

---

# 中国“公共卫生与烟草控制”舆情监测 2013 年度分析报告

2014-3



中国人民大学 公共传播 研究所  
RENMIN University of China Public Communication Institute

2014 年 3 月 10 日



## 目录

一、2013年控烟舆情监测的主要发现与结论	2
1.1 控烟主体的传播能力进一步提升，控烟事业取得重大进展	2
1.2 控烟报道的消息来源更依赖于媒体，需进一步争取政府及意见领袖	3
1.3 控烟传播的内容有较强的政策导向，公共事件成为着力方向	4
1.4 对控烟大众媒体传播的策略建议	4
1.5 微博等新媒体成为控烟另一个重要舆论场，与大众媒体形成呼应和共生	5
1.6 微博等新媒体给控烟传播带来创新和挑战	6
二、2013年控烟传播总体效果评估	7
2.1 2013年控烟相关新闻报道总量及趋势	7
2.2 控烟议题与烟草行业议题对比分析	9
2.3 控烟议题输出的主动性分析	10
2.4 控烟报道的调性分析	10
2.5 控烟报道的体裁分析	11
三、2013年大众媒体呈现的控烟图景	13
3.1 控烟报道的消息来源	13
3.2 控烟信息的传播渠道	14
3.3 控烟报道的议题结构	16
3.3.1 控烟报道的总体议题结构	16
3.3.2 控烟重点议题分析一：“烟草与健康”	17
3.3.3 控烟重点议题分析二：“无烟场所”	19
3.3.4 烟草行业报道的议题结构	20
3.4 控烟报道的倡导对象	21
3.5 控烟报道的文本分析	22
3.5.1 控烟报道的修辞	22
3.5.2 控烟报道的角度和归因	23
3.5.3 控烟城市分布	24
四、2013年控烟微博舆情监测	26
4.1 微博话题数量的分布趋势	26
4.2 2013年十大“控烟”微博	27
4.3 控烟微博话题关联词	31
4.4 控烟微博参与用户分析	32
4.5 控烟微博公共事件个案分析——“无烟日改头换面”为例	33
4.5.1 事件基本概况	33
4.5.2 事件传播路径分析	34
4.5.3 意见领袖分析	36
4.5.4 整体的传播效果评估	37
附：2013年媒体重点报道标题列表（转载次数50次以上）	38



## 一、2013 年控烟舆情监测的主要发现与结论

2013 年，美国无烟青少年运动组织（TFK）与中国人民大学公共传播研究所（PCI）共同开展的“中国公共卫生与烟草控制舆情监测”项目已经进入第 7 年，是伴随中国控烟事业的忠实记录者，也是控烟传播的持续思考者。

在新媒体已经成为人们信息环境和生活方式一部分的今天，在控烟主体不断尝试运用新媒体进行控烟传播的当下，单纯对大众媒体进行舆情监测已经难以反映控烟传播的全貌。因此，与往年的舆情监测相比，本研究报告的最大特点是增加了微博新媒体的监测分析，以求更加全面、深度地分析控烟“两个舆论场”的传播特点和表现。

本研究的主要发现与结论如下：

### 1.1 控烟主体的传播能力进一步提升，控烟事业取得重大进展

2013 年，控烟主体的传播能力得到了进一步提升，主要体现在以下三个方面：

一是报道数量大幅增加。2013 年度，中国人民大学公共传播研究所媒体监测平台获得控烟相关（包括烟草控制议题以及烟草行业议题）新闻报道共计 51700 条（含转载），不含转载的首发报道为 7619 条，首发报道量比 2012 年增长了 18.5%，平均转载率为 6.8 次/条，与 2012 年持平。这在一定程度上反映出媒体对控烟议题的关注度不断增加，同时也与各控烟组织在控烟事业特别是控烟传播工作上的努力密不可分。

二是控烟议题的主流话语地位。2013 年世界无烟日的主题为“拒绝烟草广告、促销和赞助”，这一主题直接指向了烟草行业的隐性营销行为，可谓是控烟联盟和烟草行业的一次“短兵相接”。“修订广告法”、“烟草公司赞助高校烟草科研”、“烟草广告诱导青少年抽烟”以及“警惕微博微信等新烟草营销方式”等议题的输出，使得这场较量不再仅仅停留于呐喊，而是由主题转化为了行动。



三是对事件和舆论的引导能力。继 2012 年控烟主体主动输出的控烟议题比例首次被非控烟主体超过之后，2013 年这一比例进一步扩大，这表明控烟议题受到的公共关注度不断上升，包括媒体、普通公众和公共意见领袖等非控烟组织自发参与到控烟话题的讨论中；虽然控烟主体主动输出的议题比例有所下降，但是控烟主体主动输出的新闻报道平均转载率远高于非控烟主体输出的新闻报道，从中也可以反映出控烟主体在主体策划、舆论引导等传播能力上的进步。

2013 年控烟事业同样取得了重大进展，如“烟草院士”受到全社会的普遍关注，“故宫全面禁烟”、“高铁重罚吸烟”等事件。特别是 2013 年中央办公厅、国务院印发《关于领导干部带头在公共场所禁烟有关事项的通知》，被认为是“控烟事业近十年来最大的政策支持”，在短时间内赢得了媒体和公众的大量关注，舆论热度甚至超过“烟草院士”事件。

## 1.2 控烟报道的消息来源更依赖于媒体，需进一步争取政府及意见领袖

媒体（自采自评）、官方控烟机构、医疗机构成为控烟报道最主要的三个信源，所占比分别为 41.6%、19.5%、13.6%。这表明控烟议题已经成为社会关注的公共议题，其背后的新闻价值在不断上升；同时，媒体是控烟组织的重要联盟，加强媒体与控烟组织的沟通，提升媒体的控烟报道能力，是控烟媒体倡导的重要内容。

控烟组织在信源中的比例进一步增加，说明其已经成为中国控烟的一股主要力量。控烟组织在发起议题、推动公共讨论以及提供专业意见等方面发挥了重要作用，而且在信息发布与媒体沟通上也明显地更加成熟。

中央及地方政府的新闻报道虽然获得了最高的转载率，但是其比例只有 12%。控烟传播如果只有卫生部门的单方面表达，一方面难以在政府中获得更广泛的支持，另一方面诸如无烟立法、烟草隐性、烟草税收等问题也就难以进入政府议程。因此，加大中央及地方政府的发声力度，让诸如工信部、教育部、商务部、财政部等部门也参与控烟话题的讨论之中，是媒体倡导与政策倡导的共同任务。



## 1.3 控烟传播的内容有较强的政策导向，公共事件成为着力方向

2013年控烟新闻报道最多的三个议题为：“烟草与健康”（34.7%）、“无烟场所”（31.4%）以及“无烟立法”（29.5%）。这三大议题已经连续五年位居控烟议题前三位，成为控烟传播的主要信息。“无烟场所”和“无烟立法”体现出中国控烟传播的一个重要特点：**政策导向**。特别是在“领导干部禁烟令”出台后，控烟组织应该抓住当前难得的“政策窗口期”，充分发挥控烟组织和媒体对禁烟效果的监督功能，同时积极推动全国性控烟法规的出台。

有关“公共议题、抗争性议题与公共事件”的控烟议题连续三年呈现增长趋势，“领导干部带头公共场所禁烟”、“烟草院士”、“故宫全面禁烟”等事件，都已经跳出纯卫生领域，成为公众关注的热点。政府及控烟组织更重视控烟议题的公共化，有意识地策划、发起和推动控烟话题成为公共事件，引发社会讨论。

在控烟政策倡导上，控烟组织应该积极融合传统媒体和新媒体，因为新媒体在政策动员上已经显示出更大的空间，近年来的许多重大公共事件都是由新媒体发起、传统媒体及时跟进，从而形成巨大的舆论压力。

## 1.4 对控烟大众媒体传播的策略建议

进一步转变控烟报道调性，减少以恐惧诉求和道德批判为主的消极内容，增加鼓励、理解、信心等积极调性的内容；

控烟主体在传播时主动为媒体提供更加丰富的报道角度和更专业的深度解读，主动挖掘更多控烟问题的政治、经济和文化意涵，促使其增加控烟的深度报道及评论；

控烟组织在发布“烟草与健康”信息时应该注意到公众的“乐观偏误”，增加“戒烟故事”等故事性个案，让烟民或二手烟受害者以第一人称的口吻叙述，让公众有更强的代入感；

在发布“烟草与健康”信息时，应该尽量包含“戒烟方法”的建议，这些建议必须容易、可行而且有效，能够引起公众的自我效能；



长久以来烟草部门的议题都有一个“社会治安”的面向，彰显出烟草专卖局等部门积极维护行业秩序、打击不法行为的正面形象，将烟草行业塑造成“受害者”，控烟组织不应该随意介入这类的烟草行业事件，避免为别人做嫁衣；

关于烟草与腐败的讨论不能导向烟草行业自律，而应该引向烟草行业暴利、公款买烟、天价烟等问题，为控烟所用；

应该鼓励控烟组织在发布信息以及媒体在报道控烟议题时，采用更加多元的修辞手段，提高传播效果；

## 1.5 微博等新媒体成为控烟另一个重要舆论场，与大众媒体形成呼应和共生

本研究以“控烟”为关键词，监测时段为2013年全年，共在新浪微博平台搜集到原创微博29671条，共被转发87743次，非重复原创评论33698则。而这一数字仅仅是以“控烟”为关键词得到的总量，不包含其他关键词。可见，微博已经成为控烟不可或缺的一个舆论场，这个场的声量和活跃度丝毫不逊于传统媒体和门户网站，值得引起控烟组织更多的重视和尝试。

研究发现，传统媒体与新媒体上在控烟传播上并非相互独立，恰恰相反，两者还形成了呼应和共生关系，表现在：

一、虽然微博的话题高峰月和传统大众媒体略有不同，微博上的话题内容和大众媒体的报道内容也存在差异，但从整体的趋势分布来看，微博话题量和大众媒体的报道量在时间趋势上基本同步。

二、在微博上，与控烟最相关的话题词为：“公共场所”、“室内PM2.5”、“公务活动”、“抽烟”以及“咽炎”等，这与2013年控烟新闻报道前三位的议题完全对应，媒介议程在一定程度上影响公众议程；

三、从发布主体来看，由传统大众媒体开设的微博成为信息的一个重要来源，如“人民微博”（人民网主办）、“中国新闻周刊”、“头条新闻”（新浪网）、“人民日报”等，可见在新媒体时代，传统媒体并没有失去话语权，其原创内容依然是人们关注的重要信息



## 1.6 微博等新媒体给控烟传播带来创新和挑战

微博等新媒体给控烟传播带来的创新主要体现在一下三个方面：

一是传播模式的创新。新媒体更强调：（1）融合社会热点：敏锐捕捉、深刻洞察宏观社会语境，将控烟核心议题与社会热点、公共事件、突发状态紧密“捆绑”，提升传播势能；（2）内容协同生产：改变传统控烟传播中专家垄断信息现状，控烟信息应适当留白，动员公众共同生产控烟信息；（3）维系意见领袖：意见领袖是社会化媒体传播的重要传播节点，新媒体可以更好地发掘、培育与维系控烟意见领袖资源。

二是传播内容创新。新媒体在内容上侧重于：（1）人性主题引领：为控烟传播注入人性化色彩与正能量，激发情感共鸣，能够平衡以往控烟中的压迫式传播；（2）内容调性积极：改善以恐惧诉求和道德批判为主的消极内容调性，增加鼓励、理解、信心等积极调性的内容；（3）提供行动方案：不仅仅需要知识普及与意识唤醒，而且要提供行动方案，从意识唤醒、态度承诺真正落实为行动改变。

三是传播形式创新。新媒体的特点在于：（1）创新叙事方式：突破单调的数字罗列、文字论证等传统媒体传播方式，综合运用讲故事、视觉化等传播方式，为“旧内容”注入新的传播活力；（2）重在互动参与：突破传统媒体单向知识灌输的形式，综合运用游戏活动、有奖参与、问卷调研、微访谈等形式，激发动员公众兴趣；（3）暗合娱乐精神：改变传统控烟传播过于严肃，适应社会化媒体娱乐精神特点；控烟不仅仅是奔走呼号，也有调侃吐槽。

当然，新媒体也为控烟传播带来了挑战，例如：将传统的信息内容搬到新媒体上的形式转换问题、控烟队伍的新媒体化问题等。此外，控烟组织在新媒体上遭遇到的烟草企业的挑战会远比传统媒体激烈，烟草企业拥有雄厚的资金来制作创新内容、拉拢意见领袖、雇佣网络水军等，如本报告中分析的“中国好香烟”案例。

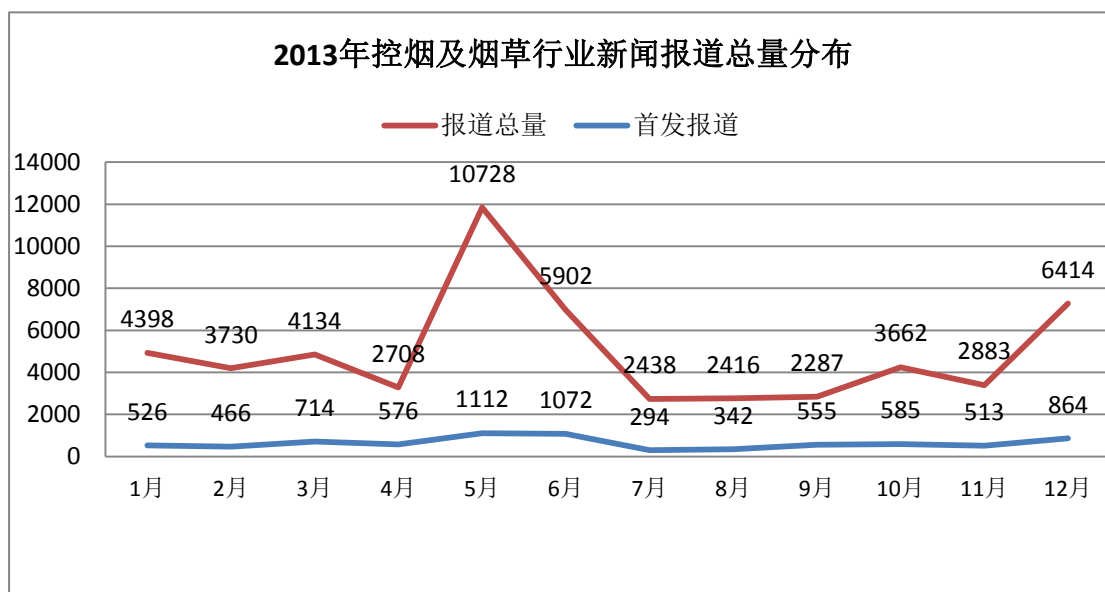


## 二、2013 年控烟传播总体效果评估

### 2.1 2013 年控烟相关新闻报道总量及趋势

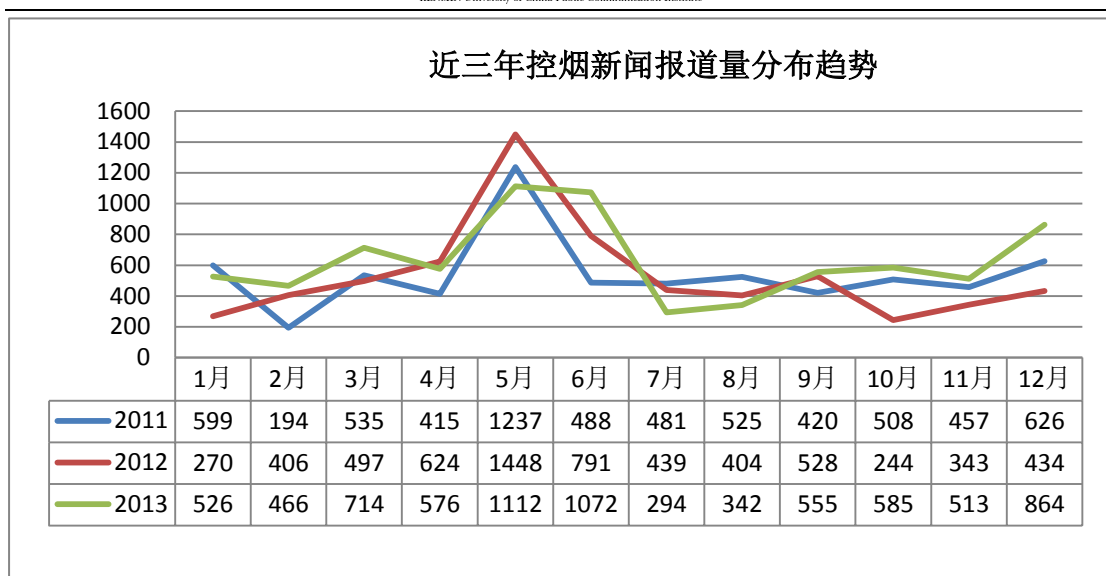
2013 年度，中国人民大学公共传播研究所媒体监测平台获得控烟相关（包括烟草控制议题以及烟草行业议题）新闻报道共计 51700 条（含转载），不含转载的首发报道为 7619 条，首发报道量比 2012 年增长了 18.5%，平均转载率为 6.8 次/条，与 2012 年持平。

