# 中国公共卫生与烟草控制议题监测

# 月度分析报告

2014-10

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

2014 年 11 月 16 日

# 目录

第一章 研究主要发现及结论.....2
1.1 议题的总体分布趋势及分析.....2
1.2 烟草控制议题传播模式分析.....3
第二章 研究报告正文.....5
2.1 议题的总体分布趋势及分析.....5
2.1.1 控烟议题报道时间分布趋势.....5
2.1.2 总体议题的结构分析.....7
2.1.3 烟草控制一级议题分布.....7
2. 2 控烟议题的传播模式分析.....9
2.2.1 信源：谁在说.....9
2.2.2 信道：媒体渠道.....10
2.2.3 信宿：对谁说.....11
2.2.4 体裁.....12
2.2.5 自主性.....12
2.2.6 报道调性.....13
2. 3 控烟重点议题分析.....14
2.3.1 重点报道标题列表.....14
2.3.2 烟草与健康议题结构分析.....15
2.3.3 控烟报道的文本分析：怎么说.....16
2. 4 烟草行业输出议题析.....17
2.4.1 重点报道标题列表.....17
2.4.2 烟草行业重点议题.....17
附件.....19
附件 1：月度研究主要编码表（2014 年）.....19
附件 2：2014 年 10 月监测研究重点报道标题列表.....21

# 第一章 研究主要发现及结论

## 1.1 议题的总体分布趋势及分析

- 2014 年 10 月，研究监测获得中国公共卫生与烟草控制议题以及烟草行业输出议题的相关报道总量共计 1167 条，删去重复报道后共计 266 条，平均转载率为 4.4 次/条。
- 本月的控烟新闻报道数量和转载量都比较低。对比 2014 年 1-9 月数据，在其他报道淡月里报道量也都在 2000-3000 条，但本月仅有 1167 条。对比 2012（1666 条）、2013 年（3662 条）10 月的数据，本月的报道总量也是这三年里最低的一个。
- 本月缺乏全国性、中央媒体的控烟报道，但一些地方性的小细节或其他时候不突出的“盲点”开始显现，比如单位或组织的控烟宣传、其他行业类媒体的关注，这些报道在某种程度上也为控烟传播提供了多样的思路。
- 本月，控烟相关报道占 81.4%，烟草行业相关报道的比例占 14.8%，两者均涉及的报道占 3.8%。抽样结果显示，控烟报道的平均转载率为 4.7 次/条，烟草行业报道的平均转载率为 3.8 次/条。
- 监测结果显示，首发报道数量最多的议题依次是“无烟场所”和“无烟立法”，“青少年控烟”议题的平均转载率最高。

- 本月“无烟场所”的报道重点在“无烟范围”和“效果监测”。值得一提的是，由于大众媒体对控烟议题的“冷落”，一些单位或组织媒体的作用便突显了出来。

## 1.2 烟草控制议题传播模式分析

- **信源（谁在说）**：官方控烟机构和卫生主管部门的报道最多，公共组织与场所为信源的报道平均转载率最高。
- **信道（传播渠道）**：都市类媒体首发报道最多，且报道平均转载率最高。同时本月地方官媒和其他媒体的报道占比有所上升，这跟本月报道中无大范围的公共热点事件，控烟议题偏地方性不无关系。
- **信宿（对谁说）**：“机构与场所”和“烟民”是主要倡导对象。本月地方性单位或组织成为关注对象，报道中多出现对其进行倡导：遵守无烟法规、建设无烟环境。
- **体裁：**消息体裁的报道数量占比最大，且平均转载率最高。本月没有突出的争议事件或公共事件发生，各类控烟议题的事实层面陈述较多，因此平铺直叙的豆腐块消息最多，同时缺乏相应的评论和深度报道。
- **自主性**：本月政府或控烟组织输出的报道数量和报道的平均转载率皆高于被动输出的数值。本月 控烟议题在媒体议程中分量并不重，媒体关注点并不多。控烟议题缺乏强劲的传播势能，因为信息的零散难以形成聚焦点吸引媒体的关注。
- **报道调性：**在报道调性上，积极调性报道所占的比例上升较大（24%），消

极和中性调性的报道下降较多。本月虽然没有核心的控烟关注重点，但从各方发出的报道来看，整体来说控烟事业的进程是积极的。

- **图表数据及详细分析见报告正文。**

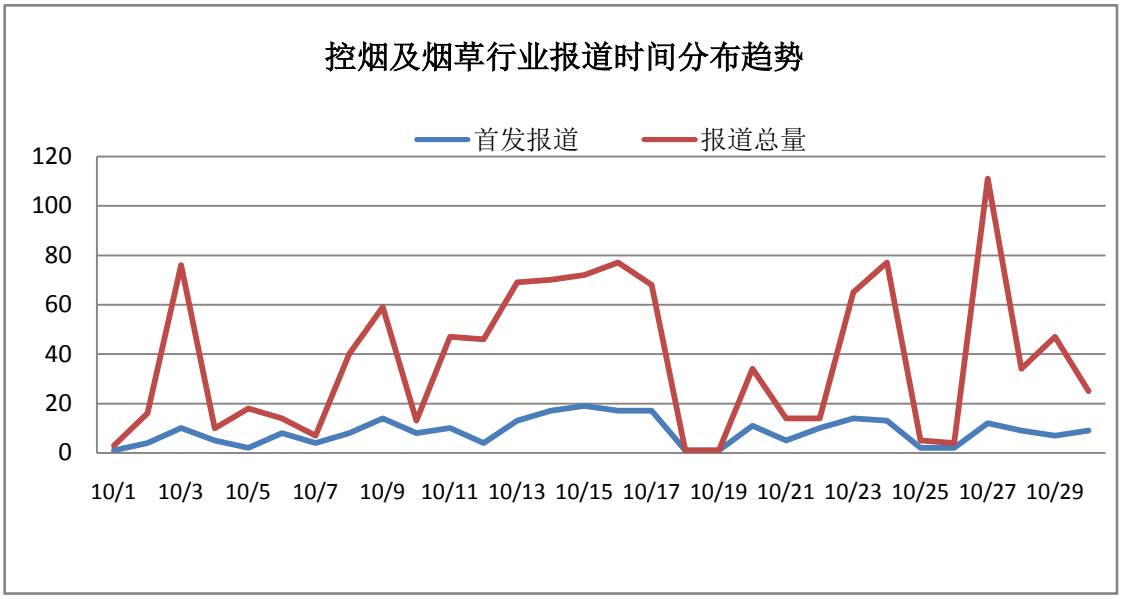
# 第二章 研究报告正文

## 2.1 议题的总体分布趋势及分析

### 2.1.1 控烟议题报道时间分布趋势

2014 年 10 月，研究监测获得中国公共卫生与烟草控制议题以及烟草行业输出议题的相关报道总量共计 1167 条，删去重复报道后共计 266 条，平均转载率为 4.4 次/条。

