

5W 传播理论下我国传媒类高校“融媒体 + 禁毒”实践路径优化研究

路晓涵

四川传媒学院, 中国·四川 成都 611745

摘要: 青少年禁毒宣传教育是国家禁毒战略的重要环节, 传媒类高校依托专业资源在其中扮演着不可替代的角色。当前, 传媒类高校“融媒体 + 禁毒”实践存在传播主体协同失衡、内容同质化、渠道融合深度不足、受众画像模糊、效果评估单一等问题。本文以拉斯韦尔 5W 传播理论为框架, 解构禁毒融媒体传播的“主体、内容、渠道、受众与效果”五大核心要素, 提出“全要素动态协同”优化模型, 旨在为传媒类高校禁毒宣传教育提供理论支撑与实践范式, 助力禁毒人民战争纵深发展。

关键词: 传媒类高校; 融媒体; 禁毒宣传教育; 5W 传播理论; 实践路径

Research on Optimising the Practice Path of "Integrated Media+Anti-Drug" in Chinese Media Universities under the 5W Communication Theory

Lu Xiaohan

Sichuan University of Media and Communications, China Sichuan Chengdu 611745

Abstract: Youth drug prevention education is a crucial part of the national drug control strategy, and media-related universities play an irreplaceable role through their professional resources. Currently, the practice of "integrated media drug prevention" in media universities faces issues such as unbalanced coordination among communication subjects, content homogenisation, insufficient depth of channel integration, unclear audience profiles, and single-dimensional effect evaluation. This paper uses Lasswell's 5W communication theory as a framework to deconstruct the five core elements of integrated media drug prevention communication: "subject, content, channel, audience, and effect", and proposes an "all-element dynamic coordination" optimisation model, aiming to provide theoretical support and practical paradigms for media universities in drug prevention education, and to contribute to the in-depth development of the people's war on drugs.

Keywords: Media universities; Integrated media; Drug prevention education; 5W communication theory; Practical approaches

0 引言

习总书记指出, 禁毒工作关系国家安危、民族兴衰与人民福祉^[1]。要重点针对青少年群体, 深入开展毒品预防宣传教育, 在全社会形成自觉抵制毒品的浓厚氛围^[2]。青少年毒品预防教育作为禁毒战略重要环节, 其成效直接关系到禁毒的推进深度。

1 必要性

《2024 年中国毒情形势报告》显示, 国内滥用物质种类发生结构性变化, 麻精药品和未列管成瘾性物质滥用快速蔓延, 滥用人数量不断增多, 其中青少年滥用问题尤为突出^[3], 大学生涉毒案件频频出现。例如, 2025 年厦门某高校学生阙某某因走私含三唑仑的精神药品被判刑; 2024 年无锡 19 岁大学生张某建群倒卖管制麻精药品获刑三年; 贵

州大学生小宁因帮取快递运输毒品被判处无期徒刑。这些案件警示毒品正加速向大学校园蔓延。面对毒品渗透校园的严峻现实, 加强和改进高校禁毒宣传教育工作已势在必行、刻不容缓。

产生上述问题的原因主要有三: 一是毒品伪装极具迷惑性。新型毒品常被伪装成“跳跳糖”“奶茶”“上头电子烟”等日常物品, 青少年辨别能力不足, 极易因猎奇心理误入歧途。

二是网络技术加速犯罪。随着“互联网 + 物流寄递 + 电子支付”等非接触式手段成为涉毒犯罪新常态, 青少年对新鲜事物接受度高, 容易被不法分子利用, 被动或主动参与到涉毒链条中。

三是青少年涉案角色复杂。在涉毒案件中, 部分青少

年被引诱教唆沦为“受害者”；部分吸毒成瘾成为毒品“消费者”；还有部分被利用参与贩运，沦为犯罪“工具人”，多重角色交织增加了预防治理的难度。

高校禁毒教育势在必行，事关民族复兴。一方面，对涉毒青少年坚持“教育、感化、挽救”方针与“教育为主、惩罚为辅”原则，护航健康成长；另一方面，强化多元传播实效，既要使禁毒融入法治场景，更要契合融媒体特点，以青少年喜闻乐见的形式筑牢思想防线。

