predikere fremtidig lojalitet hos frivillige på musikkfestivaler. Med fremtidig lojalitet menes det å ha en uttalt intensjon om å jobbe som frivillig på den aktuelle festivalen også i fremtiden. Sekundært ønsker jeg også å se på hva som motiverer individer til å jobbe frivillig på norske musikkfestivaler. Oppgaven baserer seg på eksisterende litteratur og en kvantitativ undersøkelse gjennomført på fire norske musikkfestivaler; Hovefestivalen, Trænafestivalen, Norway Rock Festival og Eikerapen Roots Festival.

1.2 Valg av fokus og tilnærming

Det er en opplevelse i seg selv å jobbe som frivillig. Følelsen av å være inkludert i prosessen, samtidig den lille følelsen av å eie litt av det hele. Å sitte i campingstolen og se på storinnrykket av publikum som gradvis fyller campen med telt... Det er fantastisk, forteller Stian Sunde, som jobber frivillig under årets Hovefestival.

- Fra Aftenposten Aften 27.april 2011 (Knudsen, 2011, s. 24)

Europakommisjonen har bestemt at 2011 skal være det europeiske året for frivillighet. Intensjonen er å sette fokus på frivillighet og løfte frivillighet på den politiske agendaen (EU, 2011). Også i Norge ser vi at myndighetene fokuserer på betydningen av frivillig sektor i et større perspektiv og fremhever betydningen frivillighet har for integrering, demokrati og livskvalitet (Loga, 2010; Wollebæk & Sivesind, 2010).

I rapporten "Fra folkebevegelse til filantropi?" refererer Wollebæk og Sivesind (2010) til flere av sine undersøkelser om frivillighet i Norge. I disse undersøkelsene har de valgt å bruke følgende definisjon på frivillig arbeid:

Med frivillig arbeid mener vi arbeid du utfører for andre enn familie og nære venner, uten at du får vanlig lønn for dette. Her spørres det bare om frivillig, ulønnet arbeidsinnsats for frivillige organisasjoner, samt kultur- og velferdstjenester drevet av frivillige organisasjoner. Vi regner arbeidet som ulønnet selv om du har fått en viss godtgjørelse for utgifter eller har

mottatt en indre, symbolsk betaling. Regn ikke med vanlig medlemsaktivitet, som deltakelse i trening, øvelser, medlemsmøter og lignende (s. 21).

Definisjonen til Wollebæk og Sivesind (2010) vil bli brukt videre i denne oppgaven, bortsett fra ett punkt. Festivaler er nemlig ikke utelukkende organisert som frivillige organisasjoner. Blant festivaler vil man finne en blanding av foreninger, ideelle stiftelser, aksjeselskaper og andre driftsformer, med og uten en idealistisk formålsparagraf. Til tross for at ikke alle musikkfestivaler derfor kan regnes som frivillige organisasjoner ut i fra en streng tolkning av definisjonen, mener jeg at den jobben de frivillige gjør på festivaler tilfredsstillter Wollebæk og Sivesinds (2010) definisjon av frivillig arbeid. Frivillige på festivaler jobber ulønnet for andre enn familie og nære venner samtidig som festivalene de jobber for faller inn under det som i definisjonen til Wollebæk og Sivesind (2010) blir kalt kulturtjenester.

Målt i antall timer legges det ned en enorm innsats i frivillig arbeid. I følge Statistisk Sentralbyrå (2010) utgjorde den frivillige innsatsen i Norge over 110 000 årsverk i 2007. Den totale verdiskapningen i de ideelle organisasjonene utgjorde totalt 35 milliarder kroner samme år. I følge en rapport fra 2007, laget av Institutt for samfunnsforskning (Sivesind, 2007), oppgir hele 58 % av den norske befolkning å ha deltatt i frivillig arbeid siste år. Til sammenlikning var andelen i Danmark 35 % og i USA 22 %.

I anledning Ski-VM i Oslo vinteren 2011, ble det sagt at arrangementet ikke ville vært mulig uten de over 2200 frivillige som bidro til å avvikle folkefesten (Johansen, 2011). Forskerne Skirstad og Hanstad ved Norges idrettshøyskole mente at de frivillige som jobbet på Ski-VM og lignende arrangementer representerer en ny form for frivillighet og uttalte til Aftenposten 16. desember 2010: *”De tradisjonelle frivillige er ikke lenger bare middelaldrende menn med praktiske jobber innen langrenn, hopp og kombinert. De nye frivillige er yngre, kvinner og godt utdannet som heller vil jobbe med støtteoppgaver som publikumsservice, vertskap og media”* (Wictorsen, 2010, s. 24).

Festivaler og store arrangementer er i ferd med å bli en viktig arena for frivillighet i Norge. I forhold til innbyggertall har Norge et forholdsvis stort antall festivaler. Det finnes ingen samlet oversikt over antallet, men eksempelvis har Agderforskning registrert 124 festivaler bare i Agder (Agderforskning, 2011) og i 2010 mottok Norsk Kulturråd 173 søknader om støtte til musikkfestivaler (Norsk Kulturråd, 2010).

I Stortingsmelding nr. 39 fra Kultur og kirkedepartementet (2007) heter det:

Festivalene er for en stor del avhengige av frivillig innsats. Blant barn og unge er prosjektbaserte tilknytningsformer mer populære enn organisasjonsmedlemskap, og dette er festivalene et godt eksempel på. Her kan ungdom jobbe frivillig i prosjekter i avgrensede tidsrom, og de største festivalene trekker til seg frivillige ikke bare lokalt og regionalt, men også fra resten av landet og utlandet (s. 139).

De frivillige representerer en enorm ressurs og er for mange organisasjoner en nødvendig forutsetning for deres eksistens. Til tross for at alle er enige om viktigheten av de frivillige, så finnes det lite vitenskaplig dokumentasjon på frivillighet og hva som motiverer de frivillige. Den forskningen som er gjort er ofte basert på former for frivillighet som ikke nødvendigvis er overførbart til kultur- og idrettarrangementer. For at man i fremtiden skal kunne rekruttere og ta vare på de frivillige på en mest mulig hensiktsmessig måte er det nødvendig med mer kunnskap, blant annet om hva slags motivasjonsgrunner som får de frivillige til å gjøre en jobb.

Til tross for at det kan være lite forpliktende å delta som frivillig i en musikkfestival og de fleste kun verver seg for et år av gangen, så er det en betydelig andel av de frivillige som er med år etter år, noe som blir bekreftet i denne studien. De lojale frivillige er viktige for å skape kontinuitet og kompetanseoverføring til nye frivillige. Etter flere år som frivillige vil de ha ferdigheter og et erfaringsgrunnlag som gjør avviklingen av et arrangement betydelige lettere enn om alle frivillige måtte læres opp for første gang. Av egen erfaring vet jeg at det er svært krevende for en festivalorganisasjon å rekruttere og lære opp frivillige. Det å vite mer om hva som kjennetegner de lojale frivillige kan derfor være viktig for å beholde frivillige, øke lojaliteten og identifisere hvem man bør satse på i utviklingen av frivilligstaben.

Norsk Rockforbund oppgir at deres 48 medlemsfestivaler i 2010 hadde til sammen over 20 000 frivillige medarbeidere. Festivalene er en viktig del av frivilligheten både i kraft av det store antall frivillige de engasjerer, men også fordi de representerer en økende tendens hvor den frivillige innsatsen beveger seg fra helårsaktiviteter til arrangementer eller lignende korttidsengasjement, hvor graden av forpliktelse og krav til kontinuitet er lavere (Wictorsen, 2010). På bakgrunn av dette mener jeg at musikkfestivaler er et relevant forskningsområde for å forstå mer om frivillighet som fenomen.

1.3 Festivalene

I følge Getz (1991) kjennetegnes en festival for det første av at den er åpen for alle, ikke kun for utvalgte grupper. For det andre at fest eller feiring er en viktig del av festivalen. For det tredje at festivaler bygger på et spesielt tema eller innhold, som en musikkjanger eller annet tema. I tillegg vil de fleste festivaler foregå på et begrenset geografisk område og de vil foregå på omtrent samme tidspunkt hvert år. Vanligvis vil en festival leie fasiliteter og infrastruktur, da driften bare foregår noen dager eller uker i året. Et festivalprogram vil bestå av flere aktiviteter eller innslag, og det er vanlig å kreve at et arrangement må foregå over to eller flere dager for at man kan kalle det en festival.

Denne studien bygger på en spørreundersøkelse gjennomført blant frivillige på fire norske musikkfestivaler. Festivalene som er med i undersøkelsen er ulike både i størrelse, musikalsk profil og beliggenhet.

Hovefestivalen er lokalisert på Tromøya utenfor Arendal i Aust-Agder og har blitt arrangert siden 2007. Festivalen går over fire dager i slutten av juni og har cirka 70 000 besøkende og i overkant av 2000 frivillige. Festivalens målgruppe er ungdom i alderen 16-25 år (Hovefestivalen, 2011). Norway Rock Festival blir arrangert i Kvinesdal kommune, Vest-Agder og ble startet i 2006. Festivalen ble i 2011 arrangert over tre dager i begynnelsen av juli og hadde omtrent 15 000 besøkende og 500 frivillige. Målgruppen til festivalen er i alderen 25-45 (Norway Rock Festival, 2011). Trænafestivalen blir arrangert på øygruppa Træna og kommunen med samme navn i Nordland fylke. Dagens utgave av Trænafestivalen ble første gang arrangert i 2003 og varer i tre dager. Trænafestivalen har årlig ca 2500 besøkende og 370 frivillige. Festivalen henvender seg til målgruppen 18-35 (Trænafestivalen, 2011). Eikerapen Roots Festival er lokalisert i Åseral kommune i Vest-Agder. Festivalen ble etablert i 2004 og foregår over fem dager i begynnelsen av august. Festivalen har ca 8000 besøkende og 450 frivillige. Hovedmålgruppen er 25-55 år (Eikerapen Roots Festival, 2011).

2 Teori og hypoteser

2.1 Motivasjon

En av problemstillingene i denne oppgaven er å utforske hva som motiverer individer til å jobbe frivillig på musikkfestivaler. Selv om mange vil ha en subjektiv antakelse om hva motivasjon er, har det vist seg å være et fenomen som er vanskelig å definere på en måte som både er presis og som fanger alle aspekter. Kleingenna & Kleingenna (1981) gjennomførte en metastudie hvor de fant så mange som 140 ulike definisjoner av hva motivasjon er. Det høye antallet definisjoner indikerer at motivasjon er et komplekst fenomen som kan beskrives på flere måter. Man kan stille spørsmålstegn ved om det i det hele tatt er mulig å lage en felles definisjon av motivasjon som er gyldig i alle kontekster.

Det finnes ingen etablert definisjon av motivasjon i en frivillighetskontekst. Det mest nærliggende blir derfor å se på hvordan motivasjon blir definert i arbeids- og organisasjonspsykologien. Selv om det å arbeide frivillig og i et ordinært arbeidsforhold har åpenbare ulikheter, har det også likheter. I Craig C. Pinders (1998) bok om arbeidsmotivasjon presenteres en definisjon som siden har blitt en av de mest anvendte innenfor arbeids- og organisasjonspsykologi: *"Work motivation is a set of energetic forces that originates within as well as beyond an individual's being, to initiate work-related behavior, and to determine its form, direction, intensity, and duration"* (s. 11). Denne definisjonen er dekkende for hvordan begrepet vil bli brukt i denne oppgaven.

I moderne organisasjonspsykologi er det vanlig å skille mellom behovsteorier, kognitive teorier, sosiale teorier og jobbkaraktistika-modeller som teoretiske rammeverk for å forklare motivert atferd i arbeidslivet (Kaufmann & Kaufmann, 2009).

Den mest kjente behovsteorien er Abraham Maslows (1943) behovshierarki som foreslår at man må ha dekket de mest grunnleggende behov (underskuddsdekning) før man kan tilfredsstille behov som ligger høyere i hierarkiet, som selvrespekt, anerkjennelse og selvaktualisering, såkalte overskudds- og vekstbehov. Både sosiale behov, behov for selvrespekt og anerkjennelse, og behov for selvaktualisering, er motivasjonsdimensjoner som er viktige i forskningen på motivasjon og frivillighet, og som også er brukt i denne studien.

Selv om Maslows behovshierarki er en historisk viktig teori, mener jeg den er for generell til å være særlig anvendbar i denne konteksten.

Herzbergs tofaktorteori (1964) er en jobbkarakteristika-modell som gir mening i forhold til frivillig arbeid på musikkfestival. Herzberg (1964) skiller mellom *motiveringsfaktorer*, som skaper motivasjon for jobben, og *hygienefaktorer*, som ikke virker direkte motiverende, men som skaper mistriivsel hvis de ikke er tilstede. I følge Herzberg (1987) er fysiske og sosiale arbeidsforhold, lønnsforhold, status og jobbtrygghet blant de viktigste hygienefaktorene.

Typiske motivasjonsfaktorer er anerkjennelse, ansvar, personlig vekst, egenskaper ved arbeidet og prestasjoner. De faktorene som kan føre til økt motivasjon og trivsel er altså ikke de samme faktorene som kan lede til mistriivsel når de er fraværende. Som en konsekvens av tofaktor-modellen utarbeidet Herzberg (1987) et program for det han kalte for jobb-berikelse. Jobb-berikelse programmet består av en rekke tiltak som organisasjonen kan innføre for å øke trivsel og motivasjon. Sentralt i programmet er å gi arbeidstakeren større frihet og ansvar, utviklingsmuligheter og helhetlige oppgaver .

Enkelte av prinsippene i Herzbergs program for jobb-berikelse er også tilstede i Deci og Ryans selvdeterminasjonsteori (Deci & Ryan, 1985) som ble lansert på midten av 80-tallet. Selvdeterminasjonsteori er en kognitiv evalueringsteori som fokuserer på menneskets iboende behov for selvbestemmelse. Ryan og Deci (2000) mener at det er avgjørende å skille mellom indre og ytre motivasjon. Med indre motivasjon menes at man iverksetter en aktivitet fordi aktiviteten i seg selv er interessant eller gir tilfredsstillelse, ikke fordi man får en ytre belønning eller ønsker å imøtekomme forventninger utenfra. Det motsatte er ytre motivasjon hvor man gjør noe for å oppnå et eksternt mål, for eksempel å motta en belønning eller tilfredsstillere andres ønsker. Ryan og Deci (2000) hevder at overfokusering på ytre motivasjonsfaktorer som for eksempel lønn eller andre intensiver, kan redusere den indre motivasjonen og på den måten virke mot sin hensikt. Ryan og Deci (2000) videreutviklet sin teori og identifiserte tre sentrale indre motivasjonsfaktorer. Disse faktorene motiverer til å initiere atferd og er essensielle for psykisk helse og individets trivsel. Faktorene er universelle, medfødte og psykologiske. De tre motivasjonsfaktorene er behovet for kompetanse, autonomi og sosial tilhørighet. Ryan og Deci (2000) mener altså at hvis man i en organisasjon skal øke motivasjon må man gi gode muligheter til mestring og læring, og man må gi rom for medbestemmelse og et sosialt felleskap. Jeg mener at

selvdeterminasjonsteorien gir et bra teoretisk rammeverk for en overordnet forståelse av motivasjon blant frivillige på musikkfestivaler.

2.2 Motivasjon og frivillighet

Det er gjort relativt få studier på frivillighet generelt og enda færre som omhandler festivaler. Av den begrensede forskningen som finnes så er det overraskende mange som har forsøkt å finne ut hva som motiverer de frivillige (Andersen, 1996; Anderson & Moore, 1978; Clary, Snyder, & Ridge, 1992; Cnaan & Goldberg-Glen, 1991; Elstad, 1997; Esmond & Dunlop, 2004; Giannoulakis, Wang, & Gray, 2008; Haug & Olsrud, 2010; Pearce, 1993; C. Ryan & Bates, 1995). Felles for denne forskningen er at den fokuserer på å identifisere relevante motivasjonsdimensjoner og i svært liten grad har en overordnet teoretisk forståelsesramme. Med få unntak er forskningen på frivillighet gjort på sosiale velferdsorganisasjoner som Røde Kors, frivillighetsentraler eller lignende. Elstad fant i 1997 kun tre studier som omhandlet festivaler og frivilliges motivasjon.

