

**Citation:** Sowden AJ. Mass media interventions for preventing smoking in young people. *Cochrane Database of Systematic Reviews* 1998, Issue 4. Art. No.: CD001006. DOI: 10.1002/14651858.CD001006.

**CRG名:** Tobacco Addiction

### [最新版\(英語版\)はこちら](#)

**英語版最終改訂年月:** 19 October 1999

**Clib issue No.;** N/U: 2008 issue 4, Updated

**背景:** マスメディアは疾病予防のメッセージを送る方法として使用されている。メディアには、地域社会の大部分に受け入れられ、知識・態度・行動を変更させる潜在的な能力がある。

**目的:** マスメディアの若年者に対する喫煙防止キャンペーンについて有効性を測定する。

**検索戦略:** MEDLINEおよび他28の電子データベースを検索した。また主要雑誌のハンドサーチを行い同定した論文の引用文献から追加の関連文献を検索し、同意の得られた専門家とコンタクトをとった。最終検索は1998年6月。

**選択基準:** 25歳以下の若年者の喫煙行動(客観的評価または自己申告)に対する、マスメディアキャンペーン(多くの人々に届ける意図の、個人から個人への接触に依存しない、テレビ、ラジオ、新聞、掲示版、ポスター、リーフレットまたは小冊子のような伝達経路と定義される)の影響の有効性を評価したランダム化試験、非ランダム化比較試験、および時系列研究。

**データ収集と分析:** メディア介入の特性と内容、参加者、結果、および方法に関連する情報が、1人の著者によって要約され、第2の著者によってチェックされた。各研究は定性的なナラティブ統合(narrative synthesis)により結合された。

**主な結果:** マスメディア喫煙(防止)キャンペーンに関する情報を報告した合計63の研究のうち、すべての選択基準に合致するものは6つあった。その6つの研究はすべて比較試験であった。2つの研究は、マスメディアが若年者の喫煙行動に影響を及ぼすのに有効であると結論を下した。有効性の認められたキャンペーンはいずれもしっかりした理論的基礎があつて、キャンペーン・メッセージを設計するにあたり形成的研究(Formativeresearch)を用い、長期間にわたって放送されたメッセージの強度は妥当なものであった。

**レビューアの結論:** マスメディアが若年者の喫煙予防に有効でありうるというエビデンスはあるが、全体的に見ると強くはない。

(翻訳 清水隆裕・監訳 大島 明; JCOHR)

翻訳公開日: 10年7月1日

ご注意: この日本語訳は、臨床医、疫学研究者などによる翻訳のチェックを受けて公開していますが、訳語の間違いなどお気づきの点がありましたら、Minds事務局までご連絡ください。なお、コクラン・ライブラリは毎月、改定版が発行されます。Mindsでは最新版の日本語訳を掲載するよう努めておりますが、編集作業に伴うタイム・ラグが生じている場合もあります。ご利用に際しては、最新版(英語版)の内容をご確認ください。