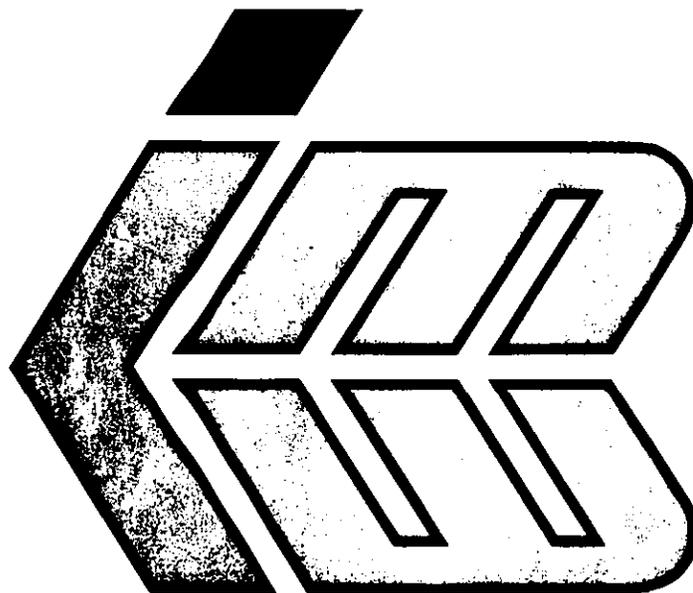


070003





ERFOLGSPROGNOSE EINER KAMPAGNE  
ZUR DIREKTEN UND INDIREKTEN BEEINFLUSSUNG  
VON DROGENGEFÄHRDETEN JUGENDLICHEN

B E R I C H T

(IMW - IT 64/65)

(November 1972)

Bundeszentrale für  
gesundheitliche Aufklärung  
Östmerheimer Straße 200 Tel. 2000

**ARCHIVEXEMPLAR**

Reg.-Nr.: 70003  
(13.1.10) Bericht

# G L I E D E R U N G

	Seite
Vorbemerkung	1
I. EINFÜHRUNG	2
1. Zielsetzung der Untersuchung	2
2. Anlage der Gesamtstudie und einzelner Untersuchungsabschnitte	3
II. ERGEBNISTEIL A: ALLGEMEINE ERGEBNISSE	5
1. Zur Situation der Jugendlichen in ihrer Umwelt	5
1.1 Bezüge zu gesellschaftlichen Werten und Zielsystemen	5
1.1.1 Wertbegriffe und Zielsysteme	5
1.1.2 Interessengebiete und Vorbilder	10
1.1.3 Spezielle Einzelaspekte: Soziales Engagement, Politik, Schule, Beruf	11
1.1.4 Das Selbstbild der Jugendlichen	23
1.2 Bezüge zum engeren sozialen System	27
2. Kommunikations- und Mediaverhalten	32
3. Verhältnis zu Rauschmitteln	36
3.1 Aktualität des Rauschmittelproblems	36
3.2 Der Drogeninformationsstand	39
3.2.1 Bekannte Rauschmittel und Wirkungsvor- stellungen	39
3.3.2 Drogendistanz und vermutete Verwender- motive	42
3.3 Praxis und Wirkungsvorstellungen bezüglich prophy- laktischer Maßnahmen	44

	Seite
III. ERGEBNISTEIL B:	
DIE EIGNUNG DER VORGELEGTEN KAMPAGNE UND IHRER EINZELNEN ELEMENTE	54
1. Vorbemerkung zu Anlage und Aussage- fähigkeit des Tests	54
2. Spezielle Maßnahmen für Jugendliche und Eltern	57
2.1 Die Beurteilung der Anzeigenentwürfe und Comics	57
2.1.1 Globale Kennwerte der untersuchten Materialien: Rückerinnerung, Akzeptanz und Effektivitätseinstufung	57
2.1.2 Detailergebnisse: Erinnerung und Be- wertung einzelner Inhalte	65
2.1.3 Zielgruppen und Medienzuordnung	75
2.2 Die Beurteilung der Broschürenentwürfe	78
2.3 Kommunikationswirkungen der Materialien	81
3. Spezielle Materialien für Lehrer	94
4. Die Problematik von "Antidrogen- kampagnen"	100
4.1 Vorstellungsbild und inhaltliche Ausprä- gungen	100
4.2 Wettbewerb und Erkennungszeichen	106
IV. ZUSAMMENFASSENDE THESEN UND DISKUSSION	108
A. ALLGEMEINE ERGEBNISSE	108
B. TESTERGEBNISSE	116
C. DISKUSSION	121

### Vorbemerkung

Die vorliegende Studie ist qualitativ und quantitativ sehr breit angelegt. Diese Breite ist schon erkennbar an der Fülle des reinen Datenmaterials, das in den vier beigefügten Datenbänden enthalten ist.

Um den Untersuchungsbericht selbst lesbar und handhabbar zu halten, wurde - insbesondere im Ergebnisteil A - weitgehend auf nochmalige Zitierung einzelner Zahlen verzichtet. Bezugspunkte der verbalen Darstellung sind statt dessen vergleichende Übersichten, die größere komprimierte Datenmengen gegenüberstellen und Verweise auf die Datenbände.

Aus den gleichen Gründen werden nicht alle durchgeführten Datenanalysen dargestellt, sondern nur die, die u. E. von bisherigen Erfahrungen oder Hypothesen abweichende Erkenntnisse brachten. Die Datenbände wurden folgendermaßen zitiert:

- Intensivbefragung mit Home-Test  
bei Jugendlichen (vgl. J, S. ...)
- Intensivbefragung mit Home-Test  
bei Eltern (vgl. E, S. ...)
- Intensivbefragung mit Home-Test  
bei Lehrern (vgl. L, S. ...)
- Kommunikationstest und Klassenbe-  
fragung bei Jugendlichen (vgl. K, S. ...)

## I. EINFÜHRUNG

### 1. Zielsetzung der Untersuchung

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung führt eine längerfristige Kampagne zur Bekämpfung des Rauschmittelkonsums bei Jugendlichen durch. Spezielle Hauptzielgruppe ist die Altersklasse der 12 - 14jährigen.

Die von der Werbeagentur J. Walter Thompson vorgeschlagene Kampagne sollte in dieser Studie auf ihre Eignung zur Erreichung des genannten Ziels hin untersucht werden.

"Untersuchungsgegenstand" waren dabei nicht nur die konkreten Entwürfe (Layouts, Texte, Zeichen usw.), sondern auch die in der Gesamtkonzeption implizit oder explizit enthaltenen Hypothesen über

- das Informations- und Kommunikationsverhalten der Zielgruppe
  - die Akzeptanz der Kampagne bei den jeweils angesprochenen Gruppen
  - den Zielgruppen und dem Thema besonders adäquate Medien
  - den Zielgruppen und dem Thema besonders adäquate Kommunikationsquellen bzw. Kommunikatoren
  - die Effizienz der Einflußnahme auf den
    - kognitiven Aspekt (Information, Wissen)
    - affektiven Aspekt (persönliches Involvement, Integration in das eigene Denk- und Wertsystem)
    - conativen Aspekt (Emanzipation, Bereitschaft zur aktiven Weitergabe der Information, Initiierungen von Kommunikationsverhalten)
- der verhaltensrelevanten Einstellungen zu Rauschmitteln und dem Rauschmittelkonsum.

In dem Ergebnisteil A (Allgemeine Ergebnisse) sind die Resultate dargestellt, die zur Beurteilung der generellen Hypothesen der Kampagne von Bedeutung sind.

Ergebnisteil B (Die Kampagne im Test) bringt die Ergebnisse zu den konkreten Vorlagen, die in den Test eingegeben wurden.

## 2. Anlage der Gesamtstudie und einzelner Untersuchungsabschnitte

Zur inhaltlichen Vorbereitung der Studie wurden im Rahmen einer Sekundäranalyse vorliegende Materialien zum Problemkreis aufgearbeitet.

Des weiteren fanden eine Reihe von Leitfadengesprächen mit Personen und Institutionen statt, die sich schon seit geraumer Zeit mit dem Drogenproblem befassen (Ärzte, Polizei, Sozialhelfer usw. ; N = 23).

Resultat dieser Vorphase war vor allem die weitere Eingrenzung und Gewichtung der Hypothesen und Fragestellungen für die Hauptstudie.

Diese Phase gliederte sich in vier Teilstudien:

- A Wirkungsanalytische Intensivbefragung bei 148 Jugendlichen  
Hier wurden nach einer Vorbefragung Testmaterialien bei den Befragten gelassen, die von diesen "durchgearbeitet" werden sollten (Home-Test). In der anschließenden Nachbefragung wurden - diesmal ungestützt - weitere Daten zur Wahrnehmung und Wirkung der Materialien erhoben.
- B Wirkungsanalytische Intensivbefragung bei 66 Eltern  
Dieser Untersuchungsteil hat die gleiche Struktur wie A, lediglich die Testmaterialien waren leicht variiert.
- C Wirkungsanalytische Intensivbefragung bei 45 Lehrern  
Der grundsätzliche Aufbau war wie bei A und B. Es wurden jedoch spezielle Fragenkomplexe hinzugefügt. Vorgelegt wurden hier die speziell für Lehrer entwickelten Materialien.

D Kommunikationstest und Klassenbefragung bei 154 Schülern

Für diesen Untersuchungsteil wurden aus vorher bestimmten Klassen die Adressen von ca. 30 % der Schüler ausgesucht. Diese bekamen, ohne über die Studie informiert zu sein, Testmaterialien zugeschickt. Auf Bestellformularen konnten weitere Materialien angefordert werden. Nach einer Latenzzeit von ca. 14 Tagen fanden Befragungen der gesamten Klassen statt, in denen vor allem die durch die Zusendung induzierten Kommunikationseffekte erhoben wurden.

Sämtliche Untersuchungsteile waren inhaltlich und fragentechnisch weitgehend aufeinander abgestimmt, um eine Vergleichbarkeit der Teilergebnisse zu gewährleisten.

Einzelheiten zu der Stichprobenstruktur sind den Datenbänden zu entnehmen.

## II. ERGEBNISTEIL A: ALLGEMEINE ERGEBNISSE

### 1. Zur Situation der Jugendlichen in ihrer Umwelt

Wie in der letzten Rauschmittelstudie des IMW-Köln<sup>1)</sup> werden auch diesmal eine Reihe von Grundlagendaten zur Situation der Jugendlichen, d.h. ihrer Wertsysteme, Einstellungen und Gruppenbezüge erhoben.

Die Fragen dienten teilweise der Validierung bisheriger Daten, teils auch der Ausleuchtung neuer Aspekte, die in bisherigen Studien kaum behandelt wurden.

Der besondere Reiz der vorliegenden Daten resultiert aus der Gegenüberstellung der Vergleichszahlen identischer Fragestellungen bei Jugendlichen, Eltern und Lehrern. Wie noch gezeigt wird, gibt diese Gegenüberstellung oft mehr Aufschluß über die Situation der Jugendlichen als detaillierte datensatzinterne Analysen.

Der inhaltliche Nutzen dieses Ergebnisteils für die Kampagne ist darin zu sehen, daß wichtige Voraussetzungen und Hypothesen überprüft bzw. validiert werden.

#### 1.1 Bezüge zu gesellschaftlichen Werten und Zielsystemen<sup>2)</sup>

##### 1.1.1 Wertbegriffe und Zielsysteme

Die befragten Jugendlichen erwiesen sich in den von ihnen akzeptierten Werten und Zielen als durchaus konform mit aktuellen gesamtgesellschaftlichen Trends.

---

1) Empirische Wirkungskontrolle der Aufklärungsbroschüren "Informationen zum Drogenproblem", "Perspektiven"; IMW-IT-37; November 1971

2) Vgl. J, S. 2, 3 und 13; E, S. 2-3; L, S. 2-3

Tab. 1: Akzeptanz von Wertbegriffen für das eigene Leben

bedeutet mir sehr viel		bedeutet mir wenig/ überhaupt nichts/ Unverständnis	
Frieden	(99 %)	Nation	(85 %)
Freiheit	(96 %)	Autorität	(82 %)
Freundschaft	(95 %)	Gott	(74 %)
Bildung	(87 %)	Jesus	(74 %)
Liebe	(86 %)	Vaterland	(70 %)
Sicherheit	(83 %)	Sozialismus	(67 %)
das Gute im Menschen	(80 %)	Ordnung	(58 %)
Fortschritt	(78 %)		
persönliche Reife	(76 %)		
Gewissen	(66 %)		

Die "bedeutungsvollen" Werte entsprechen im wesentlichen denen, die als "allgemein menschliche Werte" und (teilweise pseudo-)politische Formeln der Erwachsenenwelt gelten.

Engagiert weltanschauliche und politische Werte werden von der Mehrheit abgelehnt. "Jesus" konnte trotz der entsprechenden Bewegung nichts gegenüber "Gott" gewinnen.

Die in Abb. 1 dargestellte Zielorientierung der Jugendlichen ist gekennzeichnet durch eine starke soziale Leistungsbezogenheit,

- den richtigen Beruf finden
- im Leben etwas erreichen,

starke Emanzipations- und Selbständigkeitsbestrebungen,

- so genommen werden, wie man ist
- persönliche Freiheit, alles tun zu können,

2. Es gibt eine Reihe von Dingen, die für den einzelnen mehr oder weniger wichtig sind. Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe solcher Dinge. Würden Sie bitte einstufen, wie wichtig die einzelnen Dinge für Sie persönlich sind. (E: ... für Ihren Sohn (Ihre Tochter), L: ... Schüler(innen) sind?)
3. Sie haben eben gesagt, wie wichtig Ihnen einzelne Dinge im Leben sind. Würden Sie bitte auf dieser Liste ankreuzen, was Sie davon erreicht haben und was noch nicht, und was Sie Ihrer Ansicht nach wahrscheinlich nicht erreichen werden?

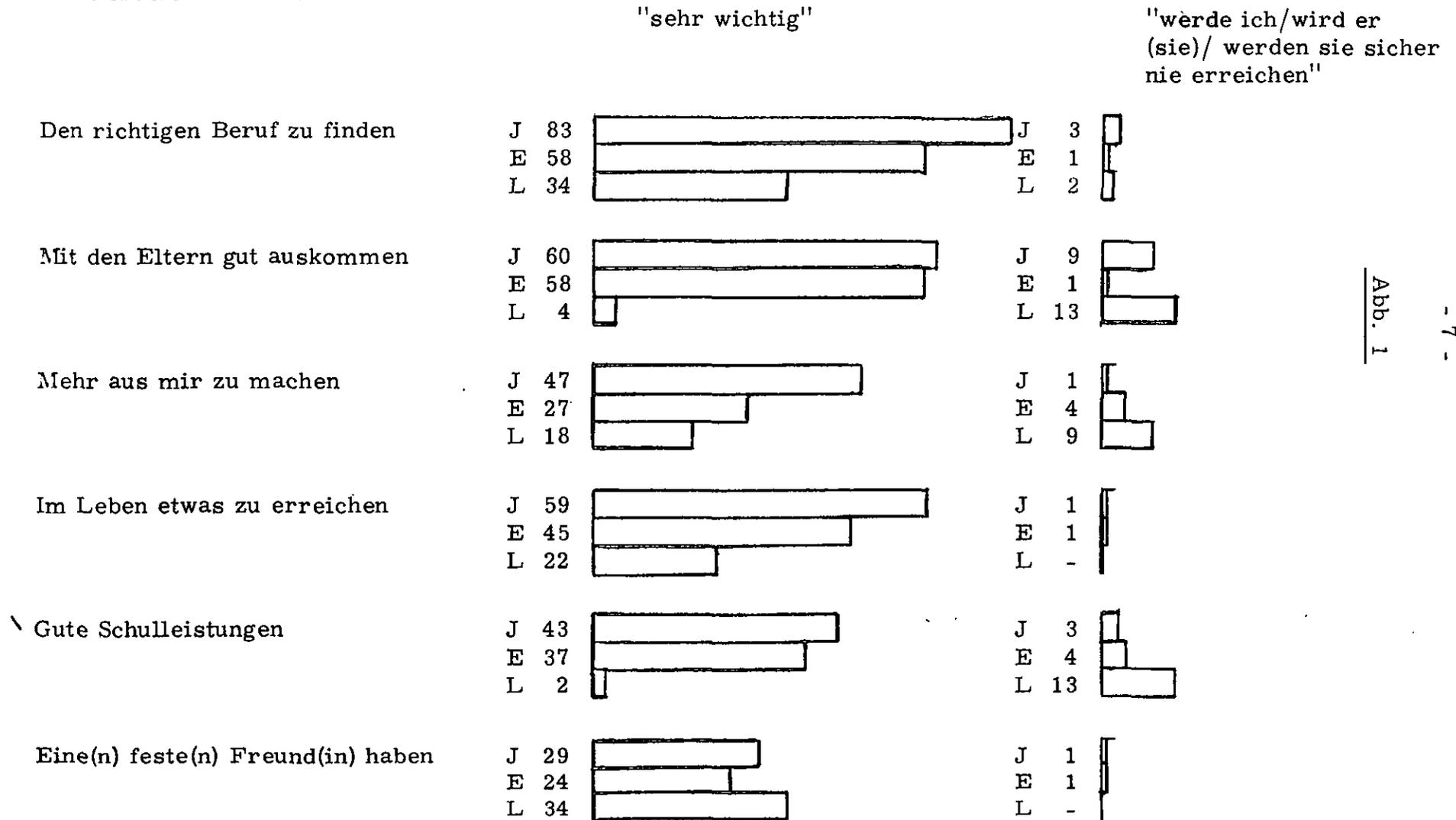


Abb. 1

2. (Forts.)

3. (Forts.)

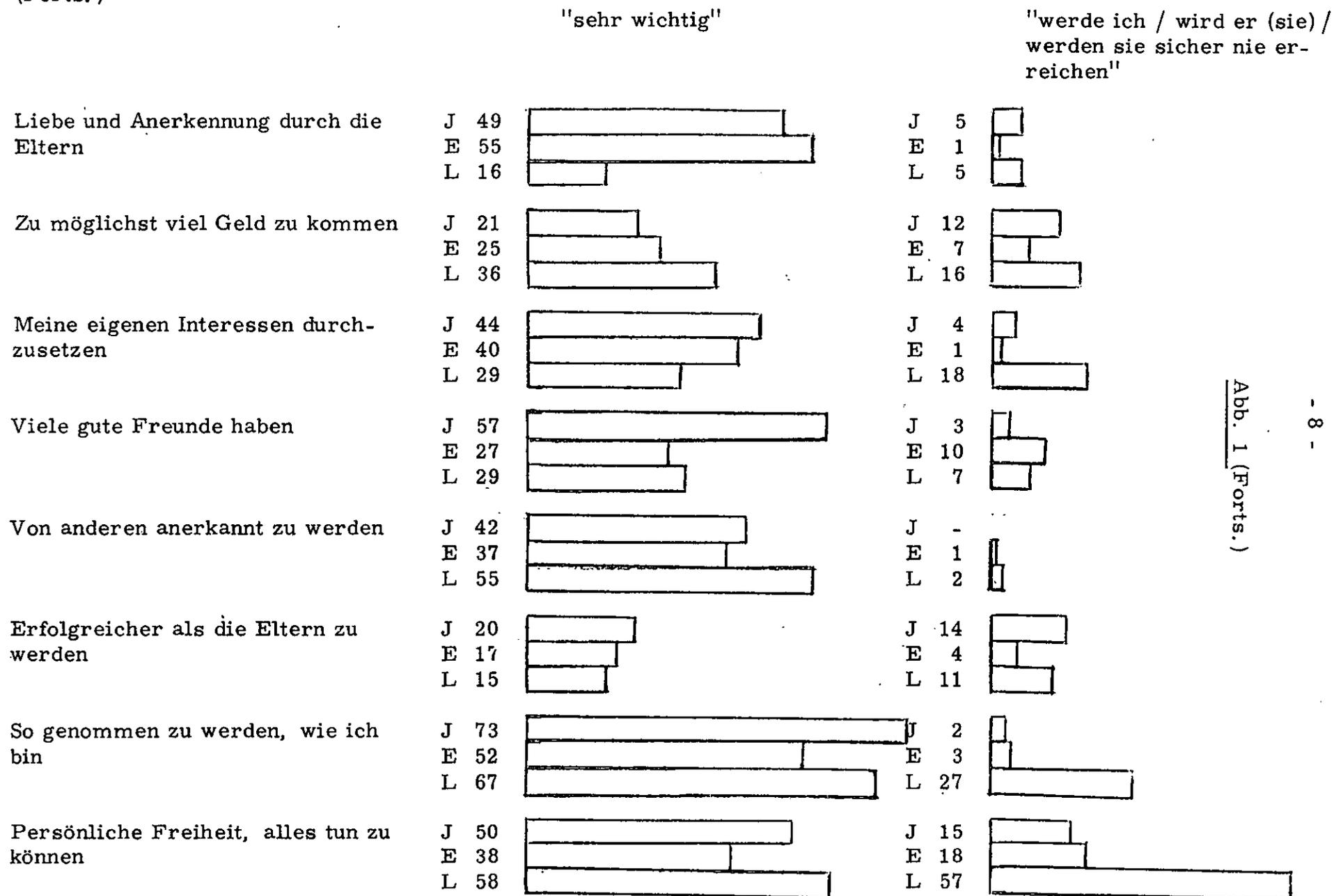


Abb. 1 (Forts.)

