

doi:10.13582/j.cnki.1674-5884.2023.04.016

# 个人发展激励对大学生 志愿行为持续性的影响

刘辉亚,韩聪慧,吴一荻,莫翊岚

(湖南科技大学 教育学院,湖南 湘潭 411201)

**摘要:**大学生志愿服务是“三全育人”背景下加强高校思想政治工作的重要载体,然而,志愿者持续参与意愿低、流动性强等问题制约着志愿服务长效机制的建立健全。以H市815名大学生志愿者为研究对象,探索个人发展激励对志愿行为持续性的影响及其作用机制,发现志愿服务获得感在影响机制中的中介效应。调查结果显示:(1)大学生志愿行为持续性不强,志愿服务获得感处于中等偏低水平;(2)个人发展激励均显著正向预测志愿行为持续性、志愿服务获得感;(3)志愿服务获得感显著正向预测志愿行为持续性,并在个人发展激励影响志愿行为持续性过程中发挥中介作用。调查表明:要增强志愿行为持续性,应重视个人发展激励的创新应用,重塑志愿服务获得感,以实现志愿服务社会价值与育人价值的充分融合。

**关键词:**大学生志愿服务;个人发展激励;志愿服务获得感;志愿行为持续性

**中图分类号:**G641

**文献标志码:**A

**文章编号:**1674-5884(2023)04-0116-08

## 1 问题的提出

作为大学生社会实践活动之一,大学生志愿服务是高校实践育人的关键载体。2020年,《教育部等八部门关于加快构建高校思想政治工作体系的意见》中明确指出,要“深化实践教育。把思想政治教育融入社会实践、志愿服务、实习实训等活动中,创办形式多样的‘行走课堂’”<sup>[1]</sup>。然而,目前高校志愿服务仍存在志愿者持续参与意愿低、流动性强等问题,志愿长效机制有待健全<sup>[2]</sup>。因此,增强大学生志愿行为持续性是建立健全大学生志愿服务长效机制的关键。

赫茨伯格的双因素激励理论为高校建立大学生志愿服务长效机制提供有力的理论支撑。赫茨伯格实证研究发现,工作中常用于激励人的各项因素中有两类效果不同、功用不同的因素,他将其命名为保健因素和激励因素。保健因素(如工作

环境、福利待遇等)的改善只能消除员工的不满情绪,却不能真正调动工作积极性;而激励因素(如工作成就感)围绕个人的发展需求,能够激发员工的工作激情,有效提高工作效率<sup>[3]</sup>。当前高校针对大学生志愿服务的激励政策多种多样,然而“激而不励”的鸡肋政策也普遍存在,究其原因,是只注重保健因素而忽视了激励因素,影响了志愿行为的持续性<sup>[4]</sup>。本文的个人发展激励是区别于保健因素的激励因素,它通过关注志愿者个人成长需要,激发志愿者兴趣、热情、成就感、责任心等,带来志愿服务获得感。志愿服务获得感可以让志愿者受到内在激励,进而产生持续参与志愿服务的热情。

为此,本文以H市大学生志愿者为研究对象,探索个人发展激励、志愿服务获得感和志愿行为持续性之间是否存在显著相关及怎样互相影

收稿日期:2022-05-23

基金项目:湖南省高校思想政治工作研究项目(20E03);教育部人文社会科学研究专项任务项目(高校辅导员研究)(21JDSZ3070)

作者简介:刘辉亚(1976—),男,湖南衡南人,副教授,硕士,主要从事高校思想政治教育研究。

响,探索志愿服务获得感在个人发展激励与志愿行为持续性之间是否形成了中介效应,同时,厘清个人发展激励影响大学生志愿行为持续性的成因及其作用机制,并针对性提出措施以重塑志愿服务获得感,增强志愿行为持续性,更好地践行志愿服务实践育人目标。