控烟及烟草行业报道量变化的时间分布趋势如下：




从分布趋势图可以看出，本月出现了若干个报道高峰，但反之也可以说本月没有报道高峰，只有数量上的起伏，没有重点突出的事件。

再从本月监测数据来看，对比 2014 年 1-9 月数据，在其他报道淡月里报道量也都在 2000-3000 条，但本月仅有 1167 条。对比 2012（1666 条）、2013 年（3662 条）10 月的数据，本月的报道总量也是这三年里最低的一个。

今年上半年，借着 中央“禁烟令”的传播之势，控烟议题出现了多个热点公共事件，报道数量也比较可观。但高曝光量也意味着低关注度将随之而来，从今年 7 月起即可见此趋势。若非没有突出事件的发生（如 8 月的《广告法》修订、9 月的飞机上吸烟），控烟议题的报道呈现出疲软态势。本月的报道正是这种疲软态势的表现，这既是因为本月无热点事件发出，也是因为传播势能高峰后带来的低潮。

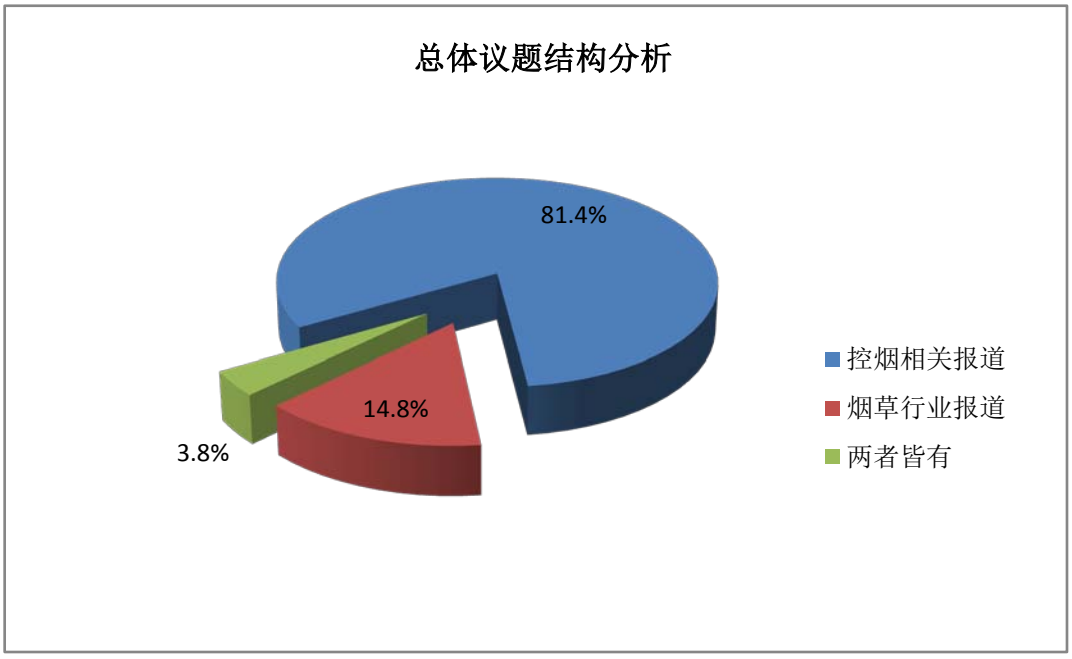
传播势能在一定时间内是不可避免会起伏的，能量爆发后会有平缓时期，需要积聚力量再次上升。因此，研究团队认为，避免疲软态势的方法不妨从热点事件出发，结合特定时间点、热点事件设置议题。比如，在 10 月里，可以结合国庆假期倡导“无烟景区”、文明出行，但本月报道中仅有西湖景区在此期间有捡烟头的志愿行动。也许这仍然难与中央出令等事件的传播势能相上下，但至少可以做到缓解或避免控烟议题的疲软态势。

本月报道的另一特点是，因为全国性大媒体报道的缺乏，一些地方性的小细节或其他时候不突出的“盲点”开始显现，比如单位或组织的控烟宣传、其他行业类媒体的关注，这些报道在某种程度上也为控烟传播提供了多样的思路。

### 2.1.2 总体议题的结构分析

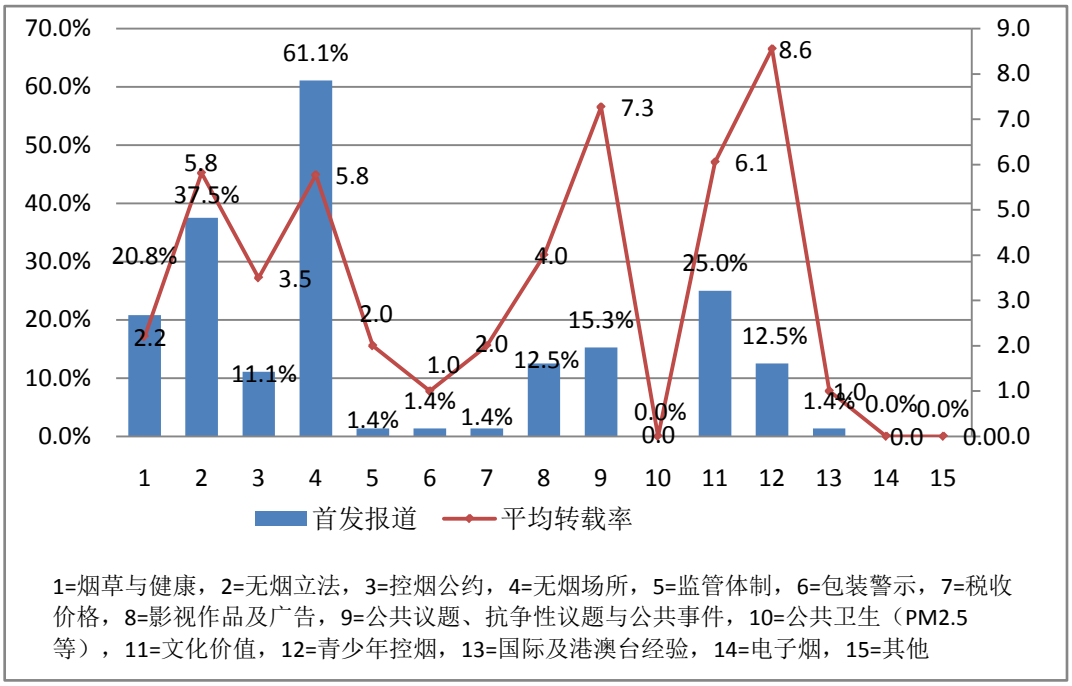
本月，控烟相关报道占 81.4%，烟草行业相关报道的比例占 14.8%，两者均涉及的报道占 3.8%。抽样结果显示，控烟报道的平均转载率为 4.7 次/条，烟草行业报道的平均转载率为 3.8 次/条。