Suche nach Verständigung und Integration in die engeren sozialen Gruppenbezüge, d. h. vor allem bezüglich der Eltern,

- mit den Eltern gut auskommen
- Liebe und Anerkennung durch die Eltern
- viele gute Freunde haben.

Stark abgelehnt wurden "Überleistungsziele"

- zu möglichst viel Geld kommen
- erfolgreicher als die Eltern werden

und eine frühe Desintegration aus den typisch jugendlichen Bezugsgruppen, sichtbar daran, daß der Wunsch, "eine(n) feste(n) Freund(in) haben", also auch eine eigene autonomere Welt aufzubauen, kaum aktuell ist.

Das Vorstellungsbild der Eltern von den Zielen der Jugendlichen deckt sich trendmäßig mit dem Selbstbild der Jugendlichen, ist aber generell schwächer ausgeprägt.

Deutlich negativierend abweichend ist dagegen das Vorstellungsbild der Lehrer, die den Jugendlichen Leistungsbezogenheit und die Suche nach Verständigung mit ihrer Umwelt absprechen. Sie sehen vor allem eine übertrieben individualistisch-hedonistische Werthaltung, innerhalb derer "negative" Aspekte wie starke Geldorientierung und Desintegration einen höheren Stellenwert einnehmen. Die Lehrer sind auch bezüglich der Einschätzung der Zielerreichung deutlich pessimistisch.

Wesentliche Schlußfolgerungen aus diesen Ergebnissen sind:

- Die Jugendlichen sind weitgehend integriert in das aktuelle gesellschaftliche Wert- und Zielsystem.
- Der in Medien und Stereotypen hochgespielte Randgruppencharakter orientiert sich an Minderheiten, kann somit keinesfalls generalisiert werden.

- Die offensichtlich verzerrte Sichtweise der Lehrer, d. h. der Personen, die eine wesentliche Rolle im Bildungs- und Sozialisierungsprozeß spielen sollen, stimmt sehr bedenklich. Im Rahmen der Kampagne kann diese Gruppe unvorbereitet kaum als wesentliche Stütze genutzt werden.

### 1.1.2 Interessengebiete und Vorbilder<sup>1)</sup>

Das einzige einen Großteil der Jugendlichen umfassende Interessengebiet ist Musik (vgl. Abb. 2). Die folgenden Nennungen

- Sport
- Geselligkeit, Tanzen, Parties
- Partnerschaft, Freundschaft, Liebe, Sex
- Politik
- Schule, Ausbildung, Beruf

betreffen zwar beachtliche Untergruppen, sind aber kaum als jugendtypisch zu generalisieren.

Eltern und Lehrer stimmen in der Rangfolge in etwa überein, setzen lediglich etwas andere Akzente. Auffallend ist hier besonders die Nennung von "Partnerschaft, Freundschaft, Liebe, Sex" in Höhe von 40 % durch die Lehrer.

Die spontan genannten "Ideale", für die sich Jugendliche heutzutage einsetzen, zeigen wiederum eine hohe Übereinstimmung zwischen den Wertsystemen von Jugendlichen und Erwachsenen (vgl. Abb. 3). Genannt wurden überwiegend gesellschaftlich-kollektive, mehr oder minder praxisferne globale Werte. Ideale, die konkretes und aktives Engagement erfordern, wurden nur von einer kleinen Minderheit genannt.

---

1) Vgl. J, S. 1, 9, 10; E, S. 1, 9, 10; L, S. 1, 8, 9

Die Vorbilder suchen Jugendliche vorwiegend in der eigenen Familie, d. h. in Mutter und Vater (vgl. Abb. 4). 'Außenstehende' wie Wissenschaftler, Musiker, Freunde und Lehrer werden von relativ kleinen Gruppen genannt.

Die Eltern stimmen in der Rangfolge der Nennungen weitgehend überein; der Stellenwert der eigenen Familie, besonders der Mutter, ist bei ihnen jedoch größer.

Eindeutigen Fehlinterpretationen unterliegen jedoch die Lehrer, die Musiker, Freunde und Spitzensportler als die Vorbilder der Jugendlichen wahrnehmen. Wie schon in Abschnitt 1. 1. 1 deuten auch diese Diskrepanzen auf eine oberflächlich unreflektierte Sichtweise der Lehrer hin. Indikatoren, die wahrscheinlich aus der Schulsituation stammen, möglicherweise schulspezifische Gesprächsthemen und Verhaltensweisen werden von ihnen als die volle Realität interpretiert. Wiederum deutet sich hier ein Aufklärungsdefizit der Lehrer selbst an.

### 1. 1. 3 Spezielle Einzelaspekte: Soziales Engagement, Politik, Schule, Beruf<sup>1)</sup>

---

In verschiedenen Einzelsektoren, die nach Sekundärforschung und/oder den impliziten Hypothesen der Kampagne besonders relevant werden konnten, wurden Vorstellungen und Einstellungen der Befragten etwas detaillierter erhoben.

Bei den vorgegebenen Möglichkeiten zum sozialen Engagement (vgl. Abb. 5) schlägt sich eine hohe Aktualität des Rauschmittelproblems in der - zumindest verbalen - Aktionsbereitschaft der Jugendlichen

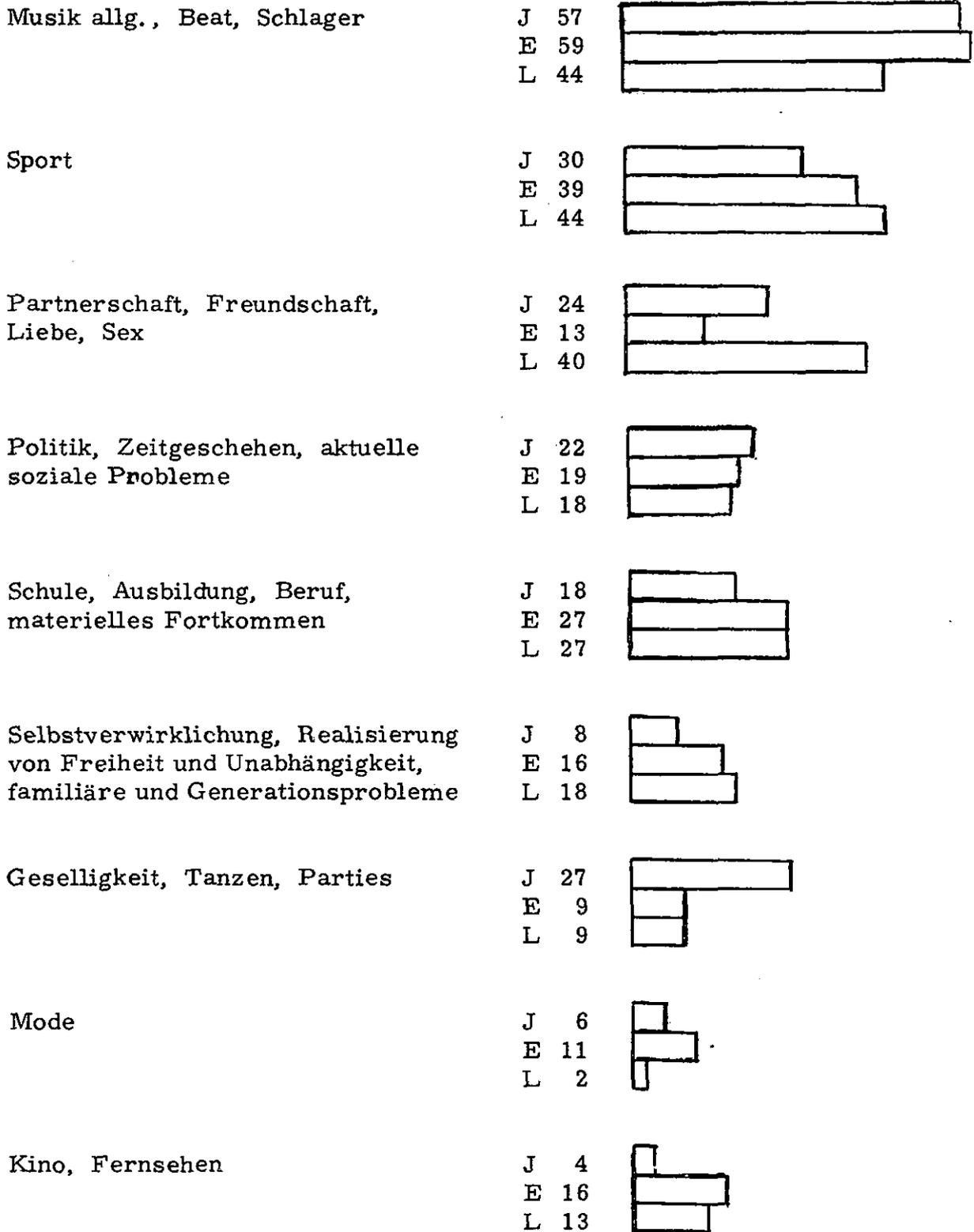
---

1) Vgl. J, S. 11, 12, 8, 14, 15, 16, 18, 19, 20; E, S. 11, 8, 12, 15, 16, 17; L, S. 10, 7, 11, 12, 13, 15

Abb. 2:

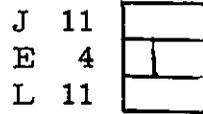
Interessen Jugendlicher

1. Was interessiert und beschäftigt Jugendliche heutzutage wohl am meisten?

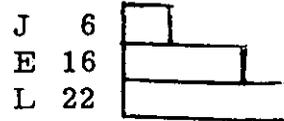


1. (Forts.)

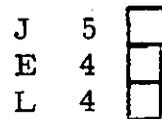
Lesen allg., Literatur, spez.  
musische Interessen



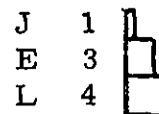
Naturwissenschaft und Technik,  
Autos etc.



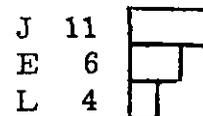
Spez. Hobbies, Basteln



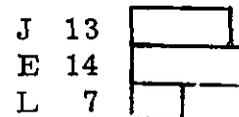
Reisen



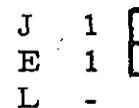
Drogen, RM



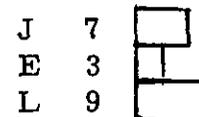
Freizeitgestaltung und Freizeit-  
vergnügen allg.



Keine konkreten Interessen



Sonstiges



Weiß nicht, KA

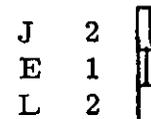


Abb. 3:

Ideale Jugendlicher (Frage 9)

Für welche Ideale kann man sich eigentlich als Jugendlicher (können sich Jugendliche) heutzutage noch einsetzen und engagieren?

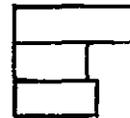
Kollektive Ideale (Demokratie, Freiheit, Völkerefreundschaft, soziale Chancengleichheit, Verständnis zwischen den Generationen, Gleichberechtigung, Meinungsfreiheit, Sozialismus, politisches Bewußtsein, soziale Probleme allg. usw.)

J 47  
E 39  
L 40



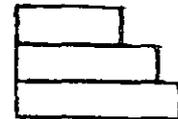
Kommunikative Werte (Freundschaft, Liebe, Verständnis, Vertrauen, Fairness, Hilfsbereitschaft usw.)

J 16  
E 10  
L 11



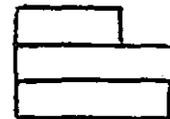
Egozentrierte Werte (persönliche Freiheit und Unabhängigkeit, Leistungsentfaltung, sorgloses (materiell) unbeschwertes Leben, Vergnügen, beruflicher Aufstieg, Karriere, soziales Prestige usw.)

J 14  
E 19  
L 22



Idole (aus Sport, Musik, Wissenschaft, Politik)

J 14  
E 21  
L 20



persönliche Vorbilder (Lehrer, Eltern usw.)

J 3  
L 4



konkretes soziales Engagement (Rote-Punkt-Aktion, Hilfe für Körperbehinderte, Drogenaufklärung, Aktionen gegen § 218, Schülermitverwaltung usw.)

J 18  
E 9  
L 16



Sonstiges

J 5  
E 9  
L 9



keine Ideale

J 9  
E 11  
L 11



weiß nicht, KA

J 17  
E 10  
L 11

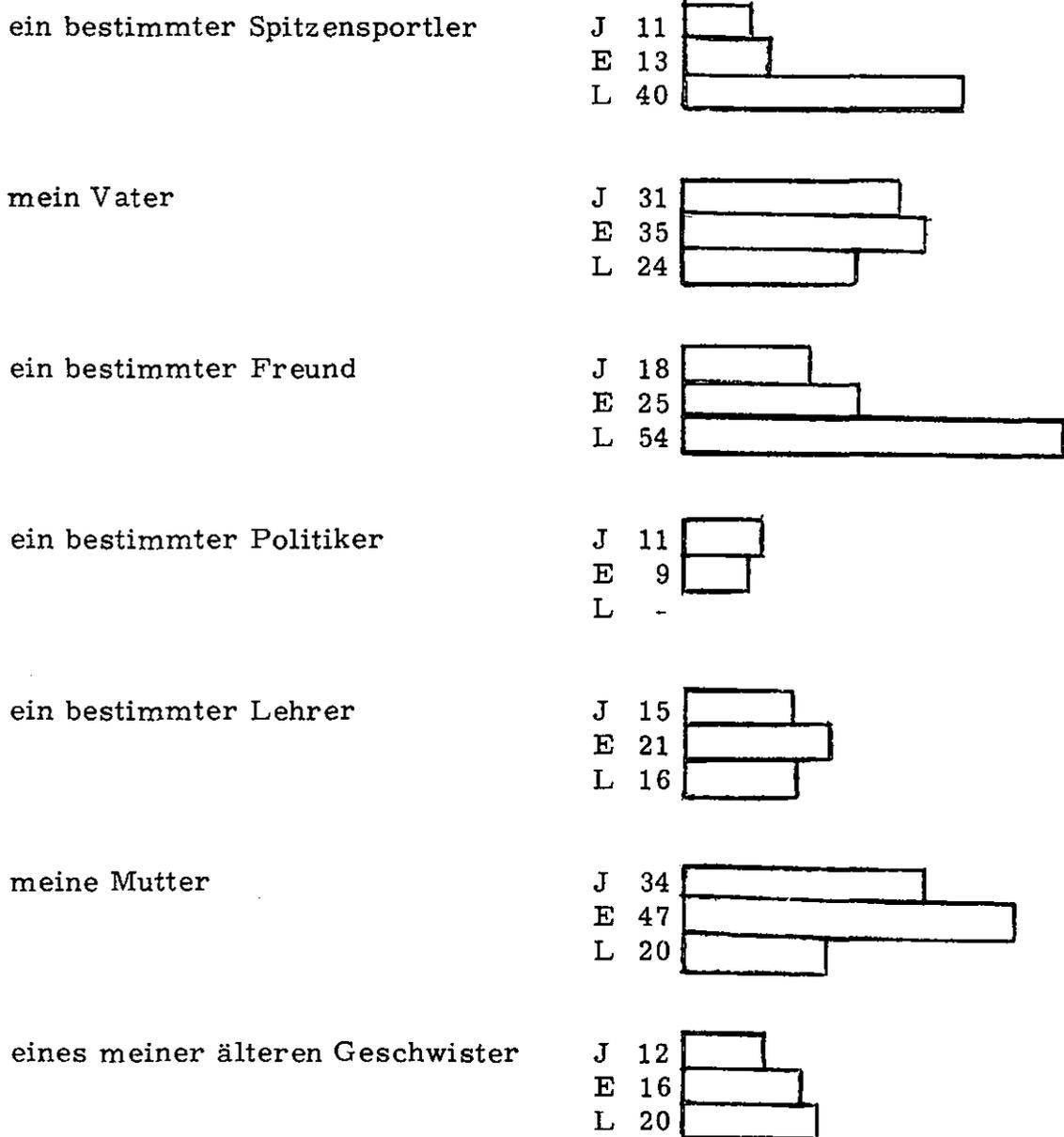


Abb. 4:

Vorbildpräferenzen Jugendlicher

8. Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Personen, an denen sich Jugendliche orientieren können.  
Sagen Sie mir bitte jeweils, welche Personen für Ihr persönliches Verhalten überhaupt nicht, ein wenig oder sehr stark vorbildhaft oder nachahmenswert sind.  
(E: ... für das Verhalten Ihres Sohnes (Ihrer Tochter)..., L: ... für das Verhalten Ihrer Schüler(innen) ...)

"sehr stark vorbildhaft,  
nachahmenswert"



8. (Forts.)

"sehr stark vorbildhaft,  
nachahmenswert"

meine Großeltern

J 5   
E 6   
L -

ein bestimmter Wissenschaftler

J 24   
E 21   
L 13

ein bestimmter Musiker oder  
Sänger

J 23   
E 31   
L 67

nieder. Ca. 60 % waren zur Beratung und Aufklärung von Gleichaltrigen oder Eltern bereit<sup>1)</sup>. Es folgt die Bereitschaft zu jugendspezifischer Mitverantwortung und Kommunikation (SMV, Wand- und Schülerzeitung, Fernsehen) bei ca. 46 % der Jugendlichen vor traditionellen sozial-caritativen Aktivitäten. Konkrete politisch aufgeladene Aktionen wie die Rote-Punkte-Aktion oder Kampf gegen Mietwucher treffen nur bei ca. 30 % der Jugendlichen auf Resonanz.

Eltern und Lehrer sehen (oder wünschen) eher die sozial-caritativen Engagements an der Spitze. Auffallend ist bei den Lehrern die geringe Einschätzung der Aktivierungsbereitschaft von Jugendlichen im Rahmen der Rauschmittelproblematik.

Der geringe Grad der politisch motivierten Aktivierbarkeit gegenüber der sozial motivierten spiegelt sich auch in Abb. 6 wider. "Sich nicht festlegen wollen", "sich zu jung fühlen" und "Mißtrauen gegenüber Politikern" sind die wesentlichen Indikatoren der von den Jugendlichen wahrgenommenen Distanz zur Politik der Älteren.

Auch die Schule als Ausbildungsinstitution kann - im Gegensatz zu den Meinungen von Eltern und Lehrern - nur einen beschränkten Teil der Jugendlichen begeistern.

	Jugendliche %	Eltern %	Lehrer %
gerne zur Schule gehen	35	31	40
Einschätzung des Notendurchschnittes gut/gut - befriedigend	35	49	11

1) Die Reaktion auf Release-Zentren sollte hier ausgeklammert werden, da vielen das Wort unverständlich blieb.

