

教育およびアウトリーチ活動

このセクションには、たばこの害に対する意識を高め、メディアの関心を引き、注目を集めるための活動に対する提案が含まれています。これらの活動は、各自の地域およびメディア市場に合わせてカスタマイズすることが可能です。なお、こうした介入は全て、屋内におけるクリーンな空気の確保、たばこの値上げ、禁煙治療の費用削減、および反たばこ広告キャンペーンの確立を含む、包括的なたばこ規制計画の一部として行うべきであり、その計画と一貫している必要があるということ覚えておいてください。

地域における活動

1. **地域におけるプレゼンテーション:** 地域組織の会議アジェンダに入れてもらえるよう依頼しましょう。提供された時間をフルに活用できるよう準備を整え、聞き手に応じてプレゼンテーションを構成します。また、雇用人数の多い企業に対し、その女性従業員に皆さん自身やボランティアの人の話を聞いてもらうことができないか打診してみてください。また労働組合のリーダーに対し、組合員に話をするのができないか頼んでみましょう。自治体の議員に掛け合い、タウンミーティングで話をする許可を得るという方法もあります。PTA、4Hクラブ、女子クラブ、女子学生社交クラブ、信心会も検討してみてください。また、プレゼンテーションの手助けを頼む相手として、同志や医療提供者、地域指導者を招くことを考えましょう。様々な人口層、特に低学歴・低収入層など喫煙率の高い人口層と接触する努力をしてください。喫煙者に「地域は自分たちのことを考えてくれている」ということを分かってもらっただけでも、喫煙者を禁煙に向けて前進させる助けとなる可能性があります。また、職場、レストラン、および公共の場所を禁煙にする有益性や、禁煙治療の償還について教育を行うというのも一案です。プレゼンテーションでは、活動参加に関心のある人に連絡先を書いてもらうための用紙を必ず回すようにします。
2. **禁煙支援:** このプレゼンテーションは、たばこ使用の害と禁煙の利点に対する意識を高めることができます。またこのプレゼンテーションは、喫煙者が禁煙への準備を進めることができるようにデザインされています。喫煙者が次のステップを踏み出すのを助けることができるよう準備をしておいてください。地域の禁煙リソース、特に電話クイットラインを探し、特定しておきます。これには、各自の州および地元自治体の保健局や、米国対がん学会、米国心臓学会、および米国肺学会の州/地域事務所と連絡を取ることから始めると良いでしょう。また病院を含む組織的な医療システムを詳しく調べ、どのような禁煙サポートが利用可能か確認しましょう。
3. **スモークフリー・スポーツ:** CDC では、組織的なスポーツを通じた禁煙教育や活動を支援する様々な教材や関連グッズを作成しました。スモークフリー・スポーツのコーチ用キット、スポーツのポスター、ワッペン、会員証、ブレイクブック、およびその他の支援教材・グッズは、全て CDC のウェブサイト (www.cdc.gov/tobacco/sports_initiatives_splash.htm) にて入手できます。スモークフリー・スポーツ活動の実施は、健康教育を健康的な習慣と組み合わせる素晴らしい方法です。またこうした活動により、コーチや選手たちが、スポーツチームに入っている小児や、その小児を支える親たちへの強力な健康促進メッセンジャーとなることができます。

4. 全面禁煙レストラン: 地域のレストランの喫煙方針を調査し、その結果をパンフレットにまとめ、地域新聞にも掲載します。調査対象のレストランに対し、「全面禁煙飲食店リスト」への掲載のために調査していることを伝えましょう。皆さんがそうした問い合わせをすることによって、レストラン側は顧客の大多数はたばこを吸わず、安全で快適な環境で食事をしたいと考えていることに気付くでしょう。飲食店リストを発表する際には、メディアを対象としたイベントや、メディア用資料の配布を行います。さらに自分のウェブサイトを持っている場合は、リストをウェブ上で入手できるようにします。これまでの研究で、レストランは全面禁煙にすることによって収入を減らすことはなく、反対にその多くは全顧客のために空気を浄化することによって収入を増やしていることが示されています。全面禁煙レストランに対して賞や認定書を出し、その決断を称えましょう。
5. 祝祭日や記念日を祝う: ニュースを伝える機会があればいつでもそれを捉えられるようにしておく必要がありますが、その他にも地域でのたばこ規制促進に活用可能な、繰り返行われているイベントが数多くあります。以下の日に関するプレスリリースのサンプルについては、CDCのウェブサイト www.cdc.gov/tobacco へアクセスください。
- ▶ 新年: 禁煙は最も一般的な新年の抱負のひとつです。しかし、不快なニコチン離脱症状に加え、一般的に1月1日の直後に常時より多くのたばこ広告が出現することが、新しい過去喫煙者の禁煙継続を難しくしています。従って、この時期に禁煙のサポート活動を行うことは特に有益です。各地域においては、クリスマス直後のニュースが少ない時期に、禁煙という抱負に向けて準備を始めることができます。地元テレビの有名司会者やスポーツ選手、学校の校長、有名コーチなどに協力を求め、彼女たちがどのように禁煙を達成したかを語ってもらいましょう。
 - ▶ 禁煙促進デー (Kick Butts Day): 「子供たちをたばこから守るための国立センター」(National Center for Tobacco Free Kids) は、毎年4月に禁煙促進デーを設けています (www.kickbuttsday.org)。この日に合わせ、米国の各州およびその他の多くの国々において、何百ものイベントが催されます。地域でのイベントには、マールボロ・マンの擬似葬儀、州都での集会、たばこ広告調査の結果発表などがあります。「子供たちをたばこから守るためのキャンペーン」のウェブサイト (www.tobaccofreekids.org) から、支援グッズや資料を入手することができます。
 - ▶ 母の日: 母の日は、母親たちや祖母たちの禁煙支援に焦点をあてる非常に良い機会です。子供たちは禁煙の重要な動機となり、はげみとなり、支えとなります。
 - ▶ 世界禁煙デー: 毎年5月31日は世界禁煙デーとして、世界中で催しが行われます (www.worldnotobacoday.com)。毎年このイベントのために CDC (www.cdc.gov/tobacco)、子供たちをたばこから守るためのキャンペーン (www.tobaccofreekids.org)、および汎アメリカ保健機構 (www.paho.org) を含む様々な供給源から提供される、地域活動のための豊富な支援グッズや資料を利用することができます。世界禁煙デーは、地域が世界規模のたばこ規制運動に参加し、同じ問題に直面している遠方の人々と連携する非常に良い機会です。