## 2 文献回顾与理论假设

### 2.1 个人发展激励与志愿行为持续性

针对大学生志愿行为持续性不强的困境,已有研究表明,完善个人发展激励是增强持续参与意愿较为成熟的路径<sup>[5]</sup>。个人发展激励是志愿服务激励方式之一,通过为志愿者带来个人知识、技能、能力等方面的提升,满足志愿者自身成长需要,调动志愿者参与热情,促使其持续投入志愿服务中,对志愿行为持续性这一外显变量具有明显正向影响<sup>[6-8]</sup>。个人发展激励是体现志愿服务激励机制个性化特征的一个重要维度,可以有效激发志愿者的内生动力<sup>[9]</sup>。相较于物质激励与精神激励,个人发展激励对志愿行为持续性具有更明显的正向影响<sup>[10]</sup>。志愿服务同时具备社会价值和育人价值:从其推动社会发展来看,它是满足服务对象需求的产物;从其推动人格的完善来看,它是志愿者个人实践与学习的产物<sup>[11]</sup>。因此,我们不难理解个人发展激励对志愿行为持续性的促进作用。据此,提出假设1:个人发展激励正向影响志愿行为持续性。

### 2.2 志愿服务获得感与志愿行为持续性

志愿服务获得感是一种内在的心理体验,也是增强志愿行为持续性的关键变量<sup>[5]</sup>。“获得感”本表示获取某种利益后产生的满足感。黄冬霞等从字面拆分解释:“获得感”即“获得”和“感”,两者为因果递进关系,即有客观获得才有主观感受<sup>[12]</sup>。志愿服务获得感是学者针对志愿者群体赋予获得感的专有内涵,均以约定俗成的字面意义存在于文本中,对该概念的科学界定较少。本文引用刘鸿畅等对“高校青年志愿服务获得感”所界定的内涵,即高校青年志愿服务获得感意指青年志愿者自身在从事志愿服务活动过程中或过程后获得的精神利益及其对获得内容的积极主观体验和借此形成的不断从事志愿服务活动的动力因素<sup>[13]</sup>。社会交换理论认为,志愿者参与

服务也是基于收益最大化和代价最小化作出的选择。在志愿服务过程中,志愿者从对志愿服务对象的付出中得到了一定的积极情绪价值,便会选择加强“自我卷入度”<sup>[14]</sup>。部分研究者则从反面证实了消极的志愿服务获得感会导致志愿服务中断<sup>[15-17]</sup>。据此,提出假设2:志愿服务获得感正向影响志愿行为持续性。

### 2.3 个人发展激励与志愿服务获得感

现有研究证实,个人发展激励会提升志愿服务获得感,通常表现为个人发展激励使志愿者具有良好的自我提升感、自我实现感。当志愿者在志愿服务过程中能够充分发挥主观能动性并获得相应能力的提高,不断增强自信,学会悦纳自己,便会对自身能力产生更高的认同感,也正因为志愿者坚信志愿服务有利于个人发展,便乐于投入服务,拥有积极的获得体验<sup>[18]</sup>。石伟等运用心理资源说,论证志愿行为通过增强志愿者应对挫折的能力来提升志愿者的幸福感,从而对个体心理健康产生积极影响<sup>[19]</sup>。张洁的高校志愿者满意度实证研究则证明志愿服务过程中是否存在有利于个人发展的培训内容会影响志愿者的获得体验与自我提升感<sup>[20]</sup>。据此,提出假设3:个人发展激励正向影响志愿服务获得感。

### 2.4 志愿服务获得感的中介作用

过往研究证实个人发展激励是影响志愿行为持续性的重要因素,但是其具体作用机制尚待明确。因此,探讨个人发展激励对志愿行为持续性的中介作用机制,即回答个人发展激励如何影响志愿行为持续性,是很有必要的。前文分析已证明个人发展激励对志愿行为持续性具有显著预测作用,以及志愿服务获得感可显著预测志愿行为持续性,因此,志愿服务获得感有可能是个人发展激励影响志愿行为持续性的中介变量。田丽娜指出,薄弱的激励环节消减了志愿者内心的社会认同感和个人积极性,从而削弱了志愿服务活动的持续性和连贯性<sup>[21]</sup>。这说明只有尊重并接纳志愿者的个人需求,提供差异化的个人发展激励,才能让志愿者更有“被激励感”,从而提升其继续投身于志愿服务的意愿。据此,提出假设4:志愿服务获得感在个人发展激励对志愿行为持续性的影响中具备中介效应。

### 3 研究设计

#### 3.1 抽样方案与数据收集

采取在线上问卷调查与线下纸质版收集问卷调查相结合的方式(线上收集630份,线下收集402份),抽取H市1132名大学生完成问卷调查,并筛选出1025名参加过志愿服务的被试。根据测谎题剔除无效问卷210份,最终获得有效问卷815份,有效回收率72.0%。其中男生287人(35.2%),女生528人(64.8%);大一学生357名(43.8%),大二学生245名(30.1%),大三学生153名(18.8%),大四学生60名(7.3%)。

