

高校二级心理辅导站“2+3+3+2”心理品牌建设机制 探索与实践

王羿

宁波大学科学技术学院，浙江慈溪，315332；

摘要：本论文聚焦高校二级心理辅导站建设工作，深入剖析其在高校心理健康工作中的重要性、基本情况，结合工作经验并首创“2+3+3+2”心理品牌建设机制，详细阐述通过项目驱动、组织建设、品牌活动和宣传推广的具体建设探索路径，并对该机制的后续建设与发展进行全面思考，旨在为高校二级心理辅导站的品牌建设提供深度理论支撑与实践指导，提升高校心理健康教育成效。

关键词：高校；二级心理辅导站；心理品牌建设；心理健康教育

DOI：10.69979/3029-2735.25.3.042

引言

近年来，国家相继出台一系列关于加强大学生心理健康教育工作的政策文件和法规。《高等学校学生心理健康教育指导纲要》指出，有条件的高校，要建立相对独立的心理健康教育与咨询机构和院（系）二级心理辅导站。《全面加强和改进新时代学生心理健康工作专项行动计划（2023 - 2025 年）》对高校学生心理健康工作提出了整体规划和要求，推动高校加强包括二级心理辅导站建设在内的心理健康教育体系建设，为二级心理辅导站的工作开展指明方向，激励各高校结合自身实际情况打造特色品牌活动^[1]，提升心理健康教育质量，促进学生心理健康发展。

为更好贯彻落实《教育部关于加强学生心理健康管理工作的通知》文件精神，与时俱进做好大学生心理健康教育工作，宁波大学科学技术学院信息工程学院于 2023 年正式成立二级心理辅导站“舒心小屋”，也是学校首批成立的二级心理健康辅导站之一。本文将二级心理辅导站“舒心小屋”为例，积极探索二级心理健康辅导站心理品牌建设机制探索与实践路径。

1 二级心理健康辅导站建设重要性

院二级心理辅导站作为学校心理健康指导中心的延伸站点^[2]，更侧重于对学生团体的心理健康知识普及，组织开展适合本院学生参加的心理健康教育活动，并在心理健康指导中心指导下解决轻微个案的发展性问题。依据学院实际情况，二级心理辅导站对于以下几方面具有重要的作用。

1.1 学生生源多样化

信息工程学院在籍学生人数近 2000 人，生源地域分布广泛，来自全国 17 个省（直辖市、自治区），学生民族类别达 16 个，少数民族学生总数 107 人，还有生源类别多样化加上生活习惯不同，容易引发学生之间的各类矛盾冲突，使学生产生心理困惑。因此，我院依托二级心理辅导站积极探索开展针对性、多层次的心理健康教育活动的具有其重要性与必要性^[3]。

1.2 学生专业特殊性

信息工程学院专业涉及电子信息工程、计算机科学与技术、人工智能、软件工程，学生因其专业特殊性，通常面临着一些独特的心理问题，如下：

第一，信息工程学院专业课程难度较大且课程设置有连贯性，如 C++ 程序设计、计算机语言等，学生在学习过程中容易因学业压力、成绩不理想引发焦虑：出现学习困难，导致成绩不理想，从而产生焦虑情绪。

第二，因专业学习与计算机密切相关，学生使用计算机完成课业的同时也容易过度依赖网络，长期沉迷于网络游戏等，甚至出现网络成瘾的情况，直接影响学业成绩，甚至产生厌学、抑郁情绪。

第三，长期沉浸于计算机与编程世界，部分学生或因此减少现实生活中与他人的交流，逐渐变得内向、孤僻，甚至出现人际交往障碍，特别在团队项目合作中，此类学生可能会出现因沟通不畅而影响团队协作效果。

第四，信息工程学生就业方向较为明显，多以专业方向为就业方向，且相关行业竞争较为激烈。面对择优

录取、信息技术发展迅速、专业知识技能快速更替等因素,学生会产生“知识恐慌”,进而产生就业压力,不知道自己毕业后能否找到满意的工作,这种不确定感会引发一系列心理问题。