- ▶ ジューンティーンズ：アフリカ系米国人の解放を祝うジューンティーンズも、ニコチン依存症からの解放促進に活用することができます。この人口群にメディアの注目を集めるための資料としては、1998年の米国公衆衛生総監報告書「米国の人種・民族的マイノリティーにおけるたばこ使用」が利用可能です。この報告書や特定の人口集団のたばこ被害に関するその他の報告書は、CDCのウェブサイト（www.cdc.gov/tobacco）から入手することができます。
- ▶ 全米禁煙デー：毎年11月の第3木曜日は、米国対がん学会の全米禁煙デー（www.quitsmoking.com/KopyKit/reports/smokeout.htm）となっています。全米禁煙デー（GASO）は、わずか1日のことではあっても、会社、レストラン、そして地域全体を禁煙とする絶好の機会です。このくらいの時期からいわゆる「ハードなニュース」が少なくなってくるため、メディアには元喫煙者のライフスタイルといった「ソフトなニュース」に注目する時間的・空間的余裕が生まれます。第1回のGASOや最近のGASOで禁煙した地域指導者を見つけ、メディアを通してその人の成功談を広く伝えましょう。
- 6. 地元のスポークスパーソン：女性と喫煙の問題の専門家で、急な場合にも地元のスポークスパーソンとしての役割を果たせる人や、公共の場でのプレゼンテーションを行ってくれる人のリストを作成しましょう。これによって、皆さんやメディア専門家は最新ニュースを有効に活用することができ、すぐに忘れ去られてしまう全国ニュースを「地域の視点」を通して廃れさせないようにすることができます。CDCの「州のたばこ活動追跡・評価」（STATE）システムは、州ごとのたばこ使用、たばこ規制法、たばこ使用に伴う健康影響およびコスト、たばこ農業および製造、そしてたばこ規制への投資に関する、優れたデータ源となります。STATEシステムおよびその他の州や地域のたばこ規制データの情報源については、www.cdc.gov/tobacco にアクセスし、「州の情報（state information）」をクリックしてください。
- 7. 編集者会議：小規模な専門家チームを作り、地元紙の編集部と会う機会を設けて、女性とたばこの問題について説明しましょう。図やグラフ、関連のある業界内部文書、および地元の連絡先情報を含む、最も重要でインパクトのある情報を記した配布用バケットを用意しておきます。これらのアイテムの多くは、このツールキットに含まれています。ミーティングでは、例えば自治体の建物内におけるクリーンな屋内空気確保や全館禁煙のデイケアセンターの設立などについて、社説を掲載してもらうことに力を注いでください。そうすれば、仮にそうした好意的な社説を載せないにしても、編集者たちはたばこという題材をその記憶にとどめるでしょう。そして、さらなる情報が必要になった場合に皆さんに連絡を取ってくる可能性があり、あるいはこの題材に関する投書の掲載に対してよりオープンになるかもしれません。

学校における活動

これまでの研究により、たばこ使用およびたばこ依存症の予防を目的として適切にデザイン、実行された包括的な学校プログラムについて、以下の事が示されています：

- ▶ たばこ使用の予防に有効であることが証明されている。
- ▶ たばこ依存症になるリスクが最も高い時期に予防教育を提供する。
- ▶ たばこの不使用を規範として確立する、たばこのない環境を提供し、肯定的なロールモデリングの機会を提供する。
- ▶ その他の薬物使用の予防を助ける可能性がある。これは、特にそのプログラムでそうした薬物使用について取り上げている場合に顕著である。

こうした研究結果に基づき、CDCの「たばこ使用およびたばこ依存症の予防に向けた学校健康プログラムのためのガイドライン」は、学校に以下事項の実施を推奨しています：

1. たばこ使用に関して全面禁煙とする学校方針を作成、実行する。
2. たばこ使用の短期的・長期的影響、たばこ使用の社会的影響、たばこ使用に関する仲間内での規範、および喫煙を拒否するスキルについて教育を提供する。
3. 幼稚園から高校3年まで、たばこ使用予防教育を提供し、特に中学において集中的な教育を行う。
4. 教員に対し、各プログラムに沿った適切な訓練を提供する。
5. 生徒の親や家族に対し、学校を軸としたたばこ使用予防プログラムの支援協力を促す。
6. 定期的なたばこ使用予防プログラムの評価を行う。
7. たばこを使用している生徒および職員の禁煙努力をサポートする。

CDCの総合的なガイドラインを補うものとして教員や青少年団体のリーダーが活用できる、実際の活動のアイデアをいくつか以下に示します：

1. **雑誌のレビュー**：生徒たちに、女性向け人気雑誌のレビューを行ってもらい、たばこ広告と反たばこ広告の数をかぞえて表にまとめてもらいます。その後生徒たちは、メディアまたは学内新聞への配布用に、自分たちの調査結果をプレスリリースの形にまとめることが可能です。また、その結果を雑誌の編集部に送り、女性を標的とするそうしたたばこ広告の排除を要請することもできます。
2. **たばこ業界文書の研究**：生徒たちは、調査研究スキルを身に付ける過程を通し、たばこ業界の内部文書について学ぶことができます。以前は秘密にされていたこれらの文書は、たばこ会社に対する大規模訴訟の和解後、入手可能となりました。これらの文書は、たばこ業界が40年間にわたってたばこの健康被害および依存性についての事実を隠そうと努めてきた軌跡、そして女性における現在のたばこ関連疾患の流行の助けとなってきたその非常に効果的なマーケティング努力を示しています。生徒たちは、自分の住む州や地域に関連する文書を見つけるための検索方法を編み出し、女性や少女を含む弱者を標的とした業界の計画を暴き、業界による科学的研究を業界自体がくづがえそうとしていることを示すことができます。これらの文書は非常に衝撃的で驚くべき内容であることが多いため、調査報道ジャーナリストやTVレポーターにとって、ニュースの「取っ掛かり」として貴重なものとなります。