#### 3.2 研究工具与变量测量

##### 3.2.1 大学生志愿服务获得感量表

借鉴Clary等人开发的志愿服务功能量表,本文的大学生志愿服务获得感量表分为荣誉获得、人际获得、获得体验(积极或消极情绪)、自我提升(知识技能与社会化成长)、自我实现(获得认可,实现个人价值)5个维度。其中,自我实现维度采用Jones和Crandall共同编写完成的自我实现简短指标(Short Index of Self-Actualization,简称SISA)。荣誉获得主要测量大学生志愿者参与志愿活动所获得的荣誉认可;人际关系主要测量大学生志愿者参与志愿活动的社会性关系获得及提升;获得体验主要测量大学生志愿者在荣誉获得、人际关系、自我提升、自我实现四个维度获得感相互作用下获得的情绪情感体验;自我提升主要测量大学生志愿者的知识经验获得、能力获得、社会性发展等;自我实现主要测量大学生志愿者人生价值目标的实现情况。量表共18个题项,采用李克特五点计分法,分值越高,获得感越强烈。具体题项有“在参加志愿活动后,我明确了要为之献身的目标”“参加志愿活动拓宽了我的视野,让我更好地了解社会”等。

大学生志愿服务获得感量表采用五级计分方式,取得分数越高说明其在志愿活动中有更强烈的获得感。量表的Cronbach's  $\alpha$ 系数为0.944。

##### 3.2.2 大学生志愿行为持续性量表

测量被试每学期参与志愿服务的时间、频率和持续性参与意愿的平均值。时间:进入大学以来,你平均每学期的志愿服务时长大约是多少?采用5点计分(0~5小时=1,5~7.5小时=2,7.5~10小时=3,10~12.5小时=4,12.5小时以上=5)。频

率:进入大学以来,你平均每学期参加几次志愿活动?采用4点计分(0次=1,1~2次=2,3~4次=3,5次及以上=4)。持续性参与意愿:你是否愿意继续报名参与志愿活动?采用4点计分(不愿意=1,基本愿意=2,愿意=3,非常愿意=4)。将时间、频率、持续性参与意愿标准分的平均值作为志愿行为持续性的指标,得分越高,表示志愿者服务持续性越强。

##### 3.2.3 个人发展激励的测量

询问研究对象是否接受过个人发展激励:“志愿服务组织是否提供有利于志愿者个人发展的志愿服务激励(包括是否提供专业技能培训、是否提供阶段性反馈以督促志愿者成长等)。”其中,接受过个人发展激励的学生共543名(66.63%),没有接受过个人发展激励的学生共272名(33.37%)。

#### 3.3 数据处理

本研究通过探究多种激励机制对志愿行为持续性的影响,证明志愿服务获得感在该联系中起重要作用。自变量为“个人发展激励”,因变量为“志愿服务持续性”,中介变量为“志愿服务获得感”。

在整理分析数据前,将二分变量的自变量进行哑变量化:将自变量转化成0和1的虚拟变量,其中“接受过个人发展激励”设置为1,“没有接受过个人发展激励”设置为0。

本研究使用SPSS 23.0、Hayes<sup>[22]</sup>编制的PROCESS插件及AMOS 23.0对所有数据进行处理与分析,并采用偏差校正的百分位Bootstrap法进行中介效应检验。在分析数据之前,采用Harman单因子检验进行共同方法偏差的检验<sup>[23]</sup>, $KMO = 0.904 > 0.6, p < 0.05$ ,适用探索性因素分析,在转轴的情况下各因子间成分互不重叠,由此可见,本研究的数据不存在严重的共同方法偏差。

### 4 研究结果与分析

#### 4.1 各变量描述统计与相关分析

研究所涉及变量的均值、标准差、相关系数如表1所示。各变量的总体状况:(1)在个人发展激励方面,有66.63%的学生接受过个人发展激励,说明比较多的学生接受过个人发展激励。(2)在志愿行为持续性方面,志愿行为持续性的均值为2.890,大学生志愿者持续性参与志愿服务的意愿不强,参与度不高。(3)在志愿服务获得

感方面,获得体验的均值最高(4.02),荣誉获得的均值最低(3.40),这反映了大学生志愿者在参与志愿服务时能够获得积极情绪,消除消极情绪,但是他们收获的奖励偏少。