Abb. 5:

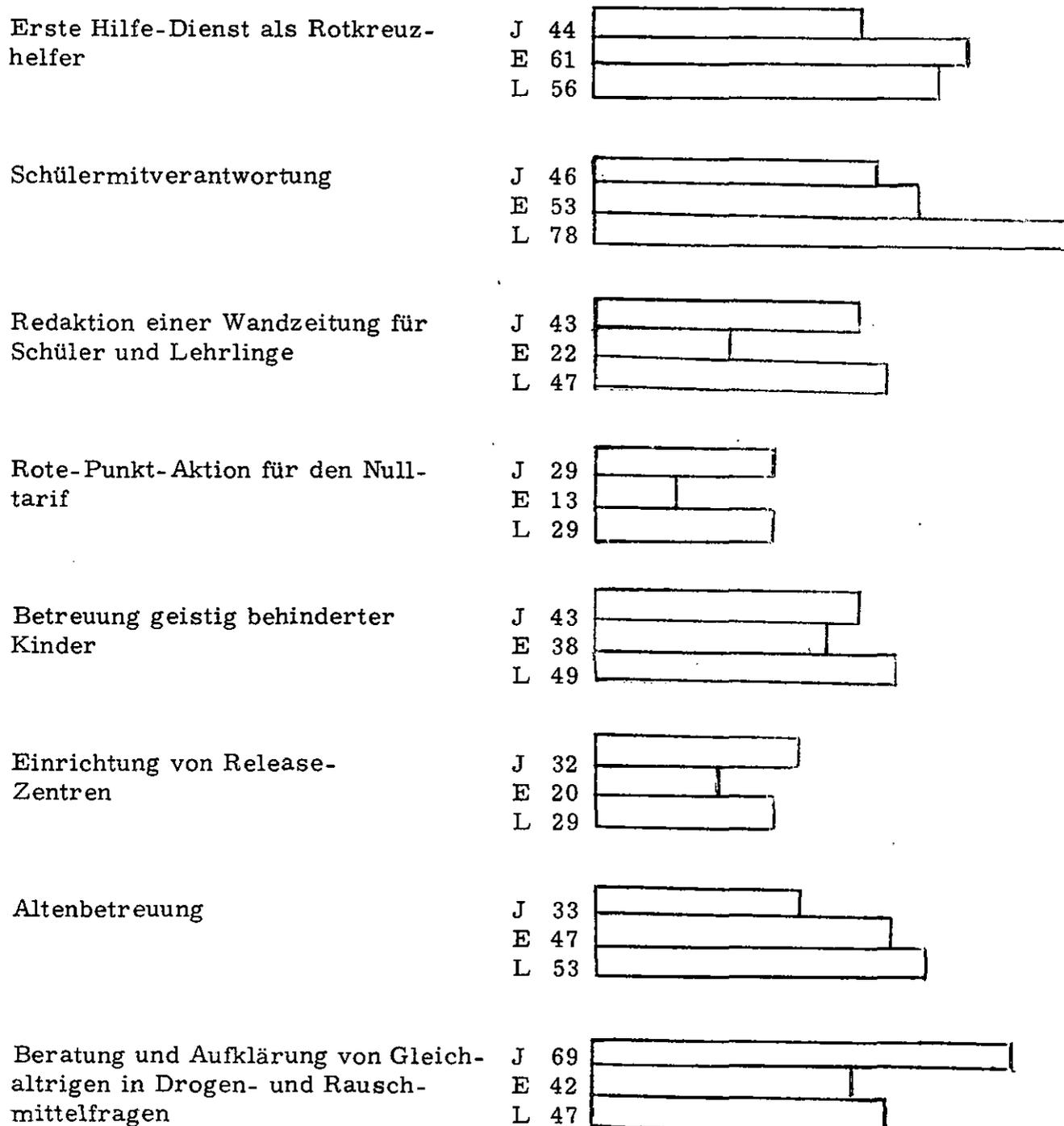
Soziales Engagement Jugendlicher

10. In unserer Gesellschaft gibt es viele Möglichkeiten, sich als Jugendlicher sozial zu engagieren. Ich lese Ihnen jetzt eine Reihe sozial-engagierter Betätigungen vor.

Sagen Sie mir bitte jeweils, inwieweit Sie bei gegebenem Anlaß zu aktiver Mitarbeit bereit wären.

(E: ... Ihr Sohn (Ihre Tochter), L: ... Ihre Schüler(innen)...)

"grundsätzlich sofort zur Mitarbeit bereit"



10. (Forts.)

"grundsätzlich sofort  
zur Mitarbeit bereit"

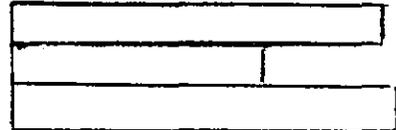
Flugblattkampagne gegen den  
Mietwucher

J 32  
E 13  
L 20



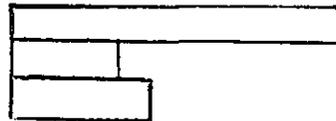
Redaktion einer Schülerzeitung

J 49  
E 34  
L 51



Einrichtung von Wohngemein-  
schaften für Fürsorgezöglinge

J 43  
E 14  
L 18



Organisation von Elternseminaren  
über Drogen- und Rauschmittel-  
probleme

J 53  
E 47  
L 29



Sozialkritische Berichterstattung  
für ein Fernsehjugendmagazin

J 37  
E 30  
L 43



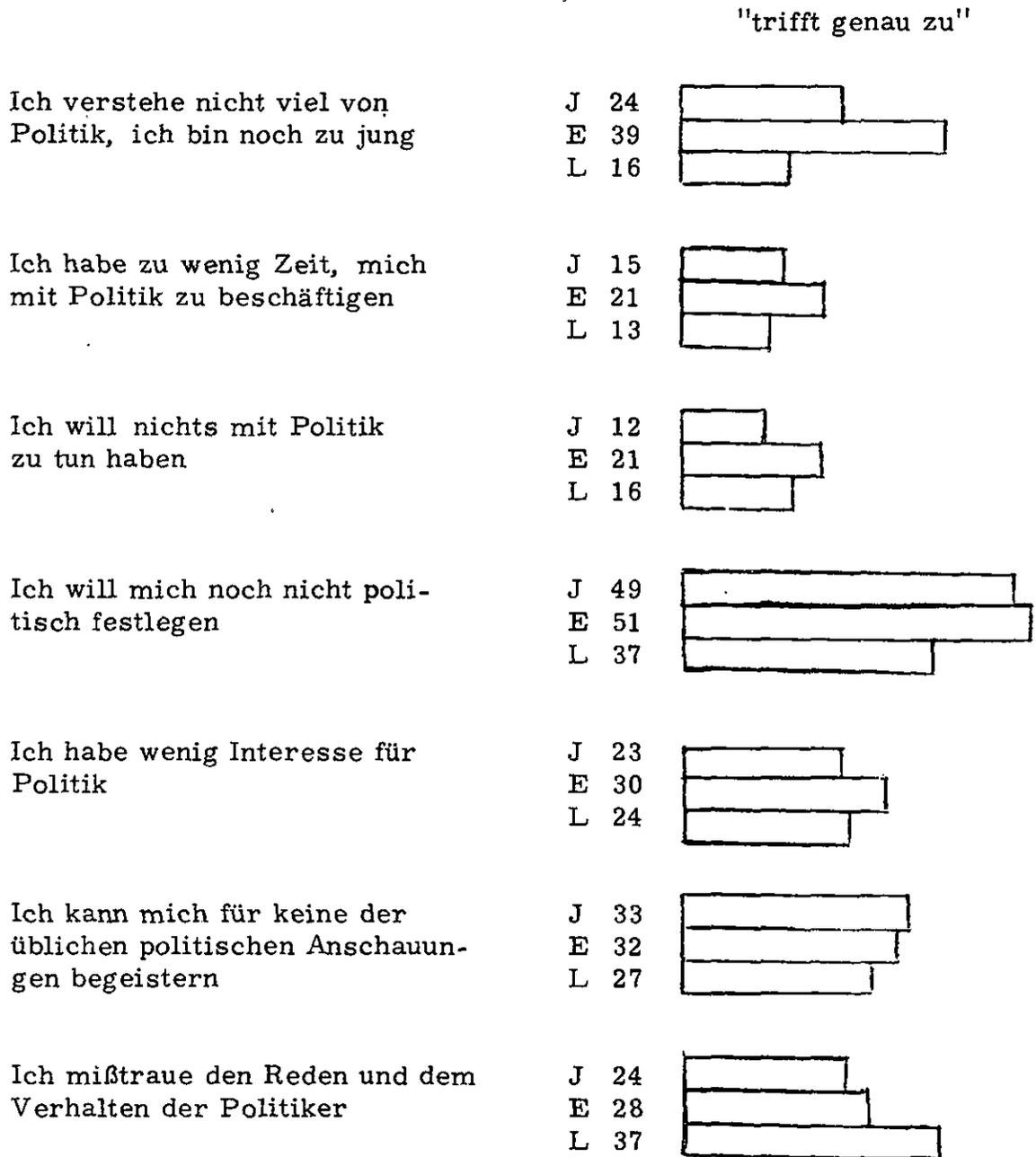
Abb. 6:

Aufgeschlossenheit Jugendlicher für Politik

7. Was halten Sie von Politik, genauer gesagt von Innenpolitik, Kommunal- und Sozialpolitik?

(L: Was hält Ihr Sohn (Ihre Tochter)..., L: ... die Jugendlichen ...)

Sagen Sie mir bitte, welche der folgenden Aussagen für Sie überhaupt nicht, teils-teils oder genau zutrifft.



Überraschend in der Reaktion der Lehrer ist die niedrige Einschätzung der Leistungsfähigkeit ihrer Schüler. Egal ob hierfür ein Vorurteil oder das Anlegen eines "Optimalmaßstabes" maßgeblich war: die Lehrer scheinen sich nicht darüber im klaren zu sein, daß dieser Wert auch eine Einstufung ihrer eigenen Leistungsfähigkeit beinhaltet.

Die positiven Einstellungen von Jugendlichen zur Schule wurden vor allem davon getragen, daß diese als Institution zur Vorbereitung auf Beruf und sozialen Aufstieg gesehen wird und Kontaktmöglichkeiten zu anderen Jugendlichen bestehen.

Negativ werden vor allem die Lehrer als Persönlichkeiten, der Lehrstoff (langweilig, keine Höhepunkte usw.) und die Schulorganisation gesehen (vgl. J, S. 15). In den besonders präferierten Lehrfächern ist kein ausgesprochener Trend zu "Modenfächern" erkennbar. Auffallend ist lediglich eine relativ starke Zurückweisung der Fächer "Religion" und "Gemeinschafts-/Sozialkunde" (vgl. J, S. 16).

Das Vorstellungsbild der Jugendlichen vom Beruf erscheint klischeehaft-optimistisch im Sinne des "Berufes als Berufung". Berufsbilder im sozialen und Dienstleistungssektor und technische Berufe werden "wirtschaftlichen" vorgezogen (vgl. J, S. 18).

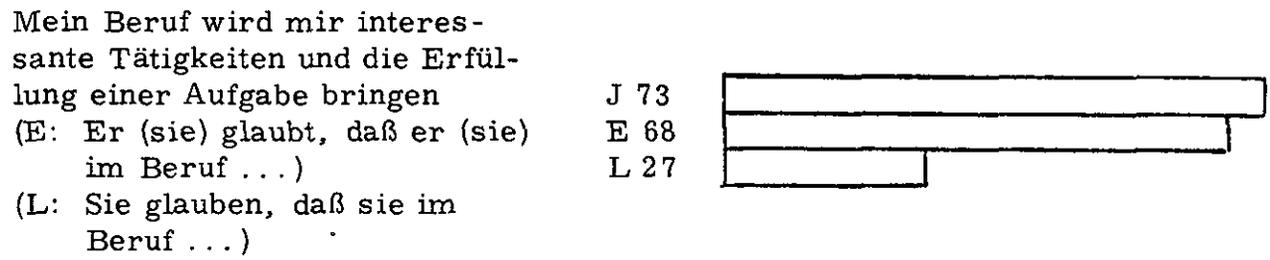
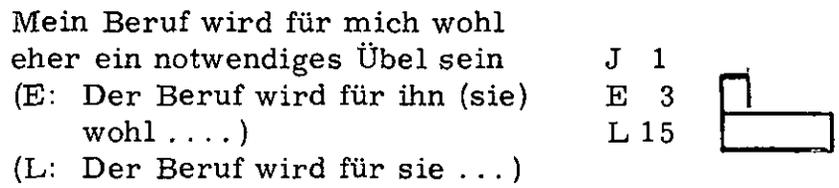
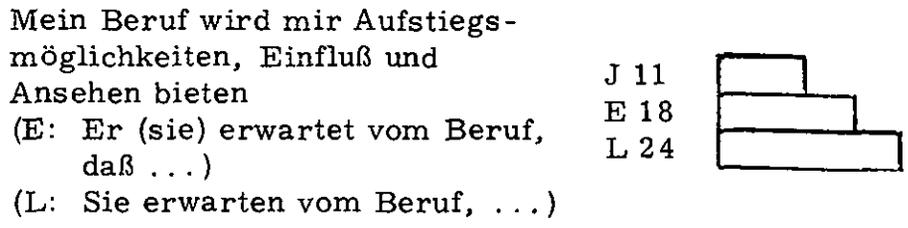
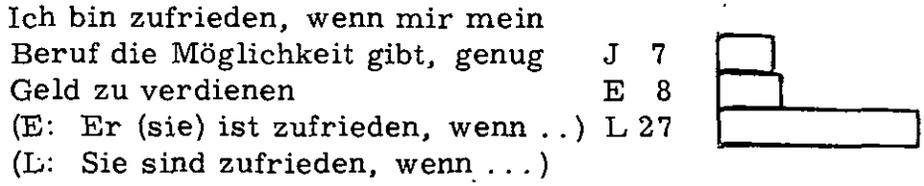
Die Berufswahl wird vorwiegend aus persönlichen Neigungen (52 %) begründet, sozio-ökonomische Zielvorstellungen (22 %) stehen im Hintergrund (vgl. J, S. 19). Dies spiegelt sich auch im Vorstellungsbild (vgl. Abb. 7) vom Beruf wider: persönliches Interesse und die Erfüllung im Beruf sind aus der Sicht von Eltern und Jugendlichen wesentliche Komponenten des zukünftigen Berufsbildes.

Nur die Lehrer betonen oft andere "desillusionierte" Bilder mit Betonung des ökonomischen Motives, des Berufes als Weg zum sozialen Aufstieg oder sogar einer resignatorischen Komponente (Beruf als notwendiges Übel).

Abb. 7:

Vorstellungsbild vom Beruf bei Jugendlichen (Frage 18)

- J: Wie sehen Sie Ihren zukünftigen Beruf?
- E: Wie sieht Ihr Sohn (Ihre Tochter) seinen (ihren) zukünftigen Beruf?
- L: Wie sieht der Durchschnitt Ihrer Schüler(innen) den zukünftigen Beruf?



In diesen Einzelergebnissen scheint eine naiv-idealistische Haltung der Jugendlichen durch. Wie weiter oben dargestellt, sind sie einerseits im gesamtgesellschaftlichen Wert- und Zielsystem verwurzelt, haben aber noch keinen persönlichen aktivierbaren Bezug hierzu. Bilder von einer kritischen und engagierbaren Jugend treffen zumindest auf die untersuchte Altersgruppe nicht mehrheitlich zu.

#### 1.1.4 Das Selbstbild der Jugendlichen<sup>1)</sup>

Die eigene Persönlichkeitsbeurteilung der Jugendlichen spiegelt vor allem wider (vgl. Abb. 8)

- Kontakt- und Geselligkeitsstreben
- Durchsetzungswillen und Emanzipationsstreben.

Das Bild, das Eltern von den Jugendlichen haben, entspricht dem weitgehend, ist nur stellenweise noch etwas optimistischer.

Beide Bilder dürften weitgehend dem Klischee des heutzutage präferierten "Erfolgsmenschen" entsprechen.

Die Lehrer dagegen sehen in den Jugendlichen fast ausschließlich einen unreflektiert-geselligen Daseinsoptimismus, sprechen ihnen jede Art der emotionalen Stabilität, der leistungsmäßigen und intellektuellen Reife ab. Wie schon bei anderen Ergebnissen stellt sich auch hier wieder die Frage, wie die Lehrer die Schulsituation bei derart diskrepierenden Sichtweisen bewältigen können.

Wie wenig aggressiv die überwiegende Mehrzahl der Jugendlichen ist, erweist sich auch in den Antworten auf die Frage nach Konfliktbewältigungsmechanismen (vgl. Abb. 9). Die Jugendlichen tendieren überwiegend dazu, sich diesen Situationen einfach durch "aus dem Felde gehen"

---

1) Vgl. J, S. 17, 24, 25; E. S. 14, 22; L, S. 14, 20

Abb. 8: Das Bild der Jugendlichen aus der Sicht der ...

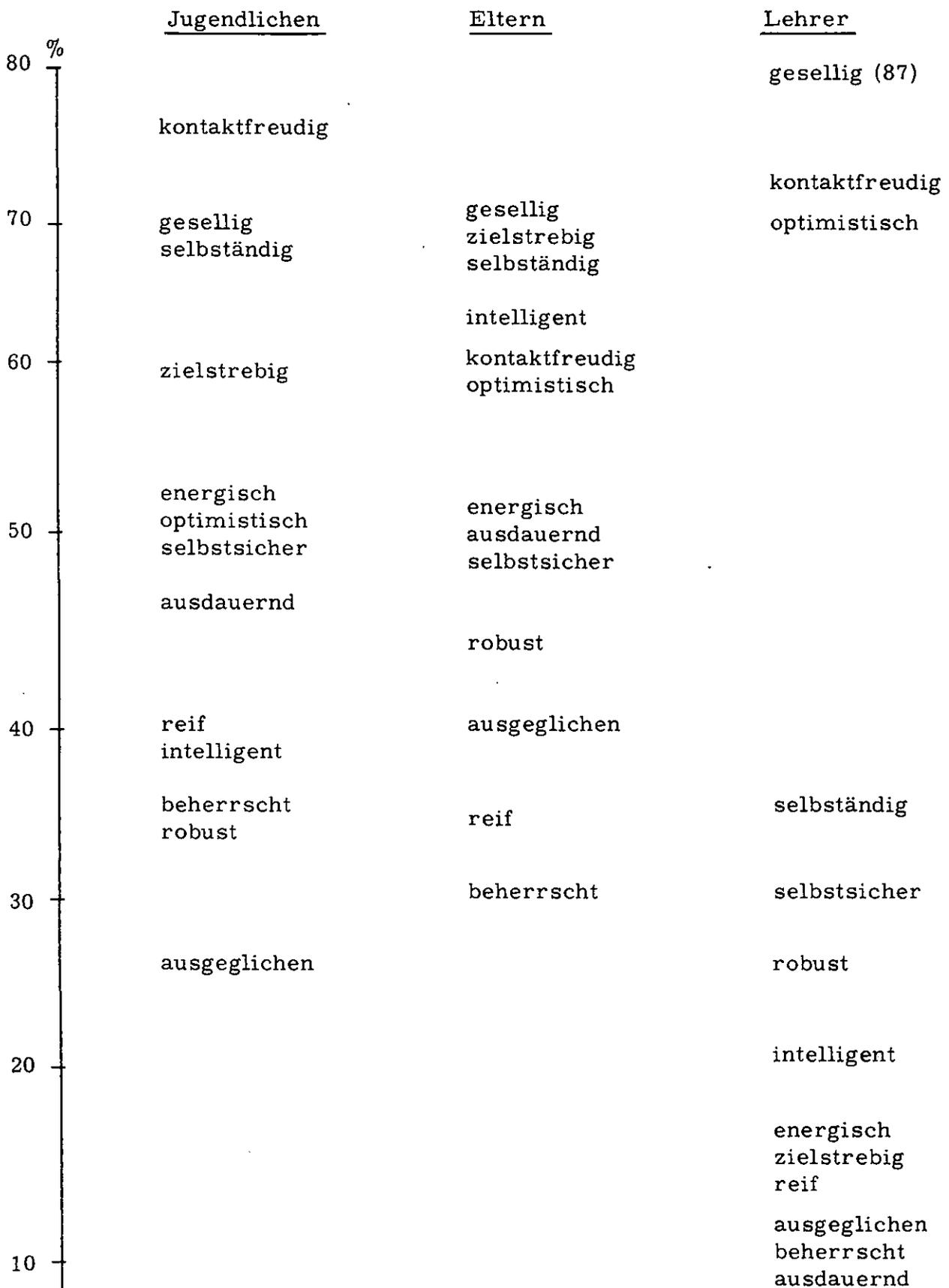
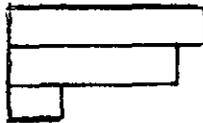
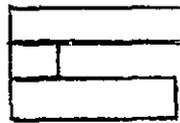
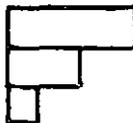
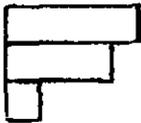
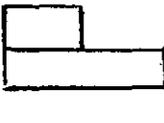
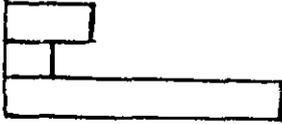


Abb. 9:

Stimmungsoptimierende Techniken Jugendlicher

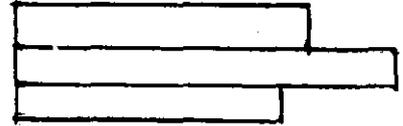
23. Es gibt Tage, da kotzt einen alles an. Man ist nervös, reizbar und "knatschig", irgendwie mutlos und niedergedrückt. Eine solche Stimmung ist nicht zum Aushalten. Wie helfen Sie sich dagegen?  
 (E: ... Ihr Sohn (Ihre Tochter)..., L: ... Ihre Schüler(innen) ...)  
 Was machen Sie, wenn eine solche Stimmung ..... gepackt hat?