3. **メディアリテラシーの育成**：メディアリテラシーとは、巧みに作り上げられた制作物を分析し、その裏にある本当の目的やメッセージを理解する能力を指します。中学・高校におけるメディアリテラシーの授業は、たばこおよびアルコールの使用を含む不健康なライフスタイルや行動をメディアがいかに標準化し、美化しているかを若者が批判的に分析する助けとして特に効果を発揮しています。モジュール方式のメディアリテラシー訓練キット「メディア・シャープ」および映画における喫煙に焦点をあてた「スモーク・スクリーナー」が CDC のウェブサイト (www.cdc.gov/tobacco) から無料で入手できます。
4. **その他の活動**：さらなる活動のアイデア、学校用のカリキュラム、「たばこ使用およびたばこ依存症の予防に向けた学校健康プログラムのためのガイドライン」、およびその他のリソースは、CDC の思春期児童・学校健康部門 (DASH) のサイト www.cdc.gov/nccdphp/dash より入手可能です。また、「子供たちをたばこから守るための国立センター」 (www.tobaccofreekids.org) およびアメリカン・レガシー財団 (American Legacy Foundation) (www.americanlegacy.org) からも、学校活動用の教材やアイデアなどのリソースを入手することができます。

大学キャンパスにおける活動

1. **キャンパス内禁煙方針の促進:** 大学のキャンパスは、学生に高等教育と住居を提供する場であり、そうした学生の多くは大学に入って初めて家を離れた若者です。学生および教授陣は、自分の大学の運営組織を通し、空気清浄化方針を設け、適切な標識の設置と方針の実行を働きかけることによって、クリーンで健康的な環境の維持に取り組むことが可能です。大学において、禁煙方針は例外ではなく当たり前のことになってきています。例えば、2001年春にバドュー大学は、10大学の中で大学寮における喫煙を禁止した8番目の大学となりました。まずは学生調査から始めてください。間接喫煙が何かを知っているか、また間接喫煙からの保護を望むかを学生たちに質問しましょう。（喫煙者でさえ、間接喫煙は避けたいと考えています。）質問には、喫煙者の禁煙を助けるためのサービスの必要性に関するものも入れるようにします。そして学生新聞や地元メディアを通して意識向上を図り、支援を求めましょう。段階的に禁煙方針を実行していくという意思決定がなされた場合には、図書館や食堂、および教室の入り口にある建物などの公共の場から始め、継続的に支援を集めていきます。また、学生寮の寮長に助力を求めましょう。たばこからの保護を最大限にするためには、全ての屋内空間（学生寮および体育館を含む）を禁煙にする必要があります。方針のサンプルは、CDCのウェブサイト www.cdc.gov/tobacco において入手することができます。
2. **学生仲間に対するプレゼンテーションの実施:** 「女性とたばこ：命を奪う7つの神話」のビデオとディスカッションガイドを使用し、学内のクラブ、学生組織、女子学生社交クラブ、大学運営組織、および健康関連のクラスなどの集団に対して、学生自身がプレゼンテーションを行うことが可能です。ビデオ視聴後テストを用いて、学生のビデオ理解度を評価しましょう。
3. **学内医療センターの参加促進:** 学生用医療システムに対し、禁煙カウンセリングやその他のサービスを提供してもらえるよう促しましょう。医療センターに働きかけて、米国食品医薬品局（FDA）によって承認されている禁煙治療が確実に低額または無料で利用できるようにしてください。そしてこれらの治療、サービス、およびその他のリソースが利用可能であることを広く知ってもらいましょう。
4. **キャンパス内からのたばこ製品追放:** キャンパス書店の店長に直接交渉すれば、たばこ製品を撤去することに同意してもらえるかもしれません。しかし、それが成功しなくても、学生がたばこ製品追放に向けて取ることのできる道は他にもあります。例えば学生たちの間で願書を書き回して署名を集めるという方法があります。また学内新聞に記事や投書載せることも可能です。キャンパス内で販売する店に、たばこ販売はドラッグフリー・ゾーン（麻薬ゼロ地域）の方針と矛盾することを分かってもらいましょう。
5. **バージニア・スラム！の利用:** レズリー・ナチュウはニューヨーク在住のシンガーソングライターであり、その才能に目をつけた紙巻たばこのバージニア・スラムのメーカーが、お金と名声を提供してレズリーの視聴率と影響力を買おうとしました。他の多くの人と同様にそのオファーに惹かれたものの、レズリーは自分の倫理基準を保ち、自分自身とその才能を若者の禁煙開始や禁煙継続を手助けすることに捧げるため、独自のレコードレーベル「バージニア・スラム！」を立ち上げたのです。レズリーはその音楽的才能により、力強く私的で説得力のある効果的な禁煙メッセージに若者たちを引きつけています。学校、大学、クラブ、および地域団体は、比較的少ない費用でレズリーにコンサートを依頼することができます。詳細については、CDCのウェブサイト www.cdc.gov/tobacco にアクセスしてください。また、CDCのウェブサイトからは、レズリーが自分の音楽を紙巻たばこのマーケティングと関連付けることを拒否した話を取り上げた「スラム！」という題の15分間のビデオも入手することができます（www.cdc.gov/tobacco/slam.htm）。

さらなる活動、情報、方針のサンプル、ケーススタディ、およびその他のリソースについては、www.bacchusgamma.org へアクセスするか、電話 (303) 871-0901 へお問い合わせください。

医療提供者および保険会社の活動

1. 医療提供者：医師、歯科医、看護師、医療助手、助産師、およびナースプラクティショナーは、以下のような理由により、禁煙開始および禁煙継続の強力なメッセンジャーとなります：

