

文化 IP 在高校心理健康教育中的赋能作用探析

——以“蒲公英之家”为例

刘芳

长江大学

摘要: 随着“00后”成为高校学生主体,传统心理健康教育模式面临吸引力不足、渗透力不够的挑战。本文以长江大学“蒲公英之家”朋辈心理互助项目为案例,探讨文化IP赋能高校心理健康教育的创新路径。研究发现,通过系统化的IP构建:“蒲公英”意象的价值萃取、视觉符号体系设计、故事化内容传播与社群化运营,能够有效将抽象的心理健康教育理念转化为可感知、易传播、具情感的文化载体。这种转化显著提升了教育活动的吸引力,降低了学生的求助门槛,增强了朋辈志愿者的凝聚力,并构建了积极的心理育人生态。本文认为,文化IP战略是实现高校心理健康教育从“被动干预”向“主动吸引”、从“知识灌输”向“文化浸润”转型的有效策略。

关键词: 文化IP; 高校心理健康教育; 朋辈互助; 品牌建设; 蒲公英之家

DOI: 10.65976/3080-0374.2026.07.040

引言

“00后”大学生作为数字原住民,成长于物质充裕和信息爆炸的时代。他们具有鲜明的文化特征,注重体验与互动,崇尚个性与表达,习惯于视觉化、故事化的信息接收方式,并对传统、单向度的说教模式表现出天然的疏离感。这一代际特质对高校心理健康教育提出了新要求:如何让心理育人工作不仅“有意义”,而且“有意思”?如何从侧重“问题干预”的保障型模式,成功转向“发展预防”与“积极赋能”并重的成长型模式?

本研究旨在引入“文化IP”这一创新视角,通过对长江大学“蒲公英之家”这一成功案例的深度剖析,系统探讨文化IP赋能高校心理健康教育的内在逻辑与实践路径。

一、理论基石:文化IP的赋能逻辑与教育适切性

(一)文化IP的内涵及其在教育场域的有效性

文化IP(Intellectual Property)已演变为一种高附加值的文化符号与情感载体。在本文特指那些源于特定文化语境,通过创造性整合故事、形象与价值观,从而具备高辨识度、强情感黏性与跨媒介衍生能力的知识创意成果^[1]。其教育场域的有效性主要源于三大核心特质。(1)形象化与符号性:它将抽象理念转化为具体视觉符号与叙事,契合“视觉一代”的认知习惯,降低认知门槛。(2)叙事性与情感价值:通过

打动人心的“故事核”承载情感与价值观,能与受众建立深层连接,实现从知晓到认同的跨越,这是形成用户忠诚度的关键^[2]。(3)互动性与社群认同:现代IP运营强调与用户的共创,使其成为一个开放的“文化场域”,能够构建共享符号与价值观的社群,增强归属感。

(二)文化IP与心理健康教育的内在契合

传统的“说教灌输”方法亦无法满足Z世代大学生接收信息的偏好需求,而文化IP擅长“叙事传播”,能够实现“硬核内容的软性传达”,可以显著提升心理健康教育的亲和力与渗透力。同时,发展性心理健康教育的目标旨在培育的积极心理品质(如坚韧、乐观、友爱),这与优秀文化IP所倡导的正向价值观目标,存在天然的共鸣点。文化IP能将前者具象化为可感知、可模仿的生动载体。同时,文化IP能够营造氛围吸引学生主动参与,这一特性与心理健康教育从“问题干预”向“积极赋能”的范式转型是相契合的。

(三)文化IP赋能的核心作用机制

文化IP能对心理健康教育工作产生作用,主要通过它独特的视觉符号吸引学生注意,让学生愿意主动参与和靠近,并逐渐产生情感共鸣,进而激发自助和互助行为。

传统心理健康教育方式,学生一听到就容易出现“又要上课了”“又是任务”的倦怠感,难以激发主

基金项目:2022年湖北省教育厅哲学社会科学专项任务(高校学生工作品牌)(项目编号22Z420)。

作者简介:刘芳(1991—),女,硕士,讲师,研究方向为课程与教学论、心理健康教育。

观能动性。相比之下,文化IP更容易抓住学生的目光,它不用生硬的说教,而是通过有温度的叙事,慢慢卸下学生的心理防备,触碰到他们内心最柔软的地方,从而潜移默化地影响学生。当学生真正被“蒲公英”IP中的故事打动,自然会认同IP所传递的“互相帮助”“慢慢成长”“接纳不完美的自己”这些核心想法。这种发自内心的情感认同,远比单纯灌输知识点要深刻得多,也更持久,学生会更主动地去改变自己的求助态度,也会更自然地模仿IP所倡导的行为模式。比如一个主打“互助”的蒲公英IP,学生看多了、喜欢上了,就会下意识地觉得:主动找人帮忙,或者给别人递个温暖,不是丢人的事,反而是大家都在做的、值得肯定的事。这种引导在降低心理求助的“污名化”现象的同时将助人行为塑造成为了一种校园时尚,从而形成积极的行为导向^[3]。