全年的新闻报道高峰分布在 5、6 月以及 12 月，对应“世界无烟日”以及“《关于领导干部带头在公共场所禁烟有关事项的通知》颁布”等公共事件；相应的报道低谷集中在 7~8 月，呈现出无烟日后媒体关注急剧下降的趋势。



对比近三年来控烟相关(包括烟草控制议题以及烟草行业议题)的新闻报道，仅从数量上看，2013 年控烟相关的首发新闻报道量首次突破 7500 条，比 2012 年增长了近两成，这在一定程度上反映出媒体对控烟议题的关注度不断增加，同时也与各控烟组织在控烟事业特别是控烟传播工作上的努力密不可分，如下图所示。





进一步运用 SPSS 软件对近三年来各月的新闻报道进行相关性分析，发现 2011 年报道量与 2012 年相关系数为 0.763,2012 年报道量与 2013 年的相关系数为 0.729，都具有显著相关性，这说明：每年的控烟新闻报道呈现一定的月度分布规律，报道高峰通常集中在 5~6 月份、12~1 月份以及 3 月份这些时段，而报道低谷往往紧接在这些报道高峰之后，如下表所示。

近三年控烟新闻报道量的相关分析

		2011年报 道量	2012年报 道量	2013年报 道量
2011年报 道量	Pearson Correlation	1	.763**	.618*
	Sig. (2-tailed)		.004	.032
	N	12	12	12
2012年报 道量	Pearson Correlation	.763**	1	.729**
	Sig. (2-tailed)	.004		.007
	N	12	12	12
2013年报 道量	Pearson Correlation	.618*	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.032	.007	
	N	12	12	12

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

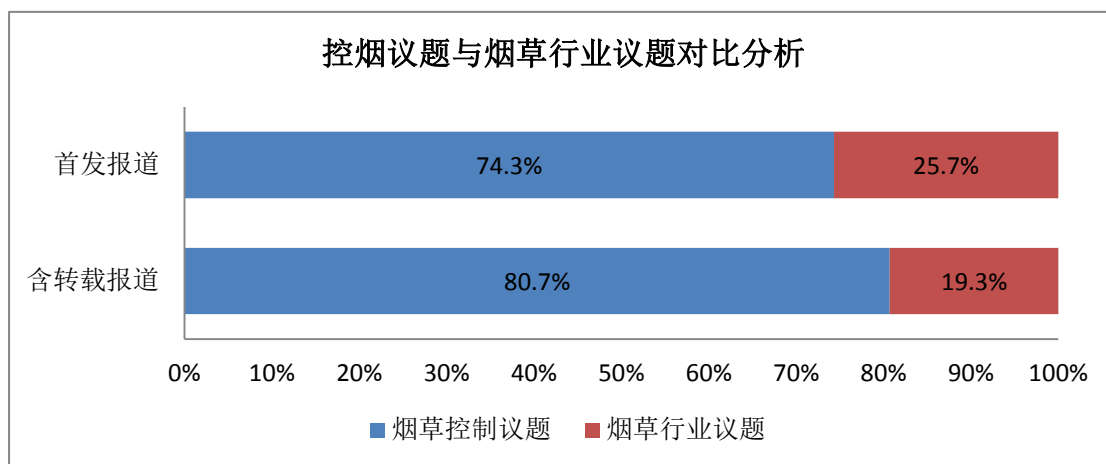
\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

控烟新闻报道呈现一定的时间分布趋势，可以用这些时段背后所具备的传播势能来解释。研究发现，这些报道高峰一般都和“世界无烟日”、“全国两会”、“《烟草控制框架公约》周年纪念”等时间重合，控烟组织也更愿意在这些重大时间节点推出一些公共事件，这也体现了控烟传播的“顺势”与“借势”。



## 2.2 控烟议题与烟草行业议题对比分析

在“烟草与公共卫生”这一公共舆论场域中，2013年控烟议题的新闻报道占74.3%，远远高于烟草行业议题占比（25.7%），由于控烟议题新闻的平均转载率（7.3次/则）远远高于烟草行业新闻的平均转载率（5.0次/则），因此在转载后，控烟议题新闻所占比例达到80.7%。可见，控烟议题在公共舆论场中占据主流话语地位。



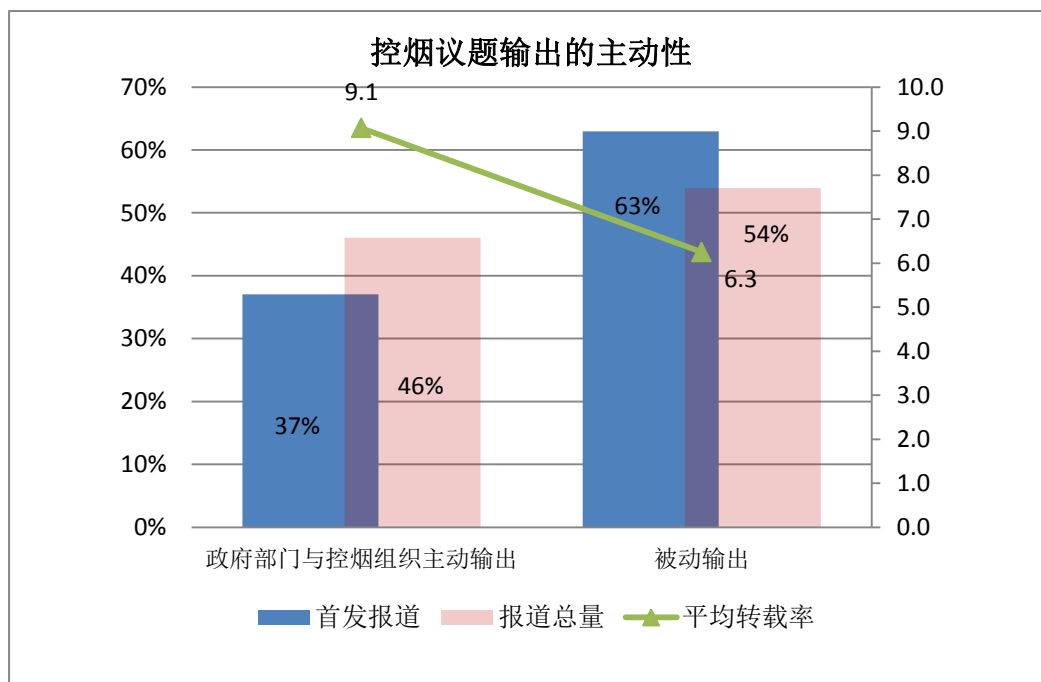
由于2013年世界无烟日的主题为“拒绝烟草广告、促销和赞助”，这一主题直接指向了烟草行业的隐性营销行为，可谓是控烟联盟和烟草行业的一次“短兵相接”。“修订广告法”、“烟草公司赞助高校烟草科研”、“烟草广告诱导青少年抽烟”以及“警惕微博微信等新烟草营销方式”等议题的输出，使得这场较量不再仅仅停留于呐喊，而是由主题转化为了行动。

值得一提的是，比较2010年以来控烟报道与烟草行业报道所占的比例发现一个有趣的结论：尽管这四年的报道总量在不断变化，但控烟报道与烟草行业报道大致稳定在3:1这样的比例，如果从动态平衡理论来看，控烟话语和烟草行业话语似乎找到了一个平衡点，使这一舆论场内的两股力量处于相对静止的位置。如果这一结论成立，那么增加控烟新闻的报道量可能并不是控烟传播着力的重点（因为烟草行业的声音也会随之增加），提高控烟新闻的传播力（如转载率），才是进一步提高话语权的方向。当然这一结论还有待进一步的检验和证明。



## 2.3 控烟议题输出的主动性分析

2013 年，由政府部门、官方与民间控烟组织等控烟主体主动输出的控烟议题占 37%，其他 63%的控烟议题则是由媒体记者、普通公众及非公共卫生领域意见领袖等主体共同输出的，如下图所示。



继 2012 年控烟主体主动输出的控烟议题比例首次被非控烟主体超过之后，2013 年这一比例进一步扩大。这表明控烟议题受到的公共关注度不断上升，包括媒体、普通公众和公共意见领袖等非控烟组织自发参与到控烟话题的讨论中，这显然是政府部门及控烟组织乐见的。

虽然控烟主体主动输出的议题比例有所下降，但是舆情监测显示，控烟主体主动输出的新闻报道平均转载率为 9.1 次/则，高于非控烟主体输出报道的平均转载率。平均转载率是衡量报道质量以及传播效果的一项重要指标，从中也可以反映出控烟主体在主体策划、舆论引导等传播能力上的进步。

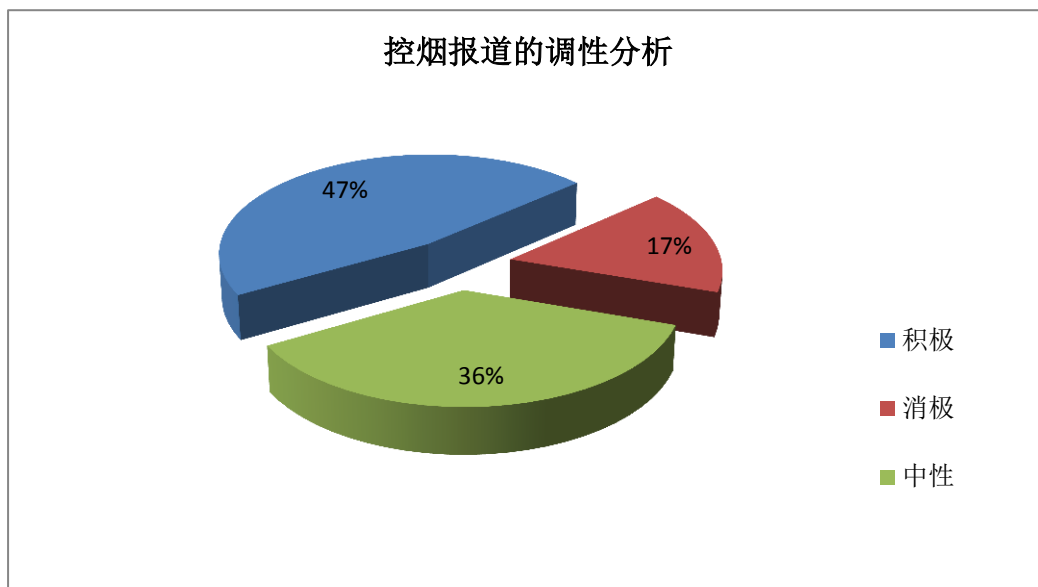
## 2.4 控烟报道的调性分析

报道调性是指新闻报道中使用的文字、图像、声音所传达的倾向和感情色彩，一般新闻报道能给读者对宏观的控烟事业、微观的戒烟行为带来积极乐观、消极



悲观和中性等感受。

2013年，对于控烟事件、控烟措施、控烟进程等倾向于较积极乐观的新闻报道占47%，涉及控烟现状中的问题、障碍，价值导向较悲观的报道比例为17%。无明显态度或中性态度的报道占36%。与2012年相比，对控烟进程和未来有积极预期的报道比例有所提高，消极调性的报道比例下降，这表明控烟报道内容的一个转变，即减少以恐惧诉求和道德批判为主的消极内容，增加鼓励、理解、信心等积极调性的内容。

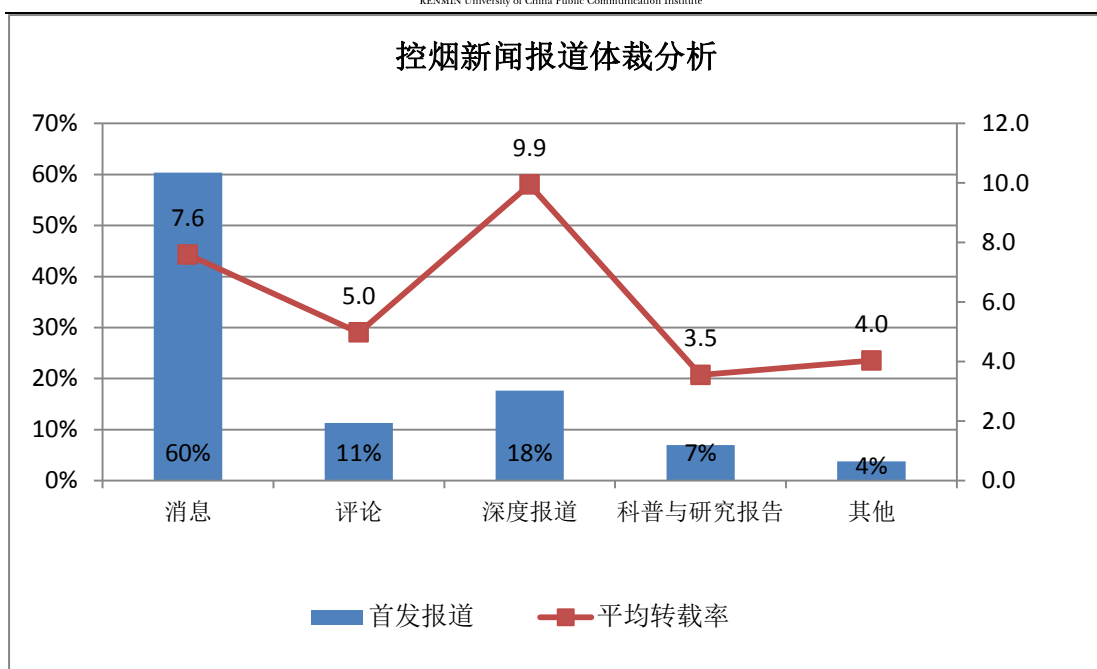


## 2.5 控烟报道的体裁分析

在控烟新闻报道中，消息依然是最常用的一种体裁，2013年占比达到了60%，比2012年增长了将近10%；其次是深度报道，比例为18%；评论比例从2012年的16%下降至11%。深度报道获得了最高的平均转载率，为9.9次/则。虽然消息的时效性强，但豆腐块大小的文章不利于深入讨论，因此适当降低消息报道的比例，增加深度报道及评论，是提高控烟传播效果的一个努力方向。这就需要控烟主体在传播时主动为媒体提供更加丰富的报道角度和更专业的深度解读，否则媒体只会按照通稿发布消息。