2 二级心理健康辅导站心理品牌建设机制探索与实践

为确保信息工程学院二级心理辅导站心理健康教育工作落到实处并取得成效,学院深度聚焦学生专业特性与心理需求,以构建心理特色品牌为核心驱动力^[4],依托自身优势资源,整合多方力量,全力推进我院心理健康教育工作走向规范化、科学化和特色化,积极探索大学生心理健康教育工作新思路,全力打造一套可复制性的“2+3+3+2”心理特色品牌建设机制,旨在为学生筑牢心理防线,助力其在专业学习与个人成长道路上稳健前行。

2.1 两个项目驱动,强化核心动力支撑

(1) 特色二级心理辅导站建设试点项目

信息工程学院二级心理辅导站“舒心小屋”积极响应宁波大学科学技术学院(以下简称为宁大科院)关于开展特色二级心理辅导站建设试点立项申报工作的通知,积极筹备申报并于2024年4月立项为宁大科院“特色二级心理辅导站建设试点”单位,这一项目立项为我院心理品牌建设带来了关键机遇。在该项目支持下,“舒心小屋”辅导站能够获得来自宁大科院的更多资源倾斜与政策扶持,用于优化我站内部人员管理、提升专业服务能力与创新工作模式。

(2) “党建+心理”党建领航工程

2024年7月,信息工程学院学生党支部立项《“党建引领+心理健康教育”》党建领航工程项目,实现党建与心理教育的深度融合。在项目实施中,二级心理辅导站“舒心小屋”充分发挥党支部的思想政治引领作用,将党的先进理论与价值观融入日常心理健康教育工作,为学生提供独特的心理教育视角。这种融合创新模式不仅丰富心理健康教育内涵,更提升了我院心理品牌的思想深度与文化底蕴,增强了对学生的吸引力与感染力。

2.2 三个组织建设,夯实工作团队基础

(1) 学生党支部

学生党支部辅助二级心理辅导站开展心理健康教

育工作具有多方面的优点,主要体现在以下几个方面:

第一,组织优势。学生党支部通常具有较为完善组织架构,可高效辅佐二级心理辅导站组织和协调心理健康教育活动。党员学生往往具有较强纪律性与责任感,可在心理健康教育工作中发挥先锋模范作用。

第二,思想政治教育融合优势。学生党支部在开展支部工作中,可以将思想政治教育与心理健康教育有机结合,引导学生树立正确价值观和人生观,帮助学生增强心理韧性,可让心理健康教育更具有深度。

第三,学生群体覆盖优势。学生党支部成员来自不同专业、年级,具有广泛群众基础,能以朋辈角度更好地了解不同学生群体的心理需求;作为学生群体的一部分,更容易与学生建立起信任关系,能更好贴近学生生活。

(2) 心理委员团队

心理委员团队是连接辅导站与学生的重要纽带,也可从多个方面辅助二级心理辅导站开展心理健康教育工作:

第一,贴近学生群体,发挥朋辈支持作用。经系统培训后的心理委员具备一定的心理知识与识别、干预心理问题等基本能力,可在日常学习生活中密切关注同学心理状态,及时发现潜在心理问题并向二级心理辅导站“舒心小屋”反馈。心理委员作为朋辈群体一员,以平等的身份与同学交流,提供情感支持和倾听。

第二,完善心理健康预警体系,促进个人成长与团队协作。心理委员团队是“学校—学院—班级—宿舍”四级心理健康预警网络的重要组成部分。通过定期培训和活动,心理委员团队可迅速提升自身的专业素养和团队协作能力,有助于增强团队凝聚力与战斗力。

第三,有效组织品牌活动,提升心理教育覆盖面。心理委员团队积极参与策划与执行,可设计更贴合学生实际需求与兴趣点的心理主题活动,提高学生活动参与率,通过微信公众号、朋友圈等平台,传播心理健康知识,确保心理品牌宣传走实走深,实现全方位覆盖。