各变量相关分析的数据结果与预期假设一致:个人发展激励与志愿服务获得感正相关( $r=0.230, p<0.001$ );志愿服务获得感与志愿行为持续性正相

关( $r=0.390, p<0.001$ );个人发展激励与志愿行为持续性正相关( $r=0.250, p<0.001$ )。各变量的描述统计与相关分析结果如表 1 所示。

假设 1 提出的个人发展激励正向影响志愿行为持续性,假设 2 提出的个人发展激励正向影响志愿服务获得感,假设 3 提出的志愿服务获得感正向影响志愿行为持续性均得到支持。

表 1 各变量的描述性统计与相关分析结果( $n=815$ )

变量	M	SD	1	2	2a	2b	2c	2d	2e	3
1.个人发展激励	0.67	0.47	1							
2.获得感	3.75	0.65	0.23***	1						
2a.荣誉获得	3.40	0.83	0.16***	0.70***	1					
2b.人际关系	3.58	0.85	0.22***	0.85***	0.55***	1				
2c..获得体验	4.02	0.76	0.16***	0.86***	0.42***	0.65***	1			
2d.自我提升	3.99	0.76	0.20***	0.89***	0.46***	0.67***	0.84***	1		
2e.自我实现	3.78	0.74	0.20***	0.81***	0.41***	0.56***	0.67***	0.73***	1	
3.志愿行为持续性	2.89	0.84	0.25***	0.39***	0.22***	0.35***	0.36***	0.37***	0.30***	1

注:\*\*\*代表 $p < 0.001$ ,\*\*代表 $p < 0.01$ ,\*代表 $p < 0.05$ ,下同。

#### 4.2 志愿服务获得感在个人发展激励对志愿行为持续性的影响机制中的中介效应分析

假设 4 提出志愿服务获得感在个人发展激励对志愿行为持续性的影响中具备中介效应。志愿服务获得感在个人发展激励和志愿服务持续性之间的中介作用模型见图 1。采用非参数百分比 Bootstrap 方法(5 000 次)进行中介效应检验,结

果表明(见表 2),该模型的总效应为 0.451(LLCI=0.332,ULCI=0.570)。其中:个人发展激励对志愿服务持续性的直接效应为 0.310(LLCI=0.196,ULCI=0.424),占总效应的 69%;志愿服务获得感的间接效应为 0.141(LLCI=0.094;ULCI=0.194),占总效应的 31%。

表 2 志愿服务获得感对个人发展激励、志愿服务持续性的中介效应检验

路径	效应值	SE	LLCI	ULCI	占总效应比
个人发展激励→志愿服务持续性的总效应	0.451	0.060	0.332	0.570	
个人发展激励→志愿服务获得感→志愿服务持续性的间接(中介)效应	0.141	0.025	0.094	0.194	31%
个人发展激励→志愿服务持续性的直接效应	0.310	0.058	0.196	0.424	69%

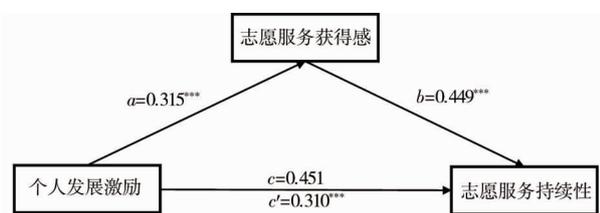


图 1 志愿服务获得感在个人发展激励和志愿服务持续性间的中介作用模型

## 5 研究结论

### 5.1 H 市大学生志愿者志愿行为持续性、志愿服务获得感均处于中等偏低水平

结果表明,当前 H 市大学生志愿者志愿行为

持续性均值为 2.89。这说明志愿服务中断、志愿者流失等问题普遍存在,高校建立学生志愿服务长效机制任重道远。这与以往对大学生持续性志愿行为的研究结果一致<sup>[2,5]</sup>,也与以往对大学生志愿服务困境的研究结果一致,志愿服务活动确实面临不持久的现实困惑<sup>[24]</sup>。通过访谈调查可知,志愿者选择中断服务的原因主要有两个:一是志愿者个人原因。由于时间、精力有限,难以兼顾学业与志愿服务,中断志愿服务是取舍后作出的选择。二是志愿组织者存在的问题。志愿服务形式单一、志愿者保障机制不健全、志愿激励机制针对性不强等,削弱了志愿者持续参与服务的意愿。

