

Die Darstellung von Alkohol und Drogen in Jugendmagazinen

Autor(en): **Atkinson, Amanda M. / Sumnall, Harry R.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **SuchtMagazin**

Band (Jahr): **36 (2010)**

Heft 5

PDF erstellt am: **26.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-800231>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Darstellung von Alkohol und Drogen in Jugendmagazinen

Der vorliegende Überblick beschreibt die Ergebnisse einer Inhaltsanalyse zur Darstellung von Alkohol und illegalen Drogen in beliebten britischen Magazinen für LeserInnen im Alter von 11 bis 18 Jahren. Die Ergebnisse werden untersucht im Hinblick darauf, welchen Einfluss die Darstellung von Drogenkonsum in den Medien auf die Einstellung und die Gewohnheiten von jungen Menschen hat und wie die mögliche Rolle der Medien für gesundheitsfördernde Empfehlungen an die Adresse von jungen Menschen zu bewerten ist.

Amanda M. Atkinson

Wissenschaftlerin, Center of Public Health, Liverpool John Moores University, Henry Cotton Building, Liverpool L3 2ET, UK, Tel. +44 (0)782 143 58 49, A.M.Atkinson@ljmu.ac.uk

Harry R. Sumnall

Dr., Dozent, Center of Public Health, Liverpool John Moores University, Tel. +44 (0)9151 231 45 16, H.Sumnall@ljmu.ac.uk

Einleitung

Mit der Entwicklung des britischen Nachtlebens (night time environment, NTE)¹ ist eine neue Form der Rauschkultur verbunden, innerhalb derer der gleichzeitige Genuss von Alkohol und illegalen Substanzen zu einer gängigen Größe im Freizeitverhalten junger Menschen geworden ist.² Wenn man den Drogenkonsum auf Partys als beliebte Freizeitbeschäftigung junger Menschen untersucht, kann man davon ausgehen, dass «die Medien» schon immer wichtiger Bestandteil für die Kultur und Identitätsbildung junger Menschen waren.³

Forschungsergebnisse haben ebenfalls auf die bedeutende Rolle der Medien hingewiesen, wenn es um die Einflussnahme auf Einstellungen und Verhaltensweisen in Bezug auf Drogen geht.⁴ Beachtliches Forschungsmaterial hat die Inhaltsanalyse zur Darstellung von Drogen in den Medien ergeben, insbesondere im Zusammenhang mit der Darstellung in Film, Fernsehen, Liedtexten und Nachrichtenmedien.⁵ Weniger weiss man hingegen über die Darstellung von Drogen in beliebten Kulturmagazinen.

Angesichts der Tatsache, dass beliebte Medien wie Magazine eine wichtige Rolle für junge Menschen und deren Identitätsfindung spielen, werden Studien über die Darstellungsformen von Alkohol und Drogen, denen junge Menschen als LeserInnen ausgesetzt sind, zu einem wichtigen Forschungsgebiet. Der Zweck dieser Studie bestand darin, Häufigkeit und Art der Darstellungen von Drogenkonsum zu bewerten, die jungen Männern und Frauen bei der Lektüre von Magazinen vermittelt werden. Dies unter der Prämisse, dass solche Darstellungen die Entstehung oder das Nachvollziehen von sozialen Normen im Hinblick auf den Umgang mit Drogen beeinflussen können. Die nachfolgende Erörterung fasst die Forschungsergebnisse zusammen. Ein vollständiger Überblick über die Ergebnisse ist anderweitig verfügbar.⁶

Zusammenfassung der Ergebnisse

Basierend auf den Ergebnissen einer Umfrage bei LeserInnen von Jugendmagazinen wurden 23 einzelne, innerhalb von einem Monat erschienene Magazine für die Untersuchung herangezogen. Die Beispiele weisen bei der Darstellung von Alkohol- und Drogenkonsum deutliche Unterschiede auf. Alkohol wurde häufiger thematisiert als Drogen und zudem als kulturell akzeptiert dargestellt. Von den 1699 untersuchten Artikeln enthielten 8,1% (n=138) mindestens einen Hinweis (n=387) auf Alkohol. Im Vergleich dazu enthielten 1,9% (n=32) der Artikel einen Hinweis (n=32) auf illegale Drogen. Die gefundenen Hinweise stehen in einem deutlichen Zusammenhang mit Prominenten, 72,9% (n=148) in Bezug auf Trinken und 53,1% (n=17) in Bezug auf Drogen. Alkoholkonsum wurde überwiegend mit einem schicken Prominenz-Lifestyle assoziiert, aber auch mit dem gefährlichen Verhalten weniger Einzelner, das zu Abhängigkeit mit schädlichen Folgen führt. Drogenkonsum wurde im Hinblick auf die Sucht von Prominenten und Kriminalität in erster Linie negativ dargestellt, aber auch als eine Betätigung, die mit dem Lifestyle von Prominenten und der Musikszene in Verbindung gebracht wird.