Mange av de samme motivasjonsdimensjonene går igjen i de ulike undersøkelsene, uten at det dermed er konsensus rundt en standardisert skala. Dette bidrar til å gjøre geografisk så vel som historisk sammenlikning utfordrende. Til tross for at det ikke er konsensus rundt bruk av en skala, er det blitt utviklet flere skalaer for å måle motivasjon blant frivillige. En av de mest brukte er Volunteer Functions Inventory (Clary et al., 1992) som blant annet er brukt som utgangspunkt i flere norske undersøkelser (Andersen, 1996; Elstad, 1997; Lorentzen & Rogstad, 1994).

I 1997 gjorde Elstad en undersøkelse som har blitt stående som den mest omfattende studien av frivillige på norske musikkfestivaler. Elstad (1997) gjorde sin undersøkelse på Kongsberg Jazzfestival hvor hun blant annet utforsket motivene for å bli med som frivillig på festivalen. Elstad (1997) fant lite forskning som omhandlet motivasjon og frivillighet på musikkfestivaler. Elstad (1997) identifiserte åtte motivasjonsdimensjoner som hun på bakgrunn av litteraturgjennomgang, pretest og faktoranalyse i sin egen undersøkelse mente var valide, reliable og relevante nok til å brukes. De åtte motivasjonsdimensjonene var: *Sosialt samvær, hobby/interesse, altruisme/verdier, læring/kompetanse, materielle goder, karriereutvikling, sosiale forventninger og forhold til lokalsamfunnet*. I sin undersøkelse blant frivillige på Kongsberg Jazzfestival i 1997 fant Elstad at de viktigste

motivasjonsbegrunnelsene for å jobbe som frivillig var sosialt samvær, hobby og interesser, og altruisme. De minst viktige dimensjonene var karriereutvikling, forhold til lokalsamfunnet og frynsegoder.

Flere av Elstads (1997) motivasjonsdimensjoner kan ses på i lys av tidligere omtalte motivasjonsteorier. I følge Ryan og Decis (2000) selvdeterminasjonsteori, har mennesket et iboende behov for kompetanse og mestring, autonomi og det å føle seg sosialt relatert. Dette stemmer godt med Elstads (1997) dimensjoner sosialt samvær, hobby/interesse, og læring/kompetanse. Hvis vi ser på Herzbergs tofaktormodell (1987) så er det flere paralleller mellom hans hygiene- og motivasjonsfaktorer og Elstads (1997) motivasjonsfaktorer. De mest åpenbare parallellene er for eksempel hygienefaktoren sosiale relasjoner til kollegaer, status og lønn som henholdsvis kan samsvare med Elstads (1997) motivasjonsdimensjoner sosialt samvær, forhold til lokalsamfunnet og materiell goder. Herzbergs (1987) motivasjonsfaktorer arbeidet i seg selv, avansement og vekst samsvarer godt med motivasjonsdimensjonene hobby/interesser, karriereutvikling og læring/kompetanse. Maslows (1943) såkalte overskudds- og vekstbehov, som behov for selvrealisering, sosiale behov og behov for anerkjennelse gjenspeiles i Elstads (1997) motivasjonsdimensjoner sosialt samvær, hobby/interesse, karriereutvikling og forhold til lokalsamfunnet.

Slougher gjorde i 2002 en undersøkelse hvor hun ønsket å etablere en egen motivasjonsskala for lojale frivillige på *special events*, en type arrangement som også inkluderer festivaler. Slougher (2002) mente at mye av frivillighetslitteraturen så på frivillige som en homogen gruppe. I følge Slougher (2002) er det ikke tilstrekkelig å differensiere mellom frivillige generelt og frivillige på *special events*, men det er også nødvendig å se på forskjeller mellom lang-tids frivillige og ad-hoc frivillige. Slougher (2002) konkluderer med at de som er frivillige over lang tid kjennetegnes av verdibaserte og sosiale motiver, og at frynsegoder og andres forventninger betyr lite for deres deltakelse. Slougher (2002) mente at lojale frivillige har andre motiver enn de som kun deltar sporadisk.

I følge Monga (2006) handler mye av forskningen som blir gjort på frivillighet om ideelle organisasjoner som driver med sosial velferd, utdanning og sosiale utviklingsprosjekter. Monga hevder at *special events*, har egenskaper som gjør at disse organisasjonene skiller seg markant fra andre typer organisasjoner som bruker frivillige. En konsekvens av dette er at motivasjonen for å være med som frivillig i *special event*-organisasjoner er annerledes enn ved tradisjonelle former for frivillig arbeid. På bakgrunn av dette mener Monga (2006) at det

er behov for å utvikle en skala for å måle motivasjon hos frivillige på special events. Monga (2006) har utviklet det hun kaller MTV (motivation to volunteer) for special events. Monga (2006) tok utgangspunkt i de mest etablerte dimensjonene for å måle motivasjon hos frivillige, men la til ytterligere en dimensjon som hun mente var spesielt relevant for frivillige på special events og som ikke var dekket godt nok i eksisterende skalaer. I følge Monga (2006) så er nemlig tilknytningen til selve organisasjonen, arrangementet eller aktiviten som utføres på arrangementet blant de viktigste grunnene til at frivillige melder seg til å jobbe på special-events. Monga (2006) mener at special-events i seg selv har noen unike egenskaper og en atmosfære som tiltrekker seg frivillige. Monga (2006) konkluderer med at det å få være en del av noe man synes er viktig, er en betydelig motivasjon for mange frivillige. I sin undersøkelse blant frivillige i Australia fant hun også at nettopp organisasjonell tilhørighet (affiliatory motivation) var den motivasjonsdimensjonen som flest frivillige satte som deres viktigste motivasjon for å være frivillig.

En av motivasjonsdimensjonene som blant annet er brukt i ”The Volunteer Functions Inventory” (Clary et al., 1992) og i senere norske og internasjonale undersøkelser basert på denne (Andersen, 1996; Esmond & Dunlop, 2004; Lorentzen & Rogstad, 1994; Monga, 2006), er dimensjonen selvbeskyttelse eller selvaktelse. Denne dimensjonen omhandler individets behov for anerkjennelse og bekreftelse på at vedkommende er et bra menneske. Denne dimensjonen samsvarer med *anerkjennelse*, som Herzberg (1987) oppgir som en motivasjonsfaktor i sin tofaktorteori. I Elstad (1997) sin spørreundersøkelse er denne dimensjonen fjernet med begrunnelse i at spørsmålene ble for sensitive for denne type undersøkelse. Jeg ønsker å presisere at Elstad (1997) gjennomførte sin undersøkelse ved hjelp av intervjuere og spørreskjemaer, noe som gir mindre opplevelse av konfidensialitet for respondenten enn ved bruk av webbaserte skjema.

Tabell 1.

Oversikt over motivasjonsdimensjoner og relevante motivasjonsteorier.

Motivasjonsdimensjoner (Elstad 1997, Monga 2006, Clary et al. 1992)	Motivasjonsteori
<i>Sosialt samvær</i>	<i>Herzberg (1987) "Hygienefaktor". Maslow (1943) "sosiale behov" Ryan & Deci (2000) "indre motivasjon"</i>
<i>Hobby/interesse</i>	<i>Herzberg (1987) "motivasjonsfaktor". Ryan & Deci (2000) "indre motivasjon"</i>
<i>Altruisme/verdier</i>	<i>Ryan & Deci (2000) "indre motivasjon"</i>
<i>Læring/kompetanse</i>	<i>Herzberg (1987) "motivasjonsfaktor". Ryan & Deci (2000) "indre motivasjon"</i>
<i>Materielle goder</i>	<i>Herzberg (1987) "hygienefaktor". Ryan & Deci (2000) "ekstern motivasjon"</i>
<i>Karriereutvikling/arbeidsmarked</i>	<i>Herzberg (1987) "Motivasjonsfaktor". Ryan & Deci (2000) "ekstern motivasjon" Maslow (1943) "behov for selvrealisering"</i>
<i>Sosiale forventninger (fra andre)</i>	<i>Maslow (1943) "sosiale behov" Herzberg (1987) "hygienefaktorer" Ryan & Deci (2000) "ekstern motivasjon"</i>
<i>Forhold til lokalsamfunnet (status med mer). mer).</i>	<i>Herzberg (1987) "hygienefaktor". Ryan & Deci (2000) "ekstern motivasjon"</i>
<i>Organisatorisk tilhørighet</i>	<i>Herzberg (1987) "hygienefaktor". Ryan & Deci (2000) "indre motivasjon"</i>
<i>Selvaktelse</i>	<i>Herzberg (1987) "motivasjonsfaktor" Ryan & Deci (2000) "ekstern motivasjon" Maslow (1943) "behov for anerkjennelse"</i>

2.3 Lojalitet

Denne oppgaven har blant annet til hensikt å utforske hva som predikerer fremtidig lojalitet hos frivillige. Hva er en lojal frivillig? Det er vanskelig å finne en presis norsk definisjon på lojalitet i en organisatorisk kontekst. Det som menes med lojalitet i denne sammenhengen er for det første hvor mange ganger den frivillige har jobbet på festivalen tidligere, samt i hvilken grad den frivillige har en uttalt intensjon om å fortsatt jobbe som frivillig på festivalen, det som i arbeids- og organisasjonspsykologien kalles for *turnover intention*. Et tredje aspekt av lojalitet er den psykologiske bindingen som en frivillig har til organisasjonen og dens mål. Oppsummert kan vi si at en lojal frivillig er en person som for det første har en sterk psykologisk binding til festivalen og festivalens mål, for det andre har en sterk intensjon

om å jobbe som frivillig i fremtiden, for det tredje som eventuelt har jobbet som frivillig på festivalen flere ganger tidligere.

I den internasjonale organisasjonspsykologien er konstruert *organizational commitment* (Meyer & Allen, 1991), på norsk *jobbengasjement og tilhørighet*, det som best beskriver den delen av lojalitet som omhandler psykologisk binding til organisasjonen. Engasjement og tilhørighet handler om den psykologiske bindingen en ansatt har til arbeidsplassen og i hvilken grad vedkommende ønsker å fortsatt være ansatt i fremtiden. Selv om engasjement og tilhørighet er et begrep som er knyttet til ordinært arbeidsliv, mener jeg at det også kan brukes for å forstå forhold ved frivillig arbeid.

Flere undersøkelser slår fast engasjement og tilhørighet til en organisasjon predikerer hvorvidt en ansatt vil forlate eller bli i organisasjonen (Aaron, 1993; Tett & Meyer, 1993).

Engasjement og tilhørighet er et overordnet begrep som i følge Meyer & Allen (1991) kan deles inn i tre komponenter: 1) *Continuance Commitment*; du fortsetter i organisasjonen fordi du taper for mye ved å forlate den. 2) *Affective Commitment*; du fortsetter i organisasjonen fordi du identifiserer deg med den og har et ønske om å fortsette. 3) *Normative Commitment*; Du fortsetter organisasjonen fordi du føler deg presset av andre til å bli.

En eldre definisjon av engasjement og tilhørighet hevder at begrepet både beskriver lojalitet til, og identifisering med, en organisasjon. I følge Mowday, Steers og Porter (1979) er engasjement og tilhørighet assosiert med tre faktorer: a) En sterk tro på og aksept for organisasjonens mål og verdier, b) en sterk villighet til å yte en betydelig innsats for organisasjonen og c) et sterkt ønske til å opprettholde medlemskap i organisasjonen. Både Meyer og Allen (1991) og Mowday et al. (1979) sin definisjon gir mening, også i forhold til organisasjoner som ikke har lønnede ansatte.

Meyer, Becker og Vandenberghe (2004) tar til orde for at motivasjon og lojalitet er to dimensjoner som er sterkt relatert og har laget et teoretisk rammeverk for å forstå forbindelsen mellom motivert atferd og lojalitet. En undersøkelse av Glisson og Durick (1988) viste at ansattes utdannelse var en sterk prediktor for engasjement og tilhørighet. Mowday et al. (1981) fant støtte for at utdannelse var negativt korrelert med organisasjonelt engasjement og tilhørighet mens alder var positivt korrelert.

2.4 Affekt

På et overordnet nivå handler denne oppgaven om å forstå aspekter ved menneskelig atferd. I psykologien er det bred enighet om at individuelle forskjeller, som for eksempel personlighet, kan forklare deler av menneskelig atferd. I arbeids- og organisasjonspsykologien er det vanlig å tenke at grad av positiv- og negativ affekt hos et individ kan være en sterk prediktor for flere typer atferd i en arbeidssituasjon, som for eksempel produktivitet (Landy, 1989). Jeg har ikke funnet direkte støtte for en slik relasjon innenfor frivillig arbeid, men jeg vil allikevel anta at affekt kan bidra til å belyse forhold ved frivillig atferd.

Positiv affekt kan defineres som følelser og stemningstilstander som glede, lykke, begeistring og energi, mens negativ affekt uttrykker følelser som tristhet, angst, frykt og sinne (Lucas & Diener, 2003). Forskning har vist at positiv og negativ affekt i større grad er uttrykk for stabile personlighetstrekk enn forbigående tilstander (Larsen & Ketelaar, 1991; Watson, Clark, & Tellegen, 1988; Watson & Tellegen, 1985).

Umiddelbart kan negativ og positiv affekt høres ut som to ytterpunkter på en dimensjon, men det er funnet støtte for at det kan være to ulike dimensjoner (Watson et al., 1988) og at disse har distinkte korrelasjoner med personlighetstrekk (Paul T. Costa & McCrae, 1980) og spesifikk atferd (Watson et al., 1988).

