

大众媒体宣传

主要事实

- 大众媒体宣传是全面控烟计划的重要组成部分。
- 大众媒体宣传运动能够减少烟草的消费量。
- 比起其它保健干预措施，大众媒体宣传更具成本效益。
- 宣传应清楚说明吸烟者应戒烟的原因，并提供有关如何戒烟的信息。

大众媒体宣传的需求

所有控烟项目的一个重要组成是大众媒体宣传，¹其目的是：

- 让人们意识到烟草使用对健康的危害。
- 鼓励吸烟者戒烟。
- 让人们意识到二手烟的危害。
- 改变吸烟者对吸烟和戒烟的态度和信心。
- 帮助改变有关烟草的行为、引导减少烟草消费和减少非吸烟者接触二手烟。

已经证明反烟草的大众媒体宣传运动能够减少烟草的使用。²本部分将重点介绍戒烟宣传运动，因为迄今为止此类宣传得到了最为全面的评估。

大众媒体宣传对戒烟的效力

高收入国家的证据普遍表明，倡导戒烟的大众媒体宣传能有效实现其目标。^{3,4}其功能是鼓励大量吸烟者尝试戒烟。

与其它的保健干预措施相比，大众媒体宣传更具有成本效益。⁵这主要是因为，它们通过激励吸烟者戒烟，可帮助降低吸烟率并减少与吸烟有关的疾病以及相关的治疗费用。



PAHO & Sr Miyagi Cabezas, Uruguay
无烟环境，本餐厅免费奉送。
请让大家都呼吸清洁的空气。
无烟乌拉圭

有效的大众媒体宣传的重要因素

全面性

作为全面控烟项目的一部分，宣传运动最为有效。在一个力图降低吸烟的社会接受度的环境中传播戒烟信息，才能发挥最大效用。⁶

由于大众媒体戒烟宣传会在密集的传媒环境中开展，每次宣传务必全面。⁷应利用各类受众、通讯方法、信息和策略劝阻吸烟者。宣传运动应该利用电视、广播、出版物、广告牌、网络和户外广告向广大民众宣传。

目标明确

控烟宣传活动的管理人员发现，锁定的目标人群太过具体（如准备戒烟的吸烟者），其效果并不显著。一些针对广大吸烟者的宣传，或以多种方式让吸烟者无法回避这些信息的宣传，可以取得更大成功。

一个成功的实例就是澳大利亚“每支卷烟都在危害你”的宣传活动，活动的目的是使吸烟者加强戒烟的紧迫性。这种方法在几个国家均奏效。此类活动可吸引吸烟者、非吸烟者、青少年和成人的关注。澳大利亚的一项调查发现，青少年认为这个原本是为成年人设计的活动跟她/他们也息息相关。⁸

信息 - 为什么要戒烟?

对吸烟者健康的影响。以一种新方式传达对健康的危害或负面的情感后果的信息尤为重要。与产生正面情绪的信息相比，引起恐惧、厌恶和失落等负面情绪的信息，更能刺激吸烟者尝试立即戒烟。⁹

二手烟的影响。大多数吸烟者对有关二手烟对其挚爱之人健康造成影响的信息反应强烈。虽然她/他们可能不愿为自己戒烟，但可能愿意尝试戒烟或减少吸烟量，以保护她/他们的朋友和家人。⁶宣传信息的语气要谨慎，不应有审判之意，应对吸烟者表示尊重。

信息 - 如何戒烟?

在鼓励吸烟者戒烟后，向其提供戒烟的方法可使其感到成功的希望，也为那些已经试图戒烟者提供支持手段。提供戒烟热线可使吸烟者藉此获得信息和资源，帮助其戒烟。⁹

信息的传递

大众媒体宣传应该以多种方式传递具有强大影响力的戒烟信息。这些信息应让吸烟者经常看到和听到，并足以让她/他们形成意识改变她/他们的信念、态度和行为。媒体影响的范围、信息发布或公布的次数、以及宣传时间的长短，对其成功至关重要。