H市大学生志愿者的志愿服务获得感均值为3.75,处于中等偏低水平。尽管缺少有关志愿服务获得感的实证研究,但其中自我提升感、自我实现感较低这一结论,与唐钧<sup>[15]</sup>、刘建琳<sup>[16]</sup>的研究结果一致。值得注意的是,尽管有关志愿者幸福感的研究表明志愿者主观幸福感水平中等偏上,似乎与中等偏低水平的志愿服务获得感相悖,但志愿服务获得感是基于客观获得而产生的,相较于志愿者幸福感更具有客观性<sup>[25]</sup>。结合志愿服务获得感的生成逻辑结构“需求—供给—体验—实践”,推测志愿服务获得感偏低的原因在于志愿服务组织方所提供的志愿服务机会难以满足志愿者实践过程中的期待与需求,志愿者无法对志愿者身份、志愿服务的意义形成情感层面的认同。

### 5.2 个人发展激励正向预测志愿行为持续性

研究结果表明,个人发展激励直接正向预测志愿行为持续性。这与张静宇等<sup>[10]</sup>、王俊玲<sup>[2]</sup>的研究结果一致。这也说明志愿服务顶层设计者应充分考虑大学生志愿者的身心特点,尊重其利他、利己动机交织形成的多元化志愿服务动机。志愿激励机制既不能无限拔高利他动机,只强调无私奉献的志愿精神,也不应局限于粗放型经济激励、荣誉激励等激励措施。物质奖励、证书等外界因素对提升志愿服务获得感和增强志愿行为持续性的作用并不明显;服务他人的同时也能提升自我的“个人发展激励”却能极大地提高志愿者满意度。邓国胜等的研究发现“获得奖励(证书、物品等)”与志愿服务的满意度存在负相关关系,而志愿者成长、发展、提升个人能力的需求越强烈,对岗位服务的满意度越高,持续性参与意愿越强<sup>[26]</sup>。究其原因,功利性物质奖励是即时性满足,满足感易消散,同时,长期满足于物质激励的志愿者往往只在乎单次志愿活动的完成,没有长期参与志愿服务的规划。因此,只有注重挖掘大学生志愿者的内在需求,实现服务他人与个人发展的有机统一,才能促进志愿服务持续性建设。

### 5.3 志愿服务获得感在个人发展激励对志愿行为持续性影响中具备部分中介效应

研究结果表明,个人发展激励既直接显著影响志愿行为持续性,也能够通过志愿服务获得感的中介作用对志愿行为持续性产生影响,即个人发展激励能提高志愿服务获得感,进而提升志愿

行为持续性。中介路径分析结果只证实了部分中介效应。志愿者在志愿服务过程中收获的积极或消极的情绪体验,影响其志愿服务态度和志愿服务“卷入度”,张网成等发现在服务过程中感到快乐的志愿者中断服务的发生比仅为那些未感到快乐的志愿者的1/6<sup>[7]</sup>。目前,仍存在一些问题导致志愿者对志愿项目的认同感和对志愿组织的归属感不强,从而削减了志愿者持续参与的意愿,如:高校缺乏高水平、特色化的志愿服务项目,志愿者招募极少遵循“择优选拔、专业匹配”的原则,志愿者培训形式化,作秀式、应景式志愿服务泛滥,等等。因此,要培育大学生志愿者的持续性志愿行为,需要将“为志愿者提供个人发展激励”作为志愿服务顶层设计的主要目标之一。

## 6 研究启示

结合上述讨论,目前高校志愿激励机制之所以“激而不励”,是因为激励机制顶层设计只注重保健因素而忽视激励因素,并未考虑到大学生志愿者的个性化、深层次需求。形式多样化、内核同质化的高校志愿服务只给志愿者带来了“快餐式”的志愿体验,与志愿者预期相差甚远,缺少吸引力。简而言之,高校志愿服务忽视志愿者个人的真正需求,对志愿者只提要求却不注重解决其在志愿服务过程中的成长、发展问题,因而面临志愿者可持续参与意愿低、志愿者流动性大等问题。因此,坚持“以人为本”的育人理念,将大学生志愿者的个人发展需求视为建立志愿激励机制的主要依据,完善个人发展激励机制,注重解决大学生志愿者在志愿服务过程中面临的成长、发展问题,帮助其重塑志愿服务获得感,是建立长效志愿服务机制的应然选择。