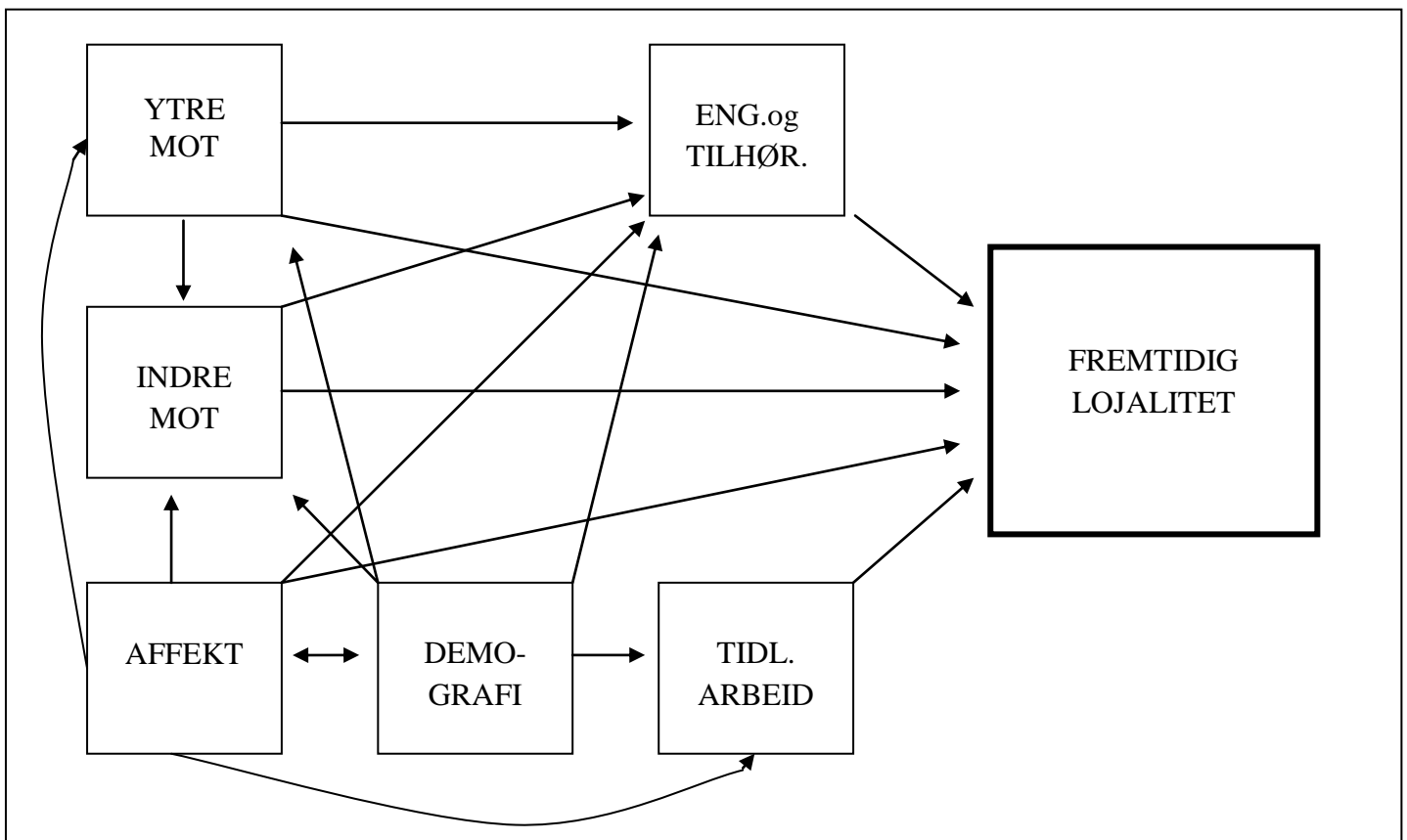
Positiv og negativ affekt har vist seg å være korrelert med en rekke faktorer som kan være relevant for frivillig arbeid så vel som ordinært arbeid. McMurray, Pirola-Merlo, Sarros og Islam (2010) fant blant annet at det var en sterk positiv korrelasjon mellom positiv og negativ affekt og organisasjonelt engasjement og tilhørighet. Bye, Pushkar og Conway (2007) gjorde en studie hvor de fant støtte for en relasjon mellom indre motivasjon og positiv affekt. Lucas et al. (2003) oppsummerte med at arbeidstakere som hadde mye positiv affekt var mer sosiale, aktive, hadde høyere selvtillit, bedre helse, var mer kreative og hadde mer effektive strategier for å prosessere informasjon enn arbeidstakere med mindre positiv affekt.

Flere artikler gir støtte for at det er høy korrelasjon mellom positiv og negativ affekt og enkelte av dimensjoner i Femfaktormodellen for personlighet (P.T. Costa & McCrae, 1995). Det er for eksempel påvist sterk korrelasjon mellom positiv affekt og personlighetsdimensjonen ekstrovertsjon, samt mellom negativ affekt og nevrotisisme (Paul T. Costa & McCrae, 1980; Crawford & Henry, 2004; Wilson & Gullone, 1999). Carlo, Okun, Knight og de Guzman (2005) gjorde en undersøkelse på personlighet, trekk og frivillighet hvor de fant støtte for at frivillige var

kjennetegnet av høyere grad av ekstroversjon og medmenneskelighet enn normalbefolkningen, noe som kan indikere at positiv affekt kan forklare deler av frivillig atferd. Men allerede i 1998 fant Clary, Ridge, Stukas, Snyder, Copeland, Haugen og Miene at negativ affekt påvirket hjelpeatferd blant frivillige negativt, og at positiv affekt var positivt korrelert med det å delta i frivillig arbeid.

2.5 Hypoteser

På bakgrunn av gjennomgått litteratur og egne erfaringer er det rimelig å anta følgende sammenheng mellom de ulike faktorene gjennomgått i teoridelen:



Figur 1. Modell som illustrerer antatt sammenheng mellom de ulike variablene.

Modellen kan brytes ned i følgende enkelthypoteser:

I følge Myer, Becker og Vandenberghe (2004) er det en sterk relasjon mellom motivasjon og engasjement og tilhørighet. Hvis man ser engasjement og tilhørighet til festivalen som en form for ytre motivasjon, kan man anta at ytre motivasjon og engasjement og tilhørighet er variabler som vil samvarierte. På den andre siden kan man tenke seg at engasjement og

tilhørighet er uttrykk for en indre lyst og interesse til å være en del av organisasjonen, som står i motsetning til ytre motivasjon.

Hypotese 1: Ytre motivasjon påvirker engasjement og tilhørighet.

I følge Deci & Ryan med flere (Deci & Ryan, 1985; Gagné & Deci, 2005) vil for høy grad av ytre motivasjon svekke den indre motivasjonen. En slik mekanisme kan for eksempel manifestere seg hvis man får lønn for en jobb som man tidligere kun har gjort fordi man har lyst, eller hvis man overfokuserer på ekstern belønning. Man kan også tenke seg at både ytre- og indre motivasjon er uttrykk for en felles motivasjonsfaktor og derfor vil samvarierte positivt.

Hypotese 2: Ytre motivasjon påvirker indre motivasjon negativt.

Hvis det er slik at det er en sterk sammenheng mellom motivasjon og engasjement og tilhørighet (ref. hypotese 1), og slik at engasjement og tilhørighet predikerer fremtidig lojalitet, er det rimelig å anta at ytre motivasjon påvirker fremtidig lojalitet.

Hypotese 3: Ytre motivasjon påvirker fremtidig lojalitet.

I følge Myer et al. (2004) er det en sterk relasjon mellom motivasjon og lojalitet. På den ene siden kan man tenke at en sterk indre motivasjon vil føre til en høy grad av engasjement og tilhørighet. På den andre siden kan man tenke at indre motivasjon er uttrykk for en autonomi som gjør at man ikke knytter noen psykologiske bånd til organisasjonen, men kun er lojal så lenge de indre drivkreftene er tilstede.

Hypotese 4: Indre motivasjon påvirker engasjement og tilhørighet.

Hvis det er slik at det er en sterk sammenheng mellom motivasjon og engasjement og tilhørighet, og slik at engasjement og tilhørighet predikerer fremtidig lojalitet, er det rimelig å anta at indre motivasjon påvirker fremtidig lojalitet.

Hypotese 5: Indre motivasjon påvirker fremtidig lojalitet.

I følge en undersøkelse gjennomført av Bye, Pushkar og Conway (2007) så er det en relasjon mellom indre motivasjon og positiv affekt. Er glade mennesker mer indre motivert eller blir man glad av å være indre motivert?

Hypotese 6: Positiv og negativ affekt påvirker indre motivasjon.

En undersøkelse utført av McMurray, Pirola-Merl, Sarros og Islam (2010) viste at det var en sterk positiv relasjon mellom positiv- og negativ affekt og engasjement og tilhørighet. Man

kan derfor spørre seg om glade mennesker er mer lojale, eller om det er motsatt.

Hypotese 7: Positiv- og negativ affekt påvirker engasjement og tilhørighet.

Hvis positiv og negativ affekt påvirker engasjement og tilhørighet, og engasjement og tilhørighet påvirker fremtidig lojalitet, er det grunn til å tro at positiv- og negativ affekt også påvirker fremtidig lojalitet direkte.

Hypotese 8: Positiv- og negativ affekt påvirker fremtidig lojalitet

En undersøkelse av Bye, Pushkar og Conway (2007) viste at alder var en signifikant prediktor for grad av indre motivasjon blant studenter. Man kan tenke seg at frivillige som er unge og under utdanning blir mer motivert av ytre motivasjonsdimensjoner som gratisbilletter og lignende, enn hva de som er eldre gjør.

Hypotese 9: Demografi påvirker indre motivasjon.

I følge Deci & Ryan (1985) har ytre motivasjon en negativ effekt på indre motivasjon. På bakgrunn av hypotese 9 er det derfor god grunn til å tro at demografi også kan påvirke ytre motivasjon. For eksempel kan det være at unge frivillige er mer ytre motivert enn eldre på grunn av økonomi og livssituasjon.

Hypotese 10: Demografi påvirker ytre motivasjon.

En undersøkelse av Glisson og Durick fra 1988 viste at ansattes utdanning var en sterk prediktor for engasjement og tilhørighet. Mowday et al. (1981) (s. 30) fant støtte for at utdanning var negativt korrelert med engasjement og tilhørighet mens alder var positivt korrelert. Hvis disse funnene er generaliserbare til denne studien så kan man forvente at jo eldre de frivillige er, jo større grad av engasjement og tilhørighet har de.

Hypotese 11: Demografi påvirker engasjement og tilhørighet

På bakgrunn av egen erfaring vil jeg anta at alder påvirker hvor mange ganger den frivillige har jobbet som frivillig for festivalen tidligere. Jeg vil anta at de fleste ikke starter med frivillig festivalarbeid før sent i tenårene. Man må derfor ha nådd en viss alder før man overhodet har hatt mulighet til å ha jobbet mange ganger.

Hypotese 12: Demografi påvirker hvor mange ganger den frivillige har arbeidet før.

I følge Mowday, Porter og Steers (1982) er varighet på nåværende arbeidsforhold tett relatert til fremtidig lojalitet. Det er ikke sikkert dette gjelder for festivaler, men hvis man har jobbet i mange år som frivillig kan man tenke at det er et tegn på et fortsatt ønske om å jobbe som

frivillig.

Hypotese 13: Hvor mye den frivillige har arbeidet før påvirker fremtidig lojalitet.

Ifølge Meyer og Allen (1991) og Tett og Meyer (1993) er engasjement og tilhørighet en sterk prediktor for fremtidig lojalitet. Engasjement og tilhørighet er et uttrykk for en del av lojalitetsbegrepet, det virker derfor logisk at denne variabelen samvarierer med fremtidig lojalitet.

Hypotese 14: Engasjement og tilhørighet påvirker fremtidig lojalitet

I følge Mowday et al. (1982) er engasjement og tilhørighet relatert til varighet på arbeidsforhold. Hvis man har vært i en festival over lenger tid så er det rimelig å anta at man også har utviklet en psykologisk tilknytning til festivalen.

Hypotese 15: Engasjement og tilhørighet påvirker hvor ofte respondenten har arbeidet som frivillig før.

I følge Morczek og Kolarz (1998) er det støtte for en relasjon mellom alder og positiv- og negativ affekt. Blir man gladere eller i dårligere humør med alderen? Hvis man tenker seg at affekt er uttrykk for et stabilt personlighetstrekk så skulle ikke alder påvirke affekt.

Hypotese 16: Alder korrelerer med positiv- og negativ affekt.

3 Metode

Studien tar utgangspunkt i en webbasert spørreundersøkelse som ble besvart av frivillige på Hovefestivalen, Trænafestivalen, Norway Rock Festival og Eikerapen Roots Festival sommeren 2011.

3.1 Utvalg

Ingen av festivalene kunne fremskaffe komplette lister med e-post adresser til sine frivillige. Derfor ble det sendt ut færre e-poster enn hva det totale antallet frivillige på festivalene skulle tilsi. Av 1600 utsendte e-poster fikk jeg til sammen 500 svar, altså en svarprosent på 31 %. Besvarelsene pr. festival fordelte seg på følgende måte: Hove, 52,4 %; Norway Rock Festival, 18,3 %; Trænafestivalen, 15,7 % og Eikerapen Roots Festival, 12 %. Respondentene var 65 % kvinner og 35 % menn. Aldersmessig var 3,3 % av respondentene i kategorien 15-17 år, 65,9 % var mellom 18 og 24 år, 15,2 % var mellom 25 og 34 år, 6,9 % var mellom 35 og 44 år, 5,5 % var mellom 45 og 54 år, og 1,4 % var i aldersgruppen 55-64 år. 63 % av respondentene har aldri før jobbet før på festivalen, 16,8 % har jobbet én gang før på festivalen, 7,1 % har jobbet to ganger tidligere på festivalen, 5,7 % har jobbet tre ganger før og 5,7 % har jobbet mer enn tre ganger på festivalen.

I undersøkelsen ble deltakerne spurt om bosted og hjemsted. Hjemsted er der de frivillige bor, mens bosted er der du er oppvokst eller subjektivt mener du kommer fra. Det som er av størst interesse er hvor mange av de frivillige som kommer fra eller bor i den kommunen som festivalen blir arrangert. Det viste seg at 9,8 % av de frivillige på Hovefestivalen bodde i Arendal, mens 7,9 % oppga at de kom fra Arendal. Blant de frivillige på Norway Rock Festival var det 14 % som oppga at de kom i fra Kvinesdal mens 12,9 % svarte at de bodde i Kvinesdal. Blant Trænafestivalens frivillige svarte 5 % at de kom fra Træna kommune og 5 % oppga at de bodde på Træna. Eikerapen Roots Festival hadde 13 % av de frivillige som kom i fra Åseral kommune og 21,3 som oppga at de bodde i Åseral kommune.

De øvrige demografiske variablene i utvalget er beskrevet i tabell 2.

Tabell 2.

Oversikt over demografiske variabler i undersøkelsen.

Sivilstatus		Antall barn	
Samboer/ektefelle med barn hjemme	6,6 %	0	78,9 %
Samboer/ektefelle uten barn hjemme	4,7 %	1	3,1 %
Samboer/ektefelle uten barn	10 %	2	5,7 %
Enslig/skilt/enke/enkemann med barn hjemme	3,7 %	3	3,3 %
Enslig/skilt/enke/enkemann uten barn hjemme	29,9 %	4	1,8%
Bor hjemme hos foreldrene	40 %	5	1 %

Høyeste fullførte utdanning		Daglig virke/yrke	
Grunnskole	12,6 %	Jobber heltid	24,8 %
Videregående eller tilsvarende	58,7 %	Jobber deltid	11 %
1-4 årig universitet eller høyskole	20,9 %	Arbeidsledig	2,8 %
5-7 årig universitet eller høyskole	4,7 %	Trygdet	1 %
		Hjemmeværende	1 %
		Skoleelever/studenter	52,6 %
		Pensjonister	0,2 %
		Annet	3,9 %

Årsinntekt	
Under 100 000	55,5 %
100 000-199 999	13 %
200 000-299 999	10,4 %
300 000-399 999	7,5 %
400 000-499 999	5,3 %
500 000-599 999	2,8 %
Over 600 000	1,8 %

Tabell 2 viser at flertallet av deltakerne i undersøkelsen bor hjemme hos foreldrene, er barnløse og har videregående skole som høyeste fullførte utdanning. I tråd med dette er flertallet også skoleelever eller studenter og de har en lav årsinntekt.

3.2 Prosedyre

I god tid før datainnsamlingen tok jeg kontakt med festivallederne for de aktuelle festivalene for å inngå et samarbeid som innebar at festivalene gav meg tilgang til sine frivillige, samt promoterte undersøkelsen internt for å sikre god deltakelse. Festivalene fikk tilbud om å bruke

resultatene fra undersøkelsen i sin egen festival. De frivillige ble invitert til å svare på undersøkelsen i en e-post med link til selve undersøkelsen. To av festivalene (Træna og Eikerapen) gav meg adgang til sine frivilligdatabaser slik at jeg kunne sende e-post til de frivillige direkte. De to andre festivalene sendte selv ut e-posten til sine frivillige. I denne e-posten ble mottakeren informert om at deltakelse i undersøkelsen var frivillig og at undersøkelsen ble gjennomført som del av en hovedoppgave i psykologi ved UiO. Spørreskjemaet ble generert og data samlet inn ved hjelp av det webbaserte survey-verktøyet Qualtrics (www.qualtrics.com). Undersøkelsen ble besvart i perioden juni og juli 2011. Samtlige besvarelser ble registrert og skjemaet lukket før den aktuelle festivalen startet.