由此，传媒类高校及专业凭借影视、新媒体等技术禀赋，成为连接禁毒部门与青少年的关键纽带。优化“融媒体+禁毒”实践，需依托拉斯韦尔5W传播理论，为剖析当前挑战提供精准视角。

2 面临的挑战

美国传播学奠基人拉斯韦尔提出的5W传播模式[4]，将传播活动解构为“谁(Who)、说什么(Says What)、通过什么渠道(In Which Channel)、对谁(To Whom)、产生什么效果(With What Effect)”五大核心要素，即传播“主体、内容、渠道、受众、效果”，笔者拟运用该理论，深入剖析我国传媒类高校“融媒体+禁毒”实践面临的挑战。

2.1 传播主体：协同机制失衡，合力尚未形成

传播主体的多元协同是“融媒体+禁毒”的实践基础，“融媒体+禁毒”在建设主体协同联动和参与激励上还不够健全。

校内层面，影视类、设计类、新媒体类专业大多处于“各自为战”的状态，缺乏校级统筹机制，禁毒创作资源难以整合，导致内容碎片化，无法形成规模化宣传合力。

学校和地区的层面，高校禁毒部门多采取短期项目化运作，缺乏稳定合作机制。案例素材、政策支持与专业创作资源未深度融通，联动仅停留表面，难以形成长效合力。

同时，参与师生缺乏学分等实质性激励，创作积极性和持久性不足，阻碍实践常态化推进。同时，各高校分散工作，难以实现有效的校际协同配合。

2.2 传播内容：同质化严重，针对性与创新性不足

传播内容的质量决定着禁毒宣传的穿透力、吸引力，但目前传媒类高校“融媒体+禁毒”内容创作仍然乏力。

就题材而言，目前禁毒融媒体作品多以基本毒品知识的普及、传统毒品的危害警示类通用题材为主，对于新型毒品识别、网络涉毒的风险防范、青少年涉毒的心理干预等热点话题覆盖较少，无法满足不同层次受众的识毒、防毒需求。

就表达形式而言，绝大多数作品并没有真正将传媒的专业特性应用到制作过程中，仅仅停留在用简单的图文、普通的短视频形式表现上，并没有创意性的涉及影视短剧、互动游戏、VR沉浸式的表达；不能完全适应融媒体时代受众的审美与体验需要。

由于没有分众化的思维，在内容创作上忽略了根据不同的受众群体设置不同的认知点与兴趣点进行差异化的设计，使其整体上不够吸引人，也无法使内容更有效的实现穿透式的影响。

另外，由于内容没有嵌入禁毒部门的真实案例和有关政策变化，缺乏时效性和权威性，因此在宣传时也是比较无力的。

2.3 传播渠道：融合深度不足，覆盖范围受限

传播渠道的融合、拓展是融媒体传播最突出、最根本的优势。

然而，目前传媒类高校“融媒体+禁毒”的渠道布局尚有明显的单一化问题，传播主要依靠校园新媒体账号(微信公众号、抖音账号等)，而校园广播电视台、线下展厅、专业创作平台、社团共建诸种校内渠道没有得到充分、合理的利用，故未形成真正的多维传播网络。

校外联动方面，线下与校外各高校、社区文化服务中心、中小学实践基地、地方禁毒教育展馆诸种校外场景联动不够充分，线上又没有与禁毒部门官方平台、主流媒体、社交平台形成实质性合作，因此内容传播存在明显的“圈层化”问题，难以突破校园边界去触达更广泛的社会受众。同时，其线上线下并没有自然衔接，没有建成“线上内容引流→线下体验互动→线上二次传播”的完整闭环，渠道之间数据不通、资源分散，故未真正发挥融媒体的聚合传播效应。

2.4 传播受众：画像模糊，精准触达不足

受众的精准定位是提升传播实效的关键，而当前高校师生群体的细分洞察与精准对接上存在明显短板。

当前禁毒宣传内容多为通用性科普，未结合专业特点进行差异化设计。传媒类师生关注创作技巧与传播技术；文史理工科师生需要通俗科普与防范指南；艺术设计类群体期待视觉表现与文创创新；法学社会学专业则聚焦法律规制与社会治理议题。内容供给与受众需求错位，削弱了传播实效。