Entspannen durch Musik	J 32	
	E 39	
	L 18	
Ablenken durch Informationsaufnahme	J 26	
	E 23	
	L 7	
Ablenkung durch Geselligkeit (zu Freunden (Freund/Freundin) gehen, Tanzen, Parties oder Lokale besuchen usw.)	J 23	
	E 6	
	L 22	
Spannungslösung durch Problemreflexion (Nachdenken, diskutieren, sich aussprechen)	J 17	
	E 10	
	L 4	
Ablenkung durch körperliche Aktivität (Sport, Bewegung, spazieren gehen)	J 18	
	E 14	
	L 4	
Ablenkung durch produktive Eigenbetätigung (Basteln, Sammeln, Zeichnen, Musizieren)	J 10	
	E 21	
	L -	
Spannungslösung durch Aggressivität (Wut, Streitsuche, Meckern, Mosern usw.)	J 12	
	E 6	
	L 38	
Entspannung durch Genußmittel (Rauchen, Alkohol usw.)	J 6	
	E -	
	L 7	

23. (Forts.)

Spannungsdämpfung durch Reizver-  
minderung (nichts tun, abkapseln,  
sich zurückziehen, abschalten, schla-  
fen usw.)

J 39  
E 51  
L 36



Sonstiges

J 7  
E 4  
L 7



Drogenkonsum

J -

zu entziehen:

- nichts tun
- Musik hören.

Der hohe Stellenwert der Musik in dieser Frage deutet darauf hin, daß dieses (laut Abschnitt 1. 1. 2) Hauptinteressengebiet der Jugendlichen weit mehr als bloßen Unterhaltungswert besitzt.

Während die Eltern auch wieder weitgehend ähnlich reagieren, sehen die Lehrer in hohem Maße aggressive Konfliktlösungsmechanismen bei den Jugendlichen.

## 1. 2 Bezüge zum engeren sozialen System<sup>1)</sup>

Auf die wichtige Rolle eines "intakten Zuhauses" im Zusammenhang mit dem Rauschmittelproblem wurde bereits in vielen Studien hingewiesen. Eine nochmalige Analyse von "broken-home-Situationen" und ihrer Konsequenzen erschien deshalb hier als nicht notwendig. Statt dessen wurden einige inhaltliche Fragen zur Erziehung bzw. deren Wahrnehmung gestellt.

In der Liste der von den Eltern präferierten Erziehungsziele wird ein inhomogenes, an globalen anpassungs- und leistungsbezogenen Kardinaltugenden orientiertes "Erziehungsideal" sichtbar. Es scheint eine "Law and Order-Mentalität" durch, die Werte wie Pflicht, Ordnung, Sparsamkeit usw. deutlich vor "schöpferischem Denken" rangieren läßt. Zumindest in dieser Frage äußern sich die Lehrer etwas profiliert, setzen klarere Gewichte, in denen die "Law and Order-Komponenten" etwas gegenüber dem Ziel der Ausrüstung der Jugendlichen zur aktiven Lebensbewältigung zurücktreten.

---

1) Vgl. J, S. 21, 22, 23, 6, 7; E, S. 18, 19, 20, 21, 6, 7; L, S. 16, 17, 18, 19, 6

- Selbständigkeit
- Menschenkenntnis
- Ehrlichkeit, Aufrichtigkeit
- schöpferisches Denken

sind hier die meistgenannten Ziele (vgl. Abb. 10).

Die Kommunikation zwischen Jugendlichen und Erwachsenen ist äußerst beschränkt und thematisch eng auf "Sachprobleme" des Zusammenlebens zentriert (vgl. Abb. 11). Eltern und besonders die Lehrer scheinen häufig einseitige Information ihrerseits mit - auch von den Jugendlichen wahrgenommener - Kommunikation zu verwechseln. Anders sind die großen Differenzen in einzelnen Nennungen kaum zu erklären. Für diese These spricht zudem der Anteil von 29 % der Jugendlichen, die angeben, keine Gespräche geführt zu haben.

Eine interessante Hypothese ergibt sich aus dem Vergleich der Antworten auf die Frage nach dem von Jugendlichen registrierten elterlichen Verhalten (vgl. J, S. 22; E, S. 19; L, S. 17).

Während die Eltern nur ihr "Herumnörgeln" beanstandet sehen und auch die Jugendlichen kaum hart negative Urteile fällen, nennen die Lehrer gleich eine ganze Reihe negativer Statements der Jugendlichen über ihre Eltern:

- Eltern lassen zu wenig Freiheit
- nörgeln herum
- verstehen die Kinder nicht richtig
- sind zu streng.

Dies könnte darauf hindeuten, daß Konflikte nicht am "Ort des Geschehens" ausgetragen oder bewältigt werden, sondern primär verdrängt werden und nur noch in der Sprachweise zum Ausdruck kommen.

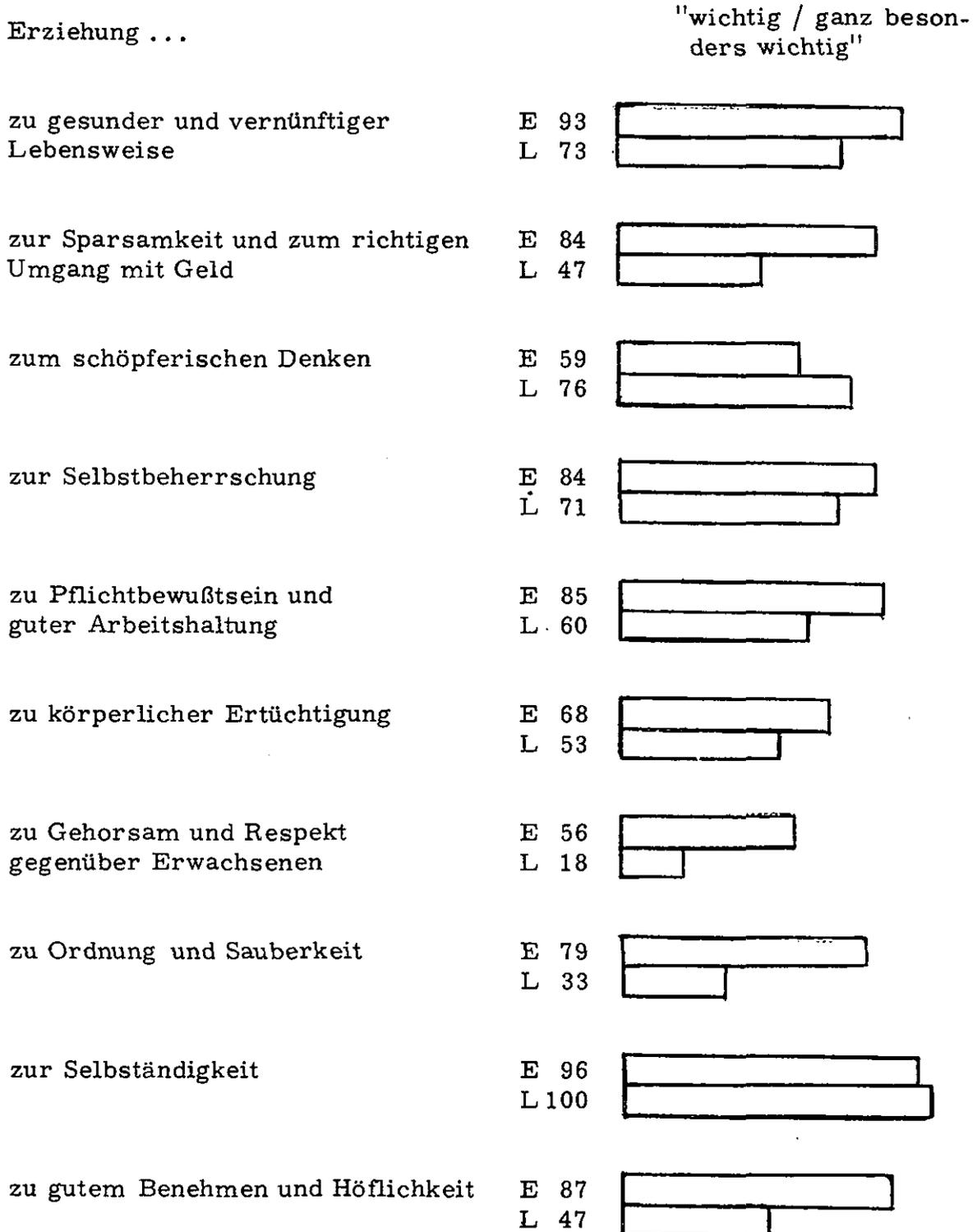
Über die Familie hinausgehende institutionalisierte Gruppenbezüge bestehen bei ca. 50 % der Jugendlichen, die vor allem in Sportvereinen und

Abb. 10:

Erziehungsziele

19. Ich gebe Ihnen jetzt eine Liste mit elterlichen Erziehungsabsichten oder -zielen. Bitte kreuzen Sie jeweils an, wie wichtig Ihnen diese Erziehungs-inhalte bei der Erziehung Ihres Sohnes (Ihrer Tochter) sind.

(L: ... in bezug auf Ihre Schüler (innen) ...)



19. (Forts.)

"wichtig / ganz besonders wichtig"

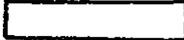
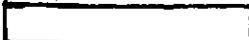
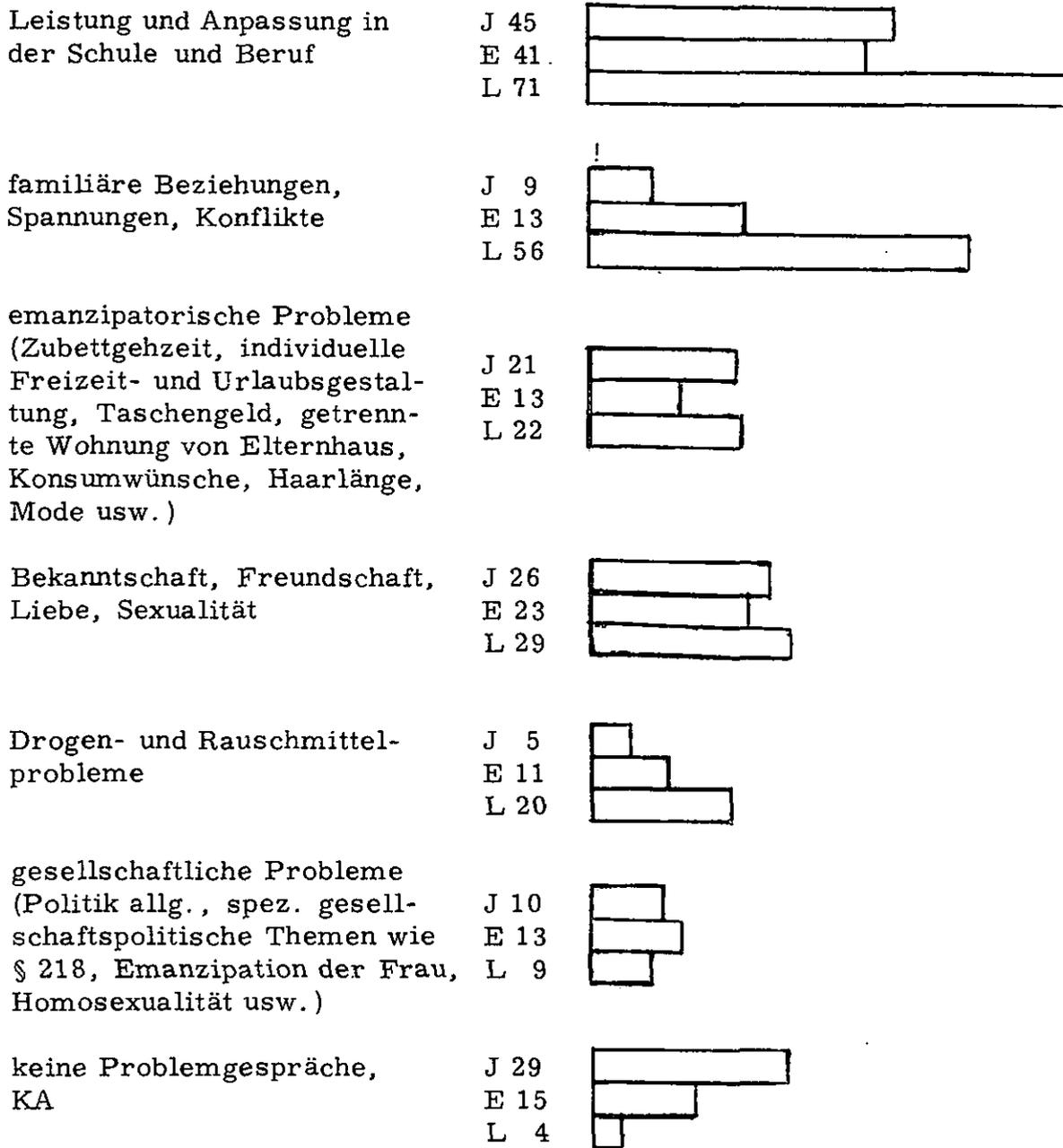
zur Menschenkenntnis	E 83	
	L 78	
zu guten schulischen Leistungen	E 72	
	L 49	
zur Achtsamkeit vor Krankheitsgefahren	E 74	
	L 45	
zur Ehrlichkeit und Aufrichtigkeit	E 97	
	L 76	
zu gesundem und ausgewogenem Tagesrhythmus	E 75	
	L 44	

Abb. 11:

Problem-Kommunikation Jugendliche - Eltern - Lehrer (Frage 21)

Über welche Probleme haben Sie in letzter Zeit mit Ihren Eltern (Ihrem Sohn/Ihrer Tochter)/bestimmten Schülern(innen) gesprochen?



kirchlich-konfessionellen Jugendgruppen organisiert sind. Also auch hier eine Art der Bindung, die weniger aus einem autonomen und bewußten Engagement herrührt, sondern eher alters- und umgebungs-spezifisch bedingt ist.

## 2. Kommunikations- und Mediaverhalten<sup>1)</sup>

In den bisherigen Abschnitten klang schon stellenweise das Kommunikationsproblem an, d. h. das Problem, über welche Medien bzw. Personen Jugendliche in der betroffenen Altersklasse zu erreichen sind. Die Verallgemeinerung dieser Fragestellung bezüglich der Mediafrequenzierung erweist

- Radio
- Fernsehen
- Gespräche mit Freunden und Bekannten

als häufigste Kontaktpunkte (vgl. Abb. 12).

Berücksichtigt man die vermuteten Aspekte der sozialen Wünschbarkeit bei der Nennung bestimmter Medien und den schon öfter angesprochenen "Kulturpessimismus" der Lehrer zu einer Korrektur der übrigen Werte, so erscheinen auch noch die Medien

- Illustrierte, Zeitschriften
- Tageszeitung
- Jugendzeitschriften
- Comics

als relevant zur Erreichung von 20 - 30 % der Jugendlichen.

Im groben stimmt diese allgemeine Medienreihenfolge bei den Jugendlichen auch mit der rauschmittelspezifischen überein. Wie Tab. 2 zeigt,

---

1) Vgl. J, S. 4, 5, 33-37; E, S. 4, 5, 33-36; L, S. 4, 5, 27-36

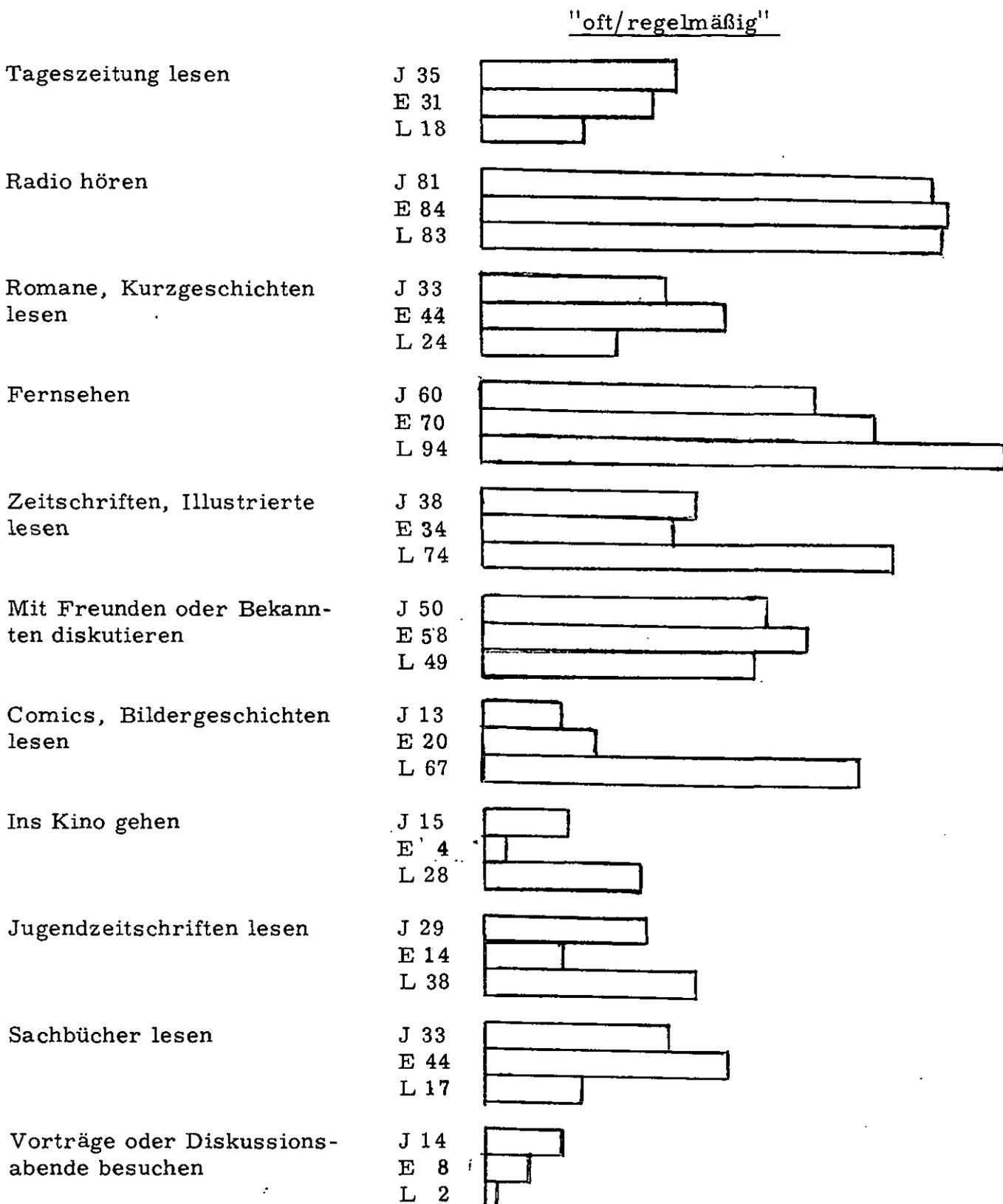
Abb. 12:

Freizeitaktivitäten Jugendlicher (Frage 4)

Sagen Sie mir bitte, wie oft Sie folgenden Freizeitbeschäftigungen nachgehen?

(E: ... Ihr Sohn (Ihre Tochter) ...)

(L: ... Ihre Schüler(innen) ....)



Tab. 2: Informationsquellen zu Drogen und Rauschmitteln

	Jugendliche %	Eltern %	Lehrer %
Fernsehen, Radio	63	76	58
Zeitschriften, Zeitungen	52	65	44
Gespräche mit Freunden/ Bekanntem	39	10	4
Schule/Unterricht	36	-	4
Broschüren, Flugblätter usw.	22	14	64
Gespräche mit Eltern (Kindern)	9	7	4
- - - - -	-	-	-
Bücher, Fachzeitschriften	9	13	38

führen hier die Massenmedien vor den Gesprächen. Broschüren und andere Informationen offizieller Institutionen haben einen relativ geringen Erreichungsgrad. Familieninterne Gespräche nehmen nach Ansicht aller Beteiligten eine sehr untergeordnete Rolle ein.

Auf den ersten Blick hiermit unverträglich sind die Antworten auf die Frage, mit wem man in der letzten Zeit über Drogen- und Rauschmittelp Probleme gesprochen habe, da Jugendliche hier nach ihren Freunden zu je 30 - 40 % Vater und Mutter nennen (vgl. J, S. 34-36).