- ▶ 患者と親密な関係にあるため。
- ▶ 患者と定期的に会うことが多いため。
- ▶ 一般に患者から信頼され、尊敬されているため。
- ▶ 健康が主要な問題である状況において喫煙者とコミュニケーションを取るため。

医療専門家と共に、直接または各自の専門組織を通して、禁煙メッセージを伝えていく取り組みを行います。患者には、たばこ使用について尋ねるチャート・ステッカー、あらかじめ印刷した禁煙用「処方箋」用紙、および禁煙リソースのリストを提供します。米国公衆衛生サービスのガイドライン「たばこ使用と依存症の治療：臨床実践ガイドライン」および消費者ガイド「禁煙は可能」を www.cdc.gov/tobacco から入手し、配布しましょう。（「禁煙方法 (how to quit)」をクリックしてから、「たばこ使用と依存症の治療 (treating tobacco use...)」をクリックしてください。）

妊娠女性は、胎児の健康のために禁煙しようとする意欲が特に高く、実際に多くの人が禁煙します。残念ながら、妊娠中に禁煙した母親のうち、1年後も禁煙を続けているのはわずか3分の1程度です。妊娠中や出産後の女性のケアを担う医療提供者（例：家庭医、産科医、内科医）および小児のケアを担う医療提供者（例：家庭医、小児科医）に対し、集中的な働きかけを行いましょう。そして乳児や小児の空気を守る必要があることを親たちに伝えることが大切です。

- ▶ 地域および州全体の医療協会と協力して取り組みを行う。
- ▶ 禁煙メッセージを出産クラスおよびラマーズ法クラスに組み入れる。
- ▶ 禁煙プログラムへの紹介状提供者を紹介する。
- ▶ 持ち帰り用の禁煙パンフレットを医療提供者のオフィスに設置する。
- ▶ 医療提供者およびその患者に対し、間接喫煙のリスク、特に間接喫煙が乳児および小児に及ぼす害について教育を行う。禁煙を続ける必要性を強調する。
- ▶ 地域の女性・乳児・小児（WIC: Women, Infants, and Children）プログラムと共に、禁煙メッセージ、特に乳幼児の周りではたばこを吸わない・吸わせないというメッセージを伝え、強化していく。
- ▶ 医療機関の待合室で流してもらうために、「女性とたばこ：命を奪う7つの神話」ビデオを配布する。

2. 医療システム：組織的な医療システムは予防サービスへの投資に対して金銭的な動機を持っており、中でも禁煙は最も費用効果が優れているもののひとつです。各自の民間健康保険医療団体(HMO)、優先医療給付機関(PPO)、および雇用者が提供する医療システムのマネージャーらと会い、これらの人々と共に、被保険者が確実に禁煙サービスおよび禁煙用製品に対する償還を受けられるようにする取り組みを行いましょう。禁煙サービスへの保険適用を推進するためのその他のリソースについては、www.endsmoking.org を参照ください。

3. 雇用者と保険会社：地域雇用者と共に、職場禁煙方針の策定および禁煙サービスへの保険適用に向けた取り組みを行いましょ。雇用者の医療保険は現在米国人の3分の2近くをカバーしており、雇用者は従業員が常に健康で仕事に従事できるようにすることに関心があるため、医療保険会社の提供するものと競合する給付を決定する原動力となります。CDCの発行する「職場を禁煙に (*Making Your Workplace Smokefree: A Decision Maker's Guide*): 意思決定者向けガイド」(www.cdc.gov/tobacco、「教材 (educational materials)」をクリック)は、優れた方針の実行に向けた、実践的で有効性の証明されている戦略を提供します。1998年9月3日発行のニューイングランド・ジャーナル・オブ・メディシン誌に掲載された、「民間健康保険医療団体の4種の保険プランにおける禁煙サービスの使用および費用効果」と題されたスーザン・J・カリーらによる論文は、たばこ依存症の治療を保険の適用対象とすることを支持しています。

禁煙支援

喫煙者の大多数は禁煙したいと報告しています。しかし、ニコチンは極めて依存性の高い薬物であるため、ほとんどの喫煙者にとって禁煙の開始および継続は難しいことです。良いニュースとして、多くの喫煙者が実際に禁煙に成功しており、現在は禁煙の成功率を高める効果的な戦略があり、禁煙を助ける多くのリソースを利用することができます。

以下の消費者向けガイドは、禁煙を手助けするために禁煙支持者が喫煙者に配布することができる文書です。

禁煙は可能：消費者向けガイド

まず、禁煙するための支援を受け、禁煙を達成できる確率を高める方法を学びましょう。この文書では、最も優れた禁煙方法に加え、禁煙を手助けする新たな治療法を説明します。禁煙達成率を2倍に高める可能性のある新たな薬剤をリストアップすると共に、喫煙再開を回避する方法や、体重増加を含む禁煙に関する懸念事項についても取り上げます。

ここに提供する全ての情報は、禁煙成功の可能性を最大にする方法についての科学研究に基づいています。

ニコチン—強い依存性：禁煙を試みたことのある人は、禁煙がいかに難しいことであるか分かります。これはニコチンが極めて依存性の高い薬物であるためです。一部の人の場合は、ニコチンはヘロインやコカインと同じくらいの依存性があります。

禁煙は難しいものです。大抵の人は、最終的に禁煙を達成できるまでに2、3回、またはそれ以上禁煙を試みます。そして禁煙を試みるたびに、何が禁煙成功の助けとなり、何が妨げとなるかを学ぶこととなります。

禁煙には熱心な取り組みと非常な努力が必要です。しかし禁煙は可能です。

確固たる禁煙理由：禁煙はあなたがその一生で行う最も重要なことのひとつです：

- ▶ あなたは長生きし、そしてより快適な生活を送ることになります。
- ▶ 禁煙により、心臓発作、脳卒中、およびがん罹患する確率が低下します。
- ▶ 妊娠している人は、禁煙することによって健康な子を出産する確率が高まります。
- ▶ あなたと生活を共にする人、特に子供たちの健康状態が改善されます。
- ▶ 禁煙によって浮いたお金を紙巻たばこ以外の物事に費やすことができます。