除此之外,文化IP还有助于形成良好的心理支持氛围。它通过熟悉的IP符号和大家都愿意参与的活动把原本没有交集的学生聚在一起,形成一个具有共同归属感的集体,在这个集体里,大家更容易彼此信任、互相理解、互相支持,慢慢搭建起一个坚实的支持系统,既能帮着缓解单个学生的孤独和压力,也能提升整个群体的心理韧性。

二、案例深描:“蒲公英之家”文化IP的构建与运营实践

“蒲公英之家”从四个方面一步步摸索,经过二十多年的实践,成功把一个普通的学生组织,真正做成了有影响力的文化IP,成为心理健康教育的得力助手和深受学生欢迎的知心朋友。

在IP定位上,该学生组织特意选了“蒲公英”作为核心文化符号,这和朋辈心理互助的理念刚好契合。蒲公英种子,轻飘飘的,但生命力强,风一吹就能到处扎根、到处传播。而朋辈心理互助的初衷,就是普及心理知识、传递温暖希望、助力学生成长,两者的核心内涵是一致的。在此基础上凝练的“靠近我,温暖你”行动口号,把原本抽象难懂的服务理念,变成了大家能真切感受到、也愿意主动参与的承诺,也给整个IP定下了温暖治愈的基调。

在视觉设计上,“蒲公英之家”做了一套专属的视觉体系——有自己的标志、标准颜色以及使用规范。这些设计,用到了宣传海报、活动物料、办公场地,甚至志愿者的衣服上。这种高频率、一致性的视觉曝光,让同学们一看到蒲公英的符号,就会想到心理互助,大大提高了这个IP的辨识度。

在传播上,“蒲公英之家”打造了多维度的传播

方式。在组织层面,他们讲述了自己从“朋辈志愿者协会”,慢慢发展成“蒲公英之家”的过程,既体现了传承,也增强了大家的使命感。然后是个体层面,重点分享志愿者们们的成长故事,更有感染力。还有活动层面,把“炫彩跑”“心理沙龙”这些常规活动,打造成了每年的标志性活动,还赋予了它们“为心灵上色”这样有意义的主题,让这些活动本身,就能持续产生可传播的内容。

在运营上,“蒲公英之家”通过内外结合的互动,增强了社群的凝聚力。对内,他们会举办换届大会、宣誓仪式这些固定活动,不断强化成员的身份感和归属感,这种“仪式化实践”是构建组织文化的重要手段^[4]。对外,他们运营着“心灵树洞”、官方咨询QQ这些平台,给大家提供方便、低门槛的心理服务,让这个IP,就像一个随时能找到的心理伙伴。这种持续的互动,不仅让大家更愿意关注和参与,还构建了一个围绕这个IP的心理支持社群,形成了大家抱着同样的理念,互相帮助、共同成长的良好生态。

三、赋能作用解析:文化IP对心理健康教育生态的重塑机制

基于系统化的IP运营,“蒲公英之家”在组织形象、求助行为、团队凝聚和社会传播四个方面对高校心理健康育人工作产生了提质增效的作用。

在组织形象方面,实现了从权威机构到情感伙伴的重构。传统心理健康服务机构常因与“心理问题”“疾病治疗”的强关联而带有严肃色彩,无形中构建了与学生之间的心理距离。“蒲公英之家”通过文化IP的温情叙事和符号建构,成功实现了组织形象的重塑。IP将抽象的服务理念转化为“蒲公英”这一可亲符号,使机构从传统的权威形象转变为“温暖的同行者”。这种形象转变本质上是服务定位的“祛魅”过程,学生求助行为从“去看病”转变为“找蒲公英聊聊”,显著降低了服务使用的心理门槛。

如何提升学生心理求助率一直是高校心理健康教育的一个难题。在这方面,“蒲公英之家”做的一个很关键的转变,就是不再等着学生出问题了去找他,而是通过营造友好、无压的氛围,让学生自己愿意主动走过来。据心理中心的数据显示,由同学介绍来做心理咨询的来访者,占比达到了25.96%,在所有求助渠道里排在第一位。这个数据也恰恰说明,IP在消除学生对心理问题的抵触和污名化、鼓励大家主动求助方面的作用是显著的,实现了心理健康教育从被动干预到主动接近的转变,有效地引导了求助行为。