除去前文所述的报道总量低，报道的平均转载率低也说明控烟议题的疲软态势。




### 2.1.3 烟草控制一级议题分布

本监测研究将控烟议题分为十五类类，对监测获得的控烟相关报道进行了十五类一级议题的编码分析，得出的结构分布如下图所示：




1=烟草与健康，2=无烟立法，3=控烟公约，4=无烟场所，5=监管体制，6=包装警示，7=税收价格，8=影视作品及广告，9=公共议题、抗争性议题与公共事件，10=公共卫生（PM2.5等），11=文化价值，12=青少年控烟，13=国际及港澳台经验，14=电子烟，15=其他

监测结果显示，首发报道数量最多的议题依次是“无烟场所”和“无烟立法”，“青少年控烟”议题的平均转载率最高。

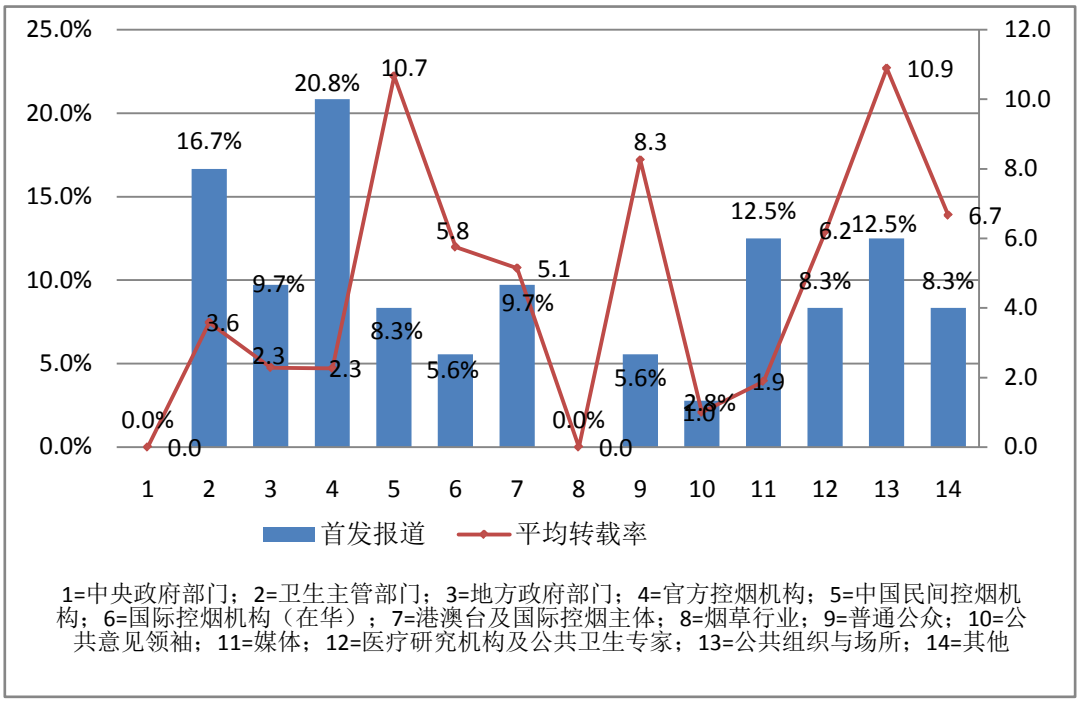
本月“无烟场所”与“无烟立法”议题虽然仍然相联接，但并不十分紧密。本月“无烟场所”的报道重点在“无烟范围”和“效果监测”。值得一提的是，由于大众媒体对控烟议题的“冷落”，一些单位或组织媒体的作用便突显了出来，典型报道如，《华电襄阳市三道河水力发电站积极开展戒烟活动》、《[广西]南宁市交通运输局召开客运站禁烟工作布置会议-广西-中华...》、《浙江:秀洲区公路管理局多举措打造无烟环境 树立健康形象_中国公路网》。这些报道的特点是：地方性强、组织小、重宣传。这类报道虽多为宣传豆腐块稿，但报道调性往往是积极的，有利于推进控烟事业。因此，研究团队认为，控烟组织每年在进行媒体倡导时或可考虑增加地方媒体的比例，由地方媒体再对这些单位进行倡导；另外，