Die Nennungen der Eltern liegen mit 15-20 % jedoch schon deutlich darunter. Die Begründungen für die Wahl des Gesprächspartners schließlich weisen auf eine weitere Differenz hin. Während bei den Jugendlichen vor allem Nähe des und Vertrauen zu dem Gesprächspartner eine Rolle spielten, ist bei Eltern die mutmaßliche Problemkonfrontation in der eigenen Familie der Hauptanstoßpunkt, d.h. die Angst, die eigenen Kinder könnten zu Drogen greifen (vgl. E, S. 34-35). In Verbindung mit

bisherigen Ergebnissen ist zu vermuten, daß familieninterne Gespräche entweder rein informatorischen Charakter haben (angestoßen z. B. durch eine Sendung, einen Zeitungsartikel usw.) oder aber auf unterschiedlichen Gesprächsebenen geführt werden, d.h. seitens der Eltern eher mahnend mit dem Motiv der Verhütung des Symptoms. Den Konsum bahnende Konflikte werden seitens der Kinder nach den Ergebnissen von Abschnitt 1.1.4 kaum angegangen oder zur Sprache gebracht.

Die Angabe von 67 % der Lehrer, sie hätten mit Schülern über die Drogenproblematik gesprochen, erscheint im Vergleich zu den vorherigen Zahlen als etwas überhöht. Auch die hauptsächlichen Anlässe hierfür

- Fragen der Schüler (44 %)
- RM-Gebrauch unter Schülern (32 %)

sowie die angegebenen didaktischen Absichten

- Warnung (60 %)
- Information (52 %)

lassen weniger auf eine intensive Problembehandlung als vielmehr auf gelegentliches "Antippen" der Fragen schließen (vgl. L, S. 33-34).

Zusammenfassend ist hier festzuhalten, daß alle - zum Teil recht hohen - Zahlen zur persönlichen Kommunikation mit großer Vorsicht zu werten sind, denn die bisherigen Ergebnisse deuten darauf hin,

- daß die Jugendlichen kaum geeignete Mechanismen zur Konfliktbewältigung haben, drogenkonsumbahnende Probleme somit auch nicht angehen können,
- daß Eltern und vor allem die Lehrer eine so verzerrte Sichtweise von der Situation der Jugendlichen haben, daß sie kaum eine geeignete Gesprächsebene finden oder gestalten können.

### 3. Verhältnis zu Rauschmitteln

Da zur grundsätzlichen Problematik des RM-Konsums, verursachenden Faktoren und "Wirkungsvorstellungen" bereits eine Reihe von Studien vorliegen (vgl. auch IMW-Studie, November 1971), haben auch die folgenden Ergebnisse eher die Aufgabe der aktuellen Bestandsaufnahme in einigen wichtigen Kenngrößen, als analytischen Grundlagenforschungscharakter.

#### 3.1 Aktualität des Rauschmittelproblems<sup>1)</sup>

Der Grad der Aktualität des RM-Problems hat sich gegenüber früheren Vergleichszahlen nicht verändert.

Tab. 3: Was halten Sie vom Rauschgiftproblem bei Jugendlichen?

	Jugendliche %	Eltern %	Lehrer %
da wird manchmal etwas übertrieben	8	6	11
es ist zwar nicht ganz so schlimm, wie behauptet wird, aber das Ganze ist doch eine ernstzunehmende Gefahr	47	48	58
es ist noch viel schlimmer, als allgemein bekannt ist	44	46	31

Ebenfalls unverändert blieb die Übereinstimmung von Jugendlichen und Eltern. Die Lehrer sehen das Problem als etwas weniger gravierend.

1) Vgl. J, " 26-27; E, S. 23-25; L, S. 21-23

Das Interesse an der Problematik ist bei etwa einem Viertel aller Befragten stark. Auffallend ist die Unterschätzung des Interesses von Jugendlichen aus der Außensicht, insbesondere aus der Sicht der Eltern.

Tab. 4: Und wie stark interessieren Sie sich für Probleme des Drogen- und Rauschmittelkonsums?

	Jugend- liche (selbst) %	Jugendl. (Eltern- sicht) %	Jugendl. (Lehrer- sicht) %	Eltern (selbst) %	Lehrer (selbst) %
sehr stark	21	14	11	27	26
ziemlich stark	35	24	40	39	51
etwas - überhaupt nicht	44	62	49	34	23

Hier mag vor allem das Gefühl "bei uns passiert so etwas nicht" bei der Beantwortung eine Rolle spielen. Sichtbar wird dadurch natürlich auch eine gewisse Unkenntnis der komplexen Problemzusammenhänge, insbesondere auch der den RM-Konsum bahnenden Zustände und Konflikte, die nicht als solche wahrgenommen werden.

Die Motive für das Interesse am Drogenproblem (vgl. Abb. 13) sind bei Eltern und Lehrern vorwiegend durch die Angst vor dem Ernstfall im eigenen Umfeld gesteuert und durch das Bestreben "mitreden zu können". Bei den Jugendlichen spielen die unmittelbare Problemkonfrontation und ein tiefergehendes Probleminteresse eine gewichtigere Rolle.

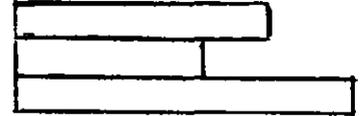
Abb. 13:

Motive für Drogenprobleminteresse

Konformitätsgesteuertes Informationsinteresse

(RM soziales Problem, Gefahr für die Jugend, für die ganze Gesellschaft, alle reden darüber, man hört soviel davon, man muß mitreden können usw.)

J 33  
E 25  
L 45



Informationsinteresse wegen manifester Problemkonfrontation

(RM-Verwender in Familie oder Bekanntenkreis, denen man helfen will, berufsbedingter oder ehrenamtlicher Kontakt mit Süchtigen oder RM-Verwendern usw.)

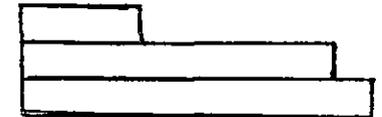
J 19  
E 10  
L 14



Informationsinteresse als Prophylaxe für potentielle unmittelbare Problemkonfrontation

(J: man könnte selbst einmal süchtig werden usw.  
E/L: meine eigenen Kinder könnten betroffen sein und brauchen dann Hilfe usw.  
L: ich muß meinen Schülern Aufklärung geben, raten oder helfen)

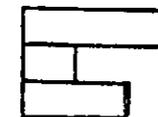
J 16  
E 42  
L 48



Theoretisches fachlich oder sachbezogenes Informationsinteresse

(möchte mehr über die Ursachen und Zusammenhänge der Sucht wissen)

J 19  
E 7  
L 14



Kein oder geringes Informationsinteresse wegen fehlender oder nicht erwarteter Problemkonfrontation

(mein Sohn tut das nicht, kenne niemanden, der RM nimmt, bei uns ist das Problem noch nicht aufgetaucht usw.)

J 8  
E 11  
L 7



### 3.2 Der Drogeninformationsstand

#### 3.2.1 Bekannte Rauschmittel und Wirkungsvorstellungen<sup>1)</sup>

Im ungestützten Bekanntheitsgrad von Rauschmitteln (Tab. 5) nehmen Haschisch und LSD eine klare Führungsstellung vor den schon länger bekannten Rauschmitteln Opium, Heroin und Morphin ein.

Tab. 5: Bekannte Rauschmittel

	Jugendliche %	Eltern %	Lehrer %
Haschisch	93	94	98
LSD	83	80	93
Opium	66	69	78
Heroin	63	63	80
Morphium	58	76	64
Kokain	28	38	44
Aufputschmittel	22	24	42
Schmerz-/Beruhigungs-/ Schlafmittel	21	24	38
Meskalin	11	15	33
DOM (STP)	4	3	2
Schnüffelstoffe	2	7	2
Psylocibin	-	3	-

Im Quervergleich fällt ein relativ hoher Informationsgrad der Lehrer auf, besonders bezüglich der medikamentösen Rauschmittel. Ein Blick in die namentlichen Nennungen erweist den Bekanntheitsgrad als konkret fundiert (vgl. L, S. 25).

1) Vgl. J, S. 28-32, 41; E, S. 26-32, 41; L, S. 24-26, 44

Aus eigenen Erfahrungen bekannt sind den Jugendlichen

- Haschisch (18 %)
- LSD (4 %)
- Aufputzmittel (4 %)
- Schmerz-/Beruhigungs-/Schlafmittel (3 %).

Die "Wirkungsvorstellungen" bezüglich einzelner Rauschmittel wurden in dieser Studie nicht erfaßt, vielmehr richtete sich die Frage darauf, wie "Rauschmittel" wirken. In der folgenden Tab. 6 ist aufgeführt, welche Wirkungen "die meisten" Rauschmittel wohl haben (vgl. zum Detail J, S. 41; E, S. 41; L, S. 44).

Allgemein auffallend ist, daß Jugendliche sehr viele positive und negative Nennungen machen, Lehrer dagegen weniger noch als die Eltern.

Schwerpunkte im Wirkungsspektrum (über 60 %) sind

	bei Jugendlichen	bei Eltern	bei Lehrern
Suchtgefahr	x	x	x
Beeinträchtigung der mentalen Leistungsfähigkeit	x	x	x
physiologische Schäden	o	x	x
Enthemmung	x	x	-
negative Neben- wirkungen beim Konsum	-	x	-
Bewußtseins- weiterung, Glücksgefühle	x	-	-
Wohlgefühl	x	-	-

Sowohl Lehrer als auch Eltern streiten den Rauschmitteln mögliche positive Wirkungen weitgehend ab. Eltern haben besonders negative Wirkungsvorstellungen.

Tab. 6: Wirkungen, die für "die meisten" Rauschmittel zutreffen

Rauschmittel ...	Jugend- liche %	Eltern %	Lehrer %
machen süchtig	<u>75</u>	<u>77</u>	<u>73</u>
erzeugen phantastische Traumbilder	<u>67</u>	51	54
erleichtern die Geselligkeit	37	32	16
schädigen die Erbanlagen	58	56	46
schädigen das Gehirn	<u>68</u>	<u>69</u>	53
steigern Phantasie und Einfallsreichtum	52	54	25
lassen alles intensiver und feiner erleben	58	39	38
machen brutal und gewalttätig	25	21	22
machen impotent	17	23	25
erweitern das Bewußtsein	29	25	24
führen zu Interessenlosigkeit und Gleichgültigkeit	<u>64</u>	<u>75</u>	<u>76</u>
bewirken, daß man sich sicher, wohl und angenehm fühlt	<u>60</u>	43	51
fördern kriminelle Neigung	37	33	40
vermindern die geistige Leistungsfähigkeit	<u>68</u>	<u>79</u>	<u>71</u>
verursachen Übelkeit und Kopfschmerzen	46	<u>62</u>	53
schädigen Herz und Kreislauf	<u>68</u>	<u>73</u>	<u>67</u>
machen ausgeglichen und zufrieden	42	20	11
führen zur Enthemmung	<u>69</u>	<u>67</u>	49
erzeugen unbeschreibliche Glücksgefühle	<u>62</u>	34	34
fördern Unbewußtes zutage	52	33	31
machen verrückt oder geisteskrank	32	43	29
schädigen Magen und Leber	52	<u>65</u>	<u>60</u>

Bei den schon im Bewußtsein vorhandenen "positiven" Wirkungsvorstellungen aus der Sicht der Jugendlichen wäre es sicher unklug, RM pauschalisierend nur negativ darzustellen.

### 3.3.2 Drogendistanz und vermutete Verwendermotive<sup>1)</sup>

Der Anteil von Jugendlichen mit RM-Erfahrung in der Stichprobe lag bei ca. 20 %, von denen 6 % angaben, auch heute noch Verwender zu sein. Die Schätzungen der Lehrer über den Anteil ihrer Schüler mit RM-Erfahrung liegen überwiegend niedriger. Nur 16 % geben an, über 25 % ihrer Schüler hätten Erfahrungen (vgl. L, S. 38). Die Basis für ihre Schätzungen beziehen die Lehrer vorwiegend aus Selbstbekundungen der Schüler und der Aufdeckung von Fällen (zusammen 68 %), zum Teil aber auch aus ungesicherten Rückschlüssen aus "schlechtem Aussehen", "Konzentrationsstörungen", "guten RM-Kenntnissen" der Schüler sowie aus eher theoretischen Mutmaßungen (42 %).

Über die Hälfte der befragten Jugendlichen (56 %) hat Kontakt zu ehemaligen oder aktuellen RM-Verwendern, wobei die Anzahl von durchschnittlich 4 auf Gruppenphänomene hindeutet. Solche Angaben sind allerdings vorsichtig zu werten, da der Kontakt zu Verwendern unter Jugendlichen oft als "statusfördernd" gilt.

Die Analyse der Drogendistanz ergibt erhebliche Unterschiede zwischen einzelnen Befragtengruppen (Tab. 7a, 7b).

Während die Jugendlichen sich zu 54 % (noch) recht standfest gegenüber der Versuchung geben, sind die Eltern etwas skeptischer, die Lehrer geradezu pessimistisch. Eine zweite Frage an anderer Stelle im Fragebogen (7b) bestätigt diesen Trend.

---

1) Vgl. J, S. 38-40; E, S. 36-40; L, S. 37-43

Tab. 7a: Wahrscheinlichkeit des "Drogenkonsums"

	Jugend- liche (selbst) %	eigenes Kind aus der Sicht der Eltern %	Mehrheit der Schü- ler aus der Sicht der Lehrer %
ja, bestimmt	1	6	22
vielleicht mal	17	31	31
wahrscheinlich nicht	26	34	29
nein, auf keinen Fall	54	28	16

Tab. 7b: Wahrscheinlichkeit der "Drogengefährdung"

	eigenes Kind aus der Sicht der Eltern %	eigene Schüler aus der Sicht der Lehrer %
ja	8	49
nicht sicher	37	42
nein	54	9

Die Gründe für den Konsum (vgl. Abb. 14) sehen die Lehrer in Neugier und Gruppenkonformitätsmotiven, die Eltern nahezu ausschließlich in Neugier.

Ausgeprägte Gründe gegen den Konsum sind nur bei den Eltern anzutreffen: die Hoffnung, das eigene Kind sei charakterfest und "klug genug".

Die vermuteten Motive jugendlicher RM-Verwender weisen - wie schon die Wirkungsvorstellungen bezüglich der RM - auf einen extrem hohen negativen Grad der negativen Stereotypisierung bei den Eltern, einen mittleren Grad bei den Lehrern hin (vgl. Tab. 8).

Bei Eltern dominieren die Motive

- Verführung durch Händler
- Haltlosigkeit
- Gruppenkonformität
- Flucht vor eigenen Problemen.

Lehrer betonen vor allem

- Gruppenkonformität
- Neugierde.

Nur die Jugendlichen betonen in starkem Ausmaß den persönlichen oder familiären Problemhintergrund

- Flucht vor den eigenen Problemen
- erzieherisches Versagen der Eltern
- zerrüttete Familienverhältnisse.

Ob die weitgehende Ausklammerung der Mitverantwortung durch Eltern und Lehrer auf Blindheit oder Angst vor einem offenen Eingeständnis beruht, kann nicht entschieden werden. Auf jeden Fall aber muß eine Kampagne mit diesen verfestigten Einstellungen rechnen.

### 3.3 Praxis und Wirkungsvorstellungen bezüglich prophylaktischer Maßnahmen<sup>1)</sup>

---

32 % der Jugendlichen gaben an, schon einmal versucht zu haben, einen Verwender "davon abzubringen", wobei meist Furchtappelle (55 %), Versuche der rationalisierten Kausalanalyse (36 %) und einfache suggestive Einwirkung nach dem Muster "tu es doch nicht" (34 %) eingesetzt wurden.

---

1) Vgl. J, S. 42-46; E, S. 42-47; L, S. 45-50

Abb. 14:

Begründung für Drogendistanzschätzungen (Frage 28.1)

A. Bejahende Argumentationen

(Drogenkonsum sicher oder wahrscheinlich)

Sensualistische Motive (Neugier, Sensationslust, Erfahrungssuche usw.)	E 31 L 45	
Gruppenkonformitäts-Motive ("in"-sein wollen, Gruppenzwang, Imponiergehabe, Prestigesucht, sich von Erwachsenen unterscheiden wollen, Verführung, Protest gegen die Gesellschaft usw.)	E 6 L 30	
Indizien für RM-Konsum (Selbstbekundungen der Schüler, anormales aggressives Verhalten, geistige Abwesenheit usw.)	E 1 L 2	
Sonstige oder allg. bejahende Argumentationen	E 1 L 2	

B. Verneinende Argumentationen

(kein Drogenkonsum oder Drogenkonsum unwahrscheinlich)

Charakterliche Resistenz (gefestigter, nicht labiler Charakter, reif, nicht leichtsinnig, nicht der Typ dazu usw.)	E 13	
Rationale Resistenz (vernunftmäßige Ablehnung, zu klug, gut aufgeklärt, gut informiert usw.)	E 36 L 16	
Soziale Resistenz (steht im Existenzkampf, unter Leistungsdruck, will etwas leisten, voll ausgelastet usw.)	E 3 L 7	
Familiäre Resistenz (gesundes Elternhaus, Eltern diskutieren das Problem usw.)	E 3 L 9	
Motivationale Resistenz (kein Interesse, keine Lust, was zu nehmen usw.)	E 3 L 5	
Angstbedingte Resistenz (hat Angst vor den Folgen, abschreckendes Beispiel der Süchtigen, will sich nicht ruinieren, Angst, entdeckt zu werden usw.)	E 9 L 14	
(Drogen)milieubedingte Resistenz (kennt keine Verwender, keine Gelegenheit (Möglichkeit, an RM zu kommen, so was gibt es in der Kleinstadt nicht usw.)	L 11	
Nicht näher konkretisiertes Vertrauen in die gefährdete(n) Person(en) (so was tun (tut) meine Schüler (Tochter) nicht usw.)	L 2	
Sonstige oder allg. verneinende Argumentationen	E 4	
Weiß nicht, KA	E 1 L 2	

Tab. 8: Vermutete "ausschlaggebende" Motive für den RM-Konsum bei Jugendlichen

	Jugend- liche %	Eltern %	Lehrer %
Haltlosigkeit und Schwäche	47	<u>73</u>	56
Sich von den Erwachsenen unterscheiden wollen	18	27	33
Im Freundeskreis "in" sein	47	<u>73</u>	<u>78</u>
Dummheit	35	35	24
Protest gegen die Gesellschaft	41	52	49
Erzieherisches Versagen der Eltern	<u>76</u>	59	52
Reine Neugierde	<u>60</u>	58	<u>71</u>
Flucht vor den eigenen Problemen	<u>82</u>	<u>72</u>	<u>60</u>
Weil es Mode ist	24	40	51
Zerrüttete Familienverhältnisse	<u>75</u>	<u>61</u>	51
Schlechte Leistungen in Schule oder Beruf	40	31	27
Überdruß und Langeweile	19	51	38
Kontaktarmut in der Familie	38	46	44
Lust am Rausch	43	45	36
Angeberei	36	50	38
Verführung durch gewissenlose Rauschgifthändler	<u>62</u>	<u>78</u>	47
Lust am Verbotenen	28	42	47

Eltern und Lehrer würden im konkreten Fall, d. h. wenn ihre Kinder oder Schüler zu Rauschmitteln greifen vor allem dialektisch-rationale Lösungsversuche (diskutieren, aufklären, überreden) oder die Ratsuche bei Fachleuten wählen. Immerhin 20 % der Lehrer und 10 % der Eltern würden das Problem spontan an Polizei, Fürsorge, Erziehungsheim usw. weitergeben (vgl. E, S. 42; L, S. 45).

Große Hilflosigkeit besonders bei den Eltern entstand bei der Konfrontation mit drei typischen Aussagen zur Legitimation des RM-Konsums (vgl. Tab. 9a - c auf den folgenden Seiten).

Bei der Gegenüberstellung von Alkohol und Haschisch werden überwiegend Furcht- und Gefährlichkeitsappelle zu Ungunsten von Haschisch angeführt. Nur Jugendliche und Lehrer betonen in beachtlichem Ausmaß den Drogencharakter des Alkohols und damit den sachlichen Widerspruch in der Aussage.

Auf die These "lieber kurz und glücklich mit Drogen als lang und beschissen ohne Drogen leben" fehlen allen Befragtengruppen die rechten Argumente. Lediglich bei 15 - 27 % wird der Gedanke zur alternativen Daseinsmotivierung aufgegriffen. Zum Statement der Ablehnung des Engagements "Jeder hat die Freiheit, sich kaputt zu machen" bieten die Jugendlichen das breiteste Antwortspektrum, wenngleich andererseits bei ca. 30 % eine zumindest relative Bejahung anzutreffen ist.