3.3 Spørreskjemaet

Spørreskjemaet, bestod av fire måleinstrumenter som hadde til formål å måle demografiske variabler, motivasjon til å jobbe som frivillig, lojalitet til festivalen, og positiv- og negativ affekt.

3.3.1 Måleinstrument for demografiske variabler

De demografiske variablene som ble målt inkluderte kjønn, alder, bosted, hjemsted, sivilstatus, antall barn, utdannelse, daglig virke og inntekt.

3.3.2 Måleinstrument for motivasjon

Måleinstrumentet for motivasjon bestod av en skala som i hovedsak var basert på Elstad (1997). Motivasjonsdimensjonen ”Forhold til lokalsamfunnet” som var med i Elstads (1997) undersøkelse, ble fjernet da festivalene på forhånd informerte om at over halvparten av deres frivillige kom i fra andre steder enn der festivalen ble arrangert. Motivasjonsdimensjonen ”Selvaktelse” som ble fjernet fra Elstads (1997) undersøkelse, ble inkludert i måleinstrumentet, da den ble vurdert til å ikke være for sensitiv i en webbasert undersøkelse. Instrumentet har også med en dimensjon fra Monga (2006), nemlig organisatorisk tilhørighet. Til sammen har skalaen ni motivasjonsdimensjoner som er operasjonalisert ved 27 ledd, ca 3 ledd pr. dimensjon. Se appendiks A for alle ledd og dimensjoner. Leddene er utformet som påstander hvor respondenten skal rangere sin enighet på en likertskala som går fra 1 (svært

uenig) til 7 (svært enig). Her er et eksempel på påstander respondentene måtte rangere (operasjonalisering av dimensjonen sosialt samvær):

Hvorfor valgte du å bli frivillig på festivalen? Ranger hvor enig du er i de ulike påstandene.

- *Jeg får anledning til å bli kjent med nye mennesker*
- *Jeg liker samarbeidet med de andre frivillige*
- *Jeg liker den unike "festival-stemminga"*

I tillegg til denne skalaen består måleinstrumentet av tre åpne spørsmål hvor respondenten med egne ord kan beskrive 1) hva hun ville savne mest dersom hun sluttet som frivillig, 2) hva som er den viktigste grunnen til at hun er frivillig på festivalen, og 3) hva festivalen kan gjøre for at hun skal ønske å fortsette som frivillig i fremtiden. Hensikten med disse spørsmålene var å gi festivalene noen konkrete tilbakemeldinger, samt se om det forekommer motivasjonsdimensjoner som ikke var beskrevet i eksisterende skalaer.

I den videre analysen er de 9 motivasjonsdimensjonene delt inn i indre- og ytre motivasjonsfaktorer. Inndelingen er basert på Deci og Ryan sin bok fra 2002 hvor de angir kriterier for hva som kan defineres som indre- og ytre motivasjonsfaktorer. På bakgrunn av dette er følgende motivasjonsdimensjoner definert som indre motivasjonsfaktorer: sosialt samvær, læring, selvaktelse, verdier, tilhørighet og interesser. Motivasjonsdimensjonene som er definert som ytre motivasjonsfaktorer er materiell belønning, sosiale forventninger, karriereutvikling, samt et ledd fra dimensjonen selvaktelse "Som frivillig føler jeg at jeg blir sett og akseptert som den jeg er". I hovedanalysen har jeg valgt å ikke analysere hver motivasjonsdimensjon for seg, men å dele dimensjonene inn i de overordnede motivasjonskategoriene indre- og ytre motivasjon. Bakgrunnen for dette valget er at jeg ikke anser de underliggende motivasjonsdimensjonene til å være godt nok psykometrisk forankret sammenliknet med de øvrige måleinstrumentene.

3.3.3 Måleinstrument for lojalitet

Måleinstrumentet for lojalitet består av spørsmål relatert til hvor mange år den frivillige har jobbet for festivalen tidligere, i hvilken grad den frivillige ser for seg å jobbe for festivalen i fremtiden (fremtidig lojalitet) og hvor mange timer den frivillige antar å jobbe på årets festival. I tillegg til disse spørsmålene blir respondenten bedt om å fylle ut et spørreskjema som måler jobbengasjement og tilhørighet (Slocombe & Dougherty, 1998). Selv om

måleinstrumentet er utviklet for ansatte i ordinære bedrifter, antar jeg at det også er relevant for frivillige og organisasjoner som bruker frivillig arbeidskraft. Noen av formuleringene i instrumentet er tilpasset målgruppen i denne undersøkelsen, slik at ord som ”bedriften” for eksempel er byttet ut med ”festivalen”. Måleinstrumentet er en norsk oversettelse av en skala utviklet av Slocombe og Dougherty i 1998. I tillegg til å måle de frivilliges engasjement og tilhørighet til festivalen, måler instrumentet i hvilken grad de frivillige identifiserer seg med festivalen og jobber etter festivalens mål. Målet består av 14 indikatorer for totalt tre subskalaer med mellom fire og seks indikatorer per subskala. Respondentene vurderer indikatorene på en syvpunktsskala med ankrene ”Svært uenig”, ”Uenig”, ”Litt uenig”, ”Verken uenig eller enig”, ”Litt enig”, ”Enig” og ”Svært enig”. Subskalaene blir konstruert ved å summere skårene for de tilhørende indikatorene. De tre subskalaene er: 1) ”Tro på og aksept for organisasjonens mål”, 2) ”Ønske om å forbli en del av organisasjonen” og 3) ”Villighet til å yte en innsats på organisasjonens vegne”. Her er eksempel på noen av leddene i instrumentet:

Under finner du en rekke utsagn som beskriver ulike følelser man kan ha i forhold til festivalen man er frivillig på. Vi vil be deg rangere hvor enig du er i de ulike påstandene:

- *Organisasjonens mål er også mine mål*
- *Det er viktig for meg at denne bedriften/organisasjonen oppnår suksess*
- *Jeg er villig til å yte en betydelig innsats for denne bedriften/organisasjonen, også på måter som ikke er en offisiell del av min jobb*

3.3.4 Måleinstrument for affekt

Positiv og negativ affekt blir målt ved et oversatt 10-ledds instrument utviklet av Thompson (2007) basert på The Positive And Negative Affect Schedule (PANAS) som har 20-ledd (Watson et al., 1988). Måleinstrumentet har fem ledd som uttrykker positiv affekt og fem ledd som uttrykker negativ effekt. Respondentene skal rangere enighet med påstander på en fem-punkts skala med anker som går fra 1 (Svært lite, eller ikke i det hele tatt) til 5 (Mye).

Dette er eksempel på noen av leddene i instrumentet:

Hvordan føler du deg vanligvis? Vennligst ranger hvor godt de ulike beskrivelsene passer deg.

- *Bestemt*
- *Aktiv*

- *Skamfull*

4 Resultater

4.1 Deskriptive analyser

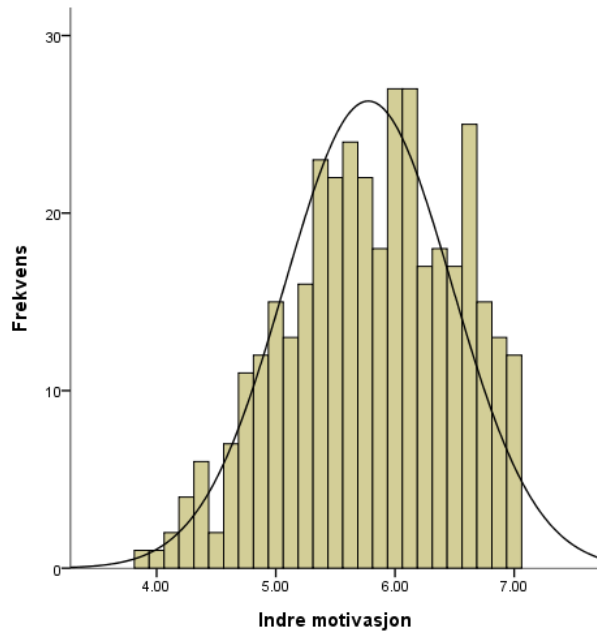
Hovedproblemstillingen i denne oppgaven har vært å utforske hva som motiverer individer til å jobbe som frivillig på musikkfestivaler. Tabell 3 viser en rangert fremstilling av de summerte gjennomsnittsskårene for hver motivasjonsdimensjon. Som vi kan lese av tabell 3, oppgir respondentene i denne undersøkelsen at sosialt samvær, verdier og interesser er de tre viktigste beveggrunnene for å jobbe som frivillig, mens karriereutvikling, andres sosiale forventninger og selvaktelse er de minst viktige grunnene.

Tabell 3.

Rangering av gjennomsnittsskåre på de ulike motivasjonsdimensjonene (N=435).

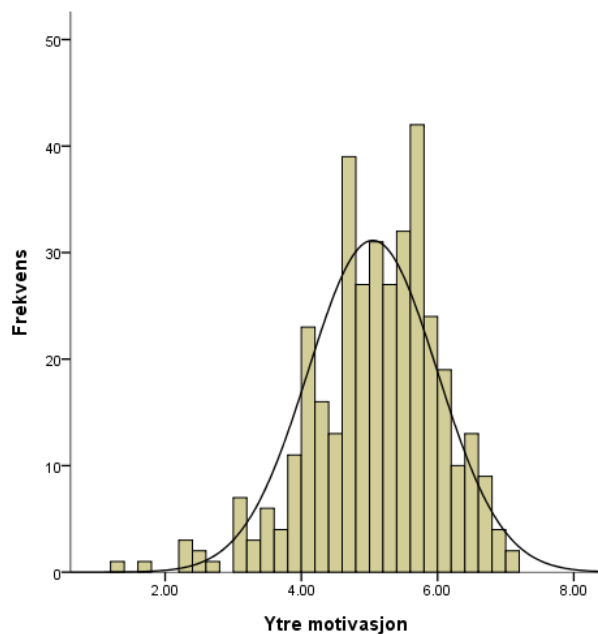
Motivasjonsdimensjon	Min.	Max.	Gj. snitt	Std. avvik
Sosialt samvær	1,00	7,00	6,00	.89
Verdier	1,00	7,00	5,98	1,56
Interesser	1,33	7,00	5,76	1,10
Organisatorisk tilhørighet	1,00	7,00	5,75	1,05
Materielle goder	1,00	7,00	5,66	1,37
Læring og kompetanse	1,00	7,00	5,25	1,24
Selvaktelse	1,00	7,00	5,06	1,20
Sosiale forventninger	1,00	7,00	4,75	1,61
Arbeidsmarked og karriere	1,00	7,00	4,67	1,54

En annen problemstilling i denne oppgaven er forholdet mellom lojalitet og andre psykologiske og demografiske variabler. I figur 1 har jeg laget en teoretisk modell som viser de antatte sammenhengene mellom de ulike variablene. Det er interessant å se om dataene stemmer overens med den teoretiske modellen. Det finnes flere måter å få undersøke de antatte sammenhengene på. I forkant av hovedanalysene ble det gjennomført preliminære analyser for å sjekke fordeling av skårer med mer, på sentrale variabler.



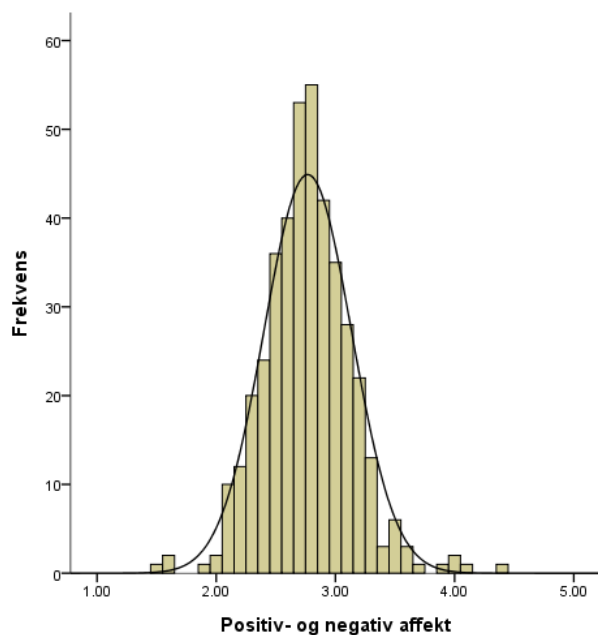
Figur 2. Fordeling av gjennomsnittsskåre på motivasjonsdimensjoner definert som indre motivasjon hvor gjennomsnittsskåre er 5,7 og minimumsskåre er 3,88 og maksimumsskåre 7, n = 370.

Som figur 2 viser ligger tyngdepunktet til høyre for skalaens midtpunkt, noe som betyr at de frivillige i denne undersøkelsen rapporterer stor grad av enighet i påstander som er en operasjonalisering av indre-motivasjonsdimensjoner. Kurtosis for denne fordelingen er $-.594$ og skewness er $-.279$. Fordelingen avviker ikke i særlig grad fra antakelsen om normalfordeling.



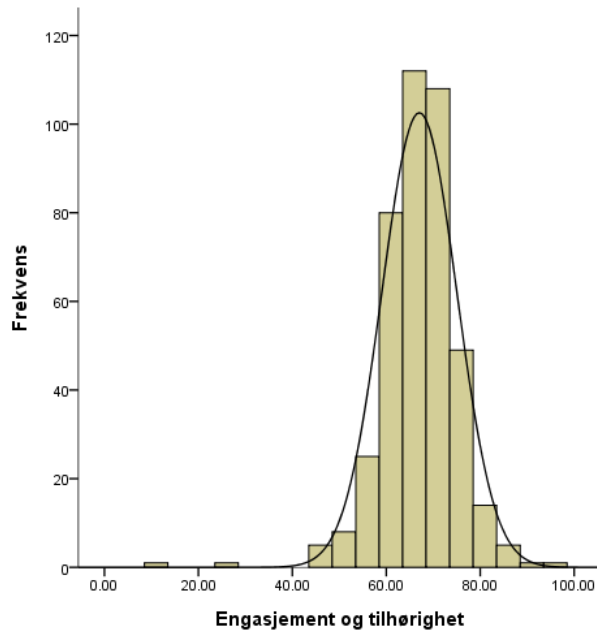
Figur 3. Fordeling av gjennomsnittskåre på motivasjonsdimensjoner definert som ytre motivasjon hvor gjennomsnittsskåre er 5,02, minimumsskåre 1,30 og maksimumsskåre er 7,0. n=383.

Tyngdepunktet ligger til høyre for skalaens midtpunkt (figur 3) som betyr at respondentene har uttrykt stor grad av enighet med påstandene de har måtte ta stilling til. Påstandene er en operasjonalisering av ytre-motivasjonsdimensjoner. Kurtosis er .862 og skewness -.650, noe som betyr at fordelingen ikke i særlig grad avviker fra antakelsen om normalfordeling.