从兴趣来看，同样存在差异。用户群体也许倾向于短视频、直播等轻量化传播形式，或感兴趣深度文章、纪实影片等沉浸式内容，或倾向线下实践，或倾向线上交流，

然而高校所选的传播渠道及形式过于单一,用户兴趣需求没有得到满足,主动参与也自然受限。

同时,高校师生的常态化反馈渠道缺乏,宣传仍然是一种“单向推送”,不具备“专业需求特色创作→精准推送→反馈优化”的良性循环,其对高校师生群体的传播效果也就无从谈起。

2.5 传播效果:评估单一,反馈闭环未形成

传播效果的科学评价和反馈是实践活动得以优化的重要基础。

而当前传媒类高校评估指标表层化,大多仅关注播放量、点赞量、参与人数等显性的数据统计结果,而对于受众毒品知识知晓率、新类型毒品辨别度、拒毒态度、禁毒行为等内在结果缺少深入考量,很难全面反应宣传实效。

另外,目前高校多在活动结束后做短期数据统计,缺乏长期追踪机制,不能就受众认知、行为的长期变化加以追踪调研,也就无法客观、充分地评估宣传的长期效果,阻碍了“融媒体+禁毒”实践路径的良性迭代。

3 提升策略

为迎接以上挑战,笔者立足拉斯韦尔5W传播理论核心逻辑,创新性构建“全要素动态协同”的实践路径,提出以下策略。

3.1 强化主体协同,构建多元联动传播格局

传播主体的高效协同是“融媒体+禁毒”实践的核心保障。

首先,成立校级“融媒体+禁毒”专项中心,统筹影视、设计等院系资源,明确分工协作。将禁毒宣传纳入实践学分体系,形成“院系联动、师生共创”生态。创作注重故事吸引力与专业融合,避免说教化表达。

其次,深化校地协同长效化,与地方禁毒部门签订长期合作协议,共建禁毒融媒体实践基地,实现禁毒视频作品、案例素材、政策资源与专业创作、传播渠道的精准对接,同时设立专项学分与成果认证机制,激发师生参与积极性。

最后,推动校校联动规模化,以区域传媒类高校为核心,构建校际禁毒融媒体传播矩阵,基于各校专业特色实现差异化分工,形成“内容共创、渠道共享、成果互推”的规模效应。

校园禁毒故事短片的创作,需以青少年生活为取材原点,深入其情感世界,塑造能引发共情的人物角色。在叙事上,导演应构建多元层次,深入学校、家庭、社区等场景,实现校地协同取材。后期制作可运用蒙太奇、非线性

叙事等艺术手法,增强视觉吸引力,同时结合海报设计与新媒体运营,多渠道强化传播效果。

以《一念殊途》为例,该片通过电影化叙事为禁毒宣传提供了良好范本。传媒类高校可借鉴其叙事技巧,创作适配融媒体的禁毒短片,并倡导作品“开源”或允许二次创作。非传媒类高校及地方政府可与传媒院校合作,在保留艺术性的基础上,结合自身地域特点进行针对性改编,通过渠道共享实现禁毒教育效果的最大化。

3.2 聚焦内容创新,打造专业适配的分众化资源体系

传播内容的质量直接决定禁毒宣传的穿透力。一方面,强化专业融合表达,构建特色内容矩阵。将禁毒元素与传媒类核心技能深度融合,形成闭环运作:影视专业聚焦微电影、纪实短剧创作;设计专业打造专属IP、文创产品与禁毒吉祥物;新媒体专业开发轻量化短视频与互动内容;数字媒体专业探索VR沉浸体验项目。由此实现“教学创作→内容传播→效果反馈”的良性循环。

另一方面,推进分众化精准供给,提升内容实效。针对不同群体开发差异化内容,重点覆盖新型毒品识别、网络涉毒防范等热点议题。同时紧扣开学季、国际禁毒日等关键节点策划专题内容,增强传播时效性。

