

## 研究・調査報告書

分類番号	報告書番号	担当
A-133	14-158	滋賀医科大学社会医学講座公衆衛生学部門
<b>題名 (原題/訳)</b>		
Adolescents' exposure to tobacco and alcohol content in YouTube music videos. 青年期における You Tube を介したタバコやアルコール画像の暴露		
<b>執筆者</b>		
Cranwell J, Murray R, Lewis S, Leonardi-Bee J, Dockrell M, Britton J.		
<b>掲載誌</b>		
Addiction. 2015, 110(4):703-11. doi: 10.1111/add.12835		
<b>キーワード</b>		<b>PMID</b>
青年期の暴露、YouTube、アルコール、音楽ビデオ、タバコ		25516167
<b>要 旨</b>		
<p><b>目的：</b> YouTube が配信するミュージックビデオの中で、タバコやアルコールの内容を含んだ画像について数量評価を行い、青年期の視聴状況について調査した。</p> <p><b>方法：</b> 2013年11月から14年1月末の12週間にYouTubeに配信されたミュージックビデオを10秒間隔で収集し、アルコール、タバコまたは電子タバコの画像についてコード化した。また、青年期(11-18歳)2,068人を対象に、タバコ・アルコールの情報が含まれる代表的なミュージックビデオの視聴状況を調査した。</p> <p><b>結果：</b> 全体のミュージックビデオに対する配信割合は、アルコールに関連した画像 45% (95%信頼区間[CI]=33-51%)、タバコ 22% (95%CI=13-27%)、電子タバコ 2% (95%CI=0-4%)であった。ブランドからの配信割合は、アルコール 7% (95% CI=2-11%)、タバコ 4% (95% CI=0-7%)、電子タバコ 1% (95% CI=0-3%)であった。配信頻度の高いアルコール、タバコ、電子タバコのブランドは、それぞれ Absolut Tune, Marlboro, E-Lites であった。視聴調査では、アルコール・タバコを含んだ画像を1回以上見たことのある若者は81%であり、そのうち87%が平均7.1回繰り返し視聴していた。また、男性より女性の視聴率が高く、再視聴する割合も高かった。</p> <p><b>結論：</b> アルコール・タバコ画像を含んだYouTubeミュージックビデオは、多数の若者に視聴されており、特に女性の割合が高かった。</p>		