由于中国的政府组织机构多为自上而下的形式，控烟组织或可考虑与某一单位或组织的全国性总机构多进行合作、互动，由上而下来推进控烟事业的向下渗透。

## 2. 2 控烟议题的传播模式分析

### 2.2.1 信源：谁在说

本监测研究对控烟议题的信息输出主体即信源进行了统计分析，以了解控烟议题输出结构的现状和不足，结果如下图所示：



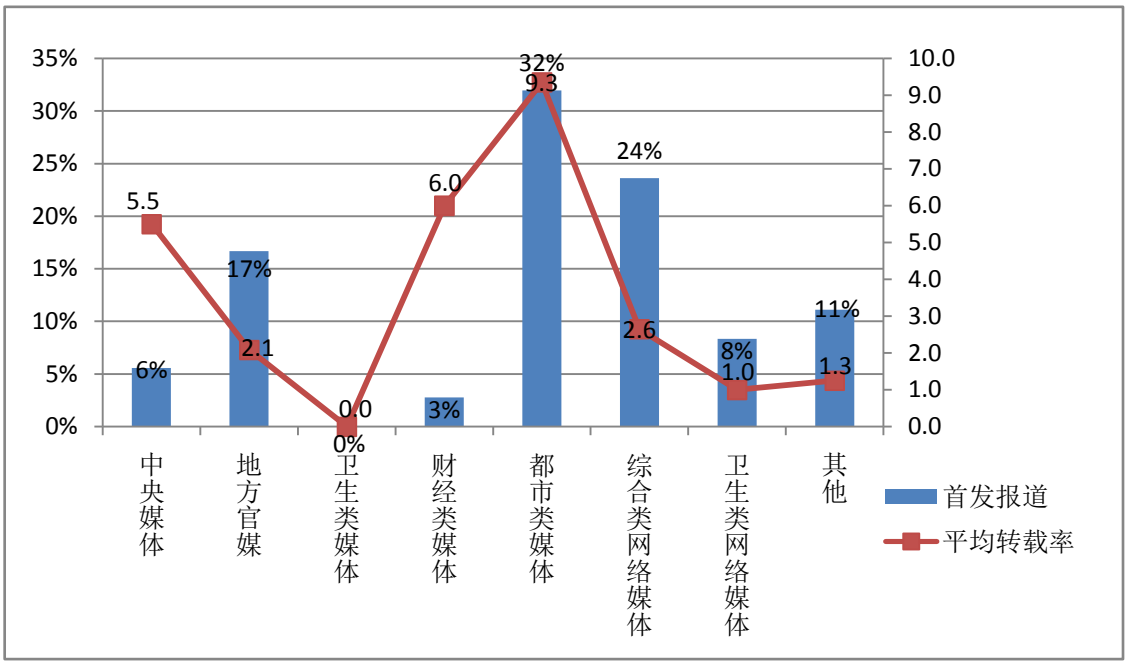

监测表明，官方控烟机构和卫生主管部门的报道最多，公共组织与场所为信源的报道平均转载率最高。

本月公共组织与场所为信源的报道平均转载率最高与前文所述的单位或组织媒体的作用相呼应。这样的报道作用往往多在于为单位树形象，为领导增业绩，可能使得形式大于内容。但即使是形式，经过多次重复后，也能增加信息在受众

心中的认知度。值得思考的是，应当如何提高这类报道的信息的有效传递，使得形式与内容相辅相成?

### 2.2.2 信道：媒体渠道

基于输出控烟报道的媒体现状，研究对信道的分类进行了进一步细分，将媒体渠道分为八类并进行了统计分析，结果如下图所示：



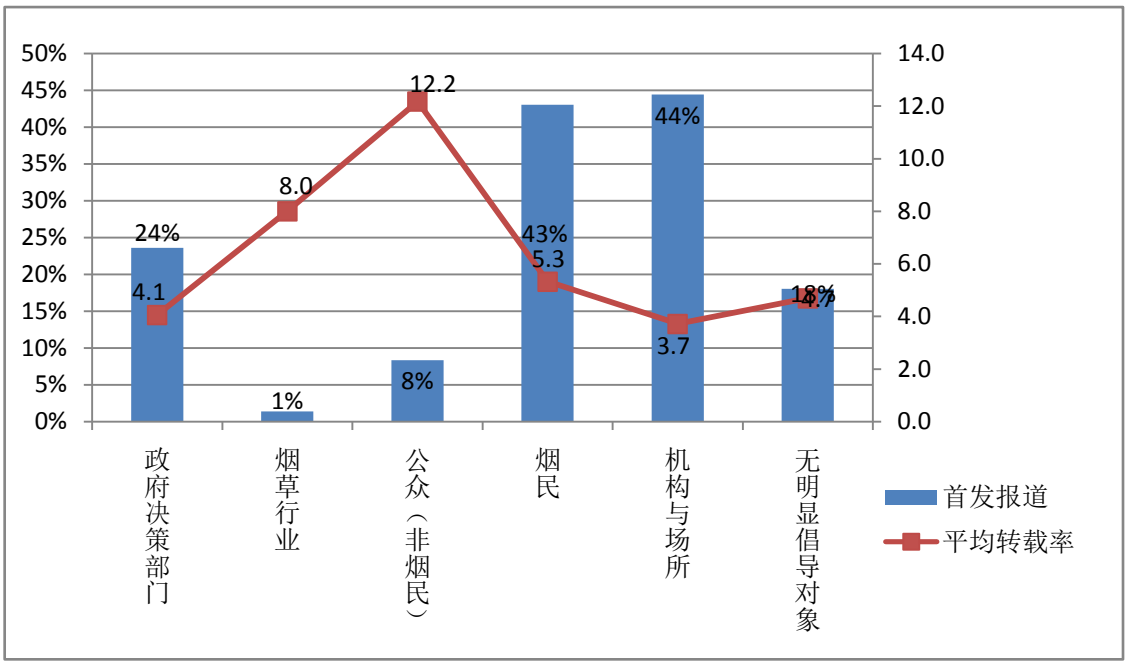

在媒体渠道的首发报道上，都市类媒体首发报道最多，且报道平均转载率最高。同时本月地方官媒和其他媒体的报道占比有所上升，这跟本月报道中无大范围的公共热点事件，控烟议题偏地方性不无关系。