团队凝聚力也是学生组织的生命力,组织建设和

发展的重中之重。IP化的运营模式,让“蒲公英之家”的成员们不再只是单纯的组织归属,更强化了彼此之间的价值认同。对志愿者团队而言,“蒲公英之家”已不是普通的学生组织,而是一个承载了共同价值追求的精神家园。“蒲公英”IP所倡导的“靠近我,温暖你”的理念不再仅仅是贴在墙上的一句标语,而是通过一代代蒲公英之家成员的传承,逐渐内化的核心价值观。在组织建设过程中,经过系统培训和实践锻炼,再加上各类文化仪式的浸润,团队凝聚力自然而然就长出来了。这种凝聚力不是靠喊口号,而是真正能让志愿者在服务中找到自己的价值。所以我们可以看到每年“蒲公英之家”都能冒出来在助人和自我发展上的先进典型。

关于传播效应,“蒲公英之家”凭借自身的品牌魅力和新颖的活动设计,常年受到中国教育在线、澎湃新闻等权威媒体的关注,每年的报道量都超过30篇。这种自发的“破圈”传播,不仅扩大了项目在校园里的影响力,也让朋辈帮扶的心理健康教育,从校内宣传慢慢延伸到了社会层面,起到了良好的示范作用,产生了一定社会效益。

四、启示展望

“蒲公英之家”的实践探索,给我们开展高校心理健康教育,带来了一定的启示,主要包括:第一,打造心理健康教育文化IP,首先需要明确它的价值核心。一个成功的文化IP,一开始就要找准和教育目标贴合的价值定位。“蒲公英”的意象和心理互助的功能特别契合,这也说明,选对精准的价值符号,是打造IP的基础。这和Keller提出的观点一致——品牌建设,首先要“建立清晰、积极的关联”。第二,心理健康教育的文化IP,需要系统打造、深度融合。IP建设不是单一环节,它涵盖了价值定位、视觉设计、内容创作和社群运营,需要各环节的协同配合。更重要的是,IP的价值要融入具体的教育服务里,通过不断的互动体验,实现价值传递,不能只做表面符号,显得空洞。第三,打造心理健康教育的文化IP,还要平衡好创新和专业。IP要做得有亲和力,但不能因此丢掉专业性。需要在吸引力和科学性之间找到平衡点,既要让大家愿意参与、觉得有趣,也要坚守心理服务

的专业规矩和底线。

当然,在实践过程中,心理健康教育文化IP的运营也面临一些挑战。比如在专业性和吸引力的平衡上,如果过分追求娱乐化,就可能降低服务的专业权威性。所以既要保持趣味性,也要保证心理支持的严谨性。还有IP的老化和创新问题,随着时代变化、年轻人的喜好改变,IP需要不断更新内容、创新形式,才能一直吸引年轻人的关注。另外,在覆盖人群上,不同学生的文化喜好不一样,要考虑到IP对所有学生的包容性,不能因为文化偏好不同而产生服务盲区。

随着人工智能的发展,文化IP在高校心理健康教育中的发展可以与数字化结合,比如借助虚拟形象、短视频传播、AI智能陪伴系统这些数字技术,打造一个“数字版”的IP,让服务能覆盖更多人、更精准地触达有需要的同学。同时,这种文化IP的打造模式,还能用到生涯规划、劳动教育、思政教育等其他领域,打造出“全方位育人的IP矩阵”。这种迁移的可行性基于各育人领域在价值引导上的同构性^[5],为构建一个完整的育人文化环境,提供了新的可能。

文化IP策略,让高校心理健康教育,从“满足基本需求”升级到了“产生价值共鸣”。“蒲公英之家”的实践告诉我们,通过系统打造IP、持续做好生态运营,能有效提高心理育人工作的感染力、渗透力,让这项工作能长久发展,也为新时代高校心理育人工作,提供了有价值的参考。

参考文献:

- [1] 张晓,傅才勇.论文化IP的价值创造与产业开发路径[J].出版科学,2019,27(4):15-22.
- [2] 李凤亮,吴炫.文化IP的生成逻辑与价值实现[J].山东社会科学,2021(5):65-72.
- [3] 王滔.朋辈心理辅导:理论与实务[M].北京:高等教育出版社,2016.
- [4] Rao H,Prasad R.Rituals in organizations:a review and expansion of current theory[J].Group&Organization Management,2018,43(3):355-384.
- [5] Schwartz S H.An overview of the schwartz theory of basic values[J].Online Readings in Psychology and Culture,2019,2(1):1-20.