### 控烟新闻报道体裁分析

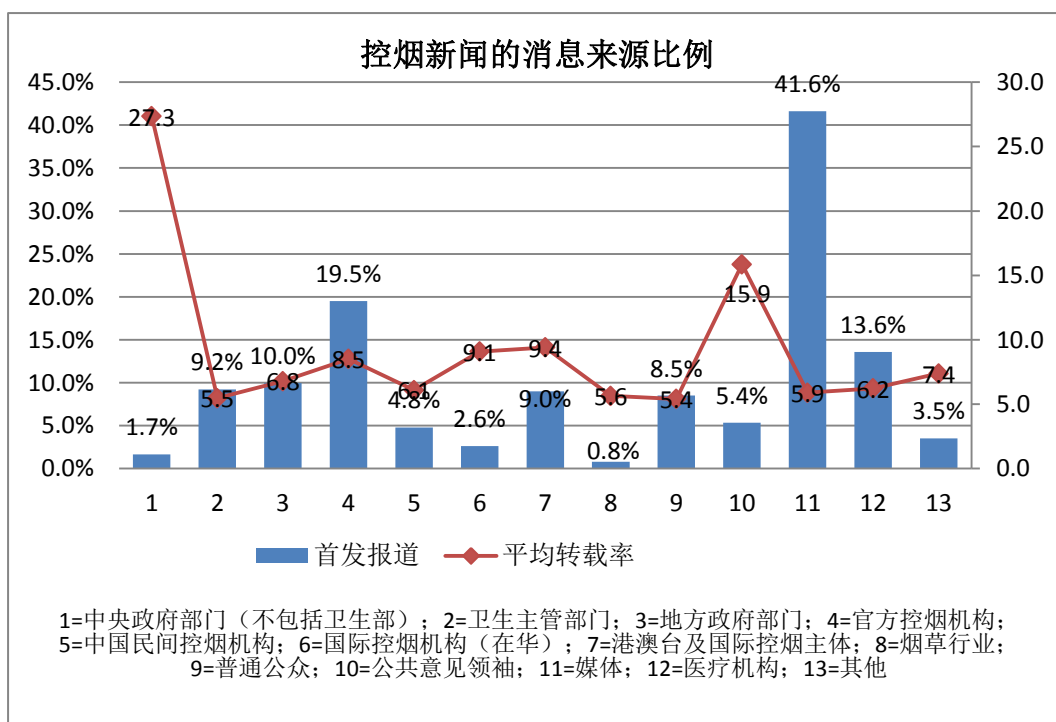




### 三、2013 年大众媒体呈现的控烟图景

#### 3.1 控烟报道的消息来源

将控烟报道的消息来源分为“中央政府部门（不包括卫生部）”、“卫生主管部门”、“地方政府部门”等 13 类，对监测获得的新闻报道进行编码分析，统计结果如下图所示。

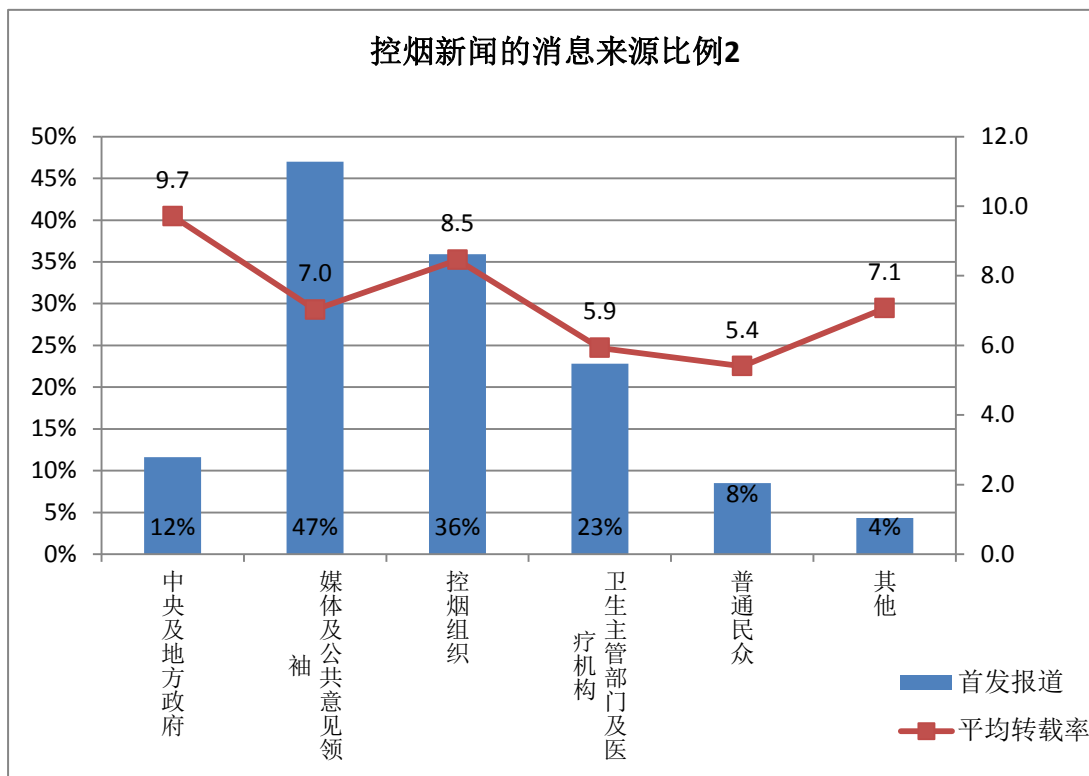


从消息来源的比例来看，媒体（自采自评）、官方控烟机构、医疗机构成为最主要的三个信源，所占比分别为 41.6%、19.5%、13.6%。媒体（自采自评）连续两年在控烟报道的消息来源中独占鳌头，说明控烟议题已经成为社会关注的公共议题，其背后的新闻价值在不断上升；这也表明媒体是控烟组织的重要联盟，加强媒体与控烟组织的沟通，提升媒体的控烟报道能力，是控烟媒体倡导的重要内容。

官方控烟机构和医疗机构的比例较 2012 年都有明显的增长，说明控烟组织和医疗卫生机构已经成为中国控烟的主要力量。控烟组织在发起议题、推动公共讨论以及提供专业意见等方面发挥了重要作用，而且在信息发布与媒体沟通上也



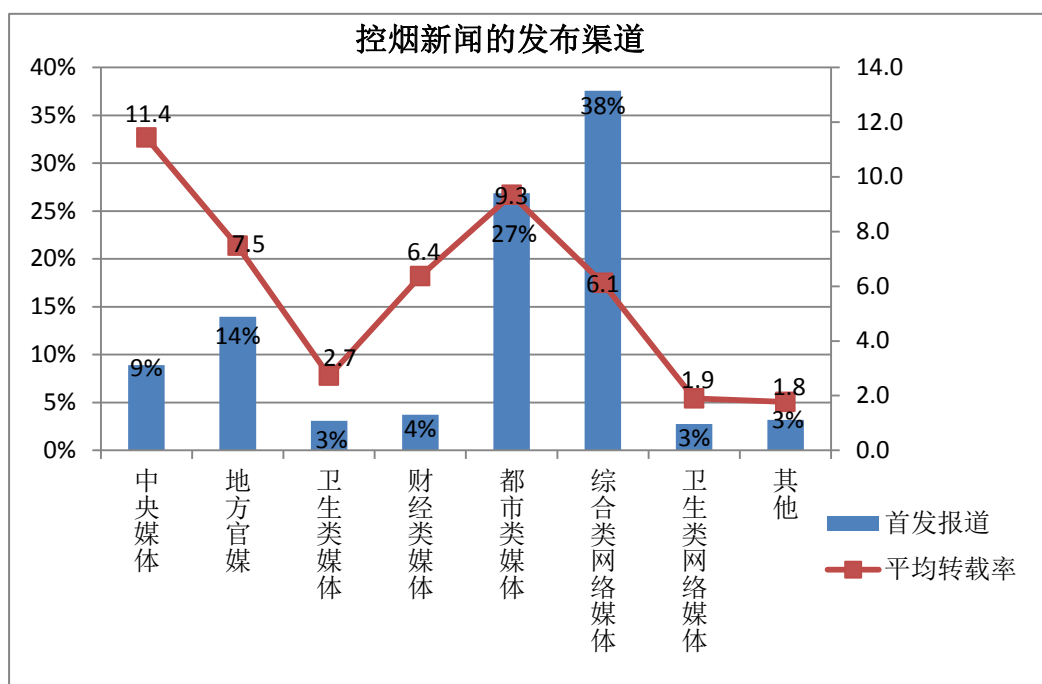
明显地更加成熟。



进一步合并同类信源，可以消息来源分为“中央及地方政府”、“媒体及公共意见领袖”、“控烟组织（国内外）”、“卫生部门及医疗机构”、“普通民众”、“其他”等六大类，结果显示，媒体及公共意见领袖仍为首要的消息来源，但上图中值得注意的是，以中央及地方政府的新闻报道虽然获得了最高的转载率，但是其比例只有 12%，这也一定程度上反映出控烟政策倡导的不足。控烟传播如果只有卫生部门的单方面表达，一方面难以在政府中获得更广泛的支持，另一方面诸如无烟立法、烟草隐性、烟草税收等问题也就难以进入政府议程。因此，加大中央及地方政府的发声力度，让诸如工信部、教育部、商务部、财政部等部门也参与控烟话题的讨论之中，是媒体倡导与政策倡导的共同任务。

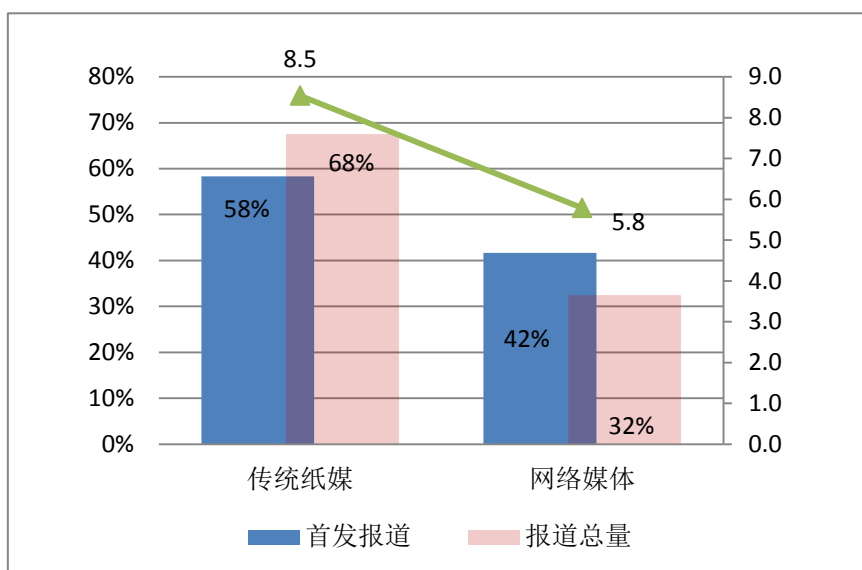
### 3.2 控烟信息的传播渠道

将控烟信息的大众传播渠道分为“中央媒体”、“地方官媒”、“都市类媒体”、“综合类网络媒体”等八类，对控烟新闻报道进行统计分析后，结果如下图所示：



2013年控烟报道最常在综合网络媒体、都市类媒体和地方官媒上发布，中央媒体、都市类媒体的平均转载率较高。其中综合网络媒体的比例较去年下降了8%，都市类媒体的比例稍微上升，不过以上发布渠道的整体结构基本与2012年相同。

进一步比较传统纸媒与网络媒体，传统媒体所占比例达58%，说明传统媒体凭借其编采优势以及渠道优势，仍然引领者控烟议题的发布和传播；传统媒体获得的平均转载率也高于网络媒体，甚至其中很大一部分就是被网络媒体转载，体现出即便是在新媒体时代，内容生产同样是传播的核心环节。



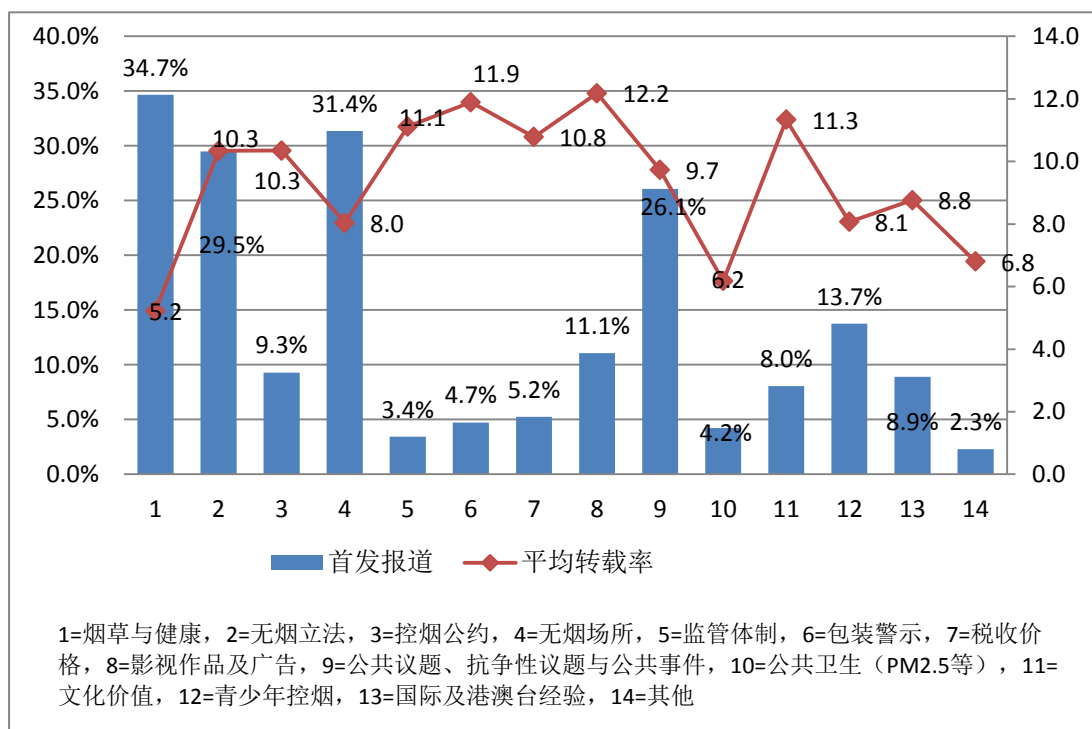




### 3.3 控烟报道的议题结构

#### 3.3.1 控烟报道的总体议题结构

将控烟议题分为“烟草与健康”、“无烟立法”、“控烟公约”等十四类，对控烟报道的报道主题进行内容分析，得出2013年控烟报道的议题结构如下：



1. 2013年控烟新闻报道最多的三个议题为：“烟草与健康”（34.7%）、“无烟场所”（31.4%）以及“无烟立法”（29.5%）。这三大议题已经连续五年位居控烟议题前三位，成为控烟传播的主要信息。“无烟场所”和“无烟立法”体现出中国控烟传播的一个重要特点：政策导向。“无烟立法”是控烟组织多年来一直努力推进的核心议题，虽然目前已发布的政策大多限于行政条例，但相较前几年已经有了长足的进步，如《关于领导干部带头在公共场所禁烟有关事项的通知》等。可见控烟问题已经引起了相关领导的重视，现阶段的控烟政策的确需要更多的媒体呼吁，不仅包括传统媒体，也要结合新媒体进行控烟的政策倡导。