持续的戒烟宣传可以不断提醒人们戒烟、不要开始吸烟或始终不吸烟。

最佳实践

世界卫生组织MPOWER系列政策概述了大众媒体宣传的主要措施：¹¹

- 讲解消费烟草和父母早亡对家庭经济的影响。
- 强调成功戒烟的可能性，同时防止青少年开始吸烟。
- 确保广告由专业人员制作，并且通过小组讨论证明其主题或创意是有效的。
- 根据美国疾病控制与预防中心的建议，政府应按年人均2-4美元投入资金用于反烟草的健康宣传和反烟草广告（占烟控总支出的15-20%）。⁴

成功的宣传活动具备五个关键因素。宣传必须：1. 是减少烟草使用的全面措施的一部分；2. 持续时间较长，足以产生影响；3. 以研究为依据，且经过适当的评估；4. 了解目标人群；5. 有创意而且专业。

展望

我们了解的许多关于戒烟的大众媒体宣传信息，都来自高收入国家的研究和评估。我们无法大量获得中低收入国家和许多非英语国家的数据。大众媒体宣传开展得越多，评估得越全面，我们对有效和无效宣传的了解便越详细。

其它宣传干预措施

其它非大众的宣传干预措施可用于支持大众媒体宣传，促进戒烟。这些措施包括“付费”媒体或新闻报道（不付费）、公共关系、与健康专业人士交流、海报、宣传册或其它干预手段。管理良好的宣传和辅助性媒体活动可对大量了解和听从宣传的人产生重大影响。

《烟草控制框架公约》要求

根据世界卫生组织《烟草控制框架公约》第12条，各缔约方必须“使用所有现有的适当的通讯工具，促进和加强公众对烟草控制问题的意识。”这其中需包括宣传戒烟的益处。第12条的实施指南草案目前正在起草中。¹⁰



© Cancer Institute NSW, 2008

人的肺部 好比海绵
吸烟者的肺就像
灌满了焦油的海绵
戒烟热线137848

要了解戒烟宣传的更多信息，请访问www.theunion.org www.tobaccofreeunion.org
tobaccofreeunion@theunion.org

05

¹ Gutierrez K. Mass media interventions to stimulate and promote smoking cessation. Expert opinion paper for National Institute for Health and Clinical Excellence, 2007.

² National Cancer Institute. The role of the media in promoting and reducing tobacco use. Tob Control Monograph No. 19. Bethesda, MD: U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health, National Cancer Institute. NIH Pub. No. 07-6242, June 2008. http://cancercontrol.cancer.gov/tcrb/monographs/19/m19_complete.pdf

³ Reducing tobacco use: a report of the Surgeon General. Atlanta, GA: Dept of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Centre for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office of Smoking and Health; Washington, DC: 2000. www.surgeongeneral.gov/library/tobacco_use/

⁴ US Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control. Best practices for comprehensive tobacco control programs 2007. Atlanta, USA 2007. www.cdc.gov/tobacco/tobacco_control_programs/stateandcommunity/best_practices/

⁵ Ratcliffe J, Cairns J, Platt S. Cost effectiveness of a mass media-led anti-smoking campaign in Scotland. Tob Control 1997;6:104-10 www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/91759546/?tool=pubmed

⁶ Schar E, Gutierrez K. Smoking cessation media campaigns from around the world. Recommendations from lessons learned. Centers for Disease Control and Prevention. US Department of Health and Human Services, Atlanta, GA 2001. www.euro.who.int/document/e74523.pdf

⁷ Randolph W, Viswanath K. Lessons learned from public health mass media campaigns: marketing health in a crowded media world. Annu Rev Public Health 2004;25:419-37. www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15015928

⁸ White V, Tan N, Wakefield M, Hill D. Do adult focused anti-smoking campaigns have an impact on adolescents? The case of the Australian National Tobacco Campaign. Tob Control 2003 Sep;12 Suppl 2:i23-9. www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12766099/?tool=pubmed

⁹ Overview of evidence-based recommendations. Based on lessons learned from international literature review and unpublished campaign results. 2006. Global Dialogue for Effective Stop Smoking Campaigns. www.stopsmokingcampaigns.org

¹⁰ Conference of the parties to the WHO Framework Convention on Tobacco Control. Third session

Durban, South Africa, 17-22 November 2008. First report of committee A. www.who.int/gb/ftc/PDF/cop3/Draft_FCTC_COP3_22-en.pdf

¹¹ WHO report on the global tobacco epidemic, 2008. The MPOWER package. Geneva, World Health Organization, 2008. www.who.int/tobacco/mpower/en/index.html