禁煙の5つのカギ：これまでの研究により、以下の5つのステップは、禁煙開始および禁煙達成の助けとなることが示されています。これらのステップを併用すれば、禁煙の成功率を最大限に高めることができます。

1. 準備を整える。
2. サポートを受ける。
3. 新たなスキルや行動を身に付ける。
4. 薬剤を入手し、それを適切に使用する。
5. 喫煙再開や困難な状況に対する心構えをしておく。

1. 準備を整える

- ▶ 禁煙開始日を設定する。
- ▶ 環境を変える。
 1. 自分の家、車、および職場から、紙巻たばこや灰皿を全て撤去します。
 2. 自分の家では他の人に喫煙させないようにします。
- ▶ 過去の禁煙の試みを振り返る。効果があったこと、なかったことを思い出してください。
- ▶ 禁煙を開始したら一切たばこを吸わない。一口吹かすだけでもいけません！

2. サポートを受け、協力を求める

これまでの研究により、手助けを受けた方が成功する確率が高いことが示されています。禁煙のサポートは様々な形で受けることが可能です：

- ▶ 家族、友人、および同僚に自分が禁煙することを伝え、協力を求める。自分の周りで喫煙しないように、あるいは紙巻たばこを置いておかないようお願いしておきましょう。
- ▶ 自分の医療提供者（例：医師、歯科医、看護師、薬剤師、精神科医、禁煙カウンセラーなど）に相談する。
- ▶ 個人カウンセリング、グループカウンセリング、または電話カウンセリングを受ける。より多くのカウンセリングを受けるほど、禁煙達成の確率は高くなります。各地域の病院や医療センターで、そうしたプログラムを提供しています。地元の保健局に問い合わせ、自分の住む地域で提供されているプログラムについて情報を入手しましょう。

3. 新たなスキルや行動を身につける

- ▶ たばこを吸いたいという衝動から気をそらすよう努力する。気を紛らわす方法としては、人と話をする、散歩をする、何かの作業に熱中する、といった方法があります。
- ▶ 初めての禁煙開始後、習慣的にしていることに変化を加える。例えば、出勤経路を変える、コーヒーの代わりに紅茶を飲む、朝食を別の場所でとる、などがあります。
- ▶ ストレス解消になることを実行する。例えば、風呂に入る、運動をする、読書をする、などがあります。
- ▶ 毎日何か自分が楽しめることをする計画を立てる。
- ▶ 水やその他の飲み物をたくさん飲む。

4. 薬剤を入手し、それを適切に使用する

薬剤は禁煙の助けとなり、たばこを吸いたいという衝動を低減させることができます。

- ▶ FDA では、禁煙を助ける 5 つの薬剤を承認しています：
 1. プロピオン SR—処方箋によって入手可能
 2. ニコチンガム—店頭で入手可能
 3. ニコチン吸入剤—処方箋によって入手可能
 4. ニコチン点鼻スプレー—処方箋によって入手可能
 5. ニコチンパッチ—処方箋および店頭で入手可能
- ▶ 自分の医療提供者に助言を求め、薬剤の添付資料の情報をよく読んでください。
- ▶ これらの薬剤は全て、禁煙達成率を高めます。
- ▶ 妊娠している人または妊娠を望んでいる人、授乳中の人、18 歳未満の人、1 日の喫煙量が紙巻たばこ 10 本未満の人、もしくは持病のある人は、服用を開始する前に、主治医またはその他の医療提供者に相談してください。

5. 喫煙再開や困難な状況に対する心構えをしておく

喫煙の再開は、多くの場合、禁煙開始から 3 ヶ月以内に起こります。再び喫煙を始めてしまっても、気を落とさないでください。大半の人は、完全に禁煙に成功するまでに何度か禁煙を試みているのです。ここでは注意すべき困難な状況をいくつか挙げておきます：

- ▶ アルコール：飲酒は避けること。飲酒は禁煙成功の確率を低下させます。
- ▶ 他の喫煙者：喫煙者の周りにいると、自分もたばこが吸いたくなる可能性があります。
- ▶ 体重増加：多くの喫煙者は禁煙後に体重が増加します（通常約 4.6 キロ以内）。健康的な食事をとり、活動的な生活をしましょう。体重増加によって、禁煙という主要目標から気をそらされないようにしてください。禁煙用の薬剤の中には、体重増加を遅らせる可能性があるものもあります。
- ▶ 不機嫌または抑うつ：喫煙以外にも気分を改善させる方法はたくさんあります。

以上のような状況について何か問題があれば、主医事またはその他の医療提供者に相談してください。

特別な状況または特別な健康状態

これまでの研究によって、誰でも禁煙が可能であることが示唆されています。そして自分の置かれている状況や健康状態は、特に禁煙をする理由となる可能性があります。

- ▶ 妊娠女性および出産後の母親：禁煙することによって、自分自身だけでなく、赤ちゃんの健康を守ることになります。
- ▶ 入院患者：禁煙することによって、健康上の問題を軽減し、治療を助けることになります。
- ▶ 心臓発作患者：禁煙することによって、再度心臓発作を起こすリスクを低下させることになります。
- ▶ 小児および思春期児童の親：禁煙することによって、小児期や思春期の自分の子供たちを間接喫煙による疾患から守ることになります。

考えておくべき問い

禁煙を試みる前に、以下の問いについて考えてみてください。必要に応じて、自分の出した答えを医療提供者と話し合うと良いでしょう。

1. なぜ禁煙したいのか？
2. 過去に禁煙を試みた際、禁煙の助けになったこと、ならなかったことは何か？
3. 禁煙開始後、自分にとって最も困難な状況は何か？そうした状況に対処するためにどのような計画を立てるのか？
4. 家族、友人、医療提供者など、困難な時期を乗り越える手助けをしてくれる人はいるか？
5. 喫煙は自分のどのような欲求を満たしているのか？禁煙した場合、その欲求をどのような方法で満たすことができるか？