2. 虽然“烟草与健康”在所有议题中所占比重最大，但其平均转载率却最低，说明其传播力在逐渐降低。尽管不断有关于烟草危害的新研究新发现，但媒体和



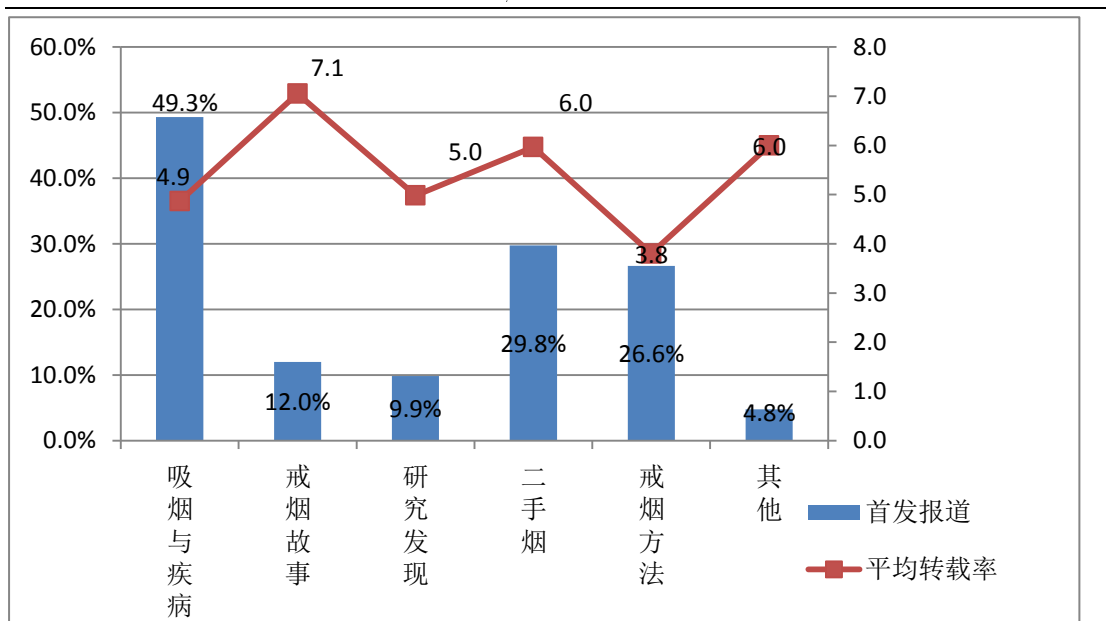
公众对烟草危害已经熟视无睹，包括一些恐惧诉求的画面。如何创新烟草与健康的信息表达，也是控烟传播需要研讨的一大问题。

3.虽然较之以往五年，控烟的前三大议题并没有变化，但是一个值得注意的现象是，这三大议题所占的比重较之去年有所下降，其他议题如“控烟公共事件”、“青少年控烟”、“无烟影视镜头等议题比重都有所上升。这表明控烟议题更加分散，以三个持续性议题为重点，其他议题多点开花，多元议题和多元话语，是消除控烟信息板结化的重要手段。

4. 2013年有关“公共议题、抗争性议题与公共事件”的控烟议题内容占比达到26.1%，连续三年都呈现增长趋势。“领导干部带头公共场所禁烟”、“烟草院士”、“故宫全面禁烟”等事件，都已经跳出纯卫生领域，成为公众关注的热点。在控烟公共事件中，由政府及控烟组织主动输出的比例为46%，高于主动输出在整体所占的比例36%。可见，政府及控烟组织更重视控烟议题的公共化，有意识地策划、发起和推动控烟话题成为公共事件，引发社会讨论。值得一提的是，新媒体等造就了一个“翻页”的社会，以前我们分析得出一次社会公共事件在媒体的生命周期不超过一个星期，目前来看这个时间可能更短，人们每天都被不同的公共事件所占，“你方唱罢我登场”，很难引起持续关注。在这种信息环境下，如何加强事件策划和舆论引导能力更为重要。

### 3.3.2 控烟重点议题分析一：“烟草与健康”

作为2013年控烟新闻的最主要议题，本研究对其进行了进一步的二级编码，得出其主要报道面向如下：



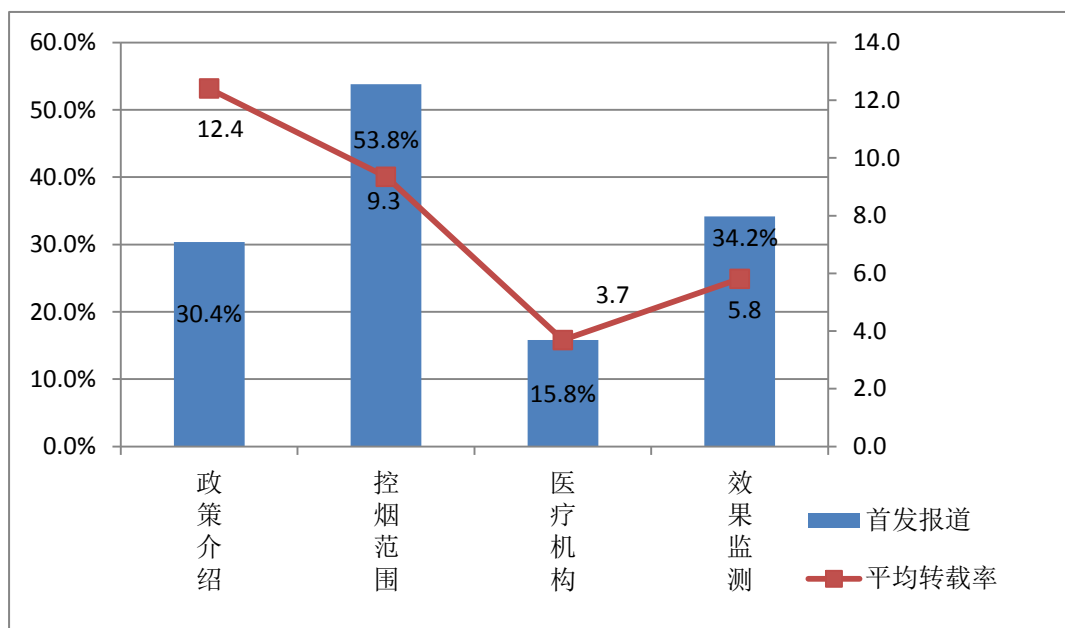
1. “烟草与健康”的新闻报道直接指向了三个面向：“吸烟与疾病”（49.3%），“二手烟”（29.8%），“戒烟方法”（26.6%），与去年基本持平。“二手烟”的新闻报道获得了最高的转载率，但即便如此，整体的平均转载率都处于较低的水平。

2. 研究表明，“乐观偏误心态”是风险沟通过程的一大阻碍，因为个人会因过度乐观，在面对风险时疏于实行自我保护行动。所谓的“乐观偏误” (optimistic bias)，是指人们倾向于相信别人比自己容易遭遇负面或是不幸的事件，因此又称“不切实际的乐观” (unrealistic optimism)。现实中很多人在接触到吸烟危害信息时，经常会抱持这种乐观偏误，于是，他人吸烟容易患肺癌而自己不会，二手烟的危害也是别人的。控烟组织在发布“烟草与健康”信息时应该注意到这种“乐观偏误”，一种方法就是增加“戒烟故事”等故事性个案，让烟民或二手烟受害者以第一人称的口吻叙述，让公众有更强的代入感。而从目前的分析来看，“戒烟故事”的比例只占 12.0%，应该在下一步的传播中着重加强。

3. 恐惧诉求的研究表明，当受众相信信息中对遏阻严重且相关威胁所提出的行动建议是容易、可行而且有效时，则会引发控制危险的动机，进而接受信息提供的建议；反之，若无法透过讯息让受众同时产生高自觉效能，受众会倾向控制恐惧 (fear) 而拒绝接受信息中的建议。因此，在发布“烟草与健康”信息时，应该尽量包含“戒烟方法”的建议，这些建议不能仅仅止于“戒烟门诊”，必须是公众自我感觉能够实现的行为建议。



### 3.3.3 控烟重点议题分析二：“无烟场所”



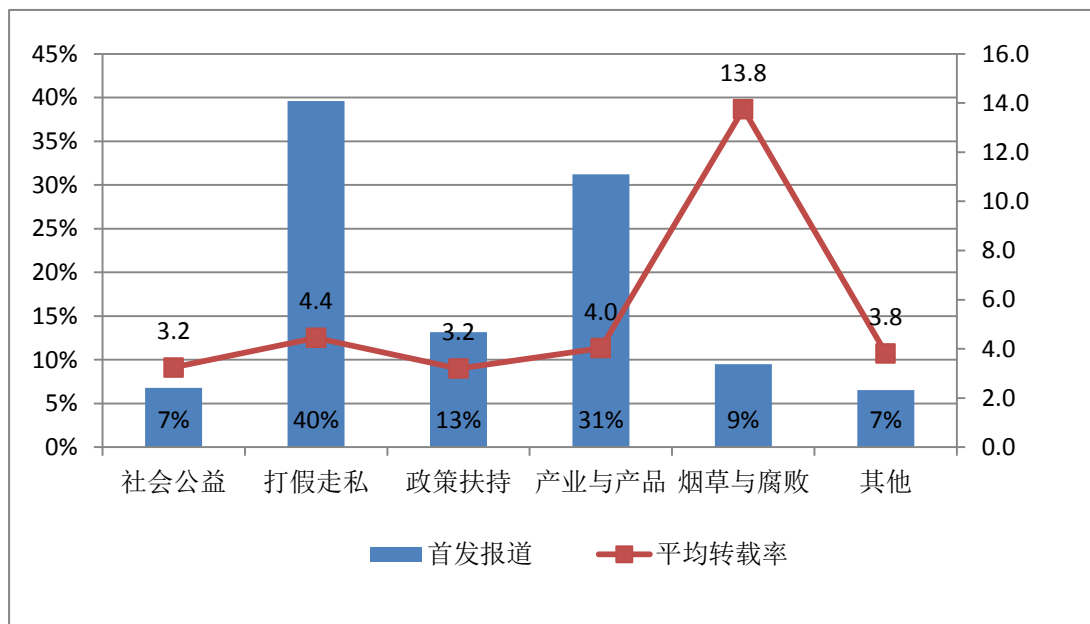
研究团队对控烟重点议题“无烟场所”进行进一步的编码，发现：

1. 介绍控烟公共场所的“控烟范围”成为“无烟场所”议题最常提及的信息，占比达 53.8%。这些“控烟范围”不仅包括以往一直宣传的餐厅、医院等，还包括了如故宫、动车等场所，因此受到更多的关注。

2. “政策介绍”获得的转载量最高，可见控烟政策会造成很大的社会影响，政府及控烟组织应该好好利用每一次政策发布的机会，对政策进行解读、分析，并监督政策的落实。如对《关于领导干部带头在公共场所禁烟有关事项的通知》的监测分析表明，大多都是针对“政策介绍”，对“禁烟效果监测”和“禁烟政策建议”有所不足。控烟组织应该抓住当前难得的“政策窗口期”，充分发挥控烟组织和媒体对禁烟效果的监督功能，同时积极推动全国性控烟法规的出台。



### 3.3.4 烟草行业报道的议题结构



在有关烟草行业的报道中，“打假走私”和“产业与产品”谈及最多。“打假走私”类报道比例最高，占行业报道总量的40%；其次为“产业与产品”议题，占到31%。

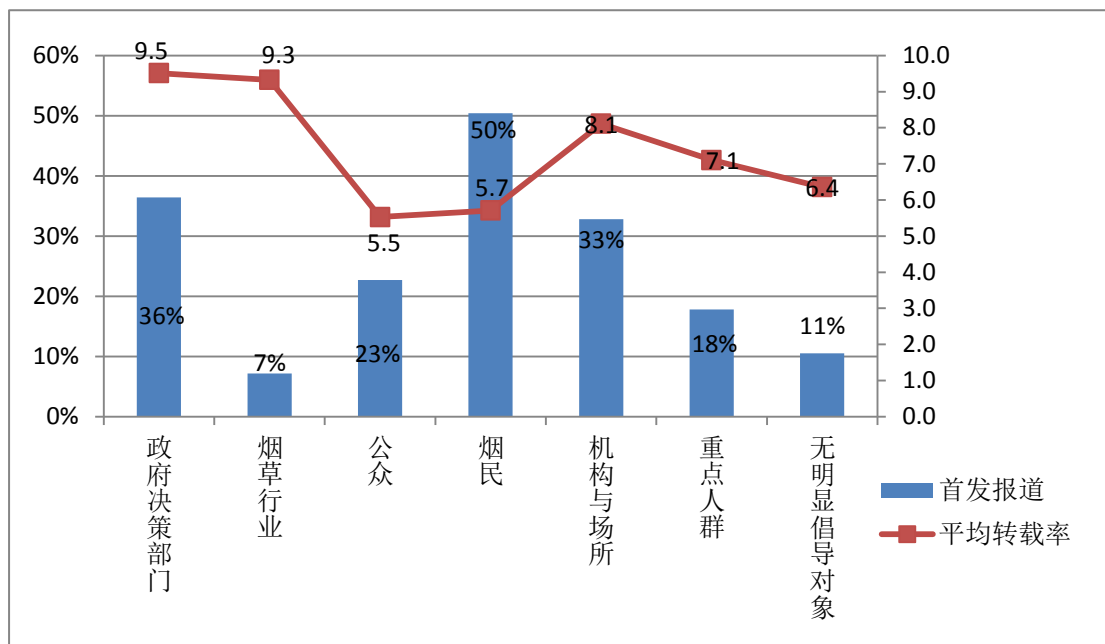
长久以来烟草部门的议题都有一个“社会治安”的面向，彰显出烟草专卖局等部门积极维护行业秩序、打击不法行为的正面形象，将烟草行业塑造成“受害者”，这很容易让公众忘记，烟草业本身就是一个带有原罪的行业。就如2013年8月6日“中国控烟协会建议禁止网上购烟行为”这一事件来说，中国控烟协会给出的一个理由是“网上售烟是卷烟非法贸易的重要途径之一，造成国家税收流失”，给人的感觉似乎是，正规的烟草贸易应该受到保护，有点控烟组织为控烟行业正名的意思。控烟组织不应该随意介入烟草行业事件，即使介入也应该有明确的控烟导向，避免为别人做嫁衣。

“烟草与腐败”议题虽仅占9%，但却获得了最高的媒体转载（13.8次/篇）。可见，在新一届中央政府上台后重视反腐倡廉的社会大环境下，控烟议题也可以和烟草部门及行业的腐败联系起来，这样自然能获得更多的政策支持。不过，关于烟草与腐败的讨论不能导向烟草行业自律，而应该引向烟草行业暴利、公款买烟、天价烟等问题，为控烟所用。