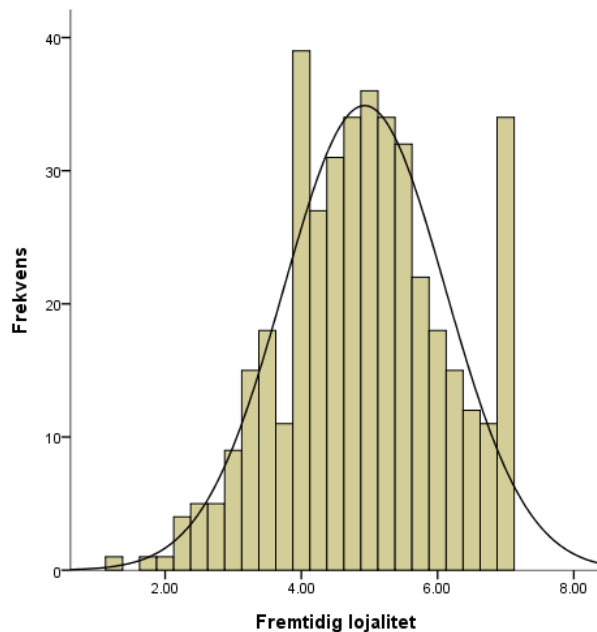
Figur 4. Fordeling av gjennomsnittskåre på måleinstrument for positiv- og negativ affekt gjennomsnittskåren er 2,76, minimumsverdi er 1,50 og maksimumsverdi 4.40, n=427

Som figur 4 viser, har skårene sitt tyngdepunkt til høyre for skalaens midtpunkt. Det betyr at respondentene har en forholdsvis høy grad av enighet om påstander som uttrykker positiv affekt (de negative leddene er snudd). Kurtosis er .1760 og skewness er .334, som forteller at fordelingen ikke i særlig grad avviker fra antakelsen om normalfordeling. Figur 4 viser en leptokurtisk fordeling med en høy kurtose, noe som gjenspeiles i den spisse formen på histogrammet.



Figur 5. Fordeling av sumskåre for engasjement og tilhørighet med gjennomsnittsskåre 66,89, 11,00 som minsteverdi og 98,00 som maksimumsverdi, n=410.

Figur 5 viser at tyngdepunktet ligger til høyre for skalaens midtpunkt. Det betyr at respondentene har uttrykt stor grad av enighet med påstander som uttrykker engasjement og tilhørighet til festivalen de jobber for. Kurtosis er 7.257 og skewness er -1.037, noe som forteller at fordelingen på figur 5 avviker fra antakelsen om normalfordeling. Figur 5 viser en leptokurtisk fordeling med en høy kurtose, noe som gjenspeiles i den spisse formen på histogrammet.



Figur 6. Fordeling av gjennomsnittskårer for fremtidig lojalitet med gjennomsnittsverdi på 4,53, minimumsverdi på 1,25 og maksimumsverdi på 7,00, n=415.

Tyngdepunktet i skåringene ligger nesten i midten av skalaens midtpunkt. Kurtosis for fordelingen på figur 6 er -386 og skewness er -.091. Dette betyr at fordelingen på denne variabelen har meget godt samsvar med normalfordelingen.

På bakgrunn av de deskriptive analysene ble 65 svar fjernet fra datasettet fordi de var ufullstendige eller såkalte uteliggere med ekstremverdier som bidro til for høy skewness. Perfekt normalfordeling har en skewness på 0, men alt mellom -1 og 1 regnes som akseptabelt for parametriske tester. For å få en akseptabel skewness måtte jeg foreta en log-transformering av variablene "alder" og "antall ganger tidligere jobbet på festivalen" (arbeidserfaring).

4.2 Korrelasjoner

For å se sammenhengen mellom de ulike variablene i modellen (Figur 1) har jeg gjennomført en bivariat korrelasjonsanalyse som viser hvilke variabler i undersøkelsen som har samvariasjon. I følge Cohen (1988) er det svak korrelasjon når $r = .10-.29$, moderat korrelasjon ved $r = .30-.49$ og sterk korrelasjon når $r = .50-.1.0$. I tabell 4 ser vi blant annet at det er en sterk korrelasjon mellom indre motivasjon og engasjement og tilhørighet ($r = .564$). Dette stemmer godt med teorien og de antakelser som er gjort tidligere i oppgaven. Resultatene i tabell 4 viser også moderate korrelasjoner mellom alder og ytre motivasjon

(negativ), engasjement og tilhørighet og fremtidig lojalitet, indre motivasjon og fremtidig lojalitet. Dette er også i tråd med teori og antakelsene som er illustrert i figur 1. Noe mer overraskende var det at indre- og ytre motivasjon var positivt korrelert, noe som ikke stemmer med teori og antakelsene tidligere i oppgaven. Det er også overraskende at affekt er i så liten grad korrelert med de øvrige variablene i analysen. Jeg hadde også forventet at ytre motivasjon ville være negativt korrelert med fremtidig lojalitet, men dette blir ikke støttet i analysen.

Tabell 4.

Korrelasjonsmatrise som viser sammenheng mellom demografiske variabler, lojalitet, motivasjon og affekt.

Mål	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Yrke/daglig virke	1	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Alder	-.454**	1	-	-	-	-	-	-	-
3. Kjønn	-.108*	0.61	1	-	-	-	-	-	-
4. Fremtidig lojalitet	-.114**	.070	.123*	1	-	-	-	-	-
5. Affekt	-.011	.024	-.061	.148**	1	-	-	-	-
6. Engasjement og tilhørighet	-.028	-.067	-.048	.426**	-.126	1	-	-	-
7. Ytre motivasjon	.272**	-.358**	-.179**	.091	.113*	.341**	1	-	-
8. Indre motivasjon	-.008	-.017	-.063	.496**	.218**	.564**	.434**	1	-
9. Arbeids erfaring (på festivalen)	-.090	.268**	.136**	.232**	-.007	.039	-.046	.049	1

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

4.3 Regresjonsanalyser

For å ytterligere utforske sammenhengene mellom de ulike variablene har jeg utført en enkel sti-analyse basert på multiple regresjonsanalyser. Fremgangsmåten baserer seg på eksempler fra Ringdal (1987) og Duncan (1966). Med utgangspunkt i den teoretiske modellen illustrert i figur 1 har jeg delt variablene inn i eksogene og endogene variabler. I dette tilfellet er det kun én variabel som er endogen, det vil si at ingen andre variabler er antatt å påvirke den. De øvrige variablene er eksogene, de blir med andre ord påvirket av andre variabler. Men de eksogene variablene, bortsett fra fremtidig lojalitet, blir både påvirket og påvirker andre

variabler, vi kan derfor si at disse variablene fungerer både som eksogene og endogene variabler.

Etter å ha identifisert eksogene og endogene variabler har jeg trinnvis gjennomført multiple regresjonsanalyser med hver av de eksogene variablene som avhengig variabel, og alle de variablene som er antatt å forklare variansen i den avhengige variabelen, som uavhengige variabler. Ut fra betaverdien (β) og p -nivået i regresjonsanalysen kan man se hvilke uavhengige variabler som kan forklare deler av variansen i den avhengige variabelen. R^2 verdien sier noe om hvor stor andel av den forklarte variansen i den avhengige variabelen som kan forklares ut i fra de uavhengige variablene som er med i regresjonsanalysen. De signifikante betaverdiene og r^2 verdiene for alle analysene er så plottet inn på diagrammet i figur 7, og angir henholdsvis forholdet mellom variablene og hvor mye av den forklarte variansen til en eksogen variabel som blir forklart av modellen. Den stien som har høyest betaverdi, forteller hvilken endogen variabel som forklarer mest av variansen på den eksogene variabelen pilen peker på. I tabell 5 vises resultatet fra en av de seks multiple regresjonsanalysene. For de øvrige regresjonsanalysene som ligger til grunn for stidiagrammet se appendiks B.

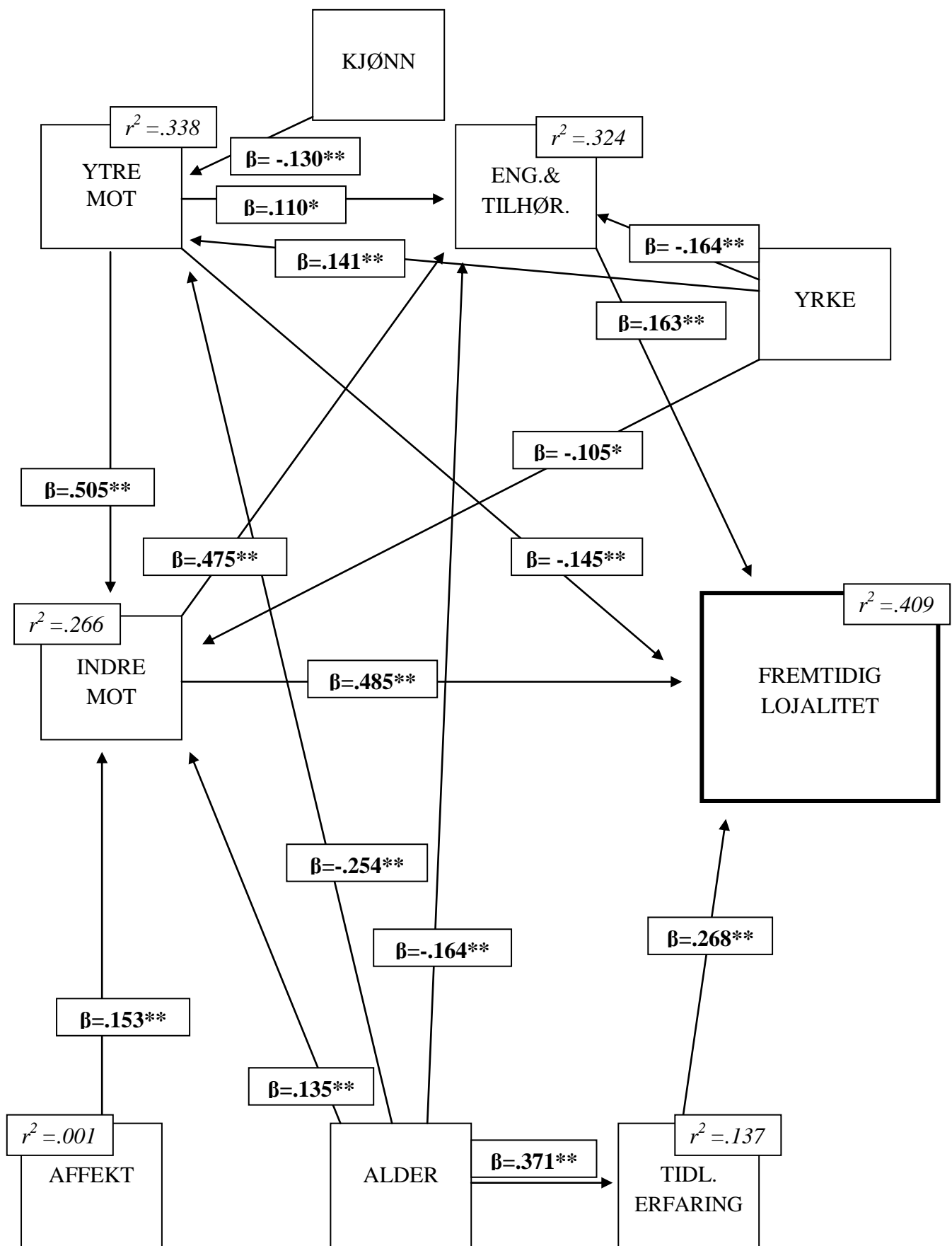
Tabell 5.

Regresjonsanalyse med fremtidig lojalitet som avhengig variabel. R^2 .409, r^2 tilpasset .396.

Mål	B	SE	β	t	p
Affekt	.123	.135	.037	.916	.360
Engasjement og tilhørighet	.025	.007	.163	3.363	.001
Arbeidserfaring (fra festivalen)	.215	.035	.268	6.225	.000
Indre motivasjon	.689	.074	.485	9.327	.000
Ytre motivasjon	-.183	.062	-.145	-2.943	.003

Som tabell 5 viser, er det kun fire av variablene som har en signifikant forbindelse til fremtidig lojalitet ved kontroll av alle prediktorvariablene samtidig. De fire variablene som best direkte predikerer fremtidig lojalitet er engasjement og tilhørighet, arbeidserfaring, indre motivasjon, og ytre motivasjon (negativt). Prediktorvariablene i tabell 5 forklarer mellom 39,6 og 40,9 % av variansen i fremtidig lojalitet.

Det ble gjennomført tilsvarende regresjonsanalyser på alle de øvrige eksogene variablene i modellen (figur 1). Tabeller med resultat fra disse analysene er ikke tatt med i oppgaven, men de signifikante funnene er tegnet inn i sti-diagrammet (figur 7).



Figur 7. Sti-diagram som viser hovedeffekter mellom variabler basert på multiple regresjonsanalyser.
 * $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

4.4 SEM-analyse

4.4.1 Beskrivelse

Gjennom en korrelasjonsanalyse (tabell 5) har jeg indikert hvilke variabler i den teoretiske modellen (figur 1) som er relatert til hverandre. Jeg har videre foretatt multiple regresjonsanalyser som har påvist relasjoner mellom variablene, samt indikert forklart varians til avhengige variabler, illustrert i et sti-diagram (figur 7). Både regresjonsanalyser og sti-analyser medfører risiko for målingsfeil. Ved strukturell modellering (SEM) vil målingsfeil bli estimert og dermed bli tatt hensyn til når sti-koeffisientene beregnes, dermed gir en SEM-analyse bedre statistisk kontroll enn både regresjonsanalyser og sti-analyse (Lund, 2002). For å få en mer presis og helhetlig test av den teoretiske modellen opp mot dataene fra undersøkelsen, har jeg gjennomført en SEM-analyse i analyseverktøyet Amos 18.

SEM (Structural equation modeling) er en mye brukt statistisk metode for å påvise sammenhenger mellom variabler i multivariate data. En SEM-modell er en kompleks statistisk hypotese som består av to hoveddeler. Målemodellen er en representasjon av et sett med observerbare variabler som multiple indikatorer av et mindre sett med latente variabler. Den andre delen, sti-modellen, beskriver avhengige relasjoner, av mer eller mindre kausal art, mellom latente eller observerte variabler (McDonald & Ho, 2002). Forenklet kan man si at en SEM-analyse tester hvor godt en teoretisk modell passer med datamaterialet som foreligger. En godt tilpasset modell er en modell som er rimelig konsistent med data (Kenny, 2011).

Hensikten med analysen har vært å undersøke de kausale relasjonene mellom variablene i studien, ikke å analysere måleinstrumentene. På bakgrunn av dette har jeg valgt å ikke bruke målemodellen i denne studien.

En SEM-analyse gir flere mål på hvor godt den teoretiske modellen passer data. Hvilket mål som skal brukes er avhengig av modellen og dataene som skal analyseres. Noen mål er mer vanlige å oppgi enn andre. McDonald og Ho (2002) gjorde en litteraturgjennomgang hvor de fant at de målene fra SEM-analyser som oftest ble gjengitt var CFI og RMSEA.

I følge McDonald og Ho (2002) er det vanlig å oppgi at en RMSEA (Root Error of Approximation) verdi på under .05 er en god tilpasning og en RMSEA under .09 er en akseptabel tilpasning. I tillegg til RMSEA-verdien er det vanlig å oppgi 90 %

konfidensintervallet som RMSEA varierer innenfor, LO90 og HI90. Den verdien i konfidensintervallet som er høyest bør være lavere enn .08 for at tilpasningen skal regnes for å være akseptabel. På målet CFI (Comperative Fit Index) blir verdien 1 tolket som perfekt tilpasning og verdier over .09 regnes for å være god tilpasning. Et annet mål på tilpasning er Kjiikvadrat test som i følge Kenny (2011) er et dårlig mål når antall caser i datasettet er over 400. Da vil kjiikvadraten nesten alltid være signifikant, selv om dataene egentlig ikke skulle tilsi det. I følge Lind (2010) så er RMSA-målet mer sensitivt for modeller med mange parametere (parsimoniske), mens CFI tenderer til å gi lavere skåre for tilpasning til ikke-parsimoniske modeller.

På bakgrunn av denne gjennomgangen har jeg valgt å rapportere RMSA og CFI i denne studien.

