

Kurzbericht des BMG-geförderten Forschungsvorhabens

Vorhabentitel	„Die Darstellung von Drogen und Sucht im deutschen Fernsehen“
Schlüsselbegriffe	Drogen, Sucht, öffentlich-rechtliches Fernsehen, Alkohol, Tabak/Nikotin, Cannabis, chemische Drogen
Vorhabendurchführung	Prof. Dr. Kim Otto, Andreas Köhler, Kristin Baars
Vorhabenleitung	Prof. Dr. Kim Otto
Autor(en)	Prof. Dr. Kim Otto, Dr. Andreas Köhler, B.A. Kristin Baars
Vorhabenbeginn	01.07.2017
Vorhabenende	31.11.2017

1. Vorhabenbeschreibung, Vorhabenziele

Nach Einschätzung von führenden Experten und Expertinnen der Suchtforschung hat die Darstellung des Konsums von legalen Drogen, wie Tabak und Alkohol, sowie auch illegaler Drogen, wie Cannabis und Kokain, in deutschen Film- und Fernsehproduktionen in der letzten Zeit deutlich zugenommen. Die Darstellung von Drogen im Fernsehen kann negative Auswirkungen auf die Entwicklung von Jugendlichen haben. Insbesondere, wenn die negativen Effekte des Drogenkonsums nicht thematisiert werden. Darüber hinaus werden aber auch stoffungebundene Süchte, wie Spielsucht, Kaufsucht, Medienabhängigkeit, Sexsucht, Sportsucht, Arbeitssucht und Magersucht, im Fernsehen dargestellt. Dies ist insofern problematisch, weil die Lebenswelt von Jugendlichen im erheblichen Maß durch die Fernsehberichterstattung geprägt ist. Deren Auseinandersetzung mit und Aneignung der Welt vollzieht sich mehr und mehr über medienvermittelte Erfahrungen.

Deswegen wurde in der vorliegenden Studie die Verbreitung der Darstellung von harten und weichen Drogen sowie deren Bewertung in der deutschen Fernsehberichterstattung analysiert.

Durch die gewonnenen Erkenntnisse sollen mögliche Folgen für Jugendliche abgeleitet werden, um Präventionsmaßnahmen entwickeln zu können. Übergeordnetes Ziel der Studie ist eine nachhaltige Debatte auf Grundlage empirischer Daten, die in einer Selbstverpflichtung der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten und der privaten Fernsehsender münden kann, weniger Drogenkonsum und Suchtverhalten darzustellen oder kritischer über den Konsum von harten und weichen Drogen sowie stoffgebundenen und stoffungebundenen Süchten zu berichten.

2. Durchführung, Methodik

Für die Untersuchung wurde die empirische Methode der quantitativen Inhaltsanalyse genutzt. Analysiert wurde das Programm der deutschen Fernsehsender, welche Jugendliche am häufigsten rezipieren. Die Kanäle, welche die höchste Einschaltquote bei den 12- bis 19-Jährigen erreichen, sind ProSieben, RTL, ARD, ZDF, Sat.1, RTL Nitro sowie RTL2. Von diesen wurde das Fernsehprogramm einer natürlichen Woche in den Genres Information, Magazin, Daily Soap, Show, Serie, Film, Doku-Soap, Gerichtsshow, Dokumentation sowie Sport untersucht. Hierbei handelt es sich um eine Klumpenstichprobe, welche den Zeitraum 9. Juli 2017 (Montag) bis 16. Juli 2017 (Sonntag) umfasst. Innerhalb dieses Zeitraums wurden alle Sendungen zwischen 13:00 und 22:00 Uhr ausgewertet, wodurch ca. 378 Stunden Untersuchungsmaterial entstanden sind. Programmvorschauen wurden von Werbung separiert und nicht in die Analyse einbezogen. In der Systematik Mertens (1995: 88) handelt es sich um eine deskriptive Inhaltsanalyse, die auf das Fernsehprogramm ausgerichtet ist und dieses hinsichtlich Darstellungen und Thematisierungen von Drogen und Süchten untersucht. Untersuchungsebenen sind die einzelnen Sendungen im Programm des Untersuchungszeitraums sowie die darin enthaltenen Werbeblöcke. Das heißt, jede Sendung ist ein Merkmalsträger, Werbeblöcke wurden separat als eigener Merkmalsträger erfasst, wobei sie den einzelnen Sendungen zugeordnet wurden. Allen Sendungen sowie Werbeblöcken wurden Attribute entsprechend eines ausgeprägt standardisierten Kategoriensystems zugeordnet. Die analysierten Merkmale resultierten aus der Operationalisierung der genannten Drogen und Süchte und wurden in einem Kategoriensystem sowie einem Codebuch festgelegt. Im Codebuch wurden zunächst Basisangaben, wie der Name des jeweiligen Kanals, Titel und Länge der Videos sowie Anzahl der positiven und negativen Bewertungen dieser durch Rezipienten und Rezipientinnen erfasst. Im Anschluss wurden die Inhalte der Videos differenziert analysiert, um herauszufinden, welche Drogen bzw. Süchte gezeigt und/oder thematisiert werden, wie lange dies der Fall ist (Frequenzanalyse in Sekunden) und ob dies kommentiert/eingeordnet wird und somit eine Bewertung erfolgt (Valenzanalyse). Darüber hinaus wurde erfasst, wie viele männliche und weibliche Personen in der Darstellung Drogen konsumieren bzw. von einer Sucht betroffen sind und welches Alter diese aufweisen.