### 3.4 控烟报道的倡导对象

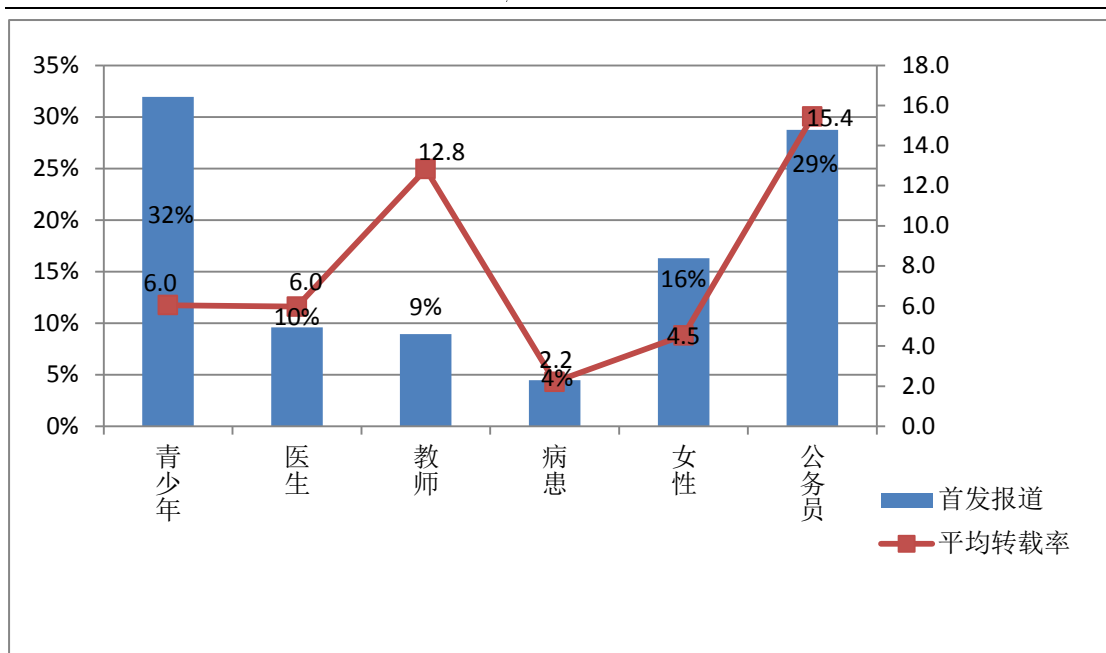
将控烟新闻报道的倡导对象分为“政府决策部门”、“烟草行业”、“机构与场所”、“普通公众（非烟民）”、“烟民”、“重点人群”、“无明显倡导对象”等七类。结果如下：



2013年控烟报道的主要倡导对象为“烟民”、“政府决策部门”以及“机构与场所”。与2012年相比，最大的变化是诉求“机构与场所”的比例大幅增加，这与2013年“无烟场所”议题大幅增加有很大关系，如此前提到的故宫、动车、以及医疗卫生单位等。

36%的报道明确指向了政府决策部门，充分体现我国控烟传播较强的政策导向，如无烟立法、烟草控制框架公约履约、烟草广告及影视镜头、烟草税收等问题，都需要获得政府决策部门的支持。在控烟政策倡导上，控烟组织应该积极融合传统媒体和新媒体，因为新媒体在政策动员上已经显示出更大的空间，近年来的许多重大公共事件都是由新媒体发起、传统媒体及时跟进，从而形成巨大的舆论压力。

进一步，本研究对控烟文本中所提及的重点倡导人群进行了编码，结果如下：



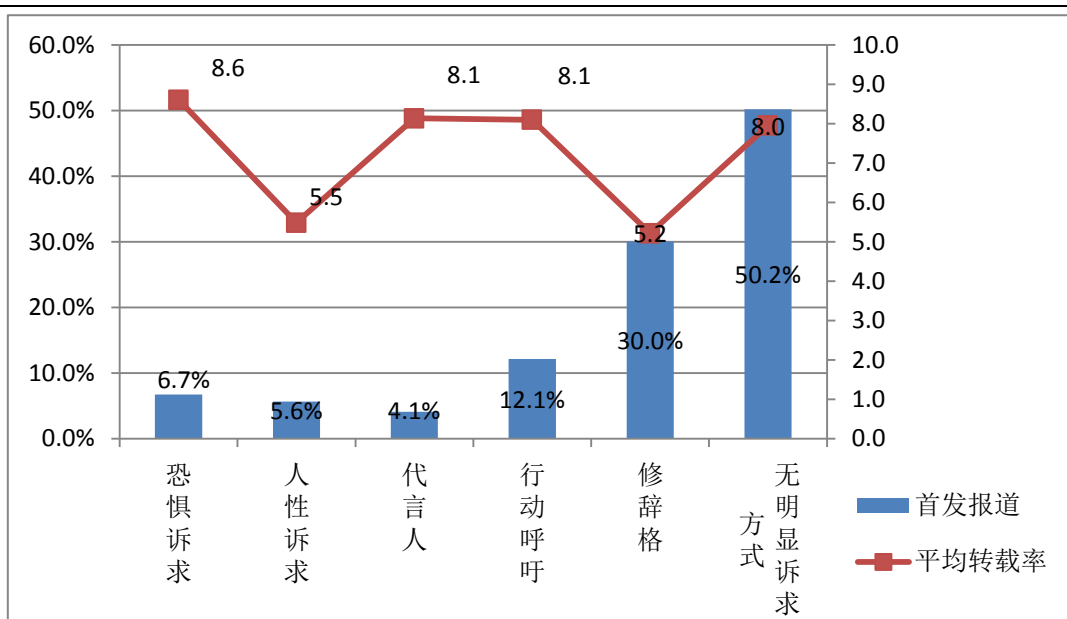
在控烟重点倡导人群（非烟民）中，直接指向最多的是公务员、青少年和女性。公务员成为 2013 年最重点的控烟倡导人群，主要和领导办公室吸烟造成室内 PM2.5 升高、中央颁布领导干部带头禁烟这两个事件相关。

### 3.5 控烟报道的文本分析

#### 3.5.1 控烟报道的修辞

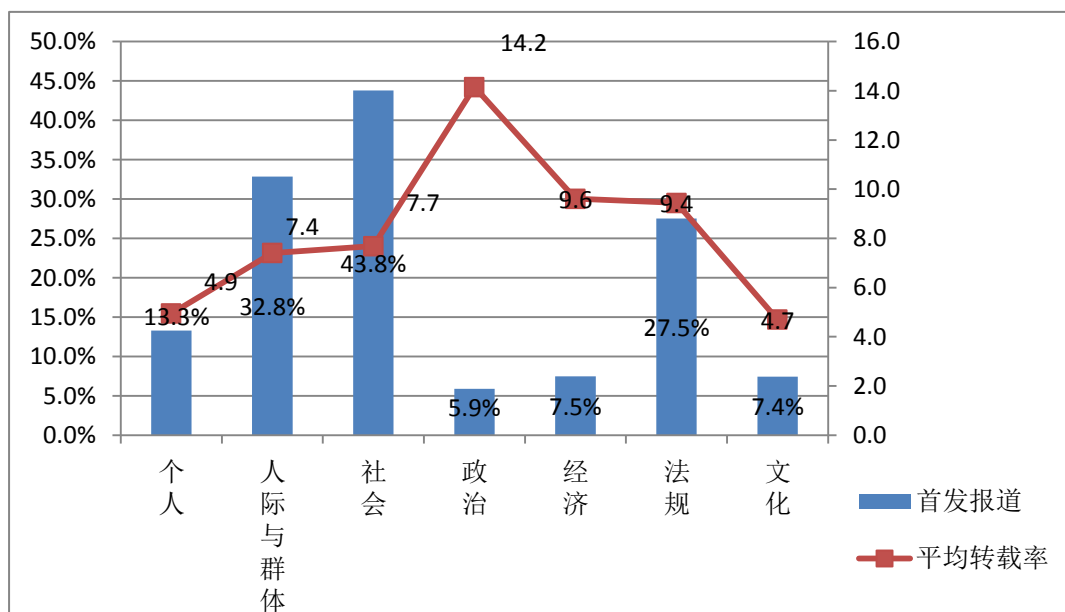
在控烟报道中，超过一半的报道没有借助明显的诉求方式或修辞手段，基本上是单纯事实陈述和观点表达。从新闻专业的角度，报道应追求客观性和平衡性；但是从控烟说服的角度，控烟信息中应该使用一定的诉求手段，如恐惧诉求、人性感性诉求、代言人、行动呼吁等等。控烟倡导的修辞手段和新闻报道的专业要求两者并不矛盾，但却能对公众的知识、态度、行为产生更大的影响。因此，应该鼓励控烟组织在发布信息以及媒体在报道控烟议题时，采用更加多元的修辞手段，提高传播效果。

控烟报道可以通过一定的修辞手段进行创新，从而为控烟信息注入新的元素，如控烟报道经常会用到的恐惧诉求，并非只被限制于诉诸身体健康的负面后果（譬如，死亡或疾病），负面的社会结果也可以是诉求的重点。



### 3.5.2 控烟报道的角度和归因

将控烟报道的角度分为“个人”、“人际与群体”、“社会”、“政治”、“经济”、“法规”、“文化”等七个方面，编码分析如下：

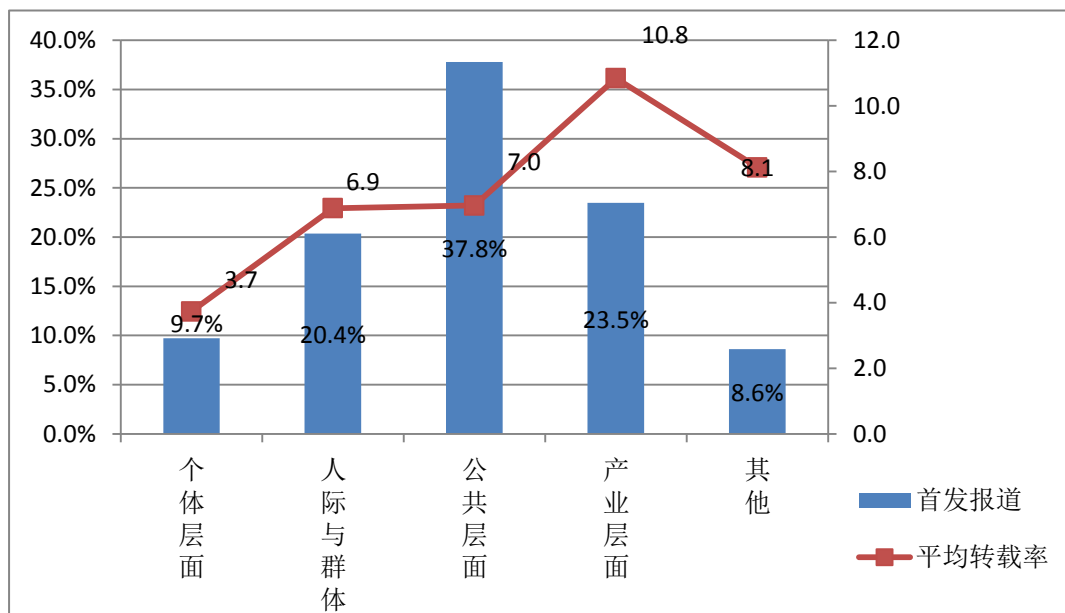


研究表明，新闻媒体更多从社会、人际及群体、法规角度来报道控烟议题，也就是说，控烟在媒体看来首先是一个社会问题（当然，这里的社会也包括了公共卫生本身）。可见对于媒体来说，控烟问题的社会意义以及控烟法规的政策意



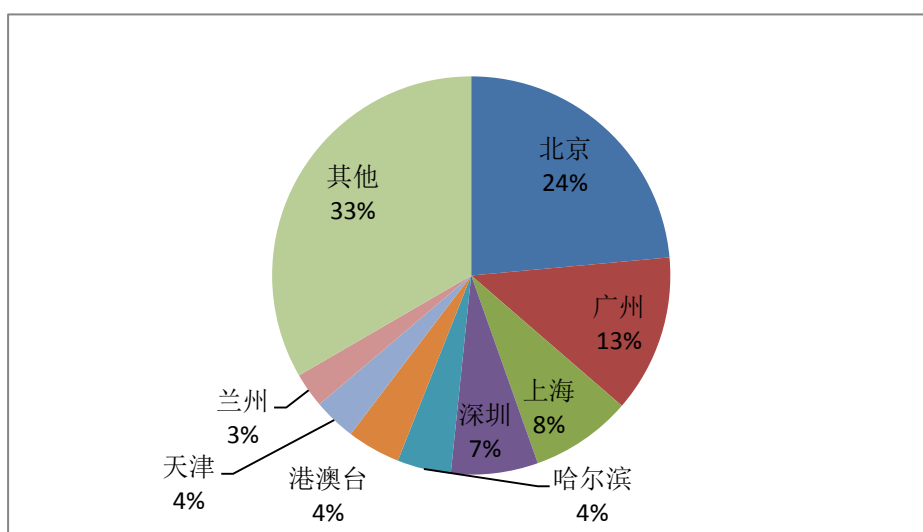


义最具新闻价值；而对于输出信息的控烟机构来说，应该主动挖掘更多控烟问题的政治、经济和文化意涵，加大控烟议题的深度，给媒体提供更多控烟报道的角度。图中政治、经济角度的媒体报道获得较高的转载率也说明了这点。



进一步分析媒体对控烟问题的论述，发现媒体把目前控烟问题的原因更多归结为公共层面，包括烟草管理体制缺陷，控烟政策不力，烟草文化深厚等；其次是产业层面，包括烟草隐形营销、烟草税收贡献等；再次是人际与群体层面，比如送烟敬烟礼节、公共场所吸烟陋习等。

### 3.5.3 控烟城市分布



由上图可以看出，控烟新闻报道体现出来的控烟城市主要还是集中在北京、



广州、上海、深圳这类的一线城市，当然，哈尔滨、天津、兰州、杭州、南昌等第一批的控烟城市也做出了不小的努力。在控烟立法和执行上，2013 年广州和深圳的力度应该是最大的，不仅酝酿出台最严控烟规定，广州还强制推行无烟日全城禁卖烟一天等活动，产生了良好效果。



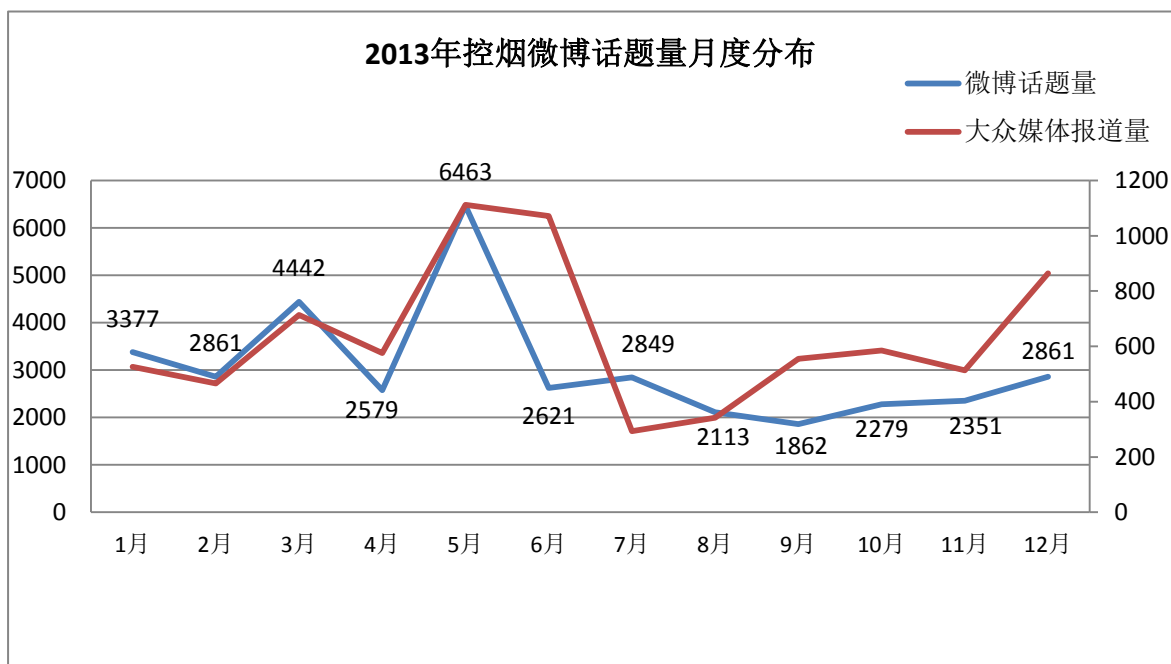
## 四、2013 年控烟微博舆情监测

在新媒体已经成为人们信息环境和生活方式一部分的今天，单纯对大众媒体进行舆情监测已经难以反映控烟传播的全貌。因此，本研究报告新增了微博舆情监测部分，以使用最活跃的新浪微博平台为例，探讨控烟议题在新媒体的传播特点。