### 6.1 打造特色持续性志愿项目,增强自我提升感

首先,高校应摒弃“快餐式”志愿服务项目。“快餐式”志愿服务项目特指节奏较快、周期不超过一周的项目,参与“快餐式”志愿服务项目的志愿者往往只参加一次而不是持续参与其中。这种项目的缺陷制约了志愿行为的持续性发展<sup>[17]</sup>。而“快餐式”志愿服务项目在高校普遍存在,志愿者缺少长期性志愿服务项目的渠道,辗转于“走马观花”式志愿服务项目,难以实现实践经验的积累与自身的发展,一定程度上降低了大学生志

愿服务获得感。因此,集中资源建设持续性志愿项目,是提高志愿服务获得感的重要举措。

其次,高校应致力于打造具有专业特色的志愿项目。高校大学生志愿服务顶层设计对志愿服务活动的专业特色和品牌建设不够重视,仅仅为了宣扬志愿精神而选择套用经验复制工厂流水线式志愿服务项目,如定期清扫校园、马路站岗等大同小异的志愿活动。缺乏专业技能支撑和专业知识融入的志愿服务项目效果不好,育人价值不高,限制了大学生志愿者的自我发展,会使得志愿者的消极情绪滋生,降低其持续参与的意愿。高校志愿服务顶层设计可基于服务学习理论,引导志愿者通过参与志愿服务,将专业知识技能应用于解决现实问题,不断提升自身专业能力与核心素养。高校应立足学科专业、学生需求,打造具有专业特色的持续性志愿项目,如具有师范类专业特色的假期公益支教、具有法律类专业特色的无偿法律援助进社区、具有经济管理类专业特色的下乡传经营之道和解经营之困等特色志愿项目,为志愿者提供锻炼专业能力的机会,增强其自我提升感。

## 6.2 完善志愿者培训机制,降低自我实现挫败感

打造具有专业特色的持续性志愿项目,需要通过完善志愿者培训机制来培养一批专业化志愿者团队。然而,目前志愿者培训机制仍存在培训内容单一、培训方式传统、培训师资格缺乏等问题,这导致志愿者专业化水平不高,志愿服务效果不佳。当志愿者对志愿服务无法胜任的感觉越来越强,自我实现感不断受挫,中断服务的意愿便愈加强烈,这就需要志愿组织者不断完善志愿培训机制来提升志愿服务的胜任力。

一是构建具有针对性的二元培训机制。二元培训机制是将志愿者基础性知识培训与项目专业知识培训相结合的培训。基础性知识培训面向全体志愿者,旨在培育志愿者的志愿精神,激发其对志愿服务的认同感和参与感;各类专业知识培训分别面向不同岗位的志愿者,旨在提高志愿者对专业知识技能的掌握及运用水平,从而提高其志愿服务的专业性。

二是强化志愿者的培训和考核评估。志愿者培训与考核评估是全员性、全方位的,贯穿于志愿服务前、中、后期。项目开展前期,学校要充分利

用教育资源,结合志愿项目需求,采用线上培训为主、线下活动为辅的混合式培训;项目开展后期,学校要加强对志愿者的考核评估,做到“开展前培训,开展中监督,开展后评估”环环相扣,促进志愿服务培训工作规范化,考核评估系统化。

三是组建志愿者培训的专业化师资队伍。志愿者培训师队伍的组成应是多元化的,应由高校志愿服务领域的专家、志愿项目专业领域的专业人士及志愿经历丰富的大学生志愿者组成:从高校团委干部及高校辅导员队伍中选拔志愿服务专职指导教师,负责基础性知识培训;根据具体志愿项目专业需求,聘请相关领域的专业教师和社会人士提供专业知识培训;邀请具有丰富实践经验的优秀志愿者分享志愿经历,发挥同辈群体的积极作用,引导更多志愿者持续投身志愿服务。

## 6.3 加强志愿者心理辅导,提供积极获得体验

大学生志愿者志愿服务获得感水平中等偏低的结果证实了大学生志愿者群体从志愿服务中获得积极情绪及精神利益的情况不容乐观。杨飞飞采用症状自评量表 SCL-90 对大学生志愿者的心理健康状况进行测量,发现大学生志愿者的心理健康水平要明显低于全国常模,有相当一部分人存在中等程度的心理健康问题<sup>[27]</sup>。究其原因,主要是大学生志愿者过于理想化的志愿服务动机和专业知识技能的缺乏导致其无法适应志愿服务活动,难以产生归属感,反而产生无力感、沮丧感等消极情绪。因此,应高度重视志愿者的心理问题,帮助志愿者树立正确的志愿服务动机,科学调整其志愿服务状态。