当前,我国虽已涌现出国家禁毒办“阿牛”、浙江“x探长”、广东“粤虎”等官方IP,以及西安美院“禁毒松鼠”、华侨大学“鹭鹭”等高校IP,但整体仍呈零星分布状态,多局限于单次活动,尚未形成深入人心乃至“破圈”的传播效应。究其原因,在于IP运营缺乏系统性规划与持续的内容深耕。未来需借鉴专业融合与分众供给的思路,将IP塑造从“活动点缀”升级为“常态化内容战略”,通过多元化载体和持续性互动,真正实现从校园圈层到社会大众的破圈传播。

IP如何破圈?笔者从深圳“大湾鸡”的爆火,总结出以下几点:

一是找准IP的萌感和其专业属性的平衡点。深圳“大湾鸡”以“萌”点亮千万网民的心,头大、眼圆、嘴扁,憨态可掬的“大湾鸡”,被网友形容为“可爱到发芽”^[5]。禁毒IP需跳出传统说教,结合高校专业特色与地域文化,用动漫化、人格化手法赋予吉祥物鲜明人设,并融入禁毒视觉符号。通过表情包、短视频等轻量化内容降低传播门槛,让专业知识以更亲和的方式触达青少年。

二是推动全民共创,构建双向传播生态。打破“单向输出”模式,高校可开源发布设计素材包,鼓励师生和

网友参与表情包制作、剧情改编等二创活动,并给予奖励支持。结合开学季、禁毒日等节点,策划校园打卡、线上话题挑战赛,让受众从“被动接收者”转变为“主动传播者”,实现裂变式传播。

三是推进跨场景运营与产业延伸。为避免IP“昙花一现”,高校需联动各专业及社团:线上与短视频平台、游戏APP合作开发禁毒内容;线下发力文创周边(如帆布袋、禁毒飞行棋)、主题展区及跨校巡展。同时构建“政府主导、高校创作、企业参与”的校地合作机制,拓展IP应用场景。

四是坚守禁毒内核,深化内容专业性。IP必须紧紧围绕禁毒思想,聚焦新型毒品识别、网络涉毒防范等热点议题,开发VR沉浸体验、禁毒微电影、纪实短剧等专业性与趣味性兼具的内容。借助节点热点营销思维提升曝光度,最终实现从校园圈层到社会大众的“破圈”传播。

3.3 整合传播渠道,搭建全场景融媒体传播矩阵

渠道的全面覆盖与深度融合是融媒体传播的核心优势。其一,优化校内渠道整合,整合校园官网、新媒体账号、广播电视台等线上平台,建设禁毒融媒体实验室与文创展厅,形成“多平台协同、多形态覆盖”的校内传播网络,营造沉浸式校园禁毒氛围。

其二,拓展校外渠道延伸,线上与禁毒部门官方平台、主流媒体、社交平台建立内容分发合作,线下深入社区、中小学、禁毒教育基地建设“禁毒融媒体服务点”,开展流动展览、VR体验、文艺汇演等活动,打破校园传播边界。

其三,构建线上线下闭环,实现“线上内容引流→线下体验互动→线上二次传播”的协同运作,打通渠道间数据壁垒,发挥融媒体聚合传播效应。

3.4 精准对接受众,建立需求导向的互动反馈机制

受众的精准洞察是破解内容同质化、提升传播实效的关键前提。首先,构建精细化受众需求画像。综合运用问卷调查、深度访谈、数据监测等方法,系统收集不同群体对新型毒品识别、网络涉毒防范、心理干预等热点议题的认知需求,同时调研其对影视短剧、互动游戏、VR体验等创新形式的偏好,形成涵盖多维标签的受众数据库。

其次,实现分众化内容精准供给。从受众画像出发,建设差异化内容体系:面向高校传媒专业师生,推送创作技巧与典型案例;面向非传媒专业师生,提供通俗易懂的毒品知识与防范指南;面向中小學生,开发趣味动画与互动绘本;面向社区居民,制作双语版识别手册与政策解读,

真正做到因人制宜、按需投放。

最后,健全常态化互动反馈机制。在校园新媒体平台、禁毒服务点设置意见反馈入口,定期开展受众调查,征集对内容主题覆盖、表达创新性 & 权威时效性的建议。邀请受众代表参与内容策划与评审,形成“需求洞察→分众创作→精准推送→反馈优化”的良性循环,持续提升内容的吸引力与传播穿透力。