本研究以“控烟”为关键词，监测时段为 2013 年全年，共在新浪微博平台搜集到原创微博 29671 条，共被转发 87743 次，非重复原创评论 33698 则。需要说明的是，这一数字仅仅是以“控烟”为关键词得到的总量，并不能完全反映控烟相关的所有微博。

虽然微博在信息容量和解释深度上不及新闻报道，但是从以上原创微博和评论的数量可以看出，微博已经成为控烟不可或缺的一个舆论场，这个场的声量和活跃度丝毫不逊于传统媒体和门户网站，值得引起控烟组织的重视和尝试。

### 4.1 微博话题数量的分布趋势





从上图可以看出，微博的话题高峰集中在5月、3月和1月，其他月份的话题量较为平均。这几个话题高峰分别和“世界无烟日”（5月）、“控烟两会提案”（3月）、“控烟与PM2.5”（1月）等相对应。特别是2013年微博上的几个重大控烟事件，如“被吸烟，我不干”、“无烟日换头像”、“拒绝烟草隐性营销”等，都发生在无烟日前后，造成5月话题量远远高于其他各月。

虽然微博的话题高峰月和传统大众媒体略有不同，微博上的话题内容和大众媒体的报道内容也存在差异，但从整体的趋势分布来看，微博话题量和大众媒体的报道量基本同步。可见，控烟的两个舆论场——微博和大众媒体已经形成呼应和共生，如何融合新媒体与大众媒体，是控烟传播需进一步总结和尝试的方向。

## 4.2 2013年十大“控烟”微博

将含“控烟”的微博按照转发量排序，前十名的微博如下表：

序号	发布者	标题	转发数	评论数	时间
1	星座秘语	哈德门香烟从那时就深谙“美人效应”的道理,一副副如同电影海报般精致华丽的香烟包装,映衬的那个时代的高尚品位//@作家熊聪颖:那个年代人们对品质生活和艺术的追求,丝毫不逊于现在。但话说在目前“控烟”的大环境下推出这个《中国好香烟》动画视频,是不是有避重就轻,打擦边球的嫌疑?! @薛蛮子	10092	4	3/22
2	人民微博	【独家：非要点评（2）】@孟非：吸烟的危害人尽皆知，但为什么这些年我国的控烟效果不佳？我认为问题的根源还在于难以割舍的利益！点击图片、人民微博孟非主页了解： <a href="http://t.cn/zYRk4e4">http://t.cn/zYRk4e4</a>	3282	219	3/7
3	张泉灵	中国大约有3亿烟民，却有7.4亿二手烟受害者。我们要把烟草关进笼子，明确禁烟场所，坚决反对变相烟草广告。否则，不管你抽或不抽，都会被烟草关进不健康的牢笼。	3172	971	5/31



		#531 无烟日改头换面大行动#, 换头像一天, 支持控烟, 我的态度。			
4	外婆家	#有奖转发#【“微博传健康??控烟享美食”第一季】今年3月1日是《杭州市公共场所控制吸烟条例》颁布实施三周年, 外婆家携手上城区爱卫办、上城区卫生局卫生监督所开展公共场所控烟活动。即日起-2月28日, 关注@外婆家转发微博并@五位好友, 送出以下奖品: 蓝牙耳机3份、无线路由器10份、充电宝15份哦。	1732	843	2/20
5	中国新闻周刊	【要钱不要命中国烟控变失控!】中国烟民数量已达3.5亿, 占世界烟民总数35%。预计到2020年, 每年吸烟致死人数将达到200万……中国控烟一次次以败局告终, 七年的控烟历程, 我们到底控了还是没控? 当利益绑架公共政策, 控烟又该如何与虎谋皮? <a href="http://t.cn/zY3QHh4">http://t.cn/zY3QHh4</a> #深度中国#	1610	339	3/12
6	happy-like	#控烟#黄金叶在周口市的一五路广场前的广告@烟草广告随手拍-CATC 地址: <a href="http://t.cn/zjkMDUg">http://t.cn/zjkMDUg</a>	1345	256	4/15
7	头条新闻	【今日世界无烟日广州将停售香烟】今日是世界无烟日。广州城管委昨日通知, 根据广州市控烟条例规定, 烟草制品销售者(含个体摊档)今日应当停止售烟一天, 香烟可不下架但必须用布等物品遮挡起来, 并在店内设置“吸烟危害健康”的告示。工商部门将对停止售烟的情况进行监督检查。 <a href="http://t.cn/zHXS0V4">http://t.cn/zHXS0V4</a>	1034	465	5/31
8	全球语录集合	如果让烟草广告大行其道, 你或你的家人可能就会成为未来的烟草制品受害者! 为了自己的健康, 为了更多人的未来, 请站出来, 换头像, 支持控烟!	1018	115	5/31
9	控烟集结号	531 世界无烟日, 请别觉得自己跟这个节日无关, 烟草影响的不仅仅是烟民, 更影响那些从不抽烟的二手烟民, 你的家人、朋友、同事都	961	111	5/31



有可能是受害者，拒绝烟草广告、促销、赞助，为健康换头像，支持控烟！				
10	人民日报	【过滤嘴能降低吸烟危害，是真的吗？假的！】中国疾病预防控制中心控烟办公室李强博士表示：“通过过滤嘴降低卷烟的健康危害是烟草公司的一个谎言。”国内烟草行业用“聚丙烯”制造低档香烟过滤嘴。聚丙烯过滤嘴含有大量的“苯”、“芳香烃类”等致癌物！请告诉你身边的吸烟朋友！@央视财经是真的吗	829	277 5/31

1.从主题上看，前十名的“控烟”微博涉及到“烟草利益”、“无烟场所”、“烟草隐性营销”、“烟草与健康”等主题，但除了“今日世界无烟日广州将停售香烟”以外，其他的话题都是公众面向，关于控烟政策的讨论较少，这和新媒体的主要使用人群为普通公众有关。不过，新媒体通过普遍的公众动员、进而影响公共政策的事件在近年来并不少见，因此控烟组织应该在微博上推出更多的控烟政策话题，引起公众讨论。

2.从发布主体来看，首先，由传统大众媒体开设的微博成为信息的一个重要来源，如“人民微博”（人民网主办）、“中国新闻周刊”、“头条新闻”（新浪网）、“人民日报”等，可见在新媒体时代，传统媒体并没有失去话语权，其原创内容依然是人们关注的重要信息；其次，“星座秘语”、“全球语录集合”这类的微博由于具有巨大的粉丝数，因此控烟信息经其转发后也得到了广泛的关注，但是这类微博不具备明确的控烟立场，以娱乐为主，因此不建议作为控烟传播的主体；再次，前十的微博中，专门的控烟微博较少，只有“控烟集结号”一家，打造具有影响力的控烟微博也是今后努力的一个方向；最后，值得称道的是，“控烟集结号”发起的无烟日改头换面活动得到了一些公共意见领袖的支持，如张泉灵等，依靠公共意见领袖也是新媒体传播的重要方面。

3.从文本形态上看，视觉化的、多媒体的表达更容易获得公众的转发和评论，前十名的微博基本上都有配图，都结合了文本、图片、视频甚至是投票、有奖转发、头像等多媒体的形式，充分体现了新媒体的互动性。这也证明了研究者反复提的一个观点，运用新媒体进行控烟传播，不是把传统媒体的内容照搬上新媒体，而是要对信息的话语形态、修辞手法等进行精心设计。



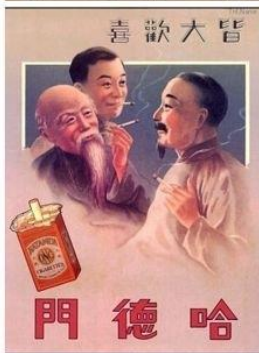
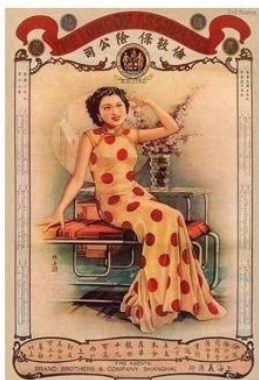
4.有点讽刺的是，转发量最高的第一条微博，严格来说并不是控烟微博，而是宣扬烟草产品和烟草文化的微博。该微博始发者是北大的一位教授孔庆东，借“哈德门香烟”海报来推广山东的一款“中国好香烟”，而“作家熊聪颖”及时指出这是一种烟草营销的擦边球，才稍微扭转了舆论走向。仔细看这篇微博的转发和评论，有大量的水军，因此可以基本断定，这是山东烟草公司为了推广自己的一款新产品而做的营销活动。可见，烟草隐性营销已经不仅仅限于影视广告，新媒体也被入侵，控烟传播者应该注意到这一现象。下图是原微博的截图：

【说点风花雪月吧】这组精美的哈德门香烟海报，精巧的设计和艳丽的配色到现在看来都不为过时，它轻松勾起了人们的怀旧情绪。<http://t.cn/zYD8e39>



2013-3-22 11:44 来自iPhone客户端 | 举报

👍(24) | 转发(17189) | 收藏 | 评论(407)







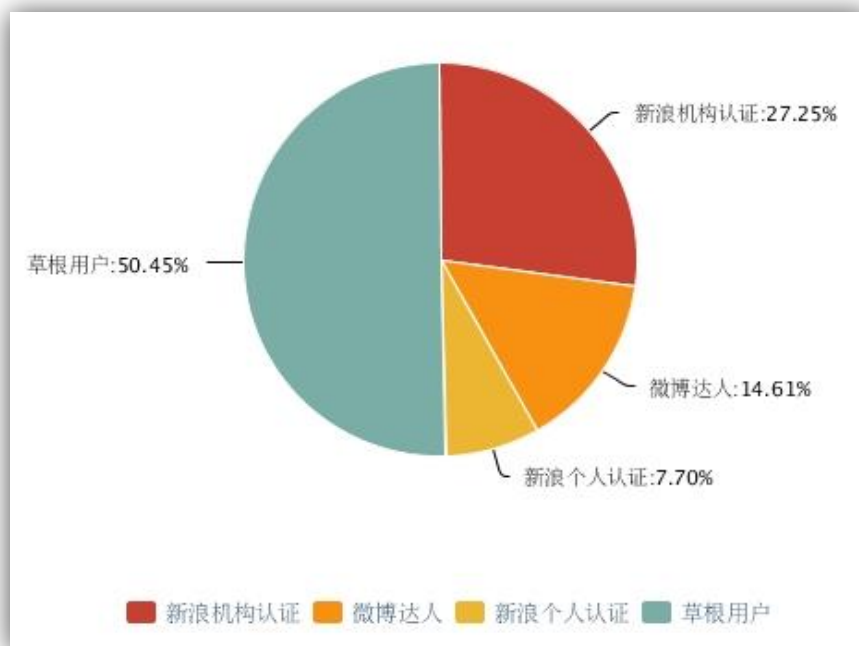


对应的是“无烟场所”议题，“公务活动”对应的是“无烟立法”。可见，媒介议程在一定程度上影响公众议程，控烟传播的媒介倡导取得了良好的传播效果。

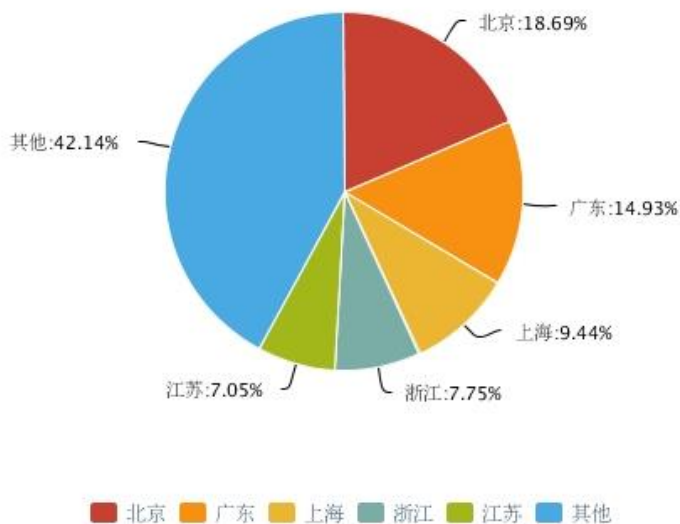
## 4.4 控烟微博参与用户分析

研究对控烟微博发布者的身份进行了调查，结果如下图显示：拥有新浪机构认证的用户比例为 27.25%，拥有新浪个人认证的用户比例为 7.70%，拥有新浪微博达人认证的用户比例为 14.61%，其他无认证的草根用户为 50.45%。

这一比例表明，控烟问题本身得到了许多社会机构和意见领袖的关注，已经具备了广泛的社会基础；这些机构和意见领袖的参与，使得控烟微博的内容质量更高，传播力更强。



进一步对控烟微博用户的地域进行分析，结果显示：北京、广东、上海、浙江、江苏等一线城市和经济发展较快的地区的公众更加关注控烟议题。结合 3.5.3 提到的控烟城市监测，正是北京、广东、上海、浙江等省市的地方政府和控烟组织更加重视控烟议题，从而影响了当地的公众。



## 4.5 控烟微博公共事件个案分析——“无烟日改头换面”为例

2013年在微博上发起了多个公共事件，如“被吸烟，我不干”、“随手拍烟草广告”、“挺控烟再十年”、“烟草影视镜头”等活动，吸引了公众的广泛参与。本研究以“@控烟集结号”发起的“531无烟日改头换面行动”为例，分析控烟微博公共事件的传播特点。

### 4.5.1 事件基本概况

为传播2013年世界无烟日主题，动员公众表达控烟决心和参与控烟行动，“@控烟集结号”微博账号推出了#531无烟日改头换面大行动#，该活动的首发微博如下图：



#531无烟日改头换面大行动#531世界无烟日, are you ready? 用实际行动全面禁止烟草广告、促销和赞助的侵袭, 呼吁修改《广告法》, 还大家一片无烟的天空! 5月31日, 加入531无烟日改头换面大行动, 让我们换头像, 表态度, 支持控烟!