4.4.2 Analysen

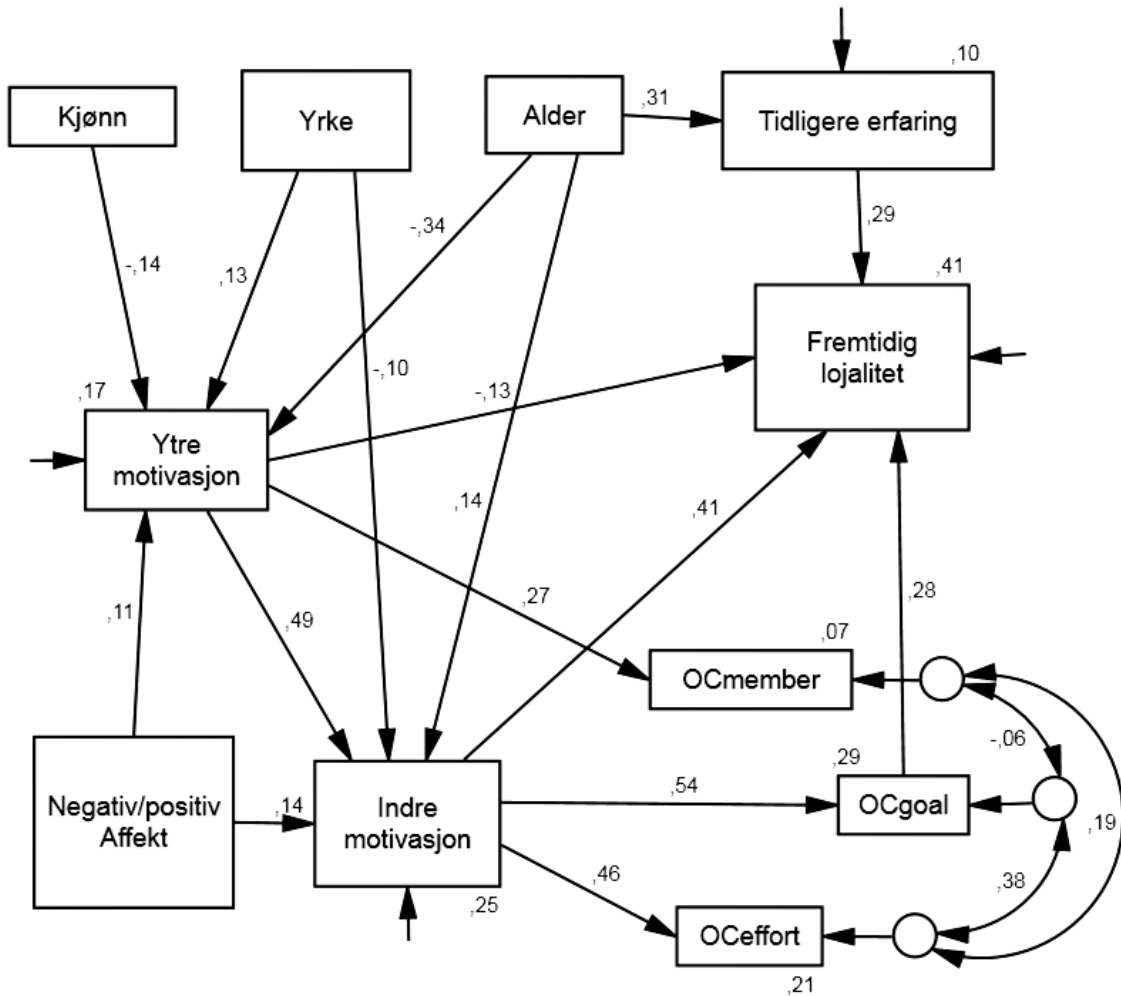
Det ble gjort flere analyser og tilpasninger av modellen før et tilfredsstillende resultat forelå. Den ferdige modellen vises i figur 8. Modellene som ble generert før det endelige resultatet er ikke tatt med. Jeg vil her redegjøre for hva som ble gjort frem mot den ferdige modellen.

Først ble den originale teoretiske modellen (figur 1) testet opp mot de innsamlede dataene. Stiene i Amos ble trukket opp på grunnlag av den teoretiske modellen i figur 1. Resultatet av den første analysen viste en dårlig tilpasning mellom modellen og data med en RMSA på .143 (LO90 .128, H90 .158) og CFI verdi på .316. Isolert sett er CFI verdiene akseptable da den er over .09, men RMSA verdien er for høy til at tilpasningen mellom modell og data er akseptabel. Ved å se på betaverdiene i analysen kom det frem at flere av de antatte forbindelsene mellom variablene ikke var signifikante. Stiene mellom disse variablene ble fjernet for å se om endringen ville bidra til en bedre tilpasning i en ny analyse.

Stimodellen uten de ikke-signifikante stiene stemte relativt godt overens med resultatene fra regresjonsanalysen som er illustrert i figur 7. Men i motsetning til i sti-diagrammet (figur 7) så viste ikke SEM-modellen, uten de ikke-signifikante stiene, noen forbindelse mellom yrke, alder og engasjement og tilhørighet. Regresjonsanalysene påviste ingen signifikant forbindelse mellom affekt og ytre motivasjon, men det gjorde SEM-analysen.

En ny analyse ble gjennomført, uten de ikke-signifikante stiene. Resultatet viste at dataene fremdeles passet dårlig med modellen med CFI .778 og RMSA .105 (LO90 .091, H90 .118). En gjennomgang av resultatene antydte at årsaken til den dårlige tilpasningen, kunne skyldes variabelen ”Engasjement og tilhørighet” som var delt i subskalaene ”OC-effort”, ”OC-member” og ”OC-goal”. Feilleddene til disse variablene var ikke interkorrelert, noe som kunne bidra til dårlig tilpasning da de tre subskalaene til sammen utgjør en latent variabel, nemlig engasjement og tilhørighet.

I et tredje forsøk ble feilleddene i subskalaene til engasjement og tilhørighet (OCmember, OCgoal og OCEffort) interkorrelert og ny analyse gjennomført. Resultatet viste en god tilpasning mellom modell og data med CFI = .871 og RMSEA = .083 (LO90 .069, HI90 .098). Stiene som er trukket opp mellom variablene er standardiserte verdier som tilsvarer betaverdiene i en regresjonsanalyse (β). Jo høyere tall på stien, jo sterkere forbindelse. Tallet til høyre på toppen av de eksogene variablene angir forklart varians, tilsvarende r^2 i en regresjonsanalyse. Som modellen (figur 8) viser, forklarer modellen 41 % av forklart varians i den avhengige variabelen fremtidig lojalitet, noe som passer bra med hva som kom frem i regresjonsanalysen illustrert i figur 7.



Figur 8. SEM-modell som viser sammenhenger mellom demografiske variabler, motivasjon, affekt, tidligere arbeidserfaring fra festivalen, engasjement og tilhørighet, og fremtidig lojalitet. CFI = .871, RMSEA = .083 (LO90 .069, HI90 .098).

Modellen viser at det er en klar sammenheng mellom hvor mange år den frivillige har jobbet som frivillig (tidligere erfaring), ytre motivasjon, indre motivasjon (negativ), tro på og aksept for organisasjonens mål (OCgoal), og den avhengige variabelen *intensjon om fremtidig lojalitet*. Ut i fra modellen kan man også se at affekt, ytre motivasjon, daglig virke (yrke) og alder er med på å påvirke indre motivasjon. Indre motivasjon bidrar til å forklare varians i variablene tro på og aksept for organisasjonens mål (OCgoal), villighet til å yte en innsats på organisasjonens vegne (OCEffort) i tillegg til fremtidig lojalitet. De demografiske variablene og affekt, er såkalte endogene variabler som betyr at de ikke blir påvirket av de øvrige variablene, noe som ikke er overraskende da både demografi og affekt kan anses som å være stabile egenskaper.

SEM-analysen viser i stor grad samsvar med regresjonsanalysene som ligger til grunn for stidiagrammet i figur 7. Regresjonsanalysen (figur 7) viste at variabelen alder bidro signifikant til variansen i engasjement og tilhørighet. SEM-analysen kunne ikke bekrefte denne forbindelsen og stien er derfor fjernet fra figur 8. Regresjonsanalysene (figur 7) påviste en forbindelse mellom affekt og indre motivasjon, mens SEM-analysen (figur 8) viste forbindelse mellom affekt og både indre- og ytre motivasjon. Der hvor det er samsvar mellom regresjonsanalysene og SEM-analysen er betaverdiene og r^2 relativt like.

4.5 Vurdering av hypoteser

Analysene som er foretatt kan bidra til å styrke eller svekke hypotesene som ble formulert basert på den teoretiske modellen i figur 1. Jeg vil her gjennomgå resultatene av analysen i lys av hypotesene.

Hypotese 1: Ytre motivasjon påvirker engasjement og tilhørighet:

Korrelasjonsanalysen (tabell 4) viste at det var en signifikant positiv korrelasjon mellom ytre motivasjon og engasjement og tilhørighet. Regresjonsanalysene (figur 7) viste også en signifikant sammenheng mellom ytre motivasjon og engasjement og tilhørighet. SEM-analysen (figur 8) viste derimot at ytre motivasjon bidro til variansen i en av subskalaene til engasjement og tilhørighet, nemlig ønske om å forbli en del av organisasjonen (OCmember). De to øvrige subskalaene blir ikke påvirket av ytre motivasjon. Hypotesen blir med andre ord styrket av funnene.

Hypotese 2: Ytre motivasjon påvirker indre motivasjon negativt:

Gjennomgang av korrelasjonsanalysen (tabell 4) viser at indre- og ytre motivasjon er positivt korrelert. Regresjonsanalysen (figur 7) viser en positiv forbindelse mellom de to variablene. SEM-analysen (figur 8) viser en relativt sterk positiv forbindelse mellom indre- og ytre motivasjon. Resultatene fra analysen støtter med andre ord ikke hypotesen.

Hypotese 3: Ytre motivasjon påvirker fremtidig lojalitet.

I følge korrelasjonsanalysen (tabell 4) er det ingen signifikant korrelasjon mellom ytre motivasjon og fremtidig lojalitet. Regresjonsanalysene (figur 7) viser derimot at ytre motivasjon påvirker fremtidig lojalitet negativt. Dette bekreftes ytterligere i SEM-analysen (figur 8) som viser at ytre motivasjon er negativt relatert til fremtidig lojalitet. Hypotesen støttes.

Hypotese 4: Indre motivasjon påvirker engasjement og tilhørighet:

Korrelasjonsanalysen (tabell 4) viser en sterk positiv korrelasjon mellom indre motivasjon og engasjement og tilhørighet. Regresjonsanalysen (figur 7) viste også en sterk relasjon mellom de to variablene. SEM-analysen (figur 8) støttet hypotesen og viste en sterk positiv forbindelse til to av de tre subskalaene i engasjement og tilhørighet. Jeg mener med dette at analysen støtter hypotesen.

Hypotese 5: Indre motivasjon påvirker fremtidig lojalitet.

Korrelasjonsanalysen (tabell 4) og regresjonsanalysen (figur 7) viser at det er en sterk positiv korrelasjon mellom indre motivasjon og fremtidig lojalitet. SEM-modellen (figur 8) bekrefter denne forbindelsen. Analysen støtter dermed hypotesen.

Hypotese 6: Positiv og negativ affekt påvirker indre motivasjon.

Korrelasjonsanalysen (tabell 4) viser en positiv korrelasjon mellom affekt og indre motivasjon. Regresjonsanalysen (figur 7) bekrefter dette. SEM-analysen (figur 8) viser at det er en positiv forbindelse mellom positiv affekt og indre motivasjon. Hypotesen er altså støttet i alle analysene.

Hypotese 7: Positiv- og negativ affekt påvirker engasjement og tilhørighet

Korrelasjonsanalysen (tabell 4) finner ingen signifikant korrelasjon mellom affekt og engasjement og tilhørighet, det gjør heller ikke regresjonsanalysen og SEM-analysen. Det er med andre ord ikke støtte for hypotesen.

Hypotese 8: Positiv- og negativ affekt påvirker fremtidig lojalitet

Korrelasjonsanalysen (tabell 4) viser en positiv korrelasjon mellom positiv affekt og fremtidig lojalitet. Verken regresjonsanalysen som ligger til grunn for stiene på figur 7, eller SEM-modellen (figur 8) viser noen sammenheng mellom affekt og fremtidig lojalitet. Det er derfor ikke støtte for hypotesen.

Hypotese 9: Demografi påvirker indre motivasjon.

Korrelasjonsanalysen (tabell 4) viste at verken alder, daglig virke eller kjønn var korrelert med indre motivasjon. Regresjonsanalysen (figur 7) viser at det er en positiv forbindelse mellom alder, daglig virke og indre motivasjon. SEM-analysen (figur 8) viser at det er en negativ forbindelse mellom alder, daglig virke og indre motivasjon. Hypotesen blir støttet.

Hypotese 10: Demografi påvirker ytre motivasjon.

Korrelasjonsanalysen (tabell 4) viste en positiv korrelasjon mellom ytre motivasjon og daglig virke, og en negativ korrelasjon mellom ytre motivasjon og kjønn og alder.

Regresjonsanalysen som er illustrert i figur 7 viser at det er en positiv relasjon mellom ytre motivasjon og alder, kjønn, daglig virke og ytre motivasjon. SEM-analysen (figur 8) viser en negativ relasjon mellom alder, daglig virke (yrke) og indre motivasjon. Dette støtter hypotesen.

Hypotese 11: Demografi påvirker engasjement og tilhørighet

Resultatene fra korrelasjonsanalysen (tabell 4) viser at det er ingen korrelasjon mellom de demografiske variablene og engasjement og tilhørighet. Regresjonsanalysen (figur 7) viser at alder har en negativ sammenheng med engasjement og tilhørighet. SEM-analysen (figur 8) viser ingen sammenheng mellom demografiske variabler og noen av subskalaene til engasjement og tilhørighet. Resultatene gir ikke støtte til hypotesen.

Hypotese 12: Demografi påvirker hvor mange ganger den frivillige har arbeidet før.

Korrelasjonsanalysen (tabell 4) viser en signifikant korrelasjon mellom hvor mange ganger den frivillige har arbeidet før på festivalen (arbeidserfaring) og kjønn og alder.

Regresjonsanalysen (figur 7) og SEM-analysen (figur 8) viser en positiv sammenheng mellom alder og hvor mange ganger den frivillige har arbeidet før. Hypotesen blir dermed støttet.

Hypotese 13: Hvor mye den frivillige har arbeidet som frivillig før påvirker fremtidig lojalitet.

Både korrelasjonsanalysen (tabell 4) og regresjonsanalysen (tabell 5) viser en positiv forbindelse mellom arbeidserfaring på festivalen og fremtidig lojalitet. Dette støttes også opp av SEM-analysen (figur 8) som også viser en positiv sammenheng mellom tidligere arbeidserfaring (på festivalen) og fremtidig lojalitet. Hypotesen blir støttet av funnene.

Hypotese 14: Engasjement og tilhørighet påvirker fremtidig lojalitet

Både korrelasjonsanalysen (tabell 4) og regresjonsanalysen (tabell 5) viser en positiv forbindelse mellom arbeidserfaring på festivalen og fremtidig lojalitet. I SEM-analysen (figur 8) er variabelen engasjement og tilhørighet delt opp i tre subskalaer, analysen viser en signifikant forbindelse mellom subskalaen ”tro på og aksept for organisasjonens mål” (OKgoal) og fremtidig lojalitet. Hypotesen blir altså støttet.

Hypotese 15: Engasjement og tilhørighet påvirker hvor ofte respondenten har arbeidet som frivillig før.

Ingen av analysene i studien gir støtte til denne hypotesen.

Hypotese 16: Alder korrelerer med positiv- og negativ affekt.

Ingen av analysene i studien gir støtte til denne hypotesen.

5 Diskusjon

I denne delen av oppgaven vil jeg diskutere begrensninger ved studien, samt drøfte funnene som er blitt presentert. Jeg vil avslutningsvis diskutere mulige implikasjoner og hvordan musikkfestivaler kan bruke funnene i studien i sitt arbeid med frivillige.