此外，卫生类网络媒体和其他类媒体的比例有所上升。本月卫生类网络媒体表现相对较为突出，一是卫生部门官方网站刊登各地区控烟工作的开展，如《开

展控烟工作专项检查 - 北京卫生监督网》，二是医药卫生网刊登控烟相关内容，如医学论坛网的专题《什么样的方式更有益于控烟?》。

### 2.2.3 信宿：对谁说

本监测研究将控烟议题的重点倡导对象分为“政府决策部门”、“烟草行业”、“公众（非烟民）”、“烟民”、“机构与场所”、“无明显倡导对象”等七类，编码分析如下：



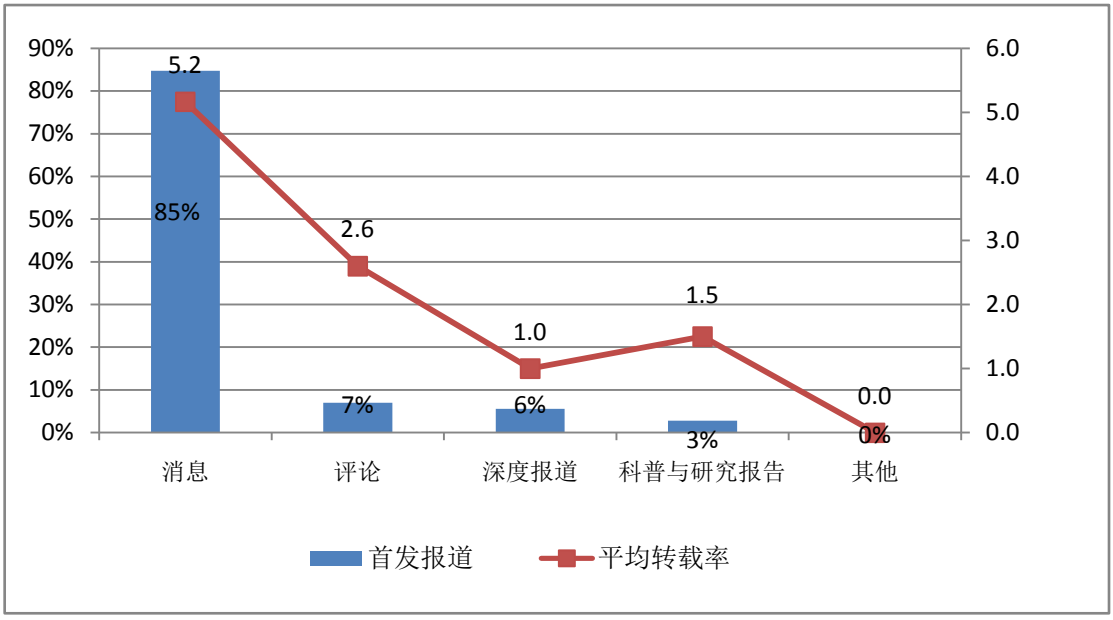

本月监测中，“机构与场所”和“烟民”是主要倡导对象，报道《学校门口成禁烟“盲区”》拉高了公众（非烟民）倡导的平均转载率。

对“机构与场所”和“烟民”的倡导与本月“无烟场所”议题中“效果监测”报道相呼应，本月地方性单位或组织成为关注对象，报道中多出现对其进行倡导：遵守无烟法规、建设无烟环境，如“各控烟相关部门要依据条例实施细则

制定出控烟年度规划，并按照规划严格执行”（《兰州“网格化”控烟模式成全国亮点》）。

### 2.2.4 体裁

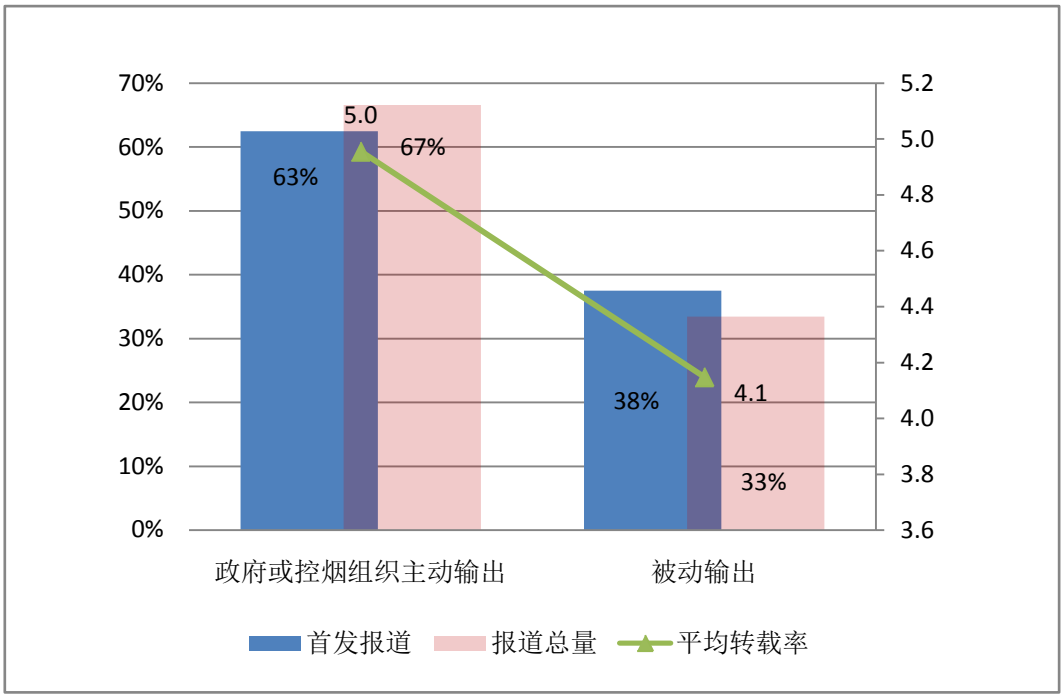
本监测研究将控烟议题呈现的体裁分为“消息”、“评论”等五类，编码分析如下：




监测数据显示，消息体裁的报道数量占比最大，且平均转载率最高。本月没有突出的争议事件或公共事件发生，各类控烟议题的事实层面陈述较多，因此平铺直叙的豆腐块消息最多，同时缺乏相应的评论和深度报道。

### 2.2.5 自主性

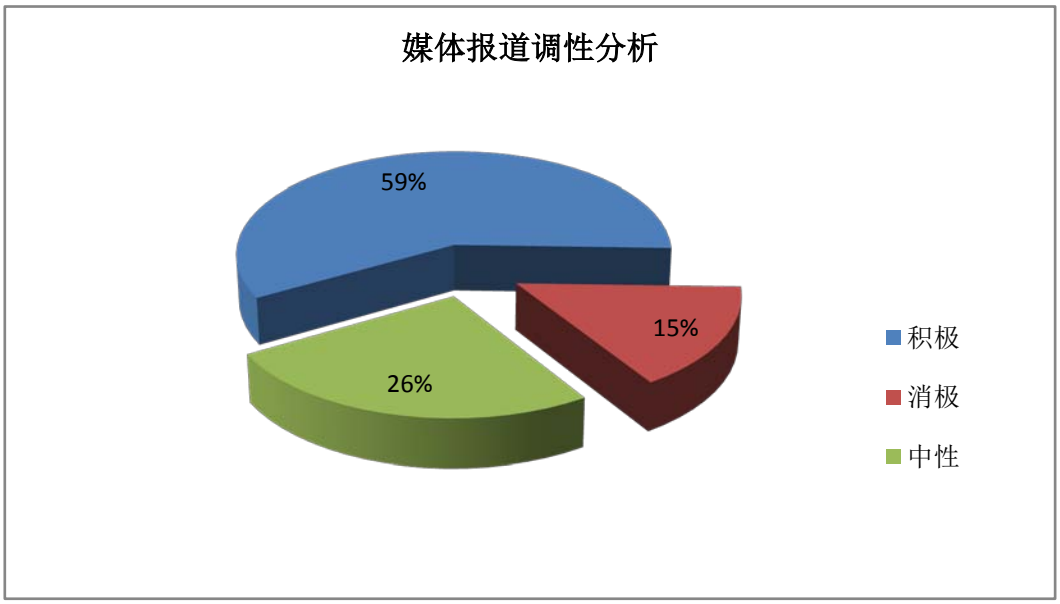
本监测研究进一步分析了控烟议题输出的主体，结果如下图所示：




本月政府或控烟组织输出的报道数量和报道的平均转载率皆高于被动输出的数值。本月控烟议题在媒体议程中分量并不重，媒体关注点并不多。控烟主体在控烟议题上的作用积极而明显，但各机构组织比较零散，自说自话，没有形成一致的主题或口号，总体来说，控烟议题缺乏强劲的传播势能，因为信息的零散难以形成聚焦点吸引媒体的关注。