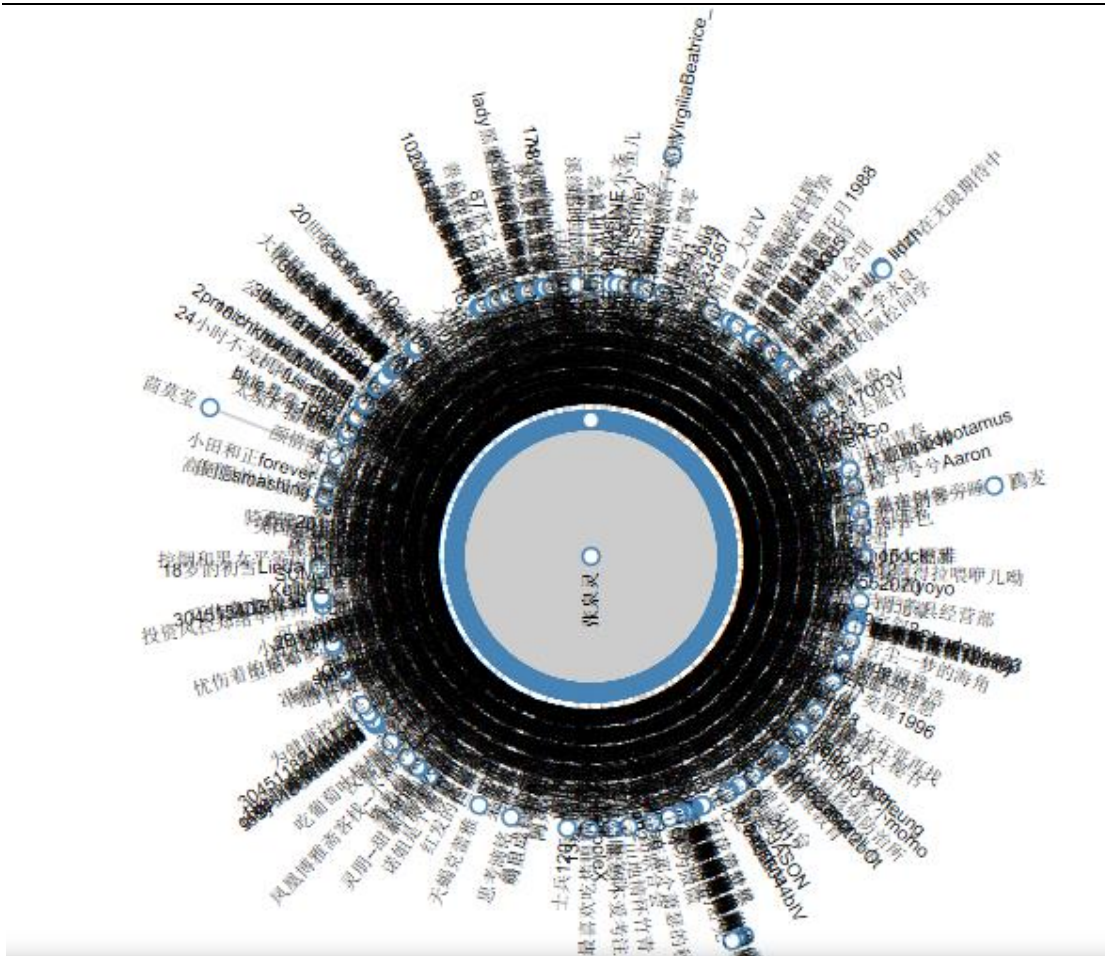
2013-5-30 18:23 来自新浪微博 | 举 (77) | 转发(8367) | 收藏 | 评论(1007) 报



据监测, 该活动累计 16480 多条微博讨论 (包括原创及转发), 其中 147 位加 V 认证网友参与了话题讨论, 90% 的加 V 名人非事先沟通类名人, 很好地吸引了名人合作以及普通网友参与讨论, 营造出支持控烟的社会舆论环境。

## 4.5.2 事件传播路径分析

本次事件首先以名人与媒体等意见领袖为起点, 通过微博草根大 V 账号扩散, 再到达普通网友, 实现了从上至下的三级传播途径。以意见领袖“@张泉灵”发布的支持#531 无烟日改头换面大行动#的微博为例, 仅仅单条微博就被转发了 3498 次, 评论 1077 条, 可以算是此次活动得到的最大支持。其传播路径如下图所示:



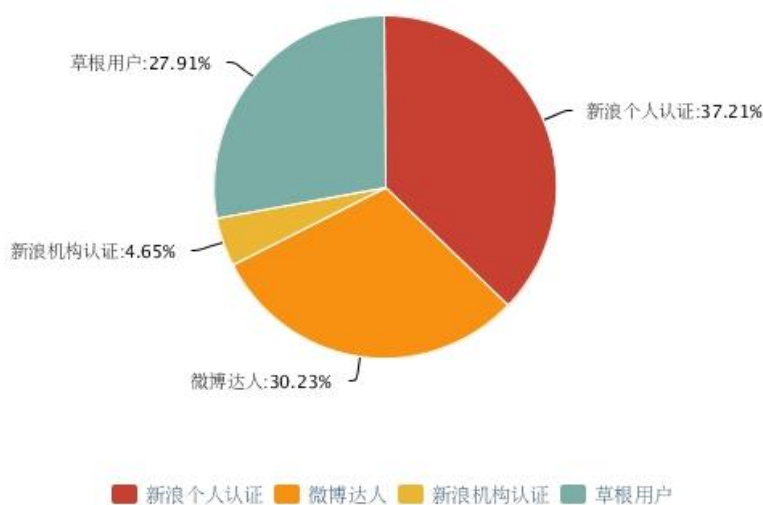
从上图的传播路径可以看出，此微博共传播了4层：第1层共传播了1756次；第2层共传播了207次；第3层共传播了8次；第4层共传播了1次。张泉灵为图中处在传播中心的意见领袖，传播的第1层大多为获得机构认证、个人认证的微博大账号，第2层多为草根微博达人和普通公众，第3层和第4层为普通公众。

上图可以反映出新媒体的信息传播特点：一方面，微博一共传播了4层，证明“意见领袖”和“多级传播”的传播学理论在新媒体上同样适用，信息往往要经过特定的意见领袖才能进一步流向普通公众；另一方面，第1层传播点最多，之后依次递减，并不像传统媒体那样越往底层基数越大，这是因为第1层不仅包括了意见领袖，而且包括了普通公众，也就是说，大部分的普通公众可以直接从传播中心获得信息，一小部分的公众才需要透过意见领袖的二级传播来获取信息。不管怎样，抓住意见领袖始终是新媒体传播的一项核心策略。

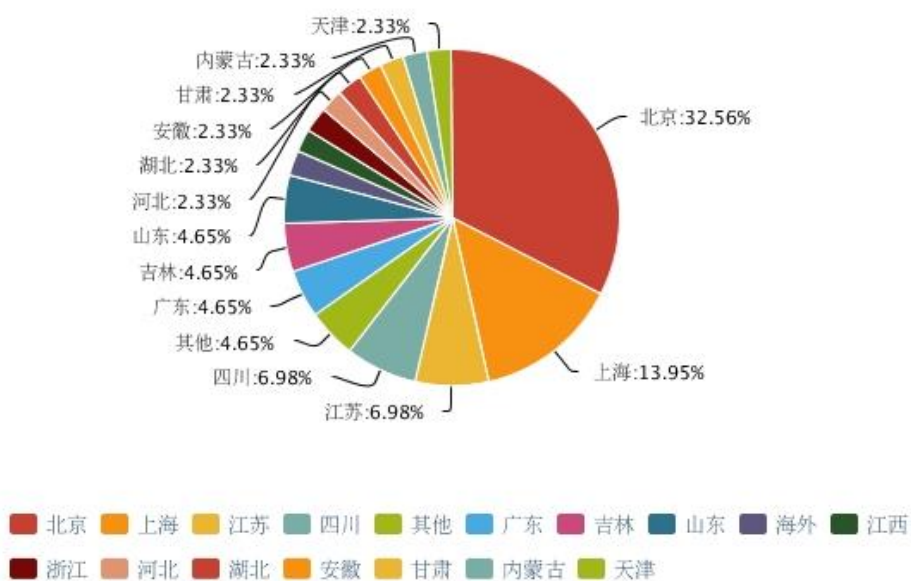


### 4.5.3 意见领袖分析

进一步分析此事件中的意见领袖身份背景，可以看出：意见领袖最大一部分来自拥有个人认证的微博大V账号（37.21%），其次是拥有实名认证的微博达人（30.23%），再次是草根用户（27.91%），拥有机构认证的微博账号仅占4.65%。这也反映出本事件的一个传播特点，获得了较多名人的支持和转发，但是和一些组织机构缺乏较多互动。



从下图意见领袖的地域分布可以看出，此次事件虽然从北京发起，但由于契合了“世界无烟日”的时机，因此得到了全国各地的普遍支持和响应。





## 4.5.4 整体的传播效果评估

从传播模式上看，本次事件值得借鉴的经验在于：

（1）融合社会热点：能够结合“世界无烟日”的舆论关注，借用中央“把权力关进牢笼”的说法，把主题换成“把烟草关进牢笼”，与公共事件紧密捆绑，提升了传播势能；

（2）沟通意见领袖：意见领袖是新媒体传播的重要节点，本次事件通过事先沟通一批意见领袖，再在传播过程中通过私信等方式动员一批意见领袖，直到更多意见领袖自发参与到事件中来，成功地扩大了事件的影响力；

（3）内容协同生产：新媒体传播的一大特点便是传播者和受众同时贡献内容，传播者不再垄断内容的生产权，此次事件中传播者用“换头像，亮出你的态度”来鼓励公众说出自己的控烟态度，就是一种适当留白、鼓励协同内容生产的方式。

从传播内容上看，本次事件最大的特点在于，为控烟提供了可操作的行动建议——更换头像一天，不再停留于以往的口号或者高难度的“圣行”，这也是新媒体能够为控烟传播提供的便利，类似的还有“随手拍烟草广告”、“熄烟劝导技巧有奖征集活动”、“转发有奖”等，都是可以引起公众行为改变的有效方式。

本次活动在传播形式上也是一种创新，突破了单调的数字罗列、文字论证等传统媒体传播方式，运用更视觉化、人性化的方式，为“旧内容”注入新的传播活力；这种形式也不同于以往以恐惧诉求为主的修辞，暗合了新媒体的娱乐精神。



## 附：2013 年媒体重点报道标题列表（转载次数 50 次以上）

标题	日期	转载
<a href="#">领导干部带头公共场所禁烟</a>	2013/12/30	<a href="#">530</a>
<a href="#">中国工程院:正劝退“烟草院士” 但对方不接受</a>	2013/3/12	<a href="#">302</a>
<a href="#">14 国控烟排名中国倒数第二</a>	2013/5/22	<a href="#">292</a>
<a href="#">央视 1 周播 97 次烟草广告 烟草广告植入多个领域</a>	2013/5/28	<a href="#">282</a>
<a href="#">吉林烟草公司高管被曝月公积金逾万(图)</a>	2013/5/26	<a href="#">250</a>
<a href="#">河南烟草公司领导 600 万换豪车 车辆已被封存</a>	2013/6/25	<a href="#">237</a>
<a href="#">中国工程院坚持不会主动撤销烟草院士资格</a>	2013/3/8	<a href="#">213</a>
<a href="#">发病率年增 26.9%,到 2025 年——我国将成第一肺癌大国</a>	2013/11/17	<a href="#">208</a>
<a href="#">中国控烟协会:应禁止烟草企业公益捐款</a>	2013/5/30	<a href="#">198</a>
<a href="#">不设吸烟区 网吧餐厅拟全面禁烟</a>	2013/12/13	<a href="#">194</a>
<a href="#">国家烟草局回应运烟被扣事件</a>	2013/2/5	<a href="#">189</a>
<a href="#">卫计委建议修订广告法禁止烟草广告</a>	2013/5/31	<a href="#">169</a>
<a href="#">周口烟草公司超标公车被传封存 记者核实遭推诿</a>	2013/6/27	<a href="#">165</a>
<a href="#">故宫 600 年来首次全面禁烟 员工吸烟会遭重罚</a>	2013/5/19	<a href="#">162</a>
<a href="#">12 年后 中国将成第一肺癌大国</a>	2013/11/17	<a href="#">155</a>
<a href="#">广东烟草局长被曝招 30 多亲信进系统 纪检调查</a>	2013/1/28	<a href="#">155</a>
<a href="#">高额公积金不能仅限于清退</a>	2013/6/3	<a href="#">152</a>
<a href="#">政协委员称若不采取措施 2020 年吸烟致死人数或达 200 万</a>	2013/3/3	<a href="#">152</a>
<a href="#">“烟草院士”进官网院士名单</a>	2013/1/15	<a href="#">152</a>
<a href="#">调查称我国超六成男性公务员吸烟 半数从未戒烟</a>	2013/12/31	<a href="#">152</a>
<a href="#">中国工程院院士增选不再受理烟草领域候选人的提名</a>	2013/2/2	<a href="#">148</a>
<a href="#">北京控烟条例有望明年过一审 170 家单位将禁烟</a>	2013/5/29	<a href="#">148</a>
<a href="#">周口烟草公司领导 600 多万换豪车 价格排量超标</a>	2013/6/25	<a href="#">142</a>
<a href="#">中国青少年烟民 1400 万 控烟协会吁禁收烟企捐助</a>	2013/6/16	<a href="#">142</a>
<a href="#">郑州旅游局强迫导游购买特定服装 否则不予年审</a>	2013/3/20	<a href="#">136</a>
<a href="#">我国即将起草国家级控烟条例</a>	2013/7/5	<a href="#">136</a>
<a href="#">室内公共场所难禁烟 七成餐饮场所还有人吸烟</a>	2013/8/22	<a href="#">117</a>
<a href="#">7.4 亿人受二手烟危害</a>	2013/7/2	<a href="#">130</a>
<a href="#">质疑 14 月 “烟草院士”调查仍无结果</a>	2013/1/21	<a href="#">128</a>
<a href="#">邓超约导演饭聚 孙俪“禁烟”疑怀二胎</a>	2013/10/18	<a href="#">128</a>
<a href="#">普京签署“史上最严禁烟法” 全面禁止烟草广告</a>	2013/2/25	<a href="#">125</a>
<a href="#">单霁翔:紫禁城将全面禁烟</a>	2013/4/18	<a href="#">125</a>
<a href="#">安徽池州烟草局拟花 25 万发端午节福利遭质疑</a>	2013/6/9	<a href="#">122</a>
<a href="#">8 部门公开控烟信息</a>	2013/10/12	<a href="#">122</a>
<a href="#">市民跨省买百条香烟被缴 回应称执法有法律依据</a>	2013/2/6	<a href="#">120</a>
<a href="#">普京签反吸烟法 俄机关学校医院等全面禁烟</a>	2013/2/26	<a href="#">117</a>
<a href="#">千万富翁改行开公交车 成功戒酒戒烟戒赌(图)</a>	2013/8/22	<a href="#">273</a>