一是为志愿者配备专业化心理辅导队伍。心理辅导队伍由心理学骨干教师、心理学专业学生、学生会心理干部等组成。专业化心理辅导队伍制定志愿者心理辅导方案时,应密切围绕志愿者的需求设计专题培训,将志愿者预约、辅导队伍约谈、即时辅导等方式有机统一,结合志愿服务经历帮助志愿者排解压力,调节情绪,引导志愿者在服务过程中发掘自身优势,探索职业兴趣,实现自我成长。

二是为志愿者搭建立体式“心理辅导网”。当今,不少大学生以信息网络为依托寻求情感归宿、心灵慰藉和价值认同。因此,网络心理健康教育是志愿者心理辅导的有效途径。辅导团队可利

用网络平台,通过一对一线上辅导、温情“树洞”等深入人心的辅导方式,破除志愿者与辅导团队的心理壁垒,促使志愿者主动积极地寻求心理辅导。此外,可依托新媒体平台和朋辈志愿者队伍,将志愿者心理教育线下培训向课外实践活动延伸。

#### 6.4 创新志愿服务反馈机制,延长“渡人渡己”体验

创新志愿服务反馈机制是指在志愿服务过程中或志愿服务结束后,及时为志愿者提供其个人能力发展和志愿服务效果的反馈,提高志愿者的自我成长感和助人成就感。学校应从志愿者、志愿服务对象、志愿组织者等主体出发,创新渠道与方法,建立有效的志愿服务反馈机制,延长志愿者的“渡人渡己”体验。

一是建立志愿者和志愿服务对象的双向互动反馈机制,保障助人成就感的持续性获得。首先,应保证志愿服务过程中志愿者与服务对象的良好沟通,确保志愿者能够接受阶段性反馈并根据反馈结果进行志愿行为的相应调整;其次,在志愿服务收尾阶段,志愿服务组织者可通过表彰大会、结营仪式等活动为双方提供总结性反馈;再次,志愿服务结束后,让志愿者线上线下定期回访服务对象,跟踪服务对象的发展态势。

二是建立志愿者与志愿组织者的双向评价反馈机制,保障自我成长感的阶段性获得。高校志愿服务组织一般对大学生志愿者进行自上而下的管理,大学生志愿者缺乏提供建议、接受反馈的渠道,无法实现与志愿组织者的有效沟通,导致志愿者和志愿组织者的共同发展受阻。为实现自上而下管理模式和自下而上反馈模式的无缝衔接,志愿组织者可采用问卷调查、访谈、定期召开志愿者座谈会等方式,积极听取志愿者对志愿服务开展的建议,不断肯定志愿者的服务效果,共同探讨有效志愿服务举措,以实现志愿服务的良性循环。