### 2.2.6 报道调性

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带来积极乐观、消极悲观和中性等感受。




在报道调性上，本月积极调性报道的比例为 59%，消极调性报道的比例为 15%，中性调性的报道比例为 26%。

本月积极调性报道所占的比例上升较大（24%），消极和中性调性的报道下降较多。本月虽然没有核心的控烟关注重点，但从各方发出的报道来看，整体来说控烟事业的进程是积极的。

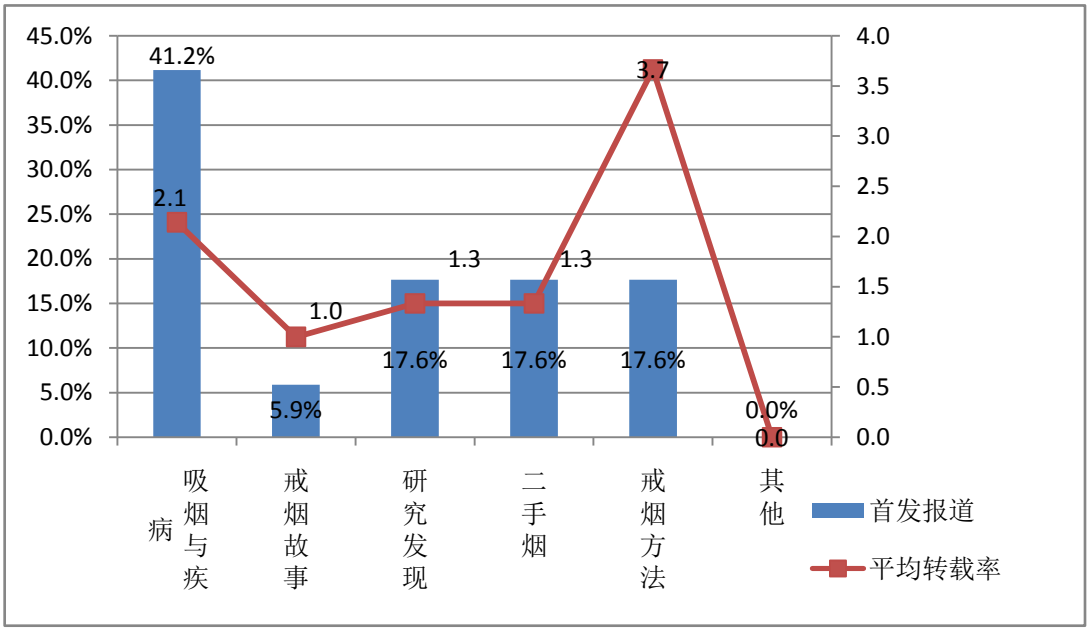
## 2. 3 控烟重点议题分析

### 2.3.1 重点报道标题列表

| 序号 | 标题 | 首发媒体 | 时间 | 转载 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 志愿者 3 小时在西湖捡 3200 个烟头去年 7000 个 | 现代金报 | 10/3 | 43 |
| 2 | 学校门口成禁烟“盲区” | 齐鲁晚报 | 10/15 | 30 |
| 3 | 伦敦或将在鸽子广场和所有公园实行全面禁烟 | 中国新闻网 | 10/16 | 24 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 4 | 兰州“网格化”控烟模式成全国亮点 | 兰州晨报 | 10/14 | 22 |
| 5 | 兰州控烟十个月烟味小了烟头少了 | 兰州晨报 | 10/13 | 18 |

### 2.3.2 烟草与健康议题结构分析



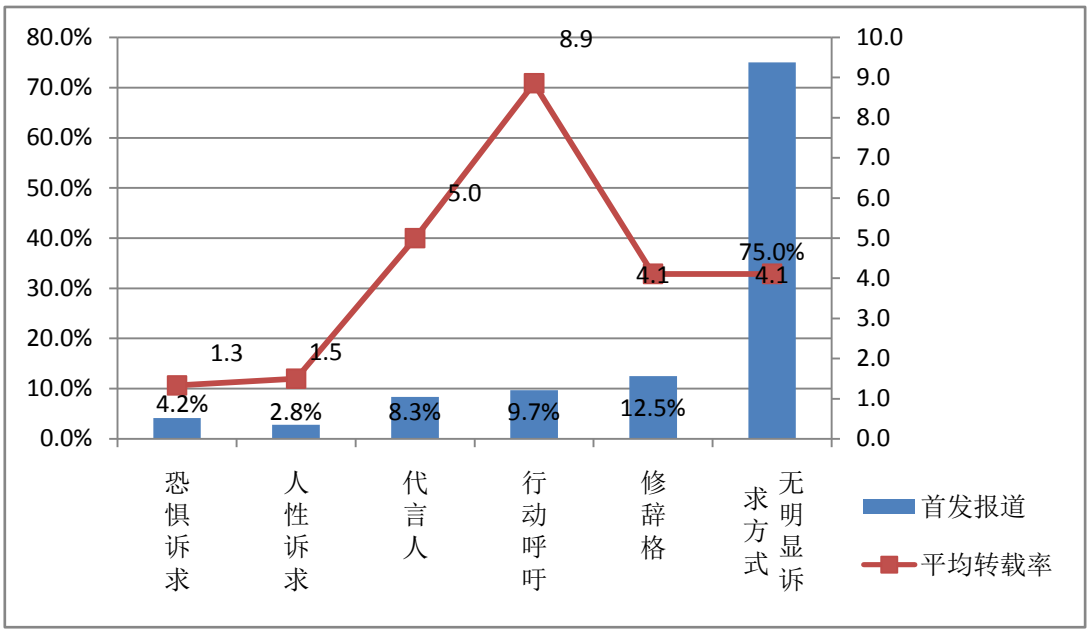

在本月的“烟草与健康”议题中，“吸烟与疾病”议题的报道数量最多，“二手烟”议题的报道平均转载率最高。

在此议题中，值得关注的是医学论坛网发出的专题《什么样的方式更有益于控烟?》，这篇报道以网页专题的形式，深入地解读了烟草危害、包装警示等信息，运用了恐惧诉求和代言人诉求，图文结合、排版清晰，在传播内容上有可取之处。从报道可以看出这一专题为世界卫生组织烟草或健康合作中心、中国控制吸烟协会医院控烟专业委员会、中国医学论坛报社合作专题，首先来说在这几个公共卫生组织中便可以形成一个话语同盟。但遗憾的是这篇报道转载次数并不高，影响不大，仅限于浏览该网站的人群中。同时，该专题收到了 2 条网友评论，其中网