5.1 Kritikk av studien

Denne studien har som mål å utforske hva som motiverer mennesker til å jobbe frivillig på musikkfestivaler, samt finne ut mer om hva som predikerer fremtidig lojalitet hos de frivillige. I forhold til å finne ut hva som motiverer til å jobbe frivillig har studien en åpenbar svakhet ved at den ikke sier noe om hva slags begrunnelser folk har til å ikke jobbe som frivillig. Det å inkludere et ikke-frivillig utvalg i undersøkelsen ville vært svært utfordrende innenfor de gjeldende rammene for oppgaven, men ville helt klart gitt et mer fullstendig bilde.

Studien har ikke tatt for seg likheter og ulikheter mellom frivillige som ikke har jobbet på festivalene før, og de som har vært med en eller flere ganger tidligere. Ved å se på dette kunne man trukket noen slutninger i forhold til om det er en vesentlig forskjell på motivasjon til å initiere et frivillig arbeidsforhold og motivasjon til å opprettholde et frivillig engasjement. Dette er et interessant tema som dessverre ikke har fått plass innenfor oppgavens rammer, men som kan være en problemstilling for videre forskning.

I hovedanalysen er det kun gjort analyser på indre- og ytre motivasjon, ikke på de underliggende ni motivasjonsdimensjonene hver for seg. Bakgrunnen for dette er en vurdering av at motivasjonsdimensjonene ikke er tilstrekkelig psykometrisk forankret. Dette kunne vært løst ved å bruke målemodellen i SEM-analysen, men det ville gått utover oppgavens mål og omfang. En analyse som tar med de underliggende motivasjonsdimensjonene er en mulig kilde til videre forskning.

Spørreundersøkelsen i studien er basert på selvrapporing. Det er noen åpenbare mulige feilkilder ved bruk av selvrapporing. Hvordan vet vi at respondentene svarer ærlig på spørsmålene og at de forstår intensjonen i hvert spørsmål? I følge Spector (1994) skal man være bevisst på at selvrapporing ikke alltid er en tilstrekkelig metode for å utforske et fenomen relatert til atferd i organisasjoner. Semmer, Grebning og Elfering (2004) fastslår på sin side at selvrapporing som metode er uerstattelig og at andre metoder innebærer minst

like stor risiko for feilkilder, men de påpeker at der det er mulig, bør man også bruke komplementære metoder.

Webbaserte spørreskjemaer er en effektiv og mye brukt metode for å samle inn informasjon fra mange respondenter. En mulig kritikk mot denne innsamlingsmetoden er at den forutsetter at alle respondentene har tilgang på internett og ikke opplever et webbasert spørreskjema som en teknologisk barriere. Ferske tall fra Statistisk sentralbyrå (2011) om internettbruk i Norge viser at i aldersgruppen 17 til 55 år er det over 95 % av befolkningen som bruker internett hjemme. Deretter avtar bruken noe og i gruppen 75-79 år er det kun 24 % som bruker internett hjemme. Selv om det altså er en viss risiko for at de eldste frivillige blir underrepresentert i undersøkelsen viser forskning viser at data fra webbaserte undersøkelser ikke har større grad av skjevfordeling enn data som er samlet inn med andre metoder (Gosling et al., 2004).

5.2 Diskusjon rundt funn

Undersøkelsen viser at blant de frivillige i utvalget er det et overveldende flertall av unge mennesker. Nesten 70 % av utvalget er under 24 år. Det er en skjev kjønnsfordeling blant deltakerne med overvekt av kvinner. Dette stemmer godt med hva som kommer frem i Wictorsens (2010) artikkel i Aftenposten om ”de nye frivillige”, som blant annet kjennetegnes av å være yngre og oftere kvinner enn hva man tidligere antok. Flertallet av de frivillige i undersøkelsen jobber på Hovefestivalen som er en festival med en utpreget ung målgruppe. Man kunne derfor tenke at det unge aldersgjennomsnittet ikke var representativt for alle festivalene. Men når jeg har sjekket aldersfordelingen pr. festival så er den rimelig lik på alle festivalene, utenom Eikerapen Roots Festival hvor de frivillige er eldre enn gjennomsnittet.

Når det gjelder funn fra spørsmål om inntekt, daglig virke, utdanning og sivil status så er disse funnene konsistente med at respondentene er unge. Det manifesterer seg i at flertallet i utvalget er under utdanning og derfor skårer lavt på høyeste fullførte utdanning, de har lav inntekt, ingen barn og bor ofte alene eller hjemme hos foreldrene. Sammenliknet med Elstads undersøkelse på Kongsberg Jazzfestival (1997), er utvalget i denne studien noe yngre og har en større andel kvinner. Utdanningsnivået er også noe høyere i Elstads (1997) studie, men det kan henge sammen med høyere alder i hennes utvalg.

Et interessant funn i oppgaven er at svært få av de frivillige bor eller kommer fra det stedet som festivalen de arbeider på blir arrangert. Hovefestivalen har for eksempel like mange frivillige fra Oslo som Arendal, og Trænafestivalen har tre ganger så mange frivillige fra Oslo som fra Træna. Dette tilfører bildet av ”de nye frivillige” ytterligere en dimensjon. De nye frivillige er ikke bare unge, single, barnløse, under utdanning og ofte kvinner, de er også svært mobile og villige til å reise langt for å være frivillige.

Et sentralt spørsmål i denne oppgaven er hva som motiverer folk til å jobbe som frivillig på musikkfestivaler. Allerede i 1978 fastslo Anderson og Moore (Anderson & Moore, 1978) at det ikke finnes en enkelt grunn til at folk velger å utføre frivillig arbeid, men at innsatsen er motivert av multiple årsaker. De fastslo samtidig at noen dimensjoner som står frem som mer relevante enn andre. Studien viser at det er sosialt samvær, verdier og interesser som blir rangert høyest når de frivillige i utvalget skal forklare hvorfor de jobber som frivillige. På bakgrunn av disse resultatene vil jeg påstå at de frivillige i dette utvalget hovedsakelig er drevet av indre motivasjonsfaktorer, noe som også stemmer overens med funnene til Elstad (1997).

Monga (2006) fant i sin undersøkelse at organisatorisk tilhørighet og interesser for aktiviteten var de viktigste driverne for de frivillige. I denne oppgaven kommer organisatorisk tilhørighet på fjerdeplass når motivasjonsdimensjonene blir rangert. Det er overraskende at materielle goder, som gratisbilletter, blir rangert som viktigere enn læring og kompetanse. Dette er ikke i tråd med Elstads (1997) funn på Kongsberg Jazzfestival. Dette funnet kan tolkes som et uttrykk for at materielle verdier har blitt viktigere de siste 14 årene, eller det kan forklares med at flertallet av de frivillige i denne undersøkelsen er unge under utdanning med lav inntekt. Den siste antakelsen støttes også av SEM-analysen som viser at alder og ytre motivasjon har en negativ forbindelse. Med andre ord blir de frivillige mindre motivert av ytre motivasjonsfaktorer jo eldre de blir. I følge Deci og Ryan (1985) så er behovet for kompetanse et viktig medfødt behov og indre motivasjonsfaktor, man skulle derfor tro at læring og kompetanse kom høyere opp på rangeringen av motivasjonsbegrunnelser til å jobbe som frivillig.

De minst viktige motivasjonsdimensjonene for utvalget er arbeidsmarked og karriere, sosiale forventninger og selvaktelse. Det er overraskende at karriereutvikling blir rangert som den minst viktige grunnen til å være frivillig på musikkfestival i et utvalg hvor en relativt stor andel av de frivillige er under utdanning, men dette stemmer også med Elstads (1997) funn.

Basert på mediaoppdrag og generelle samfunnstendenser kunne man anta at det har vært en utvikling de siste ti årene mot et mer karrierefokusert samfunn, også i frivillig sektor, men en slik antakelse blir altså ikke støttet i denne studien.

Et primært mål med studien har vært å finne ut mer om hva som predikerer fremtidig lojalitet blant frivillige på musikkfestivaler. Funnene viser at den enkeltvariabelen som gjør rede for mest av den forklarte variansen til fremtidig lojalitet, er indre motivasjon. Man kan derfor si at det er en større sjans for at frivillige som har en sterk grad av indre motivasjon vil fortsette som frivillige i fremtiden, enn de frivillige som hovedsakelig blir motivert av gratisbilletter, forventninger fra andre, anerkjennelse fra andre og karrieremuligheter. Resultatene viser også at alder og ytre motivasjon er negativt korrelert, noe som tyder på at grad av indre motivasjon stiger med alderen. SEM-analysen viser en negativ sammenheng mellom ytre motivasjon og fremtidig lojalitet, hvilket styrker antakelsen om at indre og ytre motivasjon er to distinkte ulike motivasjonsfaktorer. Dette samsvarer også med hva som er funnet i andre studier om frivillighet (Jiménez, Fuertes, & Abad, 2010).

Det er ikke bare indre motivasjon som påvirker fremtidig lojalitet. Også engasjement og tilhørighet er en god prediktor for å identifisere hvem som ønsker å fortsette som frivillige i fremtiden. Særlig den delen av engasjement og tilhørighet som handler om å identifisere seg med festivalens mål ser ut til å være en viktig prediktor for om du ønsker å fortsette å jobbe som frivillig. Når det er sagt, må det også nevnes at indre motivasjon er den variabelen i SEM-analysen som i størst grad forklarer den forklarte delen av variansen i engasjement og tilhørighet. En siste variabel som påvirker fremtidig lojalitet er hvor mange år den frivillige tidligere har jobbet på festivalen. Jo flere år den frivillige tidligere har jobbet for festivalen, jo større er sjansen for at den frivillige vil fortsette. Dette er også i tråd med forskning fra det ordinære arbeidslivet (Mowday et al., 1982). SEM-analysen viser at variablene som er tatt med i modellen gjør rede for 41 % av den forklarte variansen i fremtidig lojalitet. Med andre ord så kan det være en rekke andre variabler som ikke er tatt med i denne studien som er relevant for å predikere fremtidig lojalitet. Dette er noe som bør utforskes i fremtidige studier.

5.3 Implikasjoner

Funnene i denne studien uttrykker tendenser som bør være interessante for norske musikkfestivaler, men også øvrige kultur- og idrettsarrangementer, samt andre som jobber

med frivillige. I kommunikasjonen med potensielle og eksisterende frivillige bør festivalene gjøre nytte av hva forskning sier om motiver for å være frivillig. Tar man utgangspunkt i denne studien så er det åpenbart at det kan være feil å fokusere på mulighetene for bra cv-oppføringer eller gratisbilletter ovenfor potensielt nye frivillige, når det som egentlig motiverer er mulighetene for å bli kjent med nye folk, altruisme eller et ønske om å dyrke sine interesser.

Sett i lys av Herzbergs (1964) tofaktorteori kan det på den andre siden være at gratis adgang til festivalen, t-skjorter og andre goder er såkalte hygienefaktorer som ikke virker motiverende i seg selv, men som vil skape stor misnøye hvis de ble fjernet eller blir oppfattet som dårligere enn hva andre festivaler kan tilby. Hvis det er slik at det sosiale samværet er det viktigste for de frivillige bør festivalen ta hensyn til det også i tiden frem mot neste festival. Hvordan kan festivalen legge til rette for at de frivillige beholder den sosiale dimensjonen utenom de dagene festivalen arrangeres?

På bakgrunn av selvdeterminasjonsteorien til Deci og Ryan (1985) og det at frivillige ser ut til å være drevet av indre motivasjonsfaktorer, kan vi anta at opplevelse av autonomi er viktig for de frivillige. I tillegg vet vi at mange frivillige blir motivert av det å kunne dyrke sine interesser. På bakgrunn av dette bør festivaler legge til rette for at frivillige får mulighet til å selv påvirke deler av arbeidssituasjonen for eksempel ved at de fritt kan velge arbeidsområde ut i fra ønsker og interesser. I mange tilfeller vil ikke dette være mulig, men rullering av arbeidsoppgaver eller andre fleksible ordninger kan bidra til å fremme opplevelse av autonomi.

Gjennom flere analyser i denne studien er det funnet støtte for at indre motivasjon og det å identifisere seg med festivalens mål er viktige prediktorer for fremtidig lojalitet hos frivillige. I følge Deci og Ryan (1986) vil man fremme indre motivasjon ved å legge til rette for autonomi, mestingsopplevelser og opplevelsen av å være sosialt relatert. For at de frivillige skal kunne identifisere seg med festivalens mål er det viktig at disse målene er tydelige og gir mening for de frivillige.

Studien gir støtte for at jo flere ganger man tidligere har jobbet på festivalen, jo større er sjansen for at man også i fremtiden vil være med som frivillig. En implikasjon av dette kan være at festivalen bør jobbe systematisk for at de frivillige skal ønske å fortsette å være i organisasjonen. Å utvide ansvarsområdet og gi stadig mer utfordrende arbeidsoppgaver for

hvert år kan øke opplevelsen av mestring og være en måte å skape lojale frivillige på. Samtidig er det naturlig at det vil være en forholdsvis høy turnover i en ”jobb” hvor de ”ansatte” kun er aktiv i noen dager eller uker i året. Man må nok også anerkjenne at muligheten til å jobbe frivillig blir påvirket av livsfaser og andre forhold utenfor festivalens kontroll.

Studien viser at flertallet av de frivillige verken bor eller kommer fra det stedet som festivalen blir arrangert. Dette kan tolkes som at festivaler ikke trenger å begrense seg til sitt eget nærområde når de rekrutterer frivillige, da mange frivillige er svært mobile og ikke ser på avstand som noe hinder hvis de er tilstrekkelig motivert.

5.4 Konklusjon

Denne studien har hatt som mål å utforske hva som motiverer frivillige på norske musikkfestivaler, samt å undersøke hvilke demografiske og psykologiske variabler som predikerer fremtidig lojalitet blant frivillige. Datainnsamlingen og påfølgende analyser viser at for ”de nye frivillige” er sosialt samvær, verdier og interesser de viktigste motivasjonsdimensjonene. Karriereutvikling, andres forventninger og selvaktelse vise seg å være de minst relevante motivasjonsdimensjonene. Indre motivasjon, identifisering med festivalens mål, samt tidligere arbeidserfaring på festivalen var de variablene som best predikerte ønske om å fortsette som frivillig i fremtiden. Ytre motivasjon var den variabelen som best predikerte manglende ønske om å fortsette som frivillig i fremtiden.

På bakgrunn av funn i studien og relevant teori gis det konkrete forslag til hvordan festivalene kan legge til rette for økt motivasjon og fremtidig lojalitet hos sine frivillige. Festivalene oppfordres også til å bruke den forskningen som finnes på feltet til å jobbe mest mulige hensiktsmessig i forhold til sine frivillige ressurser.

Den 11. mars 2011 sier operadirektør Tom Remlov til Aftenposten (Andenæs, 2011) at frivillig innsats blir stadig viktigere for kulturelle virksomheter og trekker frem Peer Gynt festivalen og Oscarsborg-operaen som eksempler. Samtidig åpner han for en diskusjon om hvordan Den Norske Opera kan bruke frivillighet i sin virksomhet. Jeg tror denne tendensen er en utvikling vi vil se mer av i fremtiden. En utvikling hvor skillelinjene mellom privat-, offentlig- og frivillig sektor vil svekkes og hvor flere virksomheter i skjæringspunktet mellom kultur, idrett og næringsliv vil bemanne deler av sin virksomhet med frivillig arbeidskraft.

Et slikt fremtidsperspektiv gir gode grunner for videre forskning på frivillighet hos musikkfestivaler og andre kultur- og idrettsarrangementer. Disse organisasjonene har ofte en kombinasjon av kommersielt formål, profesjonell ledelse og et stort frivilligapparat som jobber i en begrenset periode av året. Dette er en form for frivillighet som mye av den tradisjonelle frivillighetsforskningen ikke omtaler da den forskningen ofte bruker idealistisk- eller såkalt frivillig organisasjonsform som inklusjonskriterie.