#### 参考文献:

- [1] 教育部等八部门关于加快构建高校思想政治工作体系的意见[EB/OL].(2020-04-22)[2022-05-20].  
[http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-05/15/content\\_5511831.htm](http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-05/15/content_5511831.htm).
- [2] 王俊玲.大学生志愿服务行为及其可持续研究[D].长沙:湖南大学,2017.
- [3] 弗雷德里克·赫茨伯格,伯纳德·莫斯纳,巴巴拉·斯奈德曼.赫茨伯格的双因素理论:修订版[M].张湛,译.北京:中国人民大学出版社,2016.
- [4] 张网成,陈锋.双因素理论视野下的大学生志愿服务激励政策[J].浙江工商大学学报,2021(4):115-125.
- [5] 张冰,朱小磊.大学生持续性志愿服务行为影响因素[J].当代青年研究,2018(5):62-68,99.
- [6] 刘俊彦.中国青年志愿者行动机制建设研究报告[J].中国青年研究,2010(1):25-30,68.
- [7] 张网成,吴珊珊.社会交换论视角下志愿者中断服务的影响因素研究——基于北京师范大学大学生志愿者的一项调查[J].社会发展研究,2015(2):196-209,245-246.
- [8] 杨振梅,周序.赫兹伯格双因素理论视角下的大学生志愿服务保障——以厦门大学为例,重庆高教研究,2013(6):47-50,91.
- [9] 于志丰,王维国.激励机制:推进新时代志愿服务制度化[J].中学政治教学参考,2018(27):87-88.
- [10] 张静宇,汪华.大学生志愿服务参与意愿模型与激励机制的调查[J].当代青年研究,2014(2):97-100,123.
- [11] 林彩燕.志愿服务的问题与对策初探——以大学生志愿服务的供需为视角[J].浙江学刊,2016(3):221-224.
- [12] 黄冬霞,吴满意.思想政治教育获得感:内涵、构成和形成机理[J].思想教育研究,2017(6):28-32.
- [13] 刘鸿畅,杜雨薇.论高校青年志愿服务获得感的生成逻辑与提升路径[J].新生代,2021(2):24-28.
- [14] 黄尹佳.志愿者持续志愿服务动力因素的质性研究[D].武汉:华中科技大学,2013.
- [15] 唐钧.志愿者状况研究——第21届世界大学生运动会的志愿者状况调查[J].青年研究,2001(11):27-34.
- [16] 刘建琳.交换理论的视域下对志愿者队伍建设的思考——以云南省家馨社区儿童救助服务中心外展队伍建设为例[J].吉林省教育学院学报(学科版),2011(12):30-31.
- [17] 贾子钰,徐秀丽.大学生志愿服务:动因、问题及对策——以海淀区四所高校为例[J].高等财经教育研究,2019(1):67-73.
- [18] 江芸,吴燕丹,李春晓.特奥融合活动中志愿者能力感和自尊对服务满意度的影响[J].成都体育学院学报,2016(5):71-76.
- [19] 石伟,李林.志愿行为对个人幸福的影响[J].心理学进展,2010(7):1122-1127.
- [20] 张洁.大型节事中高校志愿者满意度实证研究——

- 以2009年世界集邮展览为例[J].旅游学刊,2010(4):83-89.
- [21] 田丽娜.大学生社区志愿服务长效机制初探[J].思想教育研究,2009(S2):103-106.
- [22] HAYES A F. Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach[J]. Journal of Educational Measurement, 2013(3):335-337.
- [23] 周浩,龙立荣.共同方法偏差的统计检验与控制方法[J].心理科学进展,2004(6):942-950.
- [24] 武建军,王文邦,李世鹏,等.当前大学生志愿服务的基本现状与模式创新[J].中国成人教育,2017(9):70-74.
- [25] 姚琦.大学生志愿者主观幸福感、应对方式及心理弹性的关系研究[D].扬州:扬州大学,2015.
- [26] 邓国胜,辛华,翟雁.中国青年志愿者的参与动机与动力机制研究[J].青年探索,2015(5):31-38.
- [27] 杨飞飞.大学生志愿者成就动机、社会支持与心理健康的关系研究[D].扬州:扬州大学,2015.

## How Personal Development Incentives Affect College Students' Sustainability of Volunteering Behavior

LIU Huiya, HAN Conghui, WU Yidi, MO Yilan

(School of Education, Hunan University of Science and Technology, Xiangtan 411201, China)

**Abstract:** From the perspective of “Three Full-Education”, college students’ volunteer service is an important carrier for strengthening the ideological and political education of colleges and universities, but the low willingness to continue participating in volunteering and the high mobility of volunteers restrict the establishment of a long-term mechanism for volunteering. Taking 815 college student volunteers from H city as the survey objects, the study explores the influence of personal development incentives on the sustainability of volunteering behavior and its mechanism of action and the mediating effect of the sense of volunteering gain in the influence mechanism. The results show that: (1) college students’ sustainability of volunteering behavior was not strong and their sense of volunteering gain was moderately low; (2) personal development incentives positively predict sustainability of volunteering behavior and sense of volunteering gain; (3) the sense of volunteering gain positively predicts sustainability of volunteering behavior and plays a mediating effect in the process of personal development incentives influencing sustainability of volunteering behavior. In order to enhance the sustainability of volunteering behavior, we should pay attention to the innovative application of personal development incentives and reshape the sense of volunteering gain, so as to achieve the full integration of the social value and the nurturing value of volunteering.

**Key words:** college students’ volunteer service; personal development incentives; sense of volunteering gain; sustainability of volunteering behavior

(责任校对 朱春花)