友“相信”的回复可予启示，“让患者说话，让哪些饱受疾病折磨的吸烟患者开口，痛苦不仅来自躯体，更源于内心。假如每一个吸烟者在吸烟之初就知道肺癌的症状，接受种种检查的不适，接受各种治疗后的不良反应。展示慢阻肺的患者因肺功能下降出现种种生活的不便及每一次急性加重时的苦恼。这样才更有说服力。”

### 2.3.3 控烟报道的文本分析：怎么说

研究表明，在控烟文本中使用“恐惧诉求”、“人性诉求”、“代言人”、“行动呼吁”、“修辞格”、“无明显诉求方式”等手段能影响控烟传播的效果，对本月的控烟媒体报道文本进行分析，结果如下：




监测结果显示，无明显诉求方式的首发报道数量最多，行动呼吁的报道平均转载率最高。本月抽样数据中转载次数最高的报道《志愿者 3 小时在西湖捡 3200 个烟头 去年 7000 个》拉高了行动呼吁诉求的平均转载率，“游客们的素

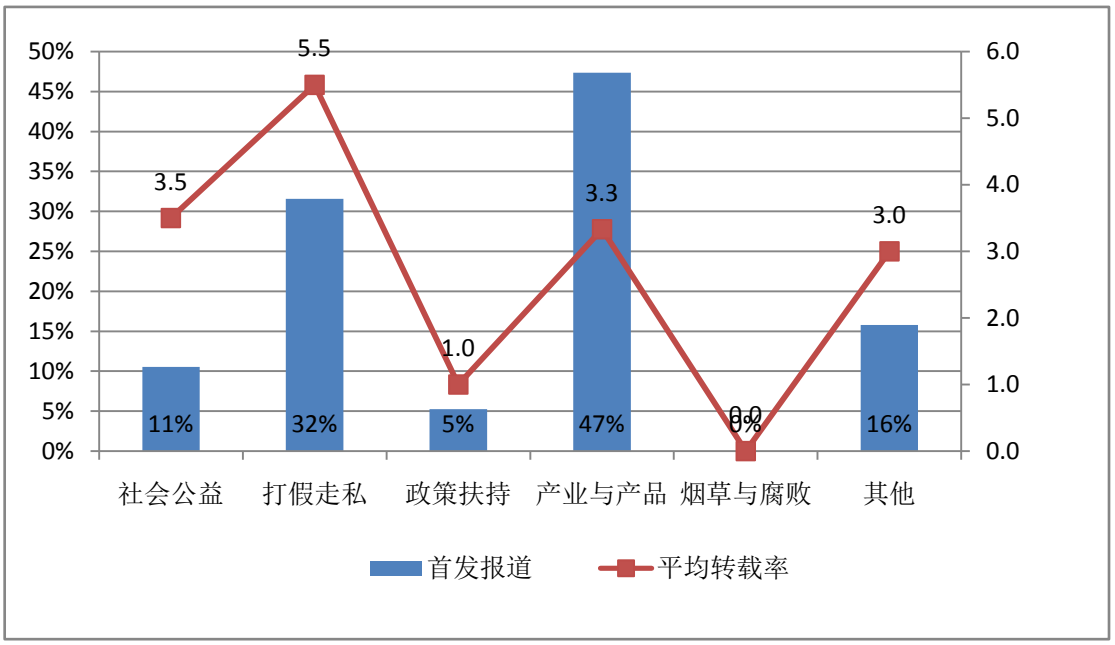
质在提高，西湖景区越来越干净了”一语出自景区工人，平凡的人平凡的诉求，也可以起到行动诉求的效果。

## 2. 4 烟草行业输出议题析

### 2.4.1 重点报道标题列表

| 序号 | 标题 | 首发媒体 | 时间 | 转载 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 小伙贩卖 4 万只“土匪烟”被现场抓获(组图) | 重庆晚报 | 10/23 | 23 |
| 2 | 美国骆驼香烟生产商宣布公司办公区域全面禁烟 | 环球网 | 10/23 | 8 |
| 3 | 全国烟草企业管理现场会在皖召开杨振超出席 | 安徽日报 | 10/29 | 7 |
| 4 | 烟草广告何以“潜入”小学 | 工人日报 | 10/14 | 6 |

### 2.4.2 烟草行业重点议题



与控烟议题一致的是，本月烟草行业议题中也没有突出的热点事件出现，“产业与产品”和“打假走私”是报道数量最多的议题，且“打假走私”议题的平均转载率最高。

与控烟事业中的“烟草与健康”议题一样，“产业与产品”和“打假走私”也是烟草行业老生常谈的话题了，但这类报道在议题中的比例一直较高，且报道的内容生动具体，是烟草行业拿手的报道话题，如“年轻人创业挣钱不是新鲜事，但 20 岁的小彭却不走正道，打起歪主意，傍起了‘土匪’”（《小伙贩卖 4 万只“土匪烟”被现场抓获(组图)》），“白露烟上架，金秋时节忙。白露过后，烟农们要赶在霜降之前，将最后的烟叶烤完。金秋十月，西海岸新区宝山街道的 1400 余亩黄烟进入采摘期。上世纪七十年代，宝山开始种植黄烟，是胶东地区最早种植黄烟的区域。今年烟叶的每公斤收购价达到了 32.8 元，收获的喜悦写在每一个烟农的脸上”（《西海岸新区黄烟迎采摘期 一亩烟草收入达 8000 元》）。