Abgesehen von Einzelinhalten, die für sich sprechen, lassen die Reaktionen der Befragten auf diese durchaus gängigen Statements nur auf eine große Hilflosigkeit schließen, die besonders bei den Eltern, aber auch bei den anderen Gruppen da ist. Sie haben sich nicht mit dem Problem auseinandergesetzt, sind selbst anspruchslosen Argumentationen nicht gewachsen. Die Eltern haben zudem offenbar große Schwierigkeiten, auch Eingeständnisse zu eigenen oder Systemfehlern in die

Tab. 9a: Was würden Sie zum Beispiel sagen, wenn Sie einer fragt, warum Haschischgenuß bei uns verboten ist, der viel gefährlichere Alkoholmißbrauch jedoch nicht?

	J %	E %	L %
Hasch ist eine gefährliche Einstiegs- und Übergangsdroge	18	13	16
Hasch hat gefährliche toxische Wirkungen (Persönlichkeitsverfall, Hirnschädigung usw.)	10	8	14
Hasch macht (schneller als Alkohol) süchtig	12	15	16
Alkohol ist eine traditionelle, wirtschaftlich und soziokulturell in unserer Gesellschaft verankerte Droge (wird seit Generationen getrunken, ganze Industrien leben davon, der Staat erhält Steuern usw.)	16	6	14
Alkohol ist toxisch weniger gefährlich (in normalen Mengen getrunken unschädlich usw.)	20	11	11
Alkohol ist die leichter beherrschbare Droge (man kann leichter aufhören, weiter Weg bis zur Sucht usw.)	7	14	9
Alkohol ist die typische Droge der <u>(erfahrenen)</u> älteren Generation			
Hasch ist die <u>(gefährliche)</u> Droge der <u>(unerfahrenen)</u> Jugend	1	7	5
beide Drogen sind(toxisch) gefährlich	7	4	9
grundsätzliche Bedenken gegen Zulassung von Drogen	3	4	7
Anerkennung des sachlichen Widerspruchs in der Behauptung (stimmt, hat recht, verstehe ich auch nicht, usw.)	17	8	25

Tab. 9b: Und was würden Sie zu jemandem sagen, der meint: Lieber kurz und glücklich mit Drogen als lang und beschissen ohne Drogen leben.

	J %	E %	L %
<u>Stereotypie: abnorme Persönlichkeit</u> (der spinnt, albern, hat einen Vogel, unreif, nicht normal, Außenseiter usw.)	16	11	2
<u>Stereotypie: asthenische Persönlichkeit</u> (kein Selbstvertrauen, Minderwertigkeitsgefühle, flieht vor Problemen, sieht keine Chance mehr, usw.)	7	3	4
<u>Stereotypie: amoralische Persönlichkeit</u> (unverantwortlich, undankbar, egoistisch, feige, fällt anderen zur Last, usw.)	3	7	4
kommentarlose Ablehnung des gesamten Statements (falsch, unrichtig usw.)	9	3	16
<u>kommentarlose Infragestellung der These vom kurzen glücklichen Drogenleben</u> (falsch, unrichtig usw.)	8	4	11
Infragestellung der o. g. These durch Furchtappelle (Ruin, Dahinsiechen)	3	4	9
Infragestellung der o. g. These unter Verweis auf die Sinnlosigkeit des postulierten Verhaltens (unrealistisch, löst keine Probleme, der Mensch ist zu wertvoll, usw.)	9	7	9
kommentarlose Infragestellung der These vom langen beschissenen drogenlosen Leben	6	6	2
Infragestellung der o. g. These durch Verweis auf fehlende Empirie (erst einmal selbst beschissen leben, dann urteilen, usw.)	2	7	2
Infragestellung der o. g. These durch Verweis auf die menschliche Willensfreiheit und Lenkbarkeit des Schicksals (ein beschissenes Leben läßt sich beeinflussen)	8	6	9
Infragestellung o. g. These durch Appell an optimistische Daseinsmotivierungen (Leben ist nicht beschissen, Einstellung zum Leben ändern, andere Daseinsmöglichkeiten suchen, usw.)	21	15	27
Urteilsrelativierung (Ansichtssache usw.)	9	6	2
Zustimmung zum gesamten Statement	4	-	2

Tab. 9c: Und wie antworten Sie jemandem, der sagt: Was geht mich das an, wenn andere Drogen nehmen. Jeder hat die Freiheit, sich kaputt zu machen.

	J %	E %	L %
<u>moralische Disqualifikation</u> (verantwortungslos, gleichgültig, unsozial, egoistisch)	34	20	29
<u>Appell an die mitmenschliche Verantwortung des Individuums in der Gesellschaft für die Gesellschaft</u> (man muß Süchtigen helfen, der Mitmensch braucht Hilfe, usw.)	45	27	42
<u>Betonung des sozialen Utilitarismus</u> (dem Süchtigen muß geholfen werden, sonst fällt er der Gesellschaft zur Last, man kann selbst einmal süchtig werden und ist dann für jede Hilfe dankbar, usw.)	66	19	22
Verneinung der Entscheidungsfreiheit des Menschen über sein Leben (niemand hat das Recht sich selbst kaputt zu machen usw.)	29	3	9
Bejahung der Entscheidungsfreiheit des Menschen über sein Leben (im Prinzip hat er recht, richtige Ansicht, usw.)	22	11	7
Urteilsrelativierung (Ansichtssache usw.)	7	6	-

Argumentation einzubeziehen. Bei diesen Voraussetzungen wundert eine weitere Expansion des RM-Konsums nicht.

Die sich hier andeutende "Doppelbödigkeit" in der Art der Problem-bewältigung durch die Eltern bestätigt sich voll in der Frage, für wie wirksam man eine Reihe von vorgegebenen Möglichkeiten zur Prophylaxe halte (vgl. Tab. 10).

Bis auf "progressive", evtl. sie selbst gefährdende Statements wie "Gesellschaft verändern", "wenige RM unter staatlicher Kontrolle freigeben", schätzen sie nahezu generell die Wirkung der vorgeschlagenen Maßnahmen deutlich höher als die Vergleichsgruppen ein.

In besonderem Maße Sanktionen und das Abschieben der Verantwortung auf Experten und Lehrer. Selbst eine absichtlich eingeführte Scheinmaßnahme "Drogenaufklärung mit etwas Pop und Schwung machen", wird noch von 42 % für "sehr wirksam" gehalten.

Jugendliche und Lehrer sind, nahezu übereinstimmend, weit pessimistischer. Sie betonen vor allem Maßnahmen der unmittelbaren und intensiven Beeinflussung wie Wohngemeinschaften, Beratungsstellen, Behandlungszentren und Aufklärungskurse für Eltern, die übrigens deutlich gegenüber thematisch gleichgelagerten Anzeigen bevorzugt werden.

Tab. 10: Vermutete Wirksamkeit prophylaktischer Maßnahmen

	J %	E %	L %
Fachleute für die Drogenaufklärung - wie Ärzte und Psychologen - in die Schulen holen	29	<u>64</u>	38
Rauschmittel nehmende Jugendliche in Erziehungsanstalten einweisen	5	13	13
Interviews in Jugendzeitschriften bringen, in denen prominente Musiker und Sänger sagen, warum Drogen für sie nicht mehr "in" sind	10	<u>40</u>	27
Den Lehrern Unterrichtsmaterial zum Drogenproblem geben	28	<u>58</u>	31
Die Eltern mit Anzeigen in Illustrierten und Zeitschriften auf das Drogenproblem aufmerksam machen	12	38	16
Warnungen vor Drogen ins Werbefernsehen einblenden	22	<u>44</u>	28
Für Jugendliche Drogen-Aufklärungsbroschüren mit etwas Pop und Schwung und guten Bildern machen	21	<u>42</u>	23
Süchtige intensiv in Wohngemeinschaften betreuen	<u>49</u>	38	<u>49</u>
Mehr Drogen-Aufklärung in den Fernseh-Jugendprogrammen bringen	31	<u>46</u>	38
Eltern und Jugendliche in gemeinsamen Diskussionsabenden über Drogenprobleme zusammenbringen	38	<u>45</u>	31
Die Rauschgiftdezernate der Polizei verstärken	13	<u>47</u>	29
Mehr Drogenberatungsstellen einrichten	<u>48</u>	<u>50</u>	38
Die Eltern durch Anzeigen in Illustrierten und Zeitschriften anregen, mit ihren Kindern über deren Probleme mehr zu sprechen	34	<u>48</u>	25
Die Sensationsberichterstattung über Drogen einschränken	16	36	29
Rauschgifthändler härter bestrafen	<u>54</u>	<u>86</u>	<u>62</u>

Tab. 10: (Forts.)

	J %	E %	L %
Die Jugendlichen zur Gründung von Arbeits- gemeinschaften und Aktionsgruppen gegen den Drogenkonsum anregen	37	<u>40</u>	28
Die ganze Gesellschaft verändern	13	7	15
Jugendlichen im Rahmen des Wettbewerbs "Jugend forscht" den Anreiz zur wissen- schaftlichen Erforschung des Drogenproblems bieten	22	22	15
Weniger gefährliche Rauschmittel unter staat- licher Kontrolle freigeben	18	8	7
Drogenaufklärung für Jugendliche in Bilder- geschichten und Comics bringen	5	17	16
Mehr Behandlungszentren für Suchtkranke einrichten	<u>48</u>	<u>49</u>	<u>49</u>
Eltern in Aufklärungskursen zeigen, wie man mit Jugendlichen über Drogen sprechen sollte	<u>46</u>	<u>55</u>	<u>40</u>

### III ERGEBNISTEIL B: DIE EIGNUNG DER VORGELEGTEN KAMPAGNE UND IHRER EINZELNEN ELEMENTE

#### 1. Vorbemerkung zu Anlage und Aussagefähigkeit des Tests

Die Gesamtuntersuchung konnte wegen der Breite der zu erfassenden allgemeinen Fragestellungen, der Differenzierung der Stichproben und der Vielfalt der vorzulegenden Materialien nur in Form eines Intensiv-Interviews mit den Stufen

- Vorbefragung
- Home-Test, d.h. Sichten und "Durcharbeiten" der Materialien
- Nachbefragung

durchgeführt werden.

Diese Testanlage stellt einen Kompromiß zwischen den unterschiedlichen Anforderungen dar, die sich durch die spezielle Eigenart der Medien und Vorlagen ergeben.

Dementsprechend sind die Ergebnisse zu interpretieren. Sie stellen vorwiegend die Reaktion der Versuchspersonen auf die Aussageinhalte dar. Die ebenfalls annäherungsweise erhobenen Werte zu Attraktion, Rückerinnerung usw. sind unter der Voraussetzung zu interpretieren, daß die Wahrnehmungssituation ungewöhnlich zentriert und damit atypisch war. Diese Werte dürften bei Schaltung z. B. der Anzeigen erheblich niedriger liegen, da diese dann dem gesamten Wettbewerb von Medien und anderen Inhalten ausgesetzt sind.

Um zumindest einen zentralen Aspekt - die Wirkung der Materialien im Sinne des Weitertragens und der Weiterverbreitung durch die angesprochenen Zielgruppen - in einer eher natürlichen Situation zu erfassen, wurde hierzu ein spezieller Kommunikationstest bei Jugendlichen durchgeführt.

Er umfaßte die Stufen

- Zusendung von Materialien an ca. 30 % der Schüler einzelner Klassen ohne Hinweis auf den Testcharakter. Die Jugendlichen hatten die Möglichkeit, weitere Materialien für sich selbst oder andere anzufordern.
- Registrierung der Anforderungen
- Nachbefragung in den gesamten Klassen, um auch die Weiterpflanzung der Kommunikation bei den übrigen Schülern zu erfassen.

Insgesamt wurden folgende Materialien in den einzelnen Teststufen vorgelegt (vgl. Übersicht auf der folgenden Seite).

Die "Antidrogenkampagne" wurde konzeptiv abgetestet, d.h. Vorstellungsbild, organisatorische und Zielgruppenaspekte wurden ohne Vorgaben explorativ erhoben. Lediglich zu dem Spezialproblem, ob ein Erkennungszeichen notwendig und sinnvoll sei, wurden Vorlagen in den Test gegeben.

Vorlage Nr.	Beschreibung	Erhebungsteil					Lehrer Home- Test
		Jugendliche			Eltern		
		Home- Test	Nach- befr.	Komm.- Test	Home- Test	Nach- befr.	
01	Bravo-Interview "Eric Burdon"	x	-	x	-	-	-
02	Bravo-Interview "James Taylor"	x	-	x	-	-	-
03	Bravo-Interview "John Lennon"	x	-	x	-	-	-
04	Thompson-Anzeige: "Schulklasse"	x	-	x	x	-	-
05	Thompson-Anzeige: "Bank"	x	-	x	x	-	-
06	Thompson-Anzeige: "Lehrling"	x	-	x	x	-	-
07	Thompson-Anzeige: "Eingang"	x	-	x	x	-	-
08	Comic "Wowman"	x	-	x	-	-	-
09	Farner-Anzeige: "Warum will es..."	x	-	x	x	-	-
10	Farner-Anzeige: "Inzwischen lernt sie..."	x	-	x	x	-	-
11	Farner-Anzeige: "Ich will doch nur..."	x	-	x	x	-	-
12	Farner-Anzeige: "Ich gebe das letzte..."	x	-	x	x	-	-
13	Troost-Anzeige: "Fast alle Jugendlichen..."	x	-	x	x	-	-
14	Troost-Anzeige: "Sind Sie sicher..."	x	-	x	x	-	-
15	Troost-Anzeige: "Wenn unsere Kinder..."	x	-	x	x	-	-
16	Broschüre "Titel"	-	x	-	-	x	-
17	Broschüre "Warum nehmen unsere Kinder..."	-	x	-	-	x	-
18	Broschüre "Sicherheit vor Drogen"	-	x	-	-	x	-
19	Broschüre "Ist mein Kind sicher"	-	x	-	-	x	-
20	Broschüre "Kopf mit Blumen"	-	x	-	-	x	-
21-30	Erkennungszeichen für Antidrogen-Kampagne	-	x	-	-	-	-
	Leitfaden "Wissen um Drogen"	-	-	-	-	-	x
	Programmierte Unterweisung "Amphetamine"	-	-	-	-	-	x
	Wandtafel "Drogen"	-	-	-	-	-	x

## 2. Spezielle Maßnahmen für Jugendliche und Eltern

### 2.1 Die Beurteilung der Anzeigenentwürfe und Comics

Die Beurteilung der Vorlagen erfolgte gestützt im Home-Test, ungestützt in der Nachbefragung. Nach diesem methodischen Unterschied ist davon auszugehen, daß die Nachbefragungsergebnisse eher dem klassischen Werbemitteltest nahestehen als die Home-Test-Resultate, in denen eine ungewohnt kritische Auseinandersetzung mit dem Material gefordert wurde. Diese Gewichtungen sind bei der Interpretation der folgenden Resultate zu beachten.

#### 2.1.1 Globale Kennwerte der untersuchten Materialien: Rückerinnerung, Akzeptanz und Effektivitätseinstufung

In Tab. 11 sind die ungestützten Rückerinnerungswerte für die Anzeigen aufgeführt, wobei hier die "Bravo-Interviews" wie Anzeigen behandelt wurden. In der allgemeinen Rückerinnerung führen klar die Thompson-Anzeigen. Sie werden bei den Jugendlichen nur durch die - jugendspezifischen - Bravo-Interviews übertroffen. Völlig unprägnant sowohl insgesamt als auch z. B. in der Detailrückerinnerung sind die Troost-Anzeigen. In der Rückerinnerung der dargestellten Personen erweisen sich die Thompson-Anzeigen nur bei Jugendlichen als überlegen. Wie noch dargestellt wird, ist dies wohl vor allem auf die prägnante visuelle Darstellung von Situationen aus dem Lebensraum der Jugendlichen zurückzuführen.

Generell ist jedoch festzuhalten, daß auch die "Spitzenreiter" in Relation zu der langen und intensiven Beschäftigung mit den Anzeigen im Home-Test recht schwach abschneiden, insbesondere wenn es um die Rückerinnerung inhaltlicher Elemente, d.h. der eigentlichen Kommunikationsabsicht geht.

Tab. 11: Ungestützte Rückerinnerungswerte für die Anzeigen

	Rückerinnerung <sup>1)</sup>		Personen- erinnerung <sup>2)</sup>		Anzeigentitel, Schlagworte <sup>3)</sup>	
	Jugendl. %	Eltern %	Jugendl. %	Eltern %	Jugendl. %	Eltern %
<u>Bravo-Interviews</u>						
01	24	- <sup>4)</sup>	-	-	-	-
02	51	-	-	-	-	-
03	40	-	-	-	-	-
Su.	115	-	-	-	-	-
<u>Thompson-Anzeigen</u>						
04	20	41	39	30	19	18
05	16	30	32	27	14	16
06	26	44	38	27	20	16
07	17	37	48	32	19	18
Su.	79	152	157	116	72	68
<u>Farner-Anzeigen</u>						
09	9	16	32	47	22	26
10	5	26	11	27	14	10
11	5	5	20	36	8	18
12	9	10	-	-	22	18
Su.	28	57	63	110	66	72
<u>Troost-Anzeigen</u>						
13	3	6	-	-	2	2
14	9	0	-	-	5	0
15	15	18	-	-	2	3
Su.	27	24	-	-	9	5

1) Vgl. J + E, NB Frage 11

2) Vgl. J, NB, Frage 13; E, NB Frage 12

3) Vgl. J, NB Frage 13.2; E, NB Frage 12.2

4) "-" = nicht beurteilt

Anmerkung: Die Einzelwerte für die Vorlagen entsprechen nicht immer den Randauszählungswerten, da Pauschalnennungen für die Anzeigen-  
gruppe den einzelnen Anzeigen zugeschlagen wurden.

Tab. 12: Hometest-Reaktionen bezüglich "Gefallens" der Anzeigen und der Menge der Reaktionen auf die Texte

	"gefällt gut" <sup>1)</sup>		Reaktionen auf die Anzeigentexte <sup>2)</sup>					
	Jugendl.	Eltern	Jugendliche			Eltern		
	%	%	posi- tiv %	nega- tiv %	Ge- samt %	posi- tiv %	nega- tiv %	Ge- samt %
<u>Bravo-Interv.</u>								
01	35	-	123	59	182	-	-	-
02	63	-	140	46	186	-	-	-
03	41	-	103	51	154	-	-	-
Su.	139	-	366	156	522	-	-	-
<u>Thompson-Anz.</u>								
04	57	34	148	34	182	46	49	95
05	56	45	106	25	131	38	23	61
06	43	19	107	23	130	41	29	70
07	34	30	91	28	119	34	16	50
Su.	190	128	452	110	562	159	117	276
<u>Farner-Anz.</u>								
09	56	40	126	40	168	47	25	72
10	55	63	117	32	149	48	25	73
11	48	35	111	27	138	47	11	58
12	50	27	122	27	148	45	33	77
Su.	209	165	476	126	603	187	94	280
<u>Troost-Anz.</u>								
13	60	47	93	21	113	26	31	57
14	59	61	105	23	128	52	21	73
15	55	25	89	31	120	43	54	97
Su.	174	133	287	75	361	121	106	227

1) Vgl. J, E: HT Frage 1

2) Vgl. J, E: HT Fragen 2 - 5

Tab. 13: Hometest-Reaktionen bezüglich  
vermuteter Wirkungen der Vor-  
lagen

		"Bravo-Interviews"			Thompson-Anzeigen							
		01	02	03	04		05		06		07	
		J <sup>1)</sup>	J	J	J	E <sup>2)</sup>	J	E	J	E	J	E
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Die Vorlage ...	wird stark bzw. sehr stark beach- tet	44	62	50	38	20	45	51	48	34	40	26
	von Jugendlichen von Erwachsenen	8	21	16	62	31	50	33	38	16	39	29
bleibt stark bzw. sehr stark im Ge- dächtnis haften	bei Jugendlichen	21	49	35	30	17	32	44	38	34	37	24
	bei Erwachsenen	9	22	14	54	24	41	35	35	18	34	26
regt stark bzw. sehr stark zum Nachden- ken über das Dro- genproblem an	bei Jugendlichen	33	56	33	30	10	32	32	24	8	29	22
	bei Erwachsenen	28	32	18	57	20	37	32	32	11	32	29
regt stark bzw. sehr stark zu Diskussio- nen über das Dro- genproblem an	Jugendliche	26	47	32	31	14	26	28	28	7	24	24
	Erwachsene	18	32	21	48	21	40	29	28	9	34	28
regt stark bzw. sehr stark dazu an, sich intensiver über das Drogenproblem zu informieren	Jugendliche	26	34	21	27	9	31	24	21	8	22	23
	Erwachsene	17	21	14	52	14	38	30	29	9	35	26
hält stark bzw. sehr stark vom Drogenkonsum ab	Jugendliche	8	24	16	12	2	9	11	9	3	10	8
	Erwachsene (nicht erfragt)											

1) Urteile der Jugendlichen

2) Urteile der Eltern

Die Vorlage ...		Farner -Anzeigen								Troost -Anzeigen					
		09		10		11		12		13		14		15	
		J %	E %	J %	E %	J %	E %	J %	E %	J %	E %	J %	E %	J %	E %
wird stark bzw. sehr stark beach- tet	von Jugendlichen	28	14	39	52	33	11	34	12	41	29	40	18	48	29
	von Erwachsenen	62	48	60	65	65	50	60	34	60	50	64	53	63	42
bleibt stark bzw. sehr stark im Ge- dächtnis haften	bei Jugendlichen	23	13	35	50	23	10	25	11	36	28	31	24	35	17
	bei Erwachsenen	57	40	51	60	54	40	52	36	54	42	54	49	55	31
regt stark bzw. sehr stark zum Nachden- ken über das Dro- genproblem an	bei Jugendlichen	26	20	33	45	33	15	31	15	37	24	36	22	40	10
	bei Erwachsenen	59	50	59	63	56	48	53	34	56	55	63	60	60	39
regt stark bzw. sehr stark zu Diskussio- nen über das Dro- genproblem an	Jugendliche	23	18	30	36	30	18	30	20	34	31	34	31	30	19
	Erwachsene	56	46	47	60	48	37	49	34	51	55	55	61	53	42
regt stark bzw. sehr stark dazu an, sich intensiver über das Drogenproblem zu informieren	Jugendliche	25	11	28	32	26	19	25	16	29	26	28	21	27	11
	Erwachsene	57	44	54	60	52	47	50	37	56	50	59	50	55	39
hält stark bzw. sehr stark vom Drogenkonsum ab	Jugendliche	13	6	15	17	17	10	13	8	17	5	17	25	14	7
	Erwachsene (nicht erfragt)														

1) Urteile der Jugendlichen

2) Urteile der Eltern

Die Reaktionen im Home-Test (vgl. Tab. 12) zeigen als generellen Befund zunächst,

- daß die Eltern sich weit weniger intensiv und engagiert mit den Vorlagen beschäftigten als Jugendliche.