また、医療提供者に尋ねる質問をいくつか以下に挙げておきます：

1. 私の禁煙成功のためにどのような手助けをしてもらえますか？
2. 私にはどの薬剤が最適だと思いますか？その薬剤はどのように服用するべきですか？
3. さらに手助けが必要な場合はどうしたらよいでしょう？
4. 禁煙に伴う離脱症状はどのようなものですか？離脱症状に関する情報はどのように入手できますか？

他の人の支援へ

禁煙をした後はロールモデルとなりましょう。そして友人の禁煙仲間になりましょう。あなたはたばこ依存症がどういうものかを知っているのです。また女性の健康推進者となり、若い人たちがたばこ依存症になるのを防ぎましょう。

禁煙に関するさらに詳しい情報については、CDCのウェブサイト www.cdc.gov/tobacco または国立女性健康情報センターのサイト www.4women.gov へアクセスしてください。

禁煙のためのリソース

この消費者向けガイドに記載されている情報は、米国公衆衛生サービスがスポンサーとなって作成された臨床実践ガイドライン「たばこ使用と依存症の治療」から引用したものです。このガイドラインは、以下の連邦政府機関および非営利団体からなる共同グループをスポンサーとする、非連邦政府専門家委員会によって作成されました：

- ▶ 米国医療研究品質局
- ▶ CDC
- ▶ 国立がん研究所
- ▶ 国立心臓血液研究所
- ▶ 国立薬物乱用研究所
- ▶ ロバート・ウッド・ジョンソン財団
- ▶ ウィスコンシン大学医学部たばこ研究・介入センター

ガイドラインに関する情報やこのパンフレットを入手したい方は、フリーダイヤル (800) 358-9295 または下記まで問い合わせください：

Publications Clearinghouse
P.O. Box 8547
Silver Spring, MD 20907

インターネットの出典：「禁煙は可能」消費者ガイド、2000年6月。米国公衆衛生サービス。

www.surgeongeneral.gov/tobacco/consquits.htm

禁煙のためのウェブサイト

ここへの掲載は、そのウェブサイトが CDC によって認証されていることを示すものではありません。ウェブサイトは頻繁に変更されますのでご注意ください。

米国疾病管理センター
www.cdc.gov/tobacco/how2quit.htm

国立女性健康情報センター（米国保健福祉省、女性健康局）
www.4women.org（「禁煙方法（how to quit smoking）」をクリック）

米国肺学会 禁煙行動計画
www.lungusa.org/partner/quit/

全米禁煙デー
www.quitsmoking.com/kopykt/reports/smokeout.htm

メイヨー・クリニックの禁煙プランナー

www.mayohealth.org/home (「健康的なライフスタイルプランナー (healthy lifestyle planners)」をクリックし、「禁煙 (stop smoking)」をクリック)

たばこ使用と依存症の治療：臨床実践ガイドライン

www.cdc.gov/tobacco (「禁煙方法 (how to quit)」をクリックし、「たばこ使用と依存症の治療 (treating tobacco use...)」をクリック)

連絡先情報

一般的な情報入手先：

米国心臓学会 (American Heart Association)
7272 Greenville Avenue
Dallas, TX 75231
(800)AHA-USA1 (242-8721)

米国対がん学会 (American Cancer Society)
1599 Clifton Road, NE
Atlanta, GA 30329
(404)320-3333
(800)ACS-2345

米国肺学会 (American Lung Association)
1740 Broadway, 14th Floor
New York, NY 10019
(212)315-8700
(800)LUNGUSA

国立がん研究所 (National Cancer Institute)
Bethesda, MD 20892
(800)4-CANCER(422-6237)

妊娠女性のための情報入手先：

米国産科婦人科大学 (American College of Obstetricians and Gynecologists)
409 12th Street, SW
Washington, DC 20024
(202)638-5577

自分の住む州において電話カウンセリングが利用可能かどうかについては、各州の保健局へお問い合わせください。

いかにして伝達するか： メディアの利用方法

反たばこマーケティング活動は、禁煙を促進し、喫煙開始の可能性を低下させることができます。さらに、反たばこマーケティングのメッセージは、たばこ規制介入についての公衆の支援に対し強い影響力を持ち、学校および地域の取り組みに協力的な環境を作り出すことが可能です。反たばこマーケティングは、喫煙を肯定する影響力に対抗し、健康を促進するメッセージを広めて、州、地方、または地域全体に影響を与えることに努めています。反たばこマーケティングは、州および地域レベルでの有料テレビ、ラジオ、広告掲示板、および印刷物への反たばこ広告掲載を始め、プレスリリース、地元でのイベント、および健康促進活動などの手段を用いたメディア・アドボカシーやその他の広報テクニック、そしてたばこ業界のスポンサー活動やプロモーション活動の削減・入れ替えを目指す活動を含む、幅広い取り組みによって構成されています。

「包括的たばこ規制プログラムにおけるベストプラクティス」
CDC

メディア・アドボカシー

メディア・アドボカシーとは、社会的または公的な政策の推進を目指したマスメディアの戦略的な使用のことを指します。その目標は、マスメディアと共に、社会変革に向けた圧力を生み出すための取り組みを行うことです。メディア・アドボカシーは、人々にある特定の意思決定をしてもらおうとするのではなく、人々がそれらの決定を行う社会的環境をメディアを使って変えていこうというものです。メディア・アドボカシーは、包括的なたばこ規制プログラムの一部です。こうしたマスメディアを通じた活動は、地域活動と合わせて使用することによって、喫煙開始を減少させ、禁煙を増加させることが示されています。

I. ニュースの「フレーミング」

ある話題をニュースとして取り上げてもらうことができても、それではまだ目的は半分しか達成されていません。その話題がどのように報道されるかという点は、それがニュースとして取り上げられるかどうかと同じくらい重要なことです。記者やレポーターがそのニュースをどう伝えるかによって、視聴者や読者がその問題や解決策についてどう考えるかが変わってきます。