<a href="#">85%受访者支持“黑肺烂牙”上烟盒</a>	2013/1/3	<a href="#">115</a>
<a href="#">烟企冠名评选青年领袖 控烟协会呼吁拒绝参与</a>	2013/5/30	<a href="#">115</a>
<a href="#">专家建议每天开窗 10 至 20 分钟</a>	2013/1/14	<a href="#">112</a>
<a href="#">烟草院士仍在院士名录中引争议</a>	2013/1/17	<a href="#">110</a>
<a href="#">高校烟草科研 7 成由烟草公司赞助</a>	2013/5/31	<a href="#">108</a>
<a href="#">广州将在世界无烟日停售香烟 可不下架但须遮挡</a>	2013/5/31	<a href="#">105</a>
<a href="#">月缴 1.8 万,公积金咋成福利的“筐”?</a>	2013/5/30	<a href="#">105</a>
<a href="#">天价公积金不能止于清退</a>	2013/6/8	<a href="#">105</a>
<a href="#">2014 年起动车将现“天价烟”:抽 1 支罚 2 千</a>	2013/12/25	<a href="#">103</a>
<a href="#">冯喆成政协委员提案禁毒禁烟 邹凯太忙没空做提案</a>	2013/1/11	<a href="#">103</a>
<a href="#">中国控烟规划被指未提减少烟草供应</a>	2013/2/22	<a href="#">103</a>
<a href="#">湖北公安县摊派烟酒销售任务 完不成任务扣工资</a>	2013/10/23	<a href="#">99</a>
<a href="#">俄杜马通过史上最严禁烟法案 全面禁止烟草广告</a>	2013/1/26	<a href="#">99</a>
<a href="#">禁止烟草广告 世卫给中国打 0 分</a>	2013/12/4	<a href="#">99</a>
<a href="#">“跨省购 105 条香烟自用遭收缴”续:烟草局归还</a>	2013/2/10	<a href="#">97</a>
<a href="#">“烟草院士”当选程序调查组成员身份遭质疑</a>	2013/2/19	<a href="#">97</a>
<a href="#">故宫将建“无烟紫禁城”</a>	2013/4/18	<a href="#">94</a>
<a href="#">长春现“吸烟”鳄龟 每天要抽 10 多支香烟(图)</a>	2013/7/2	<a href="#">94</a>
<a href="#">媒体称政府卖烟控烟扮双重角色 致市场左右互搏</a>	2013/5/16	<a href="#">92</a>
<a href="#">京版控烟条例细则正在探讨:含罚款标准及过渡期问题</a>	2013/12/31	<a href="#">92</a>
<a href="#">明年起动车上吸烟最高罚 2000 缺陷列车需召回</a>	2013/12/30	<a href="#">92</a>
<a href="#">控烟协会致函工程院 请撤烟草院士</a>	2013/2/5	<a href="#">90</a>
<a href="#">故宫 600 年来首次全面禁烟 员工吸烟扣部门奖金</a>	2013/5/19	<a href="#">90</a>
<a href="#">“低害卷烟”争议的真相</a>	2013/2/20	<a href="#">90</a>
<a href="#">中国第一低害香烟品牌借科研成果炒作低焦减害涉嫌欺诈</a>	2013/5/30	<a href="#">90</a>
<a href="#">京出台戒烟鼓励政策 戒烟药拟纳入医保</a>	2013/5/20	<a href="#">90</a>
<a href="#">要求干部带头禁烟凸显微管理思维</a>	2013/12/30	<a href="#">90</a>
<a href="#">烟草广告进新媒体现法律漏洞 控烟人士吁修改广告法</a>	2013/5/27	<a href="#">88</a>
<a href="#">专家称烟草消费税全部缴中央致地方控烟不积极</a>	2013/2/4	<a href="#">88</a>
<a href="#">数十位法学家联名倡议国家为控烟立法</a>	2013/1/28	<a href="#">88</a>
<a href="#">延安烟草局 5 名领导配 8 辆公车 局长配豪车超标</a>	2013/4/18	<a href="#">88</a>
<a href="#">俄罗斯最严格禁烟令生效 政府向烟民“宣战”</a>	2013/6/3	<a href="#">88</a>
<a href="#">90 位政协委员倡议撤走会场烟灰缸</a>	2013/3/6	<a href="#">86</a>
<a href="#">故宫 18 日起全面禁烟 违反禁烟规定人员将被严惩</a>	2013/5/20	<a href="#">86</a>
<a href="#">25%小学生帮父母买过烟</a>	2013/5/2	<a href="#">84</a>
<a href="#">世界无烟日:广州今天全城不卖烟</a>	2013/5/31	<a href="#">84</a>
<a href="#">深圳禁烟区吸烟不听劝阻拒不改正要罚 500 元引争议</a>	2013/5/15	<a href="#">81</a>
<a href="#">中国签署《消除烟草制品非法贸易议定书》</a>	2013/1/10	<a href="#">79</a>
<a href="#">珠海烟草局违规百万购豪车 超规定价格 2 倍</a>	2013/7/19	<a href="#">79</a>
<a href="#">2013 年高校无烟环境暗访报告出炉 吸烟重灾区是食堂</a>	2013/9/12	<a href="#">77</a>
<a href="#">老妇一生抽 6 万支香烟 102 岁生日时决定戒烟</a>	2013/2/19	<a href="#">77</a>
<a href="#">俄土豪赠女友电子香烟 镶 246 颗钻价值 55 万英镑</a>	2013/10/24	<a href="#">77</a>





<a href="#">今日广州全城禁止售烟</a>	2013/5/31	<a href="#">75</a>
<a href="#">明年起乘动车抽烟最高可罚 2000 元</a>	2013/12/30	<a href="#">75</a>
<a href="#">赴韩中国游客街头吸烟引当地人不满 展开香烟战争</a>	2013/10/10	<a href="#">75</a>
<a href="#">故宫近六百年首次全面禁烟 摄像头增查禁烟</a>	2013/5/19	<a href="#">75</a>
<a href="#">湖北村镇官员否认摊派香烟 称以爱国精神引导消费</a>	2013/10/30	<a href="#">75</a>
<a href="#">网吧、餐厅等室内公共场所拟全面禁烟</a>	2013/12/13	<a href="#">75</a>
<a href="#">吉林烟草公司高管月公积金缴存 1.4 万</a>	2013/5/27	<a href="#">73</a>
<a href="#">天价公积金岂能“清退”了事</a>	2013/6/3	<a href="#">73</a>
<a href="#">沛县烟草违规香烟鉴定真伪后处罚</a>	2013/2/5	<a href="#">73</a>
<a href="#">控烟专家:中国若控制不力 吸烟致死人数将翻倍</a>	2013/6/1	<a href="#">73</a>
<a href="#">中国 12 年后或将成为肺癌第一大国 吸烟系主因</a>	2013/11/17	<a href="#">73</a>
<a href="#">我国 12%的男性死亡归因于烟草使用</a>	2013/12/12	<a href="#">73</a>
<a href="#">中国控烟协会举报江西中烟借谢师宴促销烟草</a>	2013/7/22	<a href="#">72</a>
<a href="#">机关单位室内 PM2.5 为中度污染 领导吸烟率高</a>	2013/8/30	<a href="#">72</a>
<a href="#">北京控烟条例有望明年通过审议</a>	2013/12/19	<a href="#">72</a>
<a href="#">男子为实现戒烟戒酒愿望故意盗窃欲进监狱</a>	2013/5/20	<a href="#">72</a>
<a href="#">“公务活动禁烟”入法</a>	2013/5/17	<a href="#">72</a>
<a href="#">中央要求领导干部带头禁烟</a>	2013/12/30	<a href="#">72</a>
<a href="#">9 岁童和爸爸签“戒烟合同”(图)</a>	2013/2/23	<a href="#">70</a>
<a href="#">故宫首次全面禁烟 不听劝将移送公安部门</a>	2013/5/19	<a href="#">70</a>
<a href="#">“25 万元端午福利”是一场“误会”?</a>	2013/6/10	<a href="#">70</a>
<a href="#">黄洁夫:“烟草院士”让国家形象受损</a>	2013/8/15	<a href="#">70</a>
<a href="#">我国去年七成热播影视剧有烟草镜头</a>	2013/6/19	<a href="#">68</a>
<a href="#">吉林烟草老总公积金账户余额超百万 五高管平均 70 万</a>	2013/6/1	<a href="#">68</a>
<a href="#">印度烟民乱吐“强酸口水” 致豪拉大桥面临垮塌危险</a>	2013/1/21	<a href="#">66</a>
<a href="#">中国消费近四成世界烟草</a>	2013/12/12	<a href="#">66</a>
<a href="#">“控烟条例”有望明年通过审议</a>	2013/12/19	<a href="#">66</a>
<a href="#">俄总统普京 25 日正式签署批准公共场所禁烟法案</a>	2013/2/26	<a href="#">65</a>
<a href="#">萧敬腾戒 10 年烟瘾:小学三年级就开始抽</a>	2013/12/12	<a href="#">65</a>
<a href="#">12 个“大檐帽”能管住一根烟吗?</a>	2013/5/27	<a href="#">65</a>
<a href="#">6000 家机构承诺拒绝烟草赞助</a>	2013/6/1	<a href="#">65</a>
<a href="#">中国半数县将统计吸烟率 控烟行动实效待监测</a>	2013/8/20	<a href="#">65</a>
<a href="#">故宫今起全面禁烟 不听劝阻将可能移送公安部门</a>	2013/5/18	<a href="#">63</a>
<a href="#">故宫“禁火”第一天:截下打火机八千多</a>	2013/8/20	<a href="#">63</a>
<a href="#">小学男生喜欢叼根“烟”?小卖部热销烟形糖(图)</a>	2013/1/21	<a href="#">63</a>
<a href="#">胡鞍钢建议烟草专卖局转变为国家控烟局</a>	2013/1/28	<a href="#">63</a>
<a href="#">个别烟企盗用学会名义虚假宣传</a>	2013/1/17	<a href="#">63</a>
<a href="#">五招应对 PM2.5:宅在家里 少抽点烟 关好门窗</a>	2013/1/28	<a href="#">63</a>
<a href="#">纽约提出两项严控烟草法案</a>	2013/3/19	<a href="#">63</a>
<a href="#">凌成兴任国家烟草专卖局局长、党组书记</a>	2013/5/15	<a href="#">63</a>
<a href="#">世卫组织:世界 1/3 人口得到有效禁烟措施保护</a>	2013/7/11	<a href="#">63</a>
<a href="#">金正恩被曝已生子 公开场合抽烟遭指责</a>	2013/1/8	<a href="#">62</a>



<a href="#">乘客列车车厢内吸烟最高罚两千</a>	2013/9/7	<a href="#">62</a>
<a href="#">西湖志愿者捡 7000 多枚烟头 拼写“无烟西湖”</a>	2013/10/3	<a href="#">62</a>
<a href="#">小学生食“烟仔”吓死爸妈</a>	2013/2/1	<a href="#">60</a>
<a href="#">151 单位室内 PM2.5 平均值破百</a>	2013/8/30	<a href="#">60</a>
<a href="#">德法院裁定故意向人吐烟属人身伤害</a>	2013/9/19	<a href="#">60</a>
<a href="#">《铁路安全管理条例》解读:动车上吸烟最高罚 2000 元</a>	2013/10/21	<a href="#">60</a>
<a href="#">胡鞍钢:“烟草专卖保证财政收入目标”成为控烟阻力</a>	2013/1/26	<a href="#">58</a>
<a href="#">菲律宾开征烟酒“罪恶税”收入用于医疗卫生领域</a>	2013/1/5	<a href="#">58</a>
<a href="#">烟草公司宣传中草药成分“减害又降焦”被指欺诈公众</a>	2013/3/22	<a href="#">58</a>
<a href="#">深圳控烟条例出台 10 年未开一张罚单</a>	2013/12/27	<a href="#">58</a>
<a href="#">世卫组织呼吁全面禁止烟草广告</a>	2013/5/29	<a href="#">57</a>
<a href="#">世卫组织呼吁禁止烟草广告 保护青年人免受危害</a>	2013/5/31	<a href="#">57</a>
<a href="#">吸烟致癌谎言论不可信 专家:警惕美化烟草言论</a>	2013/5/23	<a href="#">57</a>
<a href="#">我国拟规定室内公共场所 100%禁烟 多地禁烟令执行难</a>	2013/12/14	<a href="#">57</a>
<a href="#">八成肺癌患者肺是黑的 二手烟及厨房油烟危害大</a>	2013/3/20	<a href="#">55</a>
<a href="#">禁止烟草赞助别成嘴上风暴</a>	2013/5/31	<a href="#">55</a>
<a href="#">专家揭批烟草业把卷烟描绘成“万灵药”请孔子装儒风</a>	2013/3/22	<a href="#">55</a>
<a href="#">烟草致死人数升至 140 万/年</a>	2013/7/5	<a href="#">55</a>
<a href="#">调查显示我国约 75%高校无烟环境不及格</a>	2013/9/12	<a href="#">54</a>
<a href="#">世卫组织报告:每 6 秒有一人死于烟草 或将危及 10 亿人</a>	2013/7/11	<a href="#">54</a>
<a href="#">中国烟草控制规划发布 公共场所禁烟无立法引争议</a>	2013/2/24	<a href="#">54</a>
<a href="#">五旬女士吸二手烟患上肺癌</a>	2013/1/12	<a href="#">54</a>
<a href="#">今日广州停售香烟一天 广州城管委回应网友质疑</a>	2013/5/31	<a href="#">54</a>
<a href="#">禁烟草企业捐款?烟草公益不应一棍打死</a>	2013/5/31	<a href="#">54</a>
<a href="#">对违规吸烟者 可以拍照取证</a>	2013/5/3	<a href="#">54</a>
<a href="#">卫计委:将推动领导干部带头禁烟</a>	2013/8/24	<a href="#">54</a>
<a href="#">中国控烟协会建议禁止网上购烟行为</a>	2013/8/6	<a href="#">52</a>
<a href="#">烟草局:规范住房公积金缴纳 治理超标车辆</a>	2013/12/2	<a href="#">52</a>
<a href="#">俄富豪赠女友镶 246 颗钻电子香烟 价值 543 万</a>	2013/10/23	<a href="#">52</a>
<a href="#">世卫组织呼吁各国实施最高级控烟措施</a>	2013/7/2	<a href="#">52</a>
<a href="#">淘宝网店借“烟标”幌子出售香烟 卖家叮嘱:别留好评</a>	2013/9/18	<a href="#">52</a>
<a href="#">女职员被办公室老烟枪逼至辞职 撒娇吵架都没用</a>	2013/10/23	<a href="#">52</a>
<a href="#">专家称部分消费税征税项目将提高 烟草有大空间</a>	2013/11/20	<a href="#">52</a>
<a href="#">陈发树诉红塔二审开庭 要求追加中烟为第三人</a>	2013/4/28	<a href="#">51</a>
<a href="#">吉林 5 名烟草高管超缴 233 万公积金已清退</a>	2013/6/3	<a href="#">51</a>
<a href="#">我国戒烟者复吸率达 30%</a>	2013/11/18	<a href="#">51</a>
<a href="#">世界无烟日:“小烟枪”遍布全球【组图】【11】</a>	2013/5/31	<a href="#">51</a>
<a href="#">中国女性吸烟率达到 2.4% 人数近 1300 万</a>	2013/5/31	<a href="#">51</a>
<a href="#">港媒:中国拟对香烟价格设定上限打击“天价烟”腐败</a>	2013/4/29	<a href="#">51</a>
<a href="#">重庆广东联手破获特大制贩假烟案 涉案金额近亿元</a>	2013/5/23	<a href="#">51</a>
<a href="#">烟草公司宣称低危害被消费者起诉 控烟专家出庭作证</a>	2013/8/29	<a href="#">51</a>



中国人民大学 **公共传播** 研究所  
RENMIN University of China Public Communication Institute

<a href="#">调查称北京近半烟民望戒烟 药物贵难走医保</a>	2013/11/18	<a href="#">51</a>
<a href="#">“禁烟令”下涉烟类股票重挫 电子烟有望“上位”？</a>	2013/12/31	<a href="#">51</a>