Dieses niedrige Reaktionsniveau ist inhaltlich konsistent mit den Grundlagenergebnissen (Teil II):

Im Vergleich der einzelnen Medien ergibt sich bei Jugendlichen

- eine verbale Präferenz für die Troost-, Thompson- und Farner-Anzeigen gegenüber den Bravo-Interviews,
- eine deutlich höhere positive Resonanz auf die einzelnen Inhalte von Bravo, Thompson und Farner. Das Gefallen der Textanzeigen von Troost erscheint - wie noch belegt wird - als eher oberflächlich. Die einzelnen Inhalte bieten weniger Reize zur Auseinandersetzung, was die oben registrierten niedrigen Rückerinnerungswerte erklärt.

Der Befund bei den Eltern ist inhaltlich analog: Klang bisher schon an, daß die Thompson-Anzeigen noch am ehesten auf beide Gruppen, Eltern und Jugendliche wirken, so bestätigt sich dies in Tab. 13. Die Bravo-Interviews gelten selbstverständlich als eher jugendwirksam, die Troost- und Farner-Anzeigen werden als klar auf Erwachsene gezielt empfunden. Bei den Thompson-Anzeigen ist die projektive Zielgruppenorientierung nicht so stereotyp klar, sondern eher ausgewogen. Inhaltlich interessant ist,

- daß vor allem die Eltern den Bezug zur Rauschmittelproblematik kaum erkennen, wenn nicht explizit und vorwiegend von Rauschmitteln gesprochen wird (wie z. B. in den Troost- und Farner-Anzeigen).

- Der Versuch der Thompson-Anzeigen, das RM-Problem über die Verknüpfung mit verursachenden Situationen darzustellen, wird von den Eltern offenbar kaum verstanden und nachvollzogen. Auch hier bestätigen sich die Resultate aus Teil II, nach denen die Jugendlichen spontan eher die Wirkungszusammenhänge zwischen RM-Konsum und verursachenden Faktoren sehen als Erwachsene.

In der Entscheidungsfrage zu Gefallen und Effektivitätseinstufung werden die Anzeigen präferiert. Hier muß allerdings angemerkt werden, daß dieses Resultat durch die rein statistische Wahrscheinlichkeit verzerrt ist, da 3 Bravo-Seiten gegenüber 11 Anzeigenseiten und 4 Comic-Seiten standen. Führt man eine Grobkorrektur durch Division durch ("Korr"-Werte), so ergibt sich eine Gleichverteilung mit leichtem Trend für die Bravo-Interviews.

Tab. 14: Gefallen und Effektivitätseinstufung durch Jugendliche

	J, NB Frage 15 "hat am besten gefallen"		J, NB Frage 17 "ist am wirksamsten"	
	%	(Korr.)	%	(Korr.)
Bravo-Interviews	23	(8)	16	(5)
Anzeigen für Erwachsene	43	(4)	48	(4,5)
Comic	20	(5)	10	(2,5)
Weiß nicht	14		26	

In Tab. 15 wird deutlich, daß Anzeigen und Comic offenbar unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Die Anzeigen kommen besser bei

- älteren Jugendlichen
- höhergebildeten
- Jugendlichen, die schon engeren Kontakt zum RM-Problem hatten

an.

Tab. 15: "Gefallen" der Materialien bei Jugendlichen in Untergruppen<sup>1)</sup>

<u>Splitmerkmale</u>	Anzeigen %	Comic %
<u>Alter</u>		
- 13	33	<u>38</u>
14 - 15	52	11
16	<u>70</u>	14
<u>Schule</u>		
Hauptschule	37	<u>25</u>
Realschule	49	21
Oberschule	<u>67</u>	18
Berufsschule	57	16
<u>Drogenbekanntheit</u>		
hoch	<u>72</u>	13
niedrig	36	<u>27</u>
<u>Drogenkonsum- erfahrung</u>		
vorhanden	<u>75</u>	10
nicht vorhanden	47	<u>24</u>
<u>Drogenkonsum- bereitschaft</u>		
eher positiv	42	11
eher negativ	48	<u>27</u>
<u>Drogenspezifische Kommunikation</u>		
hoch	52	10
niedrig	53	<u>21</u>
<u>Eigene Resoziali- sierungserfahrung</u>		
vorhanden	<u>67</u>	10
nicht vorhanden	44	<u>28</u>

1) Werte wurden nach Ausschluß der "weiß nicht-Nennungen" umprozentuiert. Da die Trends in der Effektivitätseinstufung völlig parallel vorliegen, sind sie nicht gesondert aufgeführt.

Der Comic hat Schwerpunkte bei

- Jüngeren
- Drogenunerfahrenen

Die inhaltlichen Begründungen (vgl. J, S. 165-171) beziehen sich beim Comic auf

- Aufmachung sowie das stilistische und altersgerechte Niveau,  
bei den Elternanzeigen auf

- Aufmachung
- Anregung zur Problemkonfrontation und zur problembezogenen Kommunikation sowie teilweise auf die
- vermutete Identifikationswirkung.

Die Identifikationswirkung ist neben der "wirklichkeitsnahen" Argumentation der größte Vorteil der Bravo-Anzeigen. Die befragten Eltern geben sich bezüglich der vermuteten Effizienz der Elternanzeigen optimistisch (vgl. E, S. 135). 27 % glauben "bestimmt" an eine positive Wirkung, 53 % "möglicherweise". Begründet wird dies vor allem mit dem informativen Anzeigencharakter und teilweise der wahrgenommenen Problemkonfrontation.

### 2.1.2 Detailergebnisse: Erinnerung und Bewertung einzelner Inhalte

Der negative Eindruck bezüglich der Kommunikationswirkung selbst der relativ besten Anzeigen verstärkt sich bei Betrachtung der Detailergebnisse.

Die Bildmotive kommen in der ungestützten Rückerinnerung (Tab. 16) noch ziemlich stark hervor. Auch hier ist der schon oben registrierte Effekt

Tab. 16: Sicher können Sie sich auch noch an die Anzeigen für Eltern erinnern.

Was für Personen waren auf diesen Anzeigen dargestellt?

	Jugendliche %	Eltern %
(Nr. 04) Junge/Schüler (in Schulklasse)	39	30
(Nr. 05) Junge und Mädchen / Paar	32	27
(Nr. 06) Lehrling (im Hof)	38	27
(Nr. 07) Mädchen (Schülerin am Schultor)	48	32
(Nr. 09) Vater, besorgt usw.	32	47
(Nr. 10) Mädchen(gesicht)/Tochter, fragend usw.	11	27
(Nr. 11) Mutter, besorgt usw.	20	36
Eltern, Erwachsene allg.	17	21
Jugendliche allg.	11	20
Weiß nicht, kann mich nicht erinnern / KA	11	12

wirksam, daß die Thompson-Anzeigen auch die Jugendlichen recht stark beeindrucken, während die Farner-Anzeigen (09-11) erwachsenentypischer sind.

Thematisch-inhaltlich relevante Punkte sind jedoch trotz der langen und intensiven Expositionszeit der Materialien kaum haften geblieben (Tab. 17a und 17b). Die hier aufgeführten zahlenmäßig bedeutsamen Erinnerungen beziehen sich lediglich auf die Slogans bzw. Headlines, spiegeln auch in der wörtlichen Nennung weniger eine Beeindruckung, sondern eher eine inhaltsleere Reproduktionsleistung von hervorgehobenen Gestaltungselementen wider.

Im Rahmen des Home-Tests wurden die Anzeigen im Detail beurteilt. Die Reaktionen auf die textliche Argumentation sind in Tab. 18 zusammengefaßt. In den Reaktionen der Jugendlichen ist beachtenswert,

Tab. 17a: Worum ging es in diesen Anzeigen? Was sollte den Eltern gesagt werden?

	Jugendliche %	Eltern %
Schlüssel für Problemlösung der Jugendlichen bei den Eltern	6	17
Lernaufforderung an die Eltern: Jugendlichen-Probleme verstehen	59	59
Lernaufforderung: überzeugen anstatt befehlen	12	15
Aufforderung zu allgemeiner Information über das RM-Problem	18	12

Tab. 17b: Welche Anzeigentitel, Sätze oder Schlagworte fallen Ihnen dazu ein?

	Jugendliche %	Eltern %
Wer hascht, resigniert!	20	17
z. B. weil man zuviel für die Schule lernt. . .	13	9
Unser Kind kriegt doch alles was es braucht. (Warum will es dann Drogen?)	18	23
Sie leisten es sich, diese Anzeige nicht zu lesen. (Inzwischen lernt sie kiffen.)	9	8
Ich will doch nur das Beste für den Jungen. (Warum interessiert er sich dann für Drogen?)	5	14
Ich gebe das Letzte her für den Jungen. (Warum interessiert er sich dann für Drogen?)	18	15
Eltern, sprecht mit Euren Kindern!	30	35

Tab. 18: Bewertung der Anzeigen im Home-Test

Vorlage Nr.	Textelemente	<u>Jugendliche</u> Reaktionen		<u>Eltern</u> Reaktionen	
		positiv %	negativ %	positiv %	negativ %
04	Z. B. weil man in der Schule zuviel für die Schule lernt und zuwenig fürs Leben	28	14	6	35
04	ELTERN, SPRECHT MIT EUREN KINDERN!	35	4	26	-
04	Denn sie haben eine Menge Probleme. In der Schule, in der Lehre und zu Hause. Und sie versuchen natürlich, ihre Probleme zu lösen. Vielleicht auch mit Hasch.	14	1	-	-
04	Doch Drogen sind nur ein scheinbarer Ausweg. Denn noch nie hat ein Joint oder eine Flasche Schnaps ein Problem gelöst. Höchstens verdrängt.	36	2	6	-
05	Z. B. weil es schwierig ist, mit den Erwachsenen zu reden.	37	10	18	15
05	ELTERN, SPRECHT MIT EUREN KINDERN!	17	2	8	-
05	Wer die Probleme lösen kann, sind Sie. Indem Sie mit Ihren Kindern sprechen.	19	1	2	3
06	Z. B. weil man den Spaß am Beruf schon in der Lehre verliert.	45	14	19	27
06	ELTERN, SPRECHT MIT EUREN KINDERN!	17	1	10	-
06	Doch Drogen sind nur ein scheinbarer Ausweg. Denn noch nie hat ein Joint oder eine Flasche Schnaps ein Problem gelöst. Höchstens verdrängt.	19	1	5	-

- Forts. -

Tab. 18: (Forts.)

Vorlage- Nr.	Textelemente	Jugendliche		Eltern	
		positiv	negativ	positiv	negativ
07	Z. B. weil man zuviel für die Schule lernt und zuwenig fürs Leben.	27	18	13	16
07	ELTERN, SPRECHT MIT EUREN KINDERN!	17	2	11	-
07	Doch Drogen sind nur ein scheinbarer Ausweg. Denn noch nie hat ein Joint oder eine Flasche Schnaps ein Problem gelöst. Höchstens verdrängt.	18	1	3	-
09	Unser Kind hat doch alles was es braucht. Warum will es dann Drogen?	24	13	19	13
09	Ihr Kind wird erwachsen. Es hat neben dem Zuhause noch seine eigene Welt. Mit langhaarigen Freunden, Pop-Musik, Flippern, Diskotheken, Plakaten.	26	11	3	2
09	Zu dieser Welt will es dazugehören. Ganz. Deshalb wird es auch Drogen probieren, sobald sich die Gelegenheit bietet.	9	6	5	5
09	Dabei weiß Ihr Kind gar nicht, daß es damit sein Leben verpfuschen kann. Daß der erste Versuch zu stärkeren Drogen führen kann. Zu LSD oder Meskalin oder Opium. Es ahnt nicht, daß es seelisch und körperlich abhängig. . . , daß es süchtig werden kann.	18	9	8	5
09	Informieren Sie sich. Je mehr Sie über Drogen wissen, desto besser können Sie Ihrem Kind helfen. Und dann reden Sie mit ihm.	17	-	6	-
09	Reden statt schimpfen.	32	1	6	-

Tab. 18: (Forts.)

Vorlage Nr.	Textelemente	<u>Jugendliche</u>		<u>Eltern</u>	
		positiv	negativ	positiv	negativ
10	'Sie leisten es sich, diese Anzeige nicht zu lesen''.	27	5	16	10
10	Inzwischen lernt sie "kiffen".	10	6	10	11
10	Dabei weiß sie gar nicht, daß sie damit ihr Leben verpfuschen kann, daß dieser eine Versuch sie zu stärkeren Drogen bringen kann. Zu LSD oder Meskalin oder Opium. Sie ahnt nicht, daß sie süchtig werden kann. Kiffen ist "in".	27	12	5	-
10	Sie müssen ihr helfen. Sie müssen sich genau informieren. Über Drogen. Damit Sie sachlich mit ihr reden können.	17	1	6	-
10	Informieren statt moralisieren.	23	-	8	2
11	Ich will doch nur das Beste für den Jungen.	19	4	11	2
11	Dafür gibt es Erklärungen. Eine ist, er fühlt sich bei seinen Freunden wohler. Sie sprechen die gleiche Sprache - sie interessieren sich für die gleichen Dinge.	20	4	5	2
11	Aber er macht sich keine Gedanken, daß er damit sein Leben verpfuschen kann. Daß die Drogen ihn zerstören und zum Selbstmord treiben können.	18	8	5	-
11	Daß ihn Zerstörungswut packen kann oder daß ihn Horrorträume quälen. Und daß er seelisch und körperlich abhängig werden kann.	12	3	6	2
11	Informieren Sie sich. Je mehr Sie über Drogen wissen, desto besser können Sie Ihrem Kind helfen. Und dann reden Sie mit ihm.	19	-	3	-

Tab. 18: (Forts.)

Vorlage Nr.	Textelemente	Jugendliche		Eltern	
		positiv	negativ	positiv	negativ
12	Ich gebe das Letzte her für den Jungen.	20	7	11	19
12	Warum interessiert er sich dann für Drogen?	5	4	13	10
12	Sie zeigen kaum Verständnis für seine Musik, seine Mode, seine Freunde - seine Welt. So zieht er sich immer mehr zurück. In seine Welt. Dorthin, wo es Drogen gibt.	29	6	8	2
12	Aber er weiß nicht, daß Drogen seine Persönlichkeit und seine Charakterzüge verändern können. Daß schon einige Spritzen Opium ausreichen, ihn süchtig zu machen, ihn seelisch und körperlich zu ruinieren. Er ist sich nicht im klaren darüber, daß er abhängig wird und sein Leben verpfuschen kann.	26	6	2	-
12	Reden statt schimpfen.	19	1	5	2
13	Nahezu alle befragten jugendlichen Haschischraucher geben an, entweder ein gestörtes oder gar kein Verhältnis zu ihren Eltern zu haben.	27	8	10	2
13	Wer ist Schuld daran? Mit Sicherheit nicht die Jugendlichen. Sondern wir und unsere Erziehung.	19	6	2	27
13	Wir verstehen die Probleme unserer Kinder nicht mehr. Weil es andere sind, als wir selbst haben. Und wir haben zu wenig Verständnis für sie.	20	2	3	-
14	Sind Sie sicher, daß Ihr Sohn kein Haschisch raucht?	17	1	19	-
14	Die Folge davon: Die Entfremdung zwischen Eltern und Kindern wird immer größer.	17	1	6	-

Tab. 18: (Forts.)

Vorlage Nr.	Textelemente	Jugendliche		Eltern	
		positiv	negativ	positiv	negativ
14	Sagen Sie nicht: Mein Sohn tut das nicht. Er wird es tun.	8	9	2	8
14	Wenn Sie nicht lernen, ihn zu verstehen. Wenn Sie nicht lernen, seine Probleme genauso wichtig zu nehmen wie Ihre eigenen.	17	1	8	2
14	Wenn Sie nicht lernen, seiner Zukunft ebensoviel Bedeutung beizumessen wie Ihrem Bankkonto.	12	3	5	6
15	Wenn unsere Kinder bessere Eltern hätten, würden sie weniger Haschisch rauchen.	14	7	8	16
15	Nicht unsere Gesellschaft ist Schuld am steigenden Haschischkonsum unserer Kinder. Wir sind Schuld. Unsere Erziehung.	17	16	3	27
15	Denn die Jugend von heute ist nicht schlechter als die Jugend von gestern. Sie ist bloß kritischer und braucht mehr Verständnis.	22	2	10	5
15	Nehmen wir uns genug Zeit für unsere Kinder und ihre Probleme? Haben wir für ihre Sorgen ebensoviel Verständnis wie für unsere? Können wir nicht nur mit ihnen reden, sondern auch einmal zuhören? Lernen wir zu überzeugen, anstatt zu befehlen? Ist uns die Zukunft unserer Kinder wichtiger als unser Bankkonto?	19	2	16	3

- daß nahezu alle Einzelargumente überwiegend positiv beurteilt werden,
- daß auf differenziertere Aussagen zum RM-Problem bzw. dessen Genese sogar überdurchschnittlich positiv reagiert wird<sup>1)</sup>.

Bei den Eltern dagegen

- ist die Auseinandersetzung mit den Texten kaum gegeben.
- Überdurchschnittliche Reaktionen, und zwar negative, erfolgen bei problemkritischen Argumenten, die auch die verantwortliche Rolle der Erwachsenenwelt berühren.

Die eigentlich wichtigen Aussagen kommen somit bei der Hauptzielgruppe nicht durch, werden sogar zurückgewiesen.

Erfreulich positiv ist dagegen die Wirkung des Comics "Wowman" zu bewerten.

In der ungestützten Rückerinnerung werden die Hauptakteure nahezu vollständig wiedergegeben (vgl. GA, J, S. 163).

- Wowman, Drogenhund, Hund	76 %
- Peter und Paul, zwei Schüler, zwei Jungen	85 %
- Deemark, Dealer, Händler und Sohn	56 %
- Wachtmeister Knacke, Polizist	71 %

Auch die inhaltlichen Intentionen des vorgelegten Comics wurden in weit höherem Maße als bei den übrigen Medien wahrgenommen und ungestützt rückerinnert.

Besonders positiv ist die Relation von inhaltlichen zu rein formalen Beschreibungen zu werten.

Dieses Medium bietet offenbar große Chancen zur Vermittlung von einzelnen Lernschritten.

