

研究・調査報告書

報告書番号	担当
378	滋賀医科大学福祉保健医学講座
題名 (原題/訳)	
Social norms campaigns: examining the relationship between changes in perceived norms and changes in drinking levels/ 社会的規範の認知キャンペーン：飲酒に関して自己認識している規範の変化と飲酒量の変化の関連	
執筆者	
Mattern JL, Neighbors C	
掲載誌 (番号又は発行年月日)	
J Stud Alcohol 2004; 65: 489-493	
キーワード	
社会的規範、自己規範、キャンペーン活動	
要旨	
背景 大学生の飲酒率は多様な対策にもかかわらずこの10年変化していない。その理由として、大学生の飲酒習慣に対する自己認識と実際の社会的規範に差があり、飲酒習慣のある学生は、たとえ大量飲酒をしていてもその自覚をあまり持っていないことが指摘されている。したがってこの誤認識を改善することは、大学生の飲酒習慣を改善する手法として有効と考えられる。本研究は、学生寮における社会的規範の普及・啓発キャンペーンにより、飲酒に関する自己規範と実際の飲酒行動を改善することを目的としている。	
対象と方法 対象者は、米国中西部の某大学の学生寮居住者からランダムに選ばれた1,200人の大学生である。キャンペーンの前後に質問紙による調査を行い、応答率はそれぞれ58.7%、53.8%であり、前後両方に回答した474人(39.5%)を分析対象とした。キャンペーンは5週間実施され、寮長からの手紙、ポスターの掲示、テーブル上の標識、箱にスローガンが印刷されたゼリービーン、3種類の葉書がツールとして用いられた。これらは「本学の70%の学生は講義の行き返りに飲みに行くことはありません」、「本学の85%の学生は週1回未満しか飲みません」等の社会的規範に関するメッセージを提示している。	
結果 典型的な1回飲酒量に関する自己認識は、介入前の7.04杯から介入後は6.10杯に有意に低下した。また飲酒頻度に関する認識も、介入前の6.04点から介入後は5.79点に有意に低下した(飲酒頻度は10段階で得点評価)。非飲酒者を除くと、これらはそれぞれ介入前の5.79杯から5.35杯と有意に減少していた(頻度は変化なし)。飲酒量または頻度に関する自己認識の減少群、不変群、増加群に分けて、実際の飲酒量の推移を検討した。ベースラインの認識度などを共分散分析で調整すると、自己認識としての1回飲酒量、飲酒頻度が減少した群では、実際の1回飲酒量、飲酒頻度が有意に減少していた。	
結論 学生寮で飲酒に関する社会規範を認知させるキャンペーンを行うことにより、学生の典型的な飲酒習慣についての誤解を改めさせることができる。その結果、飲酒に対する規範の自己認識を改善させ、実際の飲酒量や頻度を減少させると考えられた。	