Jeg håper denne studien kan være med å bidra til profesjonalisering av arbeidet med frivillige på norske musikkfestivaler og være til inspirasjon for andre som har lyst til å studere denne relativt utforskede delen av organisasjonspsykologien. Jeg tror økende krav til profesjonalisering og skjerpet konkurranse om de frivillige vil bidra til et voksende behov for vitenskaplig fundert kunnskap i festivalbransjen. I oppgaven har jeg identifisert noen mulige problemstillinger som kan være relevant for videre forskning.

Referanser

- Aaron, C. (1993). Organizational Commitment and Turnover: A Meta-Analysis. *The Academy of Management Journal*, 36(5), 1140-1157
- Agderforskning. (2011). *Festivaler på Sørlandet*. Hentet fra <http://festivals.no/alle-festivaler/alle-festivaler/>
- Andenæs, U. (2011, 11. mars). Få ting er norskere enn dugnaden *Aftenposten*, s. 9.
- Andersen, R. K. (1996). *Motiver for frivillig innsats i Norges røde kors* (Vol. 96:2). Oslo: Institutt for samfunnsforskning.
- Anderson, J. C., & Moore, L. F. (1978). The Motivation To Volunteer. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 7(3), 120-129
- Bye, D., Pushkar, D., & Conway, M. (2007). Motivation, Interest, and Positive Affect in Traditional and Nontraditional Undergraduate Students. *Adult Education Quarterly*, 57(2), 141-158
- Carlo, G., Okun, M. A., Knight, G. P., & de Guzman, M. R. T. (2005). The interplay of traits and motives on volunteering: agreeableness, extraversion and prosocial value motivation. *Personality and Individual Differences*, 38(6), 1293-1305
- Clary, E. G., Snyder, C. D., & Ridge, R. D. (1992). Volunteers' Motivations: A Functional Strategy for the Recruitment, Placement, and Retention of Volunteers. *Nonprofit Management and Leadership*, 4(2), 17
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J., et al. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1516-1530
- Cnaan, R. A., & Goldberg-Glen, R. S. (1991). Measuring Motivation to Volunteer in Human Services. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 27(3), 269-284
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1980). Influence of extraversion and neuroticism on subjective well-being: Happy and unhappy people. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38(4), 668-678
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1995). Domains and facets: Hierarchical personality assessment using the Revised NEO Personality Inventory. *Journal of personality assessment* 64, 21-50

- Crawford, J. R., & Henry, J. D. (2004). The Positive and Negative Affect Schedule (PANAS): Construct validity, measurement properties and normative data in a large non-clinical sample. *British Journal of Clinical Psychology*, 43, 245-265
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum.
- Duncan, O. D. (1966). Path Analysis: Sociological Examples. *American Journal of Sociology*, 72(1), 1-16
- Eikerapen Roots Festival. (2011). *Eikerapen Roots Festival*. Hentet fra <http://www.eikerapen.com>
- Elstad, B. (1997). *Organisering og ledelse av frivillige: en studie av Kongsberg Jazzfestival* (Vol. nr 45/1997). Lillehammer: Høgskolen.
- Esmond, J., & Dunlop, P. (2004). *Developing the Volunteer Motivation Inventory to Assess the Underlying Motivational Drives of Volunteers in Western Australia* (CLAN WA Inc.
- EU. (2011). *European Year of Volunteering 2011*. Hentet fra <http://europa.eu/volunteering/>
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-Determination Theory and Work Motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26(4), 331-362
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Giannoulakis, C., Wang, C.-H., & Gray, D. (2008). Measuring Volunteer Motivation in Mega-Sporting Events. *Event Management*, 11(4), 191-200
- Glisson, C., & Durick, M. (1988). Predictors of Job Satisfaction and Organizational Commitment in Human Service Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 33(1), 61-81
- Gosling, S. D., Vazire, S., Srivastava, S., & John, O. P. (2004). Should We Trust Web-Based Studies? A Comparative Analysis of Six Preconceptions About Internet Questionnaires. *American Psychologist*, 59(2), 93-104
- Haug, I., & Olsrud, R. V. (2010). *Pop- og rockfestivaler i Norge - hva motiverer de frivillige*. Bachelor, Handelshøyskolen BI, Oslo.
- Herzberg, F. (1964). The motivation-hygiene concept and problems of manpower. *HRMagazine*, 27(1), 3-7
- Herzberg, F. (1987). One more time: how do you motivate employees? *Harvard Business Review*, 65(5), 109-120
- Hovefestivalen. (2011). *Hovefestivalen*. Hentet fra <http://www.hovefestivalen.no/info/>

- Jiménez, M. L. V., Fuertes, F. C., & Abad, M. J. S. (2010). Differences and Similarities among Volunteers who Drop out During the first Year and Volunteers who Continue after eight Years. *The Spanish journal of psychology*, 13(1), 343
- Johansen, R. V. (2011, 24. februar). Et verdensmesterskap i ros og kos. *Aftenposten Morgen*, s. 2.
- Kaufmann, G., & Kaufmann, A. (2009). *Psykologi i organisasjon og ledelse*. Bergen: Fagbokforl.
- Kenny, D. A. (2011). *SEM: Fit*. Hentet fra <http://www.davidakenny.net/cm/fit.htm>
- Kleinginna, P. R., & Kleinginna, A. M. (1981). A categorized list of motivation definitions, with a suggestion for a consensual definition. *Motivation and Emotion*, 5(3), 263-291
- Knudsen, M. (2011, 27. april). Det er vi som får festivalene til å gå rundt. *Aftenposten Aften*, s. 2.
- Kultur og kirke departementet. (2007). *St. mld. nr. 39 (2006-2007) Frivillighet for alle*. Hentet fra <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/regpubl/stmeld/2006-2007/Stmeld-nr-39-2007-.html?id=477331>
- Landy, F. J. (1989). *Psychology of work behavior*. Pacific Grove, Calif.: Brooks/Cole.
- Larsen, R. J., & Ketelaar, T. (1991). Personality and Susceptibility to Positive and Negative Emotional States. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(1), 132-140
- Loga, J. (2010). *Livskvalitet, betydning av kultur og frivillighet for helse, trivsel og lykke*. Oslo/Bergen: Senter for forskning på sivilsamfunn og frivillig sektor.
- Lorentzen, H., & Rogstad, J. (1994). *Hvorfor frivillig?: begrunnelser for frivillig sosialt arbeid* (Vol. 94:11). Oslo: Institutt for samfunnsforskning.
- Lucas, R. E., & Diener, E. (2003). *Personality and work: reconsidering the role of personality in organizations*. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass.
- Lund, T. (2002). *Innføring i forskningsmetodologi*. Oslo: Unipub.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4), 370
- McDonald, R. P., & Ho, M.-H. R. (2002). Principles and practice in reporting structural equation analyses. *Psychological Methods*, 7(1), 64-82
- McMurray, A. J., Pirola-Merlo, A., Sarros, J. C., & Islam, M. M. (2010). Leadership, climate, psychological capital, commitment, and wellbeing in a non-profit organization. *Leadership & Organization Development Journal*, 31(5), 436-457
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89

- Monga, M. (2006). Measuring Motivation to Volunteer for Special Events. *Event Management, 10*, 47-61
- Mowday, R., Steers, R., & Porter, L. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior, 14*, 224-227
- Mowday, R. T., Porter, L. W., Steers, R., & M. (1982). *Employee-organization linkages: the psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. New York: Academic Press.
- Mroczek, D. K., & Kolarz, C. M. (1998). The effect of age on positive and negative affect: A developmental perspective on happiness. *Journal of Personality and Social Psychology, 75*(5), 1333-1349
- Myer, J., Becker, T., & Vandenberghe, C. (2004). Employee commitment and motivation: a conceptual analysis and integrative model. *Journal of Applied Psychology, 89*(6), 991-1007.
- Norsk Kulturråd. (2010). *33 millioner til 99 festivaler*. Hentet fra http://kulturrad.no/presse_og_arkiv/pressemeldinger/33-millioner-til-99-festivaler/
- Norsk Rockforbund. (2010). *Resultater - Festivalundersøkelsen 2010*. Hentet fra http://www.norskrockforbund.no/nor/pages/953-resultater_festivalundersokelsen_2010
- Norway Rock Festival. (2011). *Norway Rock Festival*. Hentet fra <http://norwayrock.no/info/>
- Pearce, J. L. (1993). *Volunteers: the organizational behavior of unpaid workers*. London: Routledge.
- Pinder, C. C. (1998). *Work motivation in organizational behavior*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Ringdal, K. (1987). *Kausalanalyse i samfunnsvitenskap: en innføring i stianalyse og LISREL*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Ryan, C., & Bates, C. (1995). A Rose by Any Other Name: The Motivations of Those Opening Their Gardens for a Festival. *Festival Management and Event Tourism, 3*(2), 59-71
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000a). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology, 25*(1), 54-67
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000b). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist, 55*(1), 68-78
- Sivesind, K. H. (2007). *Frivillig sektor i Norge 1997-2004*. Oslo: Institutt for samfunnsforskning.

- Slaughter, L. (2002). Motivations of long term volunteers at events. *Journal of Sport & Tourism*, 7(3), 35-36
- Slocombe, T. E., & Dougherty, T. W. (1998). Dissecting Organizational Commitment and Its Relationship with Employee Behavior. *Journal of Business and Psychology*, 12(4), 469-491
- Spector, P. E. (1994). Using Self-Report Questionnaires in OB Research: A Comment on the Use of a Controversial Method. *Journal of Organizational Behavior*, 15(5), 385-392
- Statistisk sentralbyrå. (2010). *Frivillighet-Norge skaper store verdier*. Hentet fra <http://www.ssb.no/vis/magasinet/analyse/art-2010-01-11-01.html>
- Statistisk sentralbyrå. (2011). Tabell: 07002: Sted for bruk av Internett de siste 3 mnd., etter kjønn og alder. Hentet 10. februar 2011, fra Statistisk Sentralbyrå http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/Default_FR.asp?PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selectvarval/define.asp&Tabellid=07002
- Tett, R. P., & Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: Path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology*, 46(2), 259-293
- Thompson, E. R. (2007). Development and Validation of an Internationally Reliable Short-Form of the Positive and Negative Affect Schedule (PANAS). *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 38(2), 227-242
- Trænafestivalen. (2011). *Trænafestivalen*. Hentet fra <http://www.trena.net>
- Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063-1070
- Watson, D., & Tellegen, A. (1985). Toward a consensual structure of mood. *Psychological Bulletin*, 98(2), 219-235
- Wictorsen, M. L. (2010, 16. desember). De nye frivillige. *Aftenposten Aften*, s. 2.
- Wilson, K., & Gullone, E. (1999). The relationship between personality and affect over the lifespan. *Personality and Individual Differences*, 27(6), 1141-1156
- Wollebæk, D., & Sivesind, K. H. (2010). *Fra folkebevegelse til filantropi? Frivillig innsats i Norge 1997-2009* Oslo: Senter for forskning på sivilsamfunn og frivillig sektor

Vedlegg

Appendiks A: Motivasjonsdimensjoner og ledd til spørsmål om motivasjon

De 27 påstandene er operasjonalisering av 9 motivasjonsdimensjoner som har god støtte i litteraturen og har vist seg å være valide og reliable (Clary et al., 1992; Elstad, 1997; Monga, 2006).

Dette er dimensjonene og operasjonaliseringene som ble brukt i spørreskjemaet:

Sosialt samvær

- *Jeg får anledning til å bli kjent med nye mennesker*
- *Jeg liker samarbeidet med de andre frivillige*
- *Jeg liker den unike "festival-stemminga"*

Læring og kompetanse

- *Gjennom å være frivillig lærer jeg meg selv bedre å kjenne*
- *Som frivillig lærer jeg nye ting og opplever mestring*
- *Som frivillig lærer jeg gjennom praktisk erfaring*

Selvaktelse

- *Jeg føler at jeg gjør noe viktig når jeg arbeider som frivillig*
- *Frivillig arbeid gjør at jeg føler meg som et bedre menneske*
- *Som frivillig føler jeg at jeg blir sett og akseptert som den jeg er*

Verdier og altruisme

- *Jeg synes det er viktig å hjelpe til i et lokalsamfunn*
- *Jeg ønsker å hjelpe festivalen til å nå sine mål*
- *Jeg vil være med å bidra til gjøre denne festivalen til en suksess*

Materiell belønning

- *Jeg liker å være frivillig for da trenger jeg ikke bruke penger på billetter*
- *Som frivillig får jeg gratis billetter, t-skjorte med mer.*
- *Som frivillig får jeg gratis tilgang til festivalen*

Arbeidsmarked og karriere

- *Å være frivillig kan gi mulighet for senere lønnsarbeid*
- *Jeg kan få kontakter som kan hjelpe meg i arbeidslivet senere*
- *Min erfaring som frivillig kan bidra til å gi meg en bedre jobb i arbeidslivet*

Organisasjonell tilhørighet

- *Jeg liker å være med på å skape noe stort og viktig, som denne festivalen*
- *Jeg liker å være en del av festivalorganisasjonen*
- *Jeg synes denne festivalen er viktig*

Hobby/interesser

- *Jeg er svært interessert i musikk*
- *Som frivillig får jeg dyrket hobbyer/interesser som jeg har*
- *Som frivillig møter jeg folk med samme interesser som meg selv*

Sosiale forventinger

- *Folk jeg kjenner har oppfordret meg til å arbeide som frivillig*
- *Jeg har venner/familie som er frivillige*
- *Folk jeg omgås synes at arbeid for denne festivalen er viktig*

Appendiks B: Regresjonsanalyser

Mål	B	SE	β	<i>t</i>	<i>p</i>
Alder	.568	.081	.371	7.002	.000
Yrke/daglig virke	-.014	.033	-.022	-.423	.673
Kjønn	.092	.144	.029	.636	.525
Engasjement og tilhørighet	.007	.009	.038	.820	.413
Affekt	-.236	.188	-.058	-1.258	.209

Regresjonsanalyse med tidligere arbeidserfaring som avhengig variabel. R^2 .137, r^2 tilpasset .127.

Mål	B	SE	β	<i>t</i>	<i>p</i>
Alder	-.007	.020	-.018	-.334	.739
Yrke/daglig virke	-.001	.008	-.006	-.103	.918
Kjønn	-.057	.037	-.074	-1.511	.132

Regresjonsanalyse med affekt som avhengig variabel. R^2 .001, r^2 tilpasset - .001

Mål	B	SE	β	<i>t</i>	<i>p</i>
Alder	.111	.044	.135	2.521	.012
Yrke/daglig virke	-.038	.018	-.105	-2.101	.036
Kjønn	.033	.080	.019	.414	.679
Affekt	.356	.103	.153	3.452	.001
Ytre motivasjon	.452	.043	.505	10.606	.000

Regresjonsanalyse med indre motivasjon som avhengig variabel. R^2 .266, r^2 tilpasset .166

Mål	B	SE	β	<i>t</i>	<i>p</i>
Alder	-.258	.045	-.254	-5.698	.000
Yrke/daglig virke	.057	.019	.141	3.027	.003
Kjønn	-.260	.084	-.130	-3.092	.002
Affekt	-.002	.111	-.001	-.022	.982

Regresjonsanalyse med ytre motivasjon som avhengig variabel. R^2 .338, r^2 tilpasset 329

Mål	B	SE	β	<i>t</i>	<i>p</i>
Alder	-1.435	.407	-.164	-3.526	.000
Yrke/daglig virke	-.566	.166	-.164	-3.360	.001
Kjønn	.054	.738	.003	.073	.941
Affekt	.249	.967	.011	.258	.797
Indre motivasjon	4.632	.493	.475	9.393	.000
Ytre motivasjon	.920	.446	.110	2.061	.040

Regresjonsanalyse med engasjement og tilhørighet som avhengig variabel. R^2 .324, r^2 tilpasset 315