1) Die Bravo-Interviews werden in der Textbeurteilung analog bewertet (vgl. GA, J, S. 58 ff.)

Tab. 19: Worum ging es in dieser Geschichte?

	Jugendliche %
<hr/>	
I. <u>Intentionen</u>	
a) Dealer bieten Hasch als Problemlöser an (Zeugniströster)	37
b) Hasch löst keine (Schul-)Probleme	31
c) Wer keine Probleme hat, wem es gut geht, braucht keinen Dealer	1
d) Schüler können (müssen) ihre Probleme selbst lösen: Aktion Schülerselbsthilfe (jeder hilft jedem, keine schlechten Noten mehr, über Noten wird diskutiert)	14
e) Polizei kann das RM-Problem nicht (allein) lösen (fehlendes Verständnis, Karrierestreben, falsche Methoden usw.)	1
II. <u>Intentionsunabhängige Handlungsdetails</u> (z. B. Drogenhund fällt um, wenn er Haschisch riecht usw.)	3
III. <u>RM-Information</u> (Joints, Hasch usw.)	3
IV. <u>Rahmenstruktur ohne Intentionen</u> (es geht um einen Drogenhund, zwei Dealer, Schüler (mit Problemen), Wachtmeister, der Karriere machen will, Hasch usw.)	16
<hr/>	

Zusammenfassend ist hier festzuhalten

- daß die Anzeigen offenbar inhaltlich überfordert waren.  
Es gelang nur die Vermittlung von wenigen Einzelinhalten,  
aber keine Einführung in den Problemzusammenhang. Einzel-  
inhalte, die sich auf die Verantwortlichkeit der Erwachsenen-  
welt beziehen, werden von diesen zurückgewiesen.
- daß die Bravo-Interviews vorwiegend von der Aktualität und  
Akzeptanz der angebotenen Leitfigur leben

- daß der Comic am ehesten zur Vermittlung von komplexeren Lerninhalten bei seiner Zielgruppe geeignet ist.

### 2.1.3 Zielgruppen und Medienzuordnung

Die vermuteten Zielgruppen (Tab. 20a und 20b) stimmen mit den konzeptionellen im wesentlichen überein. Beachtenswert ist, daß die Thompson-Anzeigen, wie sich schon weiter oben zeigte, sowohl als für Eltern als auch als für Jugendliche bestimmt eingeschätzt werden.

Diesen Anzeigen gelang als einzigen eine Zielgruppendefinition über das sonst genannte allgemeine Stereotyp "Jugendliche" hinaus (vgl. GA, J, S. 77, 82, 87, 92). Bei den Vorlagen 04 und 07 wurden speziell "Schüler" genannt, bei 06 "Lehrlinge".

Das Konzept, komplexere und realistische Lebenssituationen darzustellen, scheint demnach - wie sich auch in den Vorergebnissen andeutete - tragfähiger zu sein und speziellere Ansprachetechniken zu ermöglichen als die übrigen Vorlagen.

Die vermuteten Medien entsprechen ebenfalls schwerpunktmäßig den intentionierten. Auch in diesen Antworten ist wieder das generell niedrigere Reaktionsniveau der Erwachsenen festzustellen.

Tab. 20a: Zielgruppen- und Medienzuordnung durch Jugendliche

Vorlage Nr.	Zielgruppenzuordnung		Medienzuordnung				
	Jugendliche %	Eltern %	Tageszeitungen %	Illustrierte, Wochenmagaz. %	Eltern und Familien %	Jugendzeitungen %	Schüler-/Lehr- lingszeitungen %
<u>"Bravo"</u>							
01	57	7	12	42	4	65	4
02	57	9	11	39	6	68	3
03	57	9	6	35	3	58	1
Su. 01 - 03	171	25	29	116	13	191	8
<u>"Thompson"</u>							
04	41	63	18	54	33	27	9
05	53	56	15	37	36	29	6
06	58	52	13	38	24	25	15
07	51	54	12	31	24	23	15
Su. 04 - 07	203	225	58	160	117	104	45
<u>"Farner"</u>							
09	27	65	16	34	33	18	2
10	42	57	17	34	29	25	3
11	40	62	13	28	35	22	4
12	28	64	13	31	31	17	1
Su. 09 - 12	137	248	69	127	128	82	10
<u>"Troost"</u>							
13	33	59	17	33	32	18	4
14	25	70	17	30	28	15	1
15	30	63	15	29	27	14	1
Su. 13 - 15	88	192	49	92	87	47	6

Tab. 20b: Zielgruppen- und Medienzuordnung durch Erwachsene

Vorlage Nr.	Zielgruppenzuordnung		Medienzuordnung				
	Jugendliche %	Eltern %	Tageszeitungen %	Illustrierte, Wochenmagaz. %	Eltern und Familien %	Jugendzeit. %	Schüler-/Lehr- lingszeit. %
<u>"Thompson"</u>							
04	21	25	23	25	10	19	-
05	34	25	17	30	15	24	2
06	43	21	4	10	2	11	10
07	39	23	15	18	13	11	5
Su. 04 - 07	137	94	59	83	40	65	17
<u>"Farner"</u>							
09	10	45	21	33	11	3	-
10	27	46	31	26	11	18	2
11	13	53	8	25	13	8	-
12	8	61	10	15	11	6	-
Su. 09 - 12	58	205	70	99	46	35	2
<u>"Troost"</u>							
13	21	40	16	21	21	6	-
14	10	42	32	29	24	2	-
15	16	34	13	15	11	2	-
Su. 13 - 15	47	116	61	65	56	10	-

## 2.2 Die Beurteilung der Broschürenentwürfe

Von der geplanten "Drogenbroschüre" wurden lediglich Layouts von Titelblatt und Zwischentiteln vorgelegt. Testziel war hier

- Reaktionen zu dem Medientyp "Broschüre" zu erhalten
- vermutete, d.h. im vorliegenden Fall projizierte Inhalte zu ermitteln.

In der Beurteilung nach subjektivem Gefallen wurden nur die Motive 17 und 20 bei beiden Befragtengruppen stärker akzeptiert, beides typische und gefällige Stereotype aus der Darstellungsweise der Konsumenten-Subkultur. Überraschend erscheint die starke Zurückweisung des Motivs 18 (Medikamentenschrank) durch die Eltern, da sie sich hier sehr wohl die Inhalte, d.h. Aussagen über Medikamentenmißbrauch (vgl. GA, E, S. 139), vorstellen können.

Tab. 21: Gefallen der Broschürentitelblätter

Vorlage-Nr.	Bezeichnung	Jugendliche		Eltern	
		gut %	schlecht %	gut %	schlecht %
16	Die Drogenkinder	19	40	24	58
17	Warum nehmen ... (Kiffermotiv)	59	9	51	19
18	Sicherheit vor Drogen	31	23	18	49
19	Ist mein Kind vor Drogen sicher?	25	28	24	48
20	Warum nehmen... (Blumenmotiv)	32	30	35	39

Bei den vermuteten Inhalten (vgl. GA, J, S. 173 und GA, E, S. 139) fällt angesichts der bisherigen Ergebnisse nicht überraschend - auf, daß nur die Jugendlichen in nennenswertem Umfang Informationen über die Ursachen des RM-Konsums erwarten. Sie haben, gemessen an inhaltlicher Breite

und Qualität der projizierten Inhalte, auch generell ein weiter differenziertes Informationsanspruchsniveau gegenüber Broschüren.

Wie schwierig es sein dürfte, den Erwachsenen über eine Broschüre Inhalte über die Ursachen und allgemeinen Problemzusammenhänge zu vermitteln, zeigt sich auch in deren Begründung für die vermutete niedrige Effizienz (nur 16 %) der Broschüre (vgl. GA, E, S. 141):

Mangel an Abschreckung ist die dominante Begründung, inhaltlich konsistent mit den Grundlagenergebnissen aus Teil II, nach denen die Erwachsenen dem RM-Problem überwiegend oberflächlich und undifferenziert gegenüberstehen. "Abschreckung" war schon dort die am meisten präferierte Maßnahme.

Die Einstufung der vermuteten Wirkung von Broschüren dieser Art ist recht niedrig. 23 % (16 %) der Jugendlichen (Eltern) glauben an starke Wirkung. Jeweils 38 % räumen ein, diese könnten wenigstens "etwas" wirken. Der Split in Tab. 22<sup>1)</sup> gibt einen deutlichen Hinweis darauf, daß man mit diesem Medium vorwiegend

- völlig Unerfahrene
- und
- Leseübte

erreicht. Diese projektiven Werte decken sich im Trend mit einer früheren IMW-Studie zur Effizienzkontrolle anderer Drogenbroschüren.

---

1) Hier wurden die "etwas"-Nennungen eingeschlossen und der KA-Anteil bei der Prozentuierung ausgeschlossen.

Tab. 22: Effektivitätseinstufung der Broschüre in Untergruppen

	Jugendliche %
<u>Alter</u>	
- 13	<u>77</u>
14 - 15	67
16	58
<u>Schule</u>	
Hauptschule	<u>71</u>
Realschule	<u>71</u>
Oberschule	<u>77</u>
Berufsschule	50
<u>Konsumerfahrung</u>	
nicht vorhanden	<u>72</u>
vorhanden	48
<u>Kontakt zu Lesern</u>	
nein	<u>81</u>
ja	57
<u>Resozialisierungserfahrung</u>	
nein	<u>74</u>
ja	56

### 2.3 Kommunikationswirkungen der Materialien

Die Kommunikationswirkungen der Materialien wurden an drei Indikatorengruppen gemessen:

- durch die Materialien initiierte Kommunikationshandlungen
- Veränderung des Problembewußtseins
- punktueller sachlicher Lerngewinn.

Zu den folgenden Ergebnissen ist anzumerken, daß durch die Anlage und Methode des Tests keine isolierten Rückbezüge z. B. zwischen einem Einzelargument in einer Anzeige und einer speziellen Auswirkung gemacht werden.

Ein spezieller Untersuchungsteil beschäftigte sich mit dem Kommunikationsverlauf nach initiiendem Anstoß durch Informationsmaterialien. In ausgewählten Schulklassen wurden jeweils einem Drittel der Schüler ohne vorherige Information Materialien an die Heimadresse zugeschickt. Nach einer Latenzzeit fand ebenfalls ohne Vorwarnung eine schriftliche Totalerhebung in allen Klassen statt. Die wesentlichen Ergebnisse sind in Abb. 15a und 15b zusammengefaßt.

#### Primäre Informanten (Abb. 15a):

- Nahezu alle Informationsempfänger (86 %) sprachen mit irgendwelchen Personen über die erhaltenen Materialien, trendmäßig bevorzugt über die jugendspezifischen Medien (Bravo-Interviews, Comic).
- Der größere Teil der Kommunikation fand außerhalb der Schule statt - bei der Zusendung an die Heimadresse nicht verwunderlich. Beachtlich sind deshalb vor allem die hohen Zahlen der Kommunikation in der Schule, und zwar nicht nur mit eigenen Klassenkameraden, sondern auch mit anderen Schülern.

Abb.15a: Kommunikationsverlauf im Kommunikationstest (primäre Informanten)

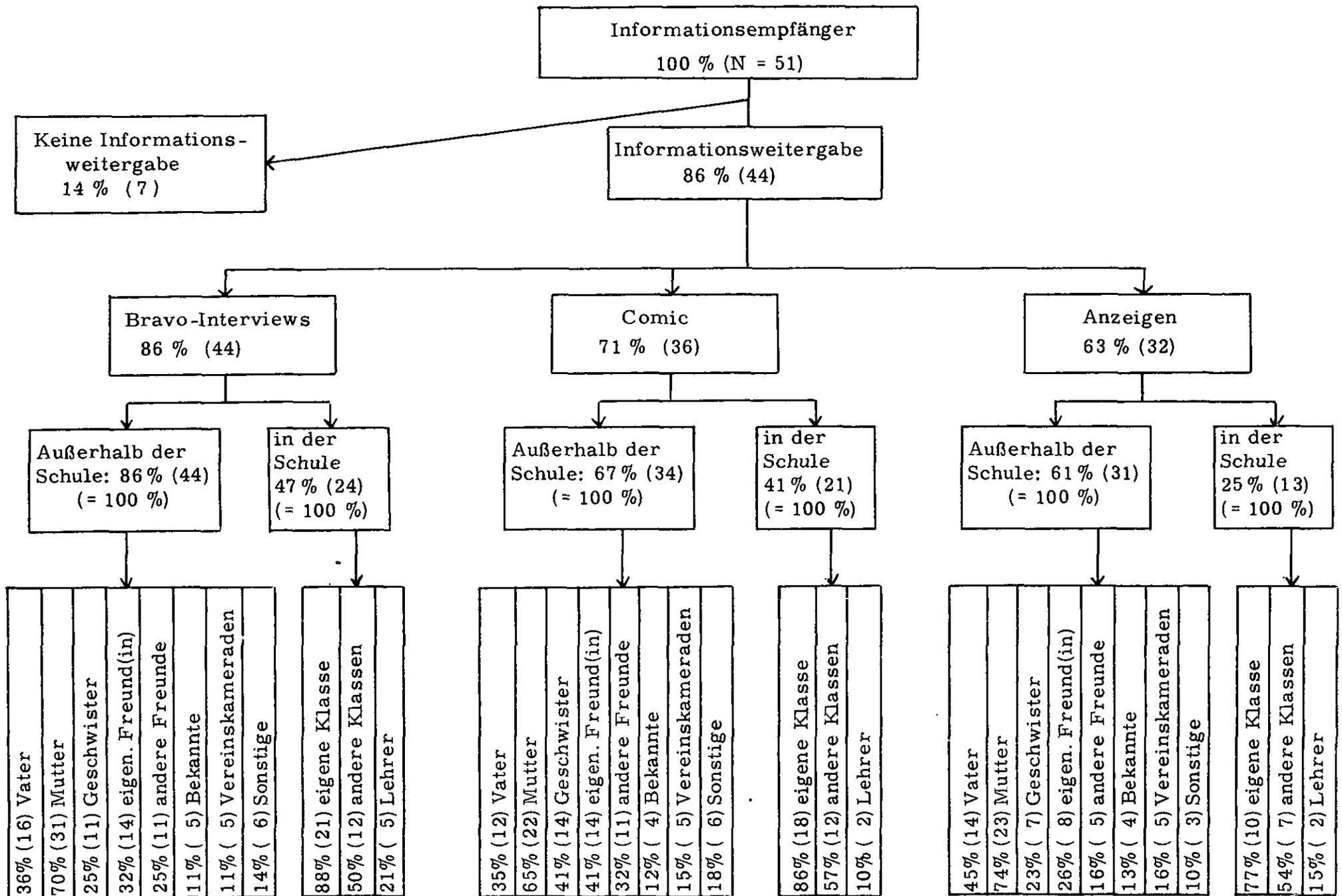
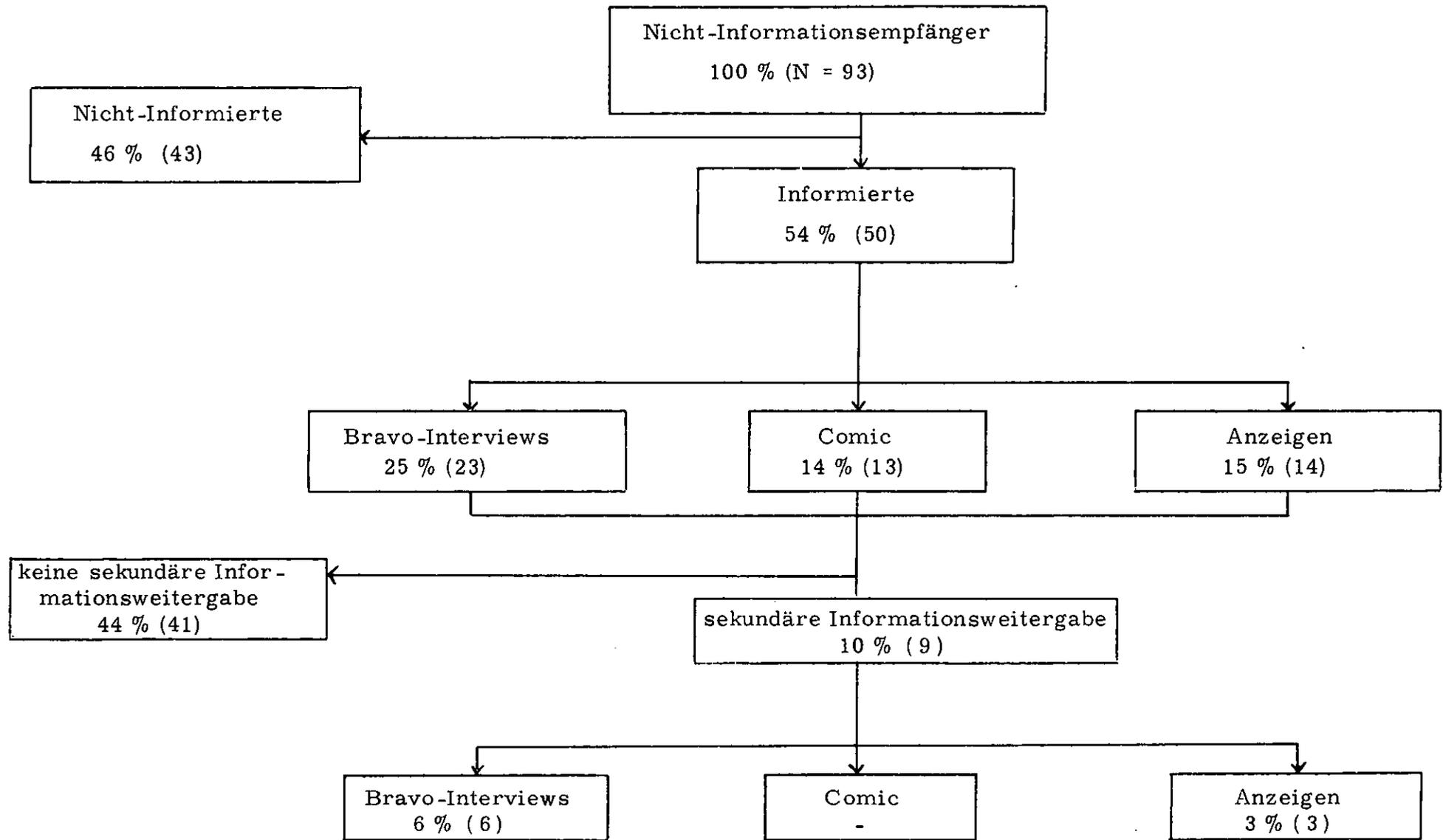


Abb. 15b: Kommunikationsverlauf im Kommunikationstest (sekundäre Informanten)



- Bei den Detailzahlen zur Kommunikation außerhalb der Schule fällt auf, daß vor allem das engste soziale Umfeld (Mutter, Vater und Geschwister) davon berührt wurden. In zweiter Linie dann der eigene Freund (bzw. Freundin) und andere Freunde.
- Eine bedeutsame Proportionsverschiebung zeigt sich beim Comic, der gegenüber den Vergleichsmedien eindeutig jugendspezifisch ist. Er hat die höchste Weiterverbreitungschance unter Jugendlichen.

Sekundäre Informanten (Abb. 15b):

- Unter den Testbedingungen (ein Drittel der Schüler wird informiert) kann mit einer Verdoppelung des Anteils der Informierten durch die primäre Information in der Klasse gerechnet werden.
- Die Weiterpflanzung durch die sekundären Informanten nimmt rapide ab, ist aber immer noch beachtlich: 10 % der Nicht-Informationsempfänger insgesamt, d.h. ca. 20 % des Anteils der Informierten gibt die erhaltene Information nochmals weiter.

Insgesamt gesehen ist festzustellen, daß die initiierte Kommunikationswirkung, d.h. die Weitergabe und Diskussion bei einer Hauszusendung erstaunlich hoch ist. Dies vor allem in Anbetracht der Tatsache, daß es sich hierbei nur um "halbfertige" Vorlagen handelte.

Vergleichbare Kommunikationsquoten ergaben sich in den drei Befragten-  
gruppen (vgl. Tab. 23 und Tab. 24):

- 66 % der Jugendlichen sprachen seit der Vorbefragung (Latenzzeit ca. 10 - 14 Tage) über das RM-Problem überhaupt, und zwar auch hier vor allem mit Eltern und engeren Freunden.

- Eltern und Lehrer wählten vorwiegend andere Erwachsene als Gesprächspartner.
- Erstaunlich niedrig, aber konsistent mit den bisherigen Ergebnissen liegt die Kommunikationsintensität der Lehrer.