(3) “舒心小屋”主席团与部长团

信息工程学院于2024年首创“舒心小屋”主席团与部长团,为心理品牌建设注入了新活力。主席团负责整体规划与战略决策,制定品牌建设的长期目标与年度计划,协调各部门资源与工作进度;部长团则在具体工作实施中发挥关键作用,如宣传部负责设计制作精美的

宣传海报、宣传册与线上推送内容,提升品牌形象与知名度;活动部精心策划与组织各类心理品牌活动,确保活动的创新性与吸引力;培训部针对不同群体开展专业培训工作,提高工作人员素质与学生心理自助能力。各部门之间分工协作、高效运转,形成了完善的工作体系,且可通过“传帮带”的方式,将工作经验和方法传递给下一届同学,确保心理健康教育工作的连续性和系统性,有力推动了心理品牌建设进程。

2.3 三个品牌活动,提升品牌核心吸引力

(1) 心理四季游园会

我院心理四季游园会已连续举办两届,成为深受学生喜爱的品牌活动。该活动根据不同季节特点与学生心理需求变化,设计了丰富多样的心理体验游戏与互动环节。借助春夏“春风”计划、秋冬“暖阳”计划,使学生在轻松愉快的活动氛围中提升了心理调适能力,深化对心理健康知识的理解与应用,使心理四季游园会成为传播心理健康理念的重要平台,极大地提升了二级心理辅导站“舒心小屋”的品牌形象与影响力。

(2) 525 心理嘉年华

我院 525 心理嘉年华同样连续举办两届,在每年的 5 月 25 日心理健康日期间举办,具有重要的教育与宣传意义。活动期间,“舒心小屋”设置摊位展示心理科普资料、心理互动游戏等内容,鼓励学生通过绘画、摄影等艺术形式表达内心世界与心理感悟,激发学生创造力与情感表达能力;增强学生学习心理知识的积极性与主动性。525 心理嘉年华以其丰富的活动内容与多样的形式,吸引了大量学生参与,强化了二级心理辅导站“舒心小屋”的品牌特色。

(3) 心理微电影大赛

我院自 2021 年起连续举办四届的心理微电影大赛,为学生提供了一个独特的心理表达与创作平台。学生以小组形式创作心理微电影,围绕校园生活、青春成长、人际关系等主题,展现学生的心理困惑、成长历程与应对策略。在创作过程中,学生不仅深入了解心理健康知识,更锻炼团队协作、剧本创作、拍摄剪辑等综合能力。大赛通过展播优秀作品、组织观众投票与评审等环节,激发学生参与热情,促进学生之间的心理交流。微电影作品在校园内广泛传播,成为生动的心理健康教育素材,进一步提升了辅导站心理品牌的文化内涵与传播广度。

2.4 两种宣传推广,扩大品牌辐射范围

(1) 线上宣传

二级心理辅导站“舒心小屋”在线上借助信工官网、“信工在线”公众号、“信工 e 先锋”党支部公众号等平台,形成了多渠道宣传矩阵。信工官网定期发布心理知识活动报道等内容,为学生提供实时心理时讯;“信工在线”公众号以其便捷性与互动性,及时推送心理活动预告、心理品牌活动等信息,吸引学生关注与参与互动;“信工 e 先锋”党支部公众号则从党建与心理融合的角度,发布党员参与心理志愿服务动态等内容,展现学生党员优秀模范作用,拓展宣传深度与广度。

(2) 线下宣传

二级心理辅导站“舒心小屋”在线下主要通过组织心理委员设计心理健康宣传海报与宣传册,并在全院班级分发来实现。宣传海报以鲜明的色彩、生动的图像与简洁的文字,吸引学生眼球,展示心理健康知识;宣传册则详细介绍心理健康知识、常见心理问题应对策略、心理咨询预约方式等,为学生提供全面的心理指导。每周至少一次的分发频率,确保了宣传资料能够覆盖到全院每一个班级,使更多学生了解二级心理辅导站“舒心小屋”服务,提高了学生对心理健康的关注度与参与意愿,有效补充了线上宣传的不足,实现了线上线下宣传的有机结合与协同增效。