以新疆禁毒短视频为例。新疆禁毒短视频的成功,关键在于构建了“受众画像—分众供给—双向反馈”的精细化传播闭环。

首先,实现受众需求的精细化管理。运营方通过抖音后台数据与线下调研相结合,精准锁定核心受众为18-24岁青年(占比27.04%)及6-17岁青少年。针对新疆多民族特点,重点收集了民族语言偏好与本地生活场景需求,建立了包含年龄、民族、知识诉求、内容喜好的多维数据库。调研发现,青少年关注“校园周边新型毒品识别”,青年群体偏爱本地演员演绎的情景剧,少数民族受众则亟需双语科普。

其次,推行分众化内容供给。基于用户画像,实施差异化传播:针对社区居民尤其是少数民族群众,制作双语版《新型毒品识别手册》,结合集市、夜市等生活场景演示防范要点;针对高校师生,利用“新疆禁毒大使”人设,通过情景演绎还原网络涉毒、跨境陷阱等案例,其中《你以为它离你很远,有可能就在你身边》精准戳中青年风险防范需求,播放量超1.5亿次。

最后,建立常态化互动反馈机制。线上在抖音开设“禁毒需求留言板”及双语咨询通道,实时收集科普需求;线下依托社区警务站和“进学校、进牧区”活动投放意见箱,重点收集少数民族对双语内容及地域场景适配性的建议,并根据反馈补充本地涉毒线索举报方式。这种双向互动使禁毒宣传真正贴合实际,显著增强了传播实效与群众认同感。

3.5 完善效果评估,构建长效化迭代优化体系

科学的效果评估是实践持续优化的重要支撑。一是从认知、态度、行为、社会四个层面建立多维评估指标体系,系统、有层次地选取毒品知识知晓率、新型毒品识别准确率、拒毒意愿强度、志愿服务参与率、社会舆论反响诸种指标,从而评价传播实效。

二是采用动态化评估方法,把定量与定性研究结合起来,同时借助问卷调查、平台数据监测、深度访谈、焦点小组讨论等方式,实现动态追踪,精准把握受众认知与行

为变化。

三是健全反馈闭环机制,将评估结果与实践优化结合起来,针对内容吸引力不足、受众触达不够等问题提出整改措施,及时反馈给创作团队与管理部门,并将评估结果与院系考核、师生激励挂钩,由此推进禁毒宣传实践不断升级。

4 结语

综上所述,要提高传媒类高校“融媒体+禁毒”实践水平,需立足专业特色与5W传播理论逻辑,坚持主体协同、内容创新、渠道整合、受众适配、效果优化,并最终从“单向灌输”向“双向互动”、从“零散化实践”向“常态化体系”全方位转型,实现构建“全要素动态协同”优化模型,以充分发挥高校,尤其传媒类高校(及综合类院校的传媒类专业)在禁毒人民战争中的专业优势与社会价值。

参考文献:

[1] 人民网. 把禁毒工作深入开展下去 习近平强力部署

[EB/OL].(2022-06-26)[2026-01-20].

[2] 习近平. 走中国特色的毒品问题治理之路坚决打赢新时代禁毒人民战争 [N]. 人民日报, 2018-06-26 (01).

[3] 公安部. 2024 年中国毒情形势报告 [EB/OL].(2025-06-19)[2026-02-01].

[4] 哈罗德·拉斯韦尔. 社会传播的结构与功能 [M].北京: 中国传媒大学出版社, 2017.

[5] 黎秋玲, 马珺. “大湾鸡”如何从当红到长红? [N]. 羊城晚报, 2026-01-13.

基金项目: 本成果为 2025 年度成都市毒品问题治理与禁毒法治教育研究中心课题成果, 课题名称《我国传媒类高校“融媒体”+“禁毒”实践路径优化研究——以 5W 传播理论为视角》(课题编号: CDDPZL2025-0111)。

作者简介: 路晓涵, 女, 河南省漯河人, 四川传媒学院专任教师, 讲师, 研究方向: 主要从事文化与传媒 / 教育学研究。