- A. **ニュースフレーム**：ニュースフレームとはニュースの範囲を決める枠であり、ニュース像のある特定の部分に注意をひきつけ、別の一部要素を背景として配置し、残りの部分については全く取り上げないようにするものです。写真を撮る際に、意識的にあれ直感的にあれ、必ず何を写しこむかを決めるのと同じように、ジャーナリストも何をニュースに組み入れるかを決定します。
- B. **フレーミング**：フレーミングとは、ジャーナリストがどの問題、アイディア、画像などの要素をニュースで取り上げるべきかを決定する際に経る選択プロセスのことです。また、フレーミングはニュースの内容に対する姿勢や見方を指す場合もあります。これは一般的にニュースの「アングル」と言われているものです。このような形でフレームを理解するという事は、特定の意味、イメージ、または感情を喚起する象徴、隠喩、および視覚表現に注意を向けているということになります。

- C. 問題の定義：問題がどのように定義されるかという点は、公衆衛生上の解決策を裏付ける際に極めて重要になります。たばこ使用は当初、患者と医師との間で取り扱われるべき個人的な問題とされてきました。この枠組みの中では、「過失」は喫煙者側にあると見なされ、「被害者を責める」形になっていました。しかし近年、喫煙を個人的な健康問題ではなく公衆衛生上の問題と捉える方向へと変わってきています。この変化によって、喫煙問題の定義が拡大され、より環境的なたばこ規制のアプローチを案出することが奨励されるようになり、より幅広い人々にたばこ規制に参加してもらうことが可能になってきています。

II. 公衆衛生上の視点

公衆衛生というフレームは、そのままではメディアと共鳴しない場合があります。ここでの課題は、情報をできる限り鮮明かつ説得力のあるものにする事です。そして、常に、人々が意思決定を行う広い意味での環境に向けて、言葉を発していかなくてはなりません。何が健康に関する人々の選択肢を制限しているのか？たばこを吸わないという賢明な意思決定を支持し得る環境的要素には何があるか？こうした問いに対する答えを明らかにすることは、ジャーナリストおよびその視聴者／読者に、個々の喫煙者を手助けするというレベルを超えた解決策に取り組むことの重要性を理解してもらう助けとなります。

- A. 自分たちの問題であることを理解してもらう：ニュースを受け取る人の大半は、追加の情報を与えられない限り、問題を抱える人間にその問題を解決する責任があると考えることを忘れないでください。解決策として有効な政策の推進において重要なのは、人々が「これは間違っている。どうにかする必要がある」と声を挙げるように導くニュースを作り出すことです。
- B. 解決策を提示する：ジャーナリストは、言い方は違っても必ず「何が問題なのか」および「あなたが提案する解決策は何か、または何が起ることを望んでいるのか？」という2つの質問をしてきます。従って、最も優先順位の高い、すぐに推進する必要がある確固とした解決策を常に提供できるようにしておかなければなりません。即ち、自分が何を伝えたいかを把握し、それを簡潔に伝えることができるようにしておく必要があるということです。仲間と共に、答えが口からすらすらと出るようになるまで練習しておきましょう。
- C. 実際の訴えを行う：公衆衛生上の解決策が科学に基づき、有益な結果をもたらすものであることを強調します。自分の提示する解決策がどのように費用を節約し、生産性を高め、人命を救い、事業を助け、小児を守るかを話しましょう。そうした政策がこの問題によって苦しめられている人々のみならず、いかに地域全体の利益となることを示す具体的な例を提供してください。
- D. ニュースの要素を作成する：ニュースフレームに影響を与えようとする際のひとつの問題は、ニュースにおいて何を取り上げ、何を取り上げないかをコントロールするのは皆さんではなくジャーナリストであるということです。しかし、ニュース報道という業界を理解し、ジャーナリストのニーズを予測することができれば、記者やレポーターの仕事を大幅に軽減するようなニュース要素を提供することができます。テレビ報道には、一般的に説得力のある映像が求められます。活字の記事には、皆さんの話を読者に実感させる隠喩や象徴を使用しましょう。

III. メディア・アドボカシーを成功させるためのヒント

- A. **メディア用の要約を用意する。**複雑で奥の深い問題であっても、その問題をニュースを受け取る人が実感できるような短い「要約」の形に整える必要があります。ひとつの情報の伝達に望めるのは、最大でもテレビ報道で15秒、活字で数行といったところです。このメディア用の要約は、自分がその話の見出しにしてほしい文句ととらえると良いでしょう。仲間と共に練習を行い、問題とその解決策を様々な形で説明してみても、短い簡潔な言葉で伝えられるようにします。その際、共通の価値観に焦点をあて、公正さや常識、小児の保護といった普遍的なテーマを強調するよう心がけてください。誰が影響を受けているのか、人々の生活や家族にとってどのような意味があるのか、また税金によって支えられている医療費にどんな影響を及ぼすのか、など今直面している状況を伝えましょう。
- B. **創造的疫学を実践する。**数字は公衆衛生上の問題としてのたばこの重要性の主張を具体化する手助けとなり得ます。しかし、公衆衛生スポークスパーソンは、大抵実感として理解するのが難しい大きな数字や広範囲の統計を使用しています。創造的疫学とは、大きな数字が意味をなすような社会的コンテキストの中におき、そうした数字を興味深い説得力のあるものにするものです。例えば、皆さんがこの情報を読む数分の間に、7人の人間が喫煙関連疾患によって死亡しています。
- C. **スポークスパーソンを用いる。**ジャーナリストをたばこ関連の問題に直接的な経験を持つ人々と接触させましょう。事前にスポークスパーソンと打ち合わせをして、伝えるべき重要ポイントや使用するメディア用の要約について話し合い、スポークスパーソンがジャーナリストに対して不安なく話をするようにしておきます。
- D. **聴衆に合わせてメッセージを調整する。**あらゆるメディアを活用する際、成功するための最も重要な原則のひとつは聴衆を理解することです。聴衆の背景と経験、およびメッセージが伝えられる状況を考慮すれば、人々の注意を集めることができます。対象となる聴衆の持つ価値観や信念と共鳴する形で問題を語ってください。いろいろな情報が飛び交うメディアの中で自分のメッセージが聴衆に届くよう、創造的な方法を用いましょう。
- E. **地元メディアを活用する。**全国メディアは、制作規模が大きく、東海岸から西海岸まで全米に届けられるため、多くの注目を集めます。しかし、それと同じ理由で、全国メディアにアクセスするのは非常に困難なことです。地元紙や地元ラジオ・テレビ局は、全国メディアに比べ、はるかに地域に目を向けており、地域の健康関連ニュースに対して比較的オープンです。さらに地元メディアは、埋めなければならない多くの放送時間や紙面を抱えている可能性があります。全国的な出来事や国際的な出来事に地元色を加え、実感のわく人間的なニュースにしましょう。CDCのSTATEシステムを含む、州および地域のたばこ規制データについては、www.cdc.gov/tobacco にアクセスし、「州の情報 (state information)」をクリックしてください。