仅从传播角度来看，这样的内容的形式对于控烟议题来说是有可取之处的，比如个体形象的勾勒、故事情节的讲述、修辞方式的运用等。同前文所说医学论坛网专题中网友的评论一样，控烟议题也当从个体入手，真实可感的才能动人，能动人的才能有说服力。烟草行业擅用个体的经济收入来说事，控烟主体可以擅用个体的健康与危机来讲事实、传价值。

# 附件

## 附件 1：月度研究主要编码表（2014 年）

### 内容分析编码表 1：烟草控制议题分类表

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1=烟草与健康相关议题 | 2=无烟立法相关议题 | 3=控烟公约相关议题 | 4=无烟场所相关议题 |
| 5=监管体制相关议题 | 6=包装警示相关议题 | 7=税收价格相关议题 | 8=影视作品及广告相关议题 |
| 9=公共议题、抗争性议题与公共事件相关议题 | 10=公共卫生（PM2.5 等）相关议题 | 11=文化价值相关议题 | 12=青少年相关议题 |
| 13=港澳台及国际经验相关议题 | 14=电子烟相关议题 | 15=其他议题 | |

### 内容分析编码表 2：烟草行业相关议题分类表

| | | |
|---|---|---|
| 1=社会公益行为相关议题 | 2=打假走私相关议题 | 3=政策扶持相关议题 |
| 4=产业与产品相关议题 | 5=烟草与腐败相关议题 | 6=其他议题 |

### 内容分析编码表 3：主要二级议题分类表

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **控烟健康相关议题** | 1=吸烟与疾病 | 2=戒烟故事 | 3=研究发现 | 4=二手烟 | 5=戒烟方法 | 6=其他 |
| **控烟框架公约相关议题** | 1=公约介绍 | 2=履约情况 | 3=履约建议 | 4=国家形象 | | |
| **公共场所控烟议题** | 1=政策介绍 | 2=控烟范围 | 3=医疗机构 | 4=效果监测 | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **青少年控烟相关议题** | 1=身心健康 | 2=无烟学校 | 3=人际交往 | 4=心理与性格 | 5=烟草售卖 |

## 内容分析编码表 4：信源分类表

| | | |
|---|---|---|
| 1=中央政府部门[不含卫生部门] | 2=卫生主管部门 | 3=地方政府部门 |
| 4=官方控烟机构 | 5=中国民间控烟机构 | 6=国际控烟组织 |
| 7=港澳台及国外控烟主体 | 8=烟草行业 | 9=普通公众 |
| 10=公共意见领袖 | 11=媒体[自采自评] | 12=医疗机构 |
| 13=公共组织与场所 | 13=其他 | |

## 内容分析编码表 5：报道体裁分类表

| | | |
|---|---|---|
| 1=消息 | 2=评论 | 3=深度报道 |
| 4=科普与研究报告 | 5=其他 | |

## 内容分析编码表 6：信道分类表

| | | |
|---|---|---|
| 1=中央媒体 | 2=地方官媒 | 3=卫生类媒体 |
| 4=财经类媒体 | 5=都市类媒体 | 6=综合类网络媒体 |
| 7=卫生类网络媒体 | 8=其他 | |

## 内容分析编码表 7：诉求方式表

| | | |
|---|---|---|
| 1=恐怖诉求 | 2=人性诉求 | 3=代言人 |
| 4=行动呼吁 | 5=修辞格 | 6=无明显诉求方式 |

# 附件 2：2014 年 10 月监测研究重点报道标题列表

| 标题 | 日期 | 转载 |
|---|---|---|
| 志愿者 3 小时在西湖捡 3200 个烟头去年 7000 个 | 10/3 | 43 |
| 研究表明吸烟即触发肺癌潜伏期长达 20 年 | 10/27 | 34 |
| 中国烟草广告走进小学 10 个幼儿 9 人知道香烟品牌 | 10/11 | 33 |
| 学校门口成禁烟“盲区” | 10/15 | 30 |
| 网曝鹤壁烟草公司违规建办公楼 | 10/16 | 29 |
| 世界卫生组织敦请中国全面禁止烟草广告 | 10/9 | 24 |
| 伦敦或将在鸽子广场和所有公园实行全面禁烟 | 10/16 | 24 |
| 海峡两岸控烟与肺癌防治研讨会在北京召开 | 10/12 | 24 |
| 中联航乘客航班吸烟事件满月未有调查结果公布 | 10/13 | 23 |
| 小伙贩卖 4 万只“土匪烟”被现场抓获(组图) | 10/23 | 23 |
| 车站码头禁发生殖健康等广告 | 10/8 | 23 |
| 世界各国强推禁烟举措韩国发布大尺度禁烟海报 | 10/24 | 22 |
| 兰州“网格化”控烟模式成全国亮点 | 10/14 | 22 |
| 济南街头首现路边吸烟亭内设专门座椅与烟灰桶 | 10/12 | 20 |
| 美最大烟草商向社会规范低头颁布室内禁烟令 | 10/24 | 18 |
| 兰州控烟十个月烟味小了烟头少了 | 10/13 | 18 |
| 近半深圳烟民不打算戒烟 | 10/27 | 18 |
| 重庆一车用塑料布包裹 16 吨烟叶非法运输被查 | 10/27 | 17 |
| 澳门所有娱乐场的公众博彩区 6 日起全面禁烟 | 10/5 | 17 |
| 印度规定香烟包装需大幅增加警告文字业者反对 | 10/17 | 16 |
| 世卫组织呼吁中国禁止烟草 | 10/14 | 16 |
| 国庆长假杭州一群大学生志愿者身体力行倡导文明出游 | 10/3 | 16 |
| 专家:中国烟草控制工作超出世界控烟机构预期 | 10/27 | 14 |
| 山东申请烟草专卖证需满足 4 条件弱势群体可享优惠(组图) | 10/29 | 14 |
| 西湖景区 3 小时捡 3000 多个烟头 | 10/2 | 13 |
| 火车站男厕成“重灾区” | 10/23 | 13 |
| 韩称朝从瑞士大量进口制烟机零件或发展烟草业 | 10/15 | 13 |
| 日本路上吸烟外国人增加或将配发多语禁烟宣传单 | 10/29 | 11 |
| 中信银行A股定增中国烟草入股或成第三大股东 | 10/30 | 10 |
| 卫计委正配合起草公共场所控烟条例 | 10/31 | 10 |
| 世界卫生组织:中国应全面禁止烟草广告 | 10/27 | 10 |
| 深圳控烟执法获赞半年罚款 31.6 万 | 10/28 | 10 |