In den für junge Jugendliche bestimmten Magazinen wurden sowohl Alkohol als auch Drogen selten erwähnt. Von allen Hinweisen auf Drogen (n=32) fanden sich 9,4% (n=3) in Magazinen für junge Jugendliche, während die Hinweise auf Alkohol sich in demselben Typ Zeitschrift auf 5,5% (n=22) aller Erwähnungen beliefen. Darin enthalten sind Artikel zwecks Verbreitung von Gesundheitsratschlägen bei Substanzkonsum. Das untersuchte Material enthielt jedoch relativ wenige Artikel, die sich auf offizielle Alkohol- und Drogeninformationen stützen (n=7). Alkoholwerbung war in den Magazinen auch häufig enthalten, wie z.B. das Darstellen von Alkoholgebrauch in der Werbung für nicht-alkoholische Produkte (n=24). Alkoholwerbung selbst hatte es nur in den für den Erwachsenenmarkt bestimmten Magazinen, in jenen für Teenager war sie entsprechend nicht vorhanden. Allerdings war das Sponsoring von Fussballtrikots durch Alkoholproduzenten in Zeitschriften für junge Jugendliche männlichen Geschlechts zu finden (z.B. Carlsberg, n=8).



Erörterung und Schlussfolgerung

Angesichts der geringen Anzahl erzieherischer Diskurse zum Thema «Substanzen» beziehen junge Menschen ihr Wissen über Alkohol und Drogen möglicherweise aus den Promi-Drogengeschichten, die oft in den Publikumszeitschriften erscheinen. Es sind indes Widersprüche in den an junge Menschen gerichteten Botschaften über den Drogenkonsum von Berühmtheiten erkennbar (etwa die Artikel, die sowohl glamouröse als auch negative Bilder über die Trinkgewohnheiten von Promis vermitteln). Mit der Entwicklung der modernen Medien begegnen junge Menschen einer ganzen Reihe von Einzelpersonen, einschliesslich Prominenten, die ihre Sozialisierung hin zum Drogenkonsum beeinflussen können.⁷ Derzeit ungeprüft ist die öffentliche Auffassung, dass die Darstellung von Alkohol- und Drogenkonsum von Prominenten in den Medien die Einstellung von jungen Menschen zum Alkohol beeinflusst. Es ist jedoch unwahrscheinlich, dass der Einfluss der Prominenz so einfach oder deterministisch ist, wie gemeinhin behauptet wird, da Faktoren wie Popularität, eingebrachte Zeit, Gleichartigkeit und Verbundenheit den Grad der Beeinflussung mitbestimmen.⁸ Obwohl das «Rollenmodell» weit verbreitet ist, fehlen Forschungen darüber, ob junge Menschen sich von Medienberichten über drogenkonsumierende Prominente beeinflussen lassen.

Darstellungen von Alkohol in den Medien sind in der modernen Gesellschaft allgegenwärtig und in vielerlei Form zu finden, einschliesslich Fernsehen, Printmedien und neue Medien. Wie alle Medien enthalten auch die Magazine Informationen, auf die sich der Einzelne bei seinem Verständnis und seiner Einstellung im Umgang mit Alkohol und Drogen stützt. Die Bilder von Drogenkonsum, denen junge Menschen durch die Medien ausgesetzt sind, können einen Einfluss haben, indem sie Vorstellungen und Verhalten in Bezug auf Drogen prägen. Allerdings wird der Prozess einer Sozialisation hin zu einer Haltung und einem Verhalten gegenüber Alkohol und Drogen durch eine über die Zeit gewachsene Ansammlung medialer Botschaften und unter dem Einfluss anderer gesellschaftlicher und kultureller Faktoren (z.B. Peergroups, Familie, Werbung, allgemeinere soziale Normen) bestimmt. Überdies sind junge Menschen in ihrem Medienkonsum aktiv, sie können die Botschaften, die sie empfangen, zurückweisen, verarbeiten und verändern. Weiterführende Forschung ist erforderlich, um festzustellen, in welchem Masse junge Menschen sich mit Aussagen der Medien zum Umgang mit Drogen identifizieren, ebenso wie die genaue Art des Einflusses, den Prominente auf die Haltung von jungen Menschen in Bezug auf Drogenkonsum ausüben.

Da die Forschung gezeigt hat, dass die Medien das Gesundheitsverhalten von jungen Menschen beeinflussen können, so sind sie vielleicht auch in der Lage, gesunde Ansichten zum Umgang mit Alkohol zu vermitteln. Auch wenn Kampagnen zur Gesundheitsförderung das Bewusstsein für Gesundheitsthemen gesteigert haben, so gibt es nur wenige Belege für eine Verhaltensänderung.⁹ Darüber hinaus haben Kampagnen in den Medien mit dem Ziel, auf bestimmte Bevölkerungsgruppen in Bezug auf den Umgang mit Drogen erzieherisch zu wirken, mit einem «Gegenmarketing» des Handels zu kämpfen (z.B. von Alkoholproduzenten). Wenn man bei der Verbreitung von Informationen zum Umgang mit Drogen mit den Medien zusammenarbeitet, muss man daher berücksichtigen, dass die Medienindustrie letztlich gewinnorientiert ist und Informationen zu Unterhaltungszwecken verbreitet. Dies könnte einen Zielkonflikt bilden, wenn die Medien zur Verbreitung von realistischen, gesundheitsfördernden Informationen für junge Menschen zum Thema «Drogenkonsum» gewonnen werden sollen. Weitere Forschungsarbeiten sind nötig, um die mögliche Rolle der Medien bei der Verbreitung von Botschaften zum Thema «Gesundheit und Drogenkonsum» zu untersuchen, ebenso wie die Sichtweise der jungen Menschen selbst zur Rolle der Medien in der Gesundheitsförderung. ●

Literatur

- Anderson, P./Angus, K./Gordon, R./Hastings, G. (2009): Impact of alcohol advertising and media exposure on adolescent alcohol use: a systematic review of longitudinal studies. *Alcohol and Alcoholism* 44(3): 229-243.
- Babor, T./Ceaetano, R./Casswell, S./Edwards, G./Giesbrecht, N./Graham, K./Gruber, J./Grunewald, P./Hill, L./Holder, H./Hommel, R./Osterberg, E./Rehm, J./Room, R./Rossow, I. (2003): *Alcohol: no ordinary commodity: research and public health*. Genf: Oxford University Press/World Health Organization.
- Bandura, A. (1986): *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Boone, S.D./Lomore, C.D. (2001): Admirer-celebrity relationships among young adults. *Human Communication Research* 27: 432-465.
- Engels, R.C.M.E./Hermans, R./van Baaren, R.B./Hollenstein, R.B./Bot, S.M. (2008): Alcohol portrayal on television affects actual drinking behaviour. *Alcohol and Alcoholism* 44(3): 244-249.
- Gauntlett, D. (2002): *Media, gender and identity*. Oxford: Routledge.
- Giles, D.C./Maltby, J. (2004): The role of media figures in adolescent development: relations between autonomy, attachment, and interest in celebrities. *Personality and Individual Differences* 36: 813-822.
- Measham, F./Shiner, M. (2009): Top of form. The legacy of «normalisation»: the role of classical and contemporary criminological theory in understanding young people's drug use. *International Journal of Drugs Policy* 20(6): 502-508.
- Measham, F. (2006): The new policy mix: alcohol, harm minimisation and determined drunkenness in contemporary society. *International Journal of Drug Policy* 17: 258-268.
- Parker, H./Williams, L./Aldridge, J. (2003): The normalization of sensible recreational drug use: more evidence from the North West England longitudinal study. *Sociology* 36(4): 941-964.
- World Health Organization WHO (2002): *Prevention of psychoactive substance use: a selected review of what works in the area of prevention*. Genf: WHO

Endnoten

- 1 Vgl. Measham 2006.
- 2 Vgl. Measham/Shiner 2009, Parker et al. 2003.
- 3 Vgl. Gauntlett 2002
- 4 Vgl. Engels et al. 2009, Anderson et al. 2009, Thompson 2005.
- 5 Eine komplette Liste von Artikeln, die die Darstellung von Alkohol und Drogen in den Medien untersuchen, ist auf Anfrage verfügbar.
- 6 Der vollständige Artikel ist auf Anfrage verfügbar. Kontaktadresse: A.M.Atkinson@lpmu.ac.uk.
- 7 Vgl. Bandura 1986, Boone/Lomore 2001, Giles/Maltby 2004.
- 8 Vgl. Boone/Lomore 2001, Giles/Maltby 2004.
- 9 Vgl. WHO 2002, Babor et al. 2003.

Bücher zum Thema



Lehrbuch Suchtprävention. Von der Drogenaktivität zur Drogenmündigkeit

Gundula Barsch
2008, Neuland, 352 S.

In diesem Buch werden bisherige Präventionskonzepte des «Wir wissen, was gut für Dich ist» und «Es ist doch nur in Deinem Interesse» kritisch reflektiert. Es geht um soziale Kontrolle und den Fetisch Gesundheit, um Medizinalisierung und Ordnungspolitik, um Substanzifizierung und den Bemächtigungsmythos. Ihre Thesen zum geglätteten Substanzkonsum, zur Drogenmündigkeit, fordern mit Sicherheit Widerspruch heraus, ermuntern zur lebhaften Debatte darüber, was Prävention bewirken sollte – und welches die Ziele sein könnten. Gibt es, wie die akzeptierende Drogen-therapie, auch eine akzeptierende Prävention?



Safer-Use-Info – das Set Tina Loosli, Markus Berger, Hans Cousto

2010, Nachtschattenverlag, 431 S.

In diesem Set sind die drei Bände aus der Safer Use Reihe zusammen eingeschweisst: Tina Loosli – Partyfood: Das Wichtigste in Kürze zu Ernährung im Partyleben Markus Berger – Handbuch für den Drogennotfall: Das wichtigste zu Gefahrenpotenzialen, Überdosierungen und Abhängigkeiten Hans Cousto – Drogen-Mischkonsum: safer-use-info. Das Wichtigste in Kürze zu den gängigsten (Party-) Drogen. Genussoptimierung – Wirkungen und Wechselwirkungen – Gefahrenpotenziale – Risikomanagement