Insgesamt sind 627 Sendungen und 905 Werbeblöcke untersucht worden. Da sich für alle Sender ein gleicher Zeitumfang ergibt (neun Stunden pro Tag für sieben Tage, ergibt 63 Stunden pro Sender), lassen sich Zeitumfänge hinsichtlich der Thematisierung und Darstellung von Drogen bzw. Süchten sehr gut zwischen den Sendern vergleichen. Je nachdem wie stark die Sender ihr Programm gliedern, z.B. durch Nachrichten oder kurze Serien, variiert allerdings die Anzahl ihrer Sendungen. So zeigten ZDF (106), ProSieben (105) und RTL Nitro (104) während des untersuchten Zeitraumes die höchste Anzahl an Sendungen. Etwas weniger konnten bei der ARD (94) und bei RTL (87) gezählt werden, während den niedrigsten Wert Sat.1 mit 69 Sendungen und RTL2 mit 63 Sendungen während des Untersuchungszeitraumes aufwiesen. Um dennoch einen Vergleich in der Auswertung

ziehen zu können, wurde in vorliegender Studie auf Prozentwerte, bezogen auf die Gesamtzahl der Sendungen pro Sender, zurückgegriffen.

3. Gender Mainstreaming

In der Diskussion über den Zusammenhang von „Sucht und Männlichkeit“ und dem Postulat, Sucht sei im Grunde ein Männerthema, wurde der Konsum von Drogen mit dem männlichen Gender-Schema verbunden (Stöver2004; Jacob/Stöver 2004, 2006; Klingemann 2006). Der Ansatz der Konstruktion sozialer Geschlechtlichkeit („doing gender“) kann den Blick für einen Verstehens-Ansatz des Drogenkonsums öffnen. So ist Drogenkonsum weniger als Reaktion auf Problemlagen, sondern vielmehr als bewusstes, gezielt eingesetztes und damit funktionales Instrument zur Herstellung von Geschlechtsidentitäten zu verstehen (vgl. Vogt 2007: 239).

Folglich können für Jugendliche medial dargestellte Rollenbilder mit Bezug zum Konsum weicher und harter Drogen eine Orientierungsfunktion auch hinsichtlich ihrer geschlechtlichen Identität aufweisen, weshalb dieser Aspekt in vorliegender Studie aufgegriffen wurde. Es erfolgte eine Analyse des Geschlechts und Alters der Akteure, welche Drogen in Fernsehsendungen konsumieren bzw. von Süchten betroffen sind.

4. Ergebnisse, Schlussfolgerung, Fortführung

OTTO, K., A. KÖHLER und K. BAARS (2018): Die Darstellung von Drogen und Sucht im deutschen Fernsehen, Berlin: Bundesministerium für Gesundheit.