3 二级心理健康辅导站心理品牌建设机制未来发展思考

3.1 项目驱动深度融合与持续创新

二级心理健康辅导站“舒心小屋”当前项目驱动虽已取得一定成效,但仍存在融合深度不够、持续性不足的问题。在后续发展中,“舒心小屋”将进一步加强特色二级心理辅导站建设试点项目与党建引领项目的深度融合,探索建立长效合作机制。例如,共同开展课题研究,深入剖析党建与心理教育融合对学生心理品质提升的内在机制,为品牌建设提供理论支撑;同时注重项目的可持续发展,不断拓展心理品牌建设的深度与广度。

3.2 组织建设协同优化与能力提升

在组织建设方面,二级心理健康辅导站“舒心小屋”虽然各组织已发挥重要作用,但协同合作仍需进一步优化。建立定期沟通协调机制,促进学生党支部、心理委员团队、二级心理辅导站主席团与部长团之间的信息共

享与经验交流。持续加强团队能力建设,不断提升组织整体实力与工作效率,为心理品牌建设提供更强大的团队支撑与年轻后备力量。

3.3 品牌活动品质升级与内涵拓展

二级心理健康辅导站“舒心小屋”品牌活动在持续举办过程中,需要注重品质升级与内涵拓展。利用信息工程专业的专业优势,通过新媒体平台和技术手段,开展新兴心理健康主题活动。例如,尝试开设专业社团活动,鼓励学生开发心理健康相关的应用程序,提升心理健康知识的传播效率,结合时代发展与学生需求变化,不断拓展心理品牌活动内涵,融入新元素、新主题,保持品牌活动的活力与吸引力^[5]。

3.4 宣传推广精准定位与多元拓展

在宣传推广方面,二级心理健康辅导站“舒心小屋”目前已取得一定成果,但仍需精准定位受众需求,进一步拓展宣传渠道与方式。利用大数据分析技术,深入了解不同年级、专业、性别学生的心理特点与信息获取习惯,制定个性化的宣传策略。积极拓展新兴媒体渠道,开设心理健康专栏节目,扩大品牌宣传的覆盖面与影响力,实现宣传推广的多元化与精准化。

4 结语

“2+3+3+2”心理品牌建设机制对高校二级心理辅导站建设具有重要现实意义。通过明确项目驱动、组织建设、品牌活动与宣传推广这四大建设路径,深入思考其发展过程中的不足之处与改善方向,能够有效推动高

校心理品牌建设的持续发展与完善。在未来心理健康教育工作中,高校应高度重视二级心理辅导站品牌建设,持续加大资源投入与政策支持力度,提升心理品牌影响力与工作实效性,为学生提供更加优质、专业、全面的心理健康教育服务,助力学生成长为具有良好心理素质与健全人格的社会栋梁之才。

参考文献

- [1] 宋洋,彭建兵,董小倩. 高校二级心理辅导站建设意义及作用研究——以内蒙古工业大学为例[J]. 山西青年,2022,(19):184-186.
 - [2] 周琼华. 高校院系二级心理辅导站的建设探索[J]. 现代交际,2020,(11):25-26.
 - [3] 郭翠梅. 医学院校二级心理辅导站建设的实践研究[J]. 现代职业教育,2020,(32):78-79.
 - [4] 甘泉. 传媒类高校二级心理辅导站建设与发展探究——以浙江传媒学院二级心理辅导站“心启航”为例[J]. 传媒论坛,2019,2(07):21-22.
 - [5] 金玲华. 大数据背景下高校二级心理辅导站创新育人机制构建[J]. 教育信息化论坛,2022,(12):87-89.
- 作者姓名:王羿,性别:女,民族:汉族,籍贯:浙江慈溪,出生:1994年1月,学历:研究生,职称:助教,研究方向:经济学、心理教育、思政教育,邮编:315332,工作单位:宁波大学科学技术学院.
- 课题名称:宁波市高等学校思想政治教育研究会2024年课题《新时代高校思政与学生心理健康教育协同发展路径研究》,课题编号:SGXSZA2410.