- F. 行動の理由を自覚する。常に具体的な目標を持ち、誰に伝えたいのか、どのような結果を求めているのかを絶えず自問してください。そしてこれらの問いに対する答えに沿って、メディアに対する計画を立てていきましょう。
- G. 柔軟性を持つ。メディア・アドボカシーの成功には、柔軟性と根気が必要です。メディアとの最初の接触が成功しなくても、アプローチの仕方や対象を変えたり、スポークスパーソンを変えたりして、チャレンジを続けてください。

IV. 対メディア戦略

対メディア戦略とは、特定の目標達成のためにメディアを利用する計画のことです。対メディア戦略を成功させるためには、目標達成に向けて慎重に検討し調整しなくてはなりません。戦略作成者は、特に以下事項を把握しておく必要があります：

1. 厳密かつ現実的な言葉で表現した目標
2. 明確かつ簡潔な言葉で表現したメッセージ
3. 対象となる聴衆
4. メッセージを広め、対象となる聴衆に伝えるのに最も適したメディア
5. メッセージを聞いた後に聴衆が取るべき行動
6. 目標達成のために必要な支援

まず中心となるテーマをひとつ選び、聴衆が話全体の中の一文のみしか記憶しないことを前提に作業を進めていきます。事前にどれが記憶される一文となるべきか判断し、その一文を軸にメッセージ全体を構成していきましょう。テーマは常に簡潔かつ人の心に訴えるものであるようにしてください。

以下はメディアとの接触開始に用いることができるいくつかの方法です：

- ▶ **プレスリリース**：メディア報道用にイベント情報やリリース情報を発表するために使用します。そのまま、もしくはほとんど手を加えずに転載することができるように書く必要があります。
- ▶ **メディア用資料**：プレスリリースほど正式なものではなく、そのまま転載するためのものではありません。近く開催されるニュース価値のあるイベントについて知らせるために、メディアにEメール、ファックス、手渡し、または郵送します。
- ▶ **ピッチレターまたは電話**：ある特定の話題に対して関心がありそうな特定のジャーナリストに独占情報を提供するために用います。

初めての接触をEメール、ファックス、または郵送で行う場合には、その後電話でフォローアップしましょう。皆さんが送付した情報をその記者／レポーターが受け取ったかどうか、また何か質問したいことがないかどうかを確認します。記者やレポーターとの接触はしっかり記録し、実際の報道を追跡調査してください。また異なるメディアには、それに応じた別々のインタビュー機会やニュースアングルを設定しましょう。

V. メディアとの関係

記者やレポーターも人間ですから、お互いに利益となる関係を形成する必要があります。皆さんはジャーナリストを必要としています、ジャーナリストの方も皆さんを必要としています。

地元メディアに所属する人々に対し、自分自身のこと、自分の所属する組織のこと、そして自分の行動の動機を十分に説明してください。皆さんがその問題の専門家であることを分かってもらい、継続的な情報源となるようにします。あらゆる良好な人間関係に不可欠な、お互いに信頼し尊敬しあう関係を築きましょう。

皆さんの「守備範囲」の記者／レポーターの動向を常に観察してください。また各メディアにおいて、意思決定が誰によってどのように行われるかについて、できる限りの情報を仕入れましょう。新聞社には記者だけでなく、各セクション編集者、地元欄編集者、全国欄編集者、特集記事編集者、編集長、そして発行者がいます。テレビ局やラジオ局の要員には、整理担当編集者やチーフプロデューサーなどが含まれます。各メディアのキーパーソンには直接会う価値があります。また整理担当編集者との間にプロとしての関係が築かれれば、記者会見やその他のメディア関連イベントに対するアイデアを伝え、そのイベントへ記者を送るかどうか編集者の判断を聞くことが可能です。

記者／レポーターの関心事項が皆さんの関心事項と一致するとは限りません。記者やレポーターが追い求めているのは、必ずしも社会的な目標ではなく「ニュース」なのです。従って、皆さんには自分自身のニーズとジャーナリスト側のニーズの両方を満たすようにパッケージ化した形で情報を提供する責任があります。

記者やレポーターには常に真実を伝え、誤解を招かないようにします。情報は皆さんが仲介する商品ではありますが、その商品は信頼性によって売らなければなりません。公衆衛生において誇張は必要ありません。なぜなら、「女性における肺がん死亡は過去 50 年間で 600% 上昇した」という統計のように、ありのままの真実が十分にセンセーショナルなものだからです。

VI. メディアとのインタビュー

対象となる聴衆について、できる限りの情報を得るようにします。チャンスがあれば、記者やレポーターが質問を作成する手助けをしましょう。役立つ事実や数値を含む予備知識を提供してください。覚えておくべき戦略には以下が含まれます：

- A. 簡潔で直接的な言語を用いる。聴衆を混乱させる可能性のある専門用語や略語の使用は避けましょう。
- B. 短く明確で引用可能な文章を用いる。事前に録音／録画されたインタビューは編集されるため、長い文章で語られたポイントはその過程で失われてしまいます。主要ポイントを 9 秒間にまとめたメディア用の要約がメディアを通じたコミュニケーションにおいては不可欠であることを覚えておいてください。