Insgesamt ist festzustellen, dass insbesondere legale Drogen häufig im deutschen Fernsehen gezeigt werden. Alkohol ist hierbei, mit weitem Abstand, die am häufigsten dargestellte Droge. So sind alkoholische Getränke in sechs von zehn Sendungen sichtbar und in vier von zehn Sendungen wird deren Konsum gezeigt. Hinsichtlich der Genres fällt auf, dass insbesondere in fiktionalen Formaten alkoholische Getränke sehr präsent sind. So wird der Alkoholkonsum in nahezu jedem Film (95,8 Prozent), in zwei von drei Serien (61,2 Prozent) und in fast der Hälfte der Dailysoaps (45,8 Prozent) gezeigt. Besonders auffallend ist, dass Alkoholkonsum in zuvor genannten Formaten zwar vielfach gezeigt, aber nur selten thematisiert wird. Denn in nur halb so vielen Sendungen, in denen Alkohol gezeigt wird, wird über diesen auch gesprochen. Zugleich findet eine Bewertung des Alkoholkonsums in den untersuchten Sendungen nahezu gar nicht statt – nur in jeder zehnten Sendung. Dieses Phänomen zeigt sich auch bei den anderen untersuchten Drogen: Sie werden zwar häufig dargestellt, thematisiert werden sie hingegen selten.

Die Präsenz von Tabak bzw. Nikotin ist zwar geringer als die von Alkohol, jedoch wird auch diese legale Droge in nahezu jeder vierten Fernsehsendung gezeigt. In den untersuchten Fernsehsendungen ist sie damit die am zweithäufigsten gezeigte Droge, wenngleich sie seltener zu beobachten ist als noch 2006 (vgl. Hanewinkel, Wiborg & Sargent 2006).

Cannabis, chemische Drogen und Medikamentenmissbrauch werden indes nur sehr selten gezeigt, jeweils in weniger als 2,3 Prozent der untersuchten Sendungen. Auch die Darstellung stoffungebundener Süchte erfolgt – im Vergleich zu legalen Drogen – im deutschen Fernsehen eher selten. So werden Süchte in 1,9 Prozent der Sendungen gezeigt und in fast fünf Prozent der Sendungen thematisiert.

Mit der Studie wurde auch erfasst, ob innerhalb der untersuchten Sendungen Ursachen für den Drogenkonsum genannt werden. Insgesamt ist dies jedoch nicht häufig der Fall: Für Alkoholkonsum wird in 5,4 Prozent der Sendungen ein Auslöser genannt, für andere Drogen noch seltener. Eine kritische Einordnung bzw. Reflektion des Konsums weicher und harter Drogen findet in den untersuchten Sendungen nahezu nie statt.

Hinsichtlich der im deutschen Fernsehen dargestellten Rollenbilder kann allgemein festgestellt werden, dass Drogenkonsum primär im Zusammenhang mit männlichen Personen abgebildet wird. So konsumieren sie sowohl Alkohol als auch Tabak bzw. Nikotin deutlich häufiger als Frauen.

5. Umsetzung der Ergebnisse durch das BMG

Auf Grundlage der Projektergebnisse kann ein bereits begonnener Dialog mit den Sendern fortgesetzt werden. Ziel muss es sein, im Sinne einer Selbstverpflichtung die Darstellung von Drogenkonsum und Suchtverhalten zu reduzieren.

6. Verwendete Literatur

BONFADELLI, H. (1981): Die Sozialperspektive in der Massenkommunikationsforschung, Berlin: Verlag Volker Spiess.

DROGENBEAUFTRAGTE DER BUNDESREGIERUNG (2017): Drogen- und Suchtbericht, in: https://www.drogenbeauftragte.de/fileadmin/dateiendba/Drogebeauftragte/Drogen_und_Suchtbericht/flipbooks/DuS_2017/index.html#p=1, eingesehen am 15.11.2017.

JACOBI, F. (ET AL.) (2013): Psychische Störungen in der Allgemeinbevölkerung. Studie zur Gesundheit Erwachsener in Deutschland und ihr Zusatzmodul Psychische Gesundheit (DEGS1-MH), in: Der Nervenarzt, 85, S. 77-87.

PÜRER, H. (2014): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, 2. Aufl., Konstanz & München: UVK.

THEUNERT, H./SCHORB, B. (2004): Sozialisation mit Medien: Interaktion von Gesellschaft – Medien – Subjekt. In: Hoffmann, D./Merkens, H. (Hrsg.): Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Impulse für die Jugendforschung. Weinheim, München: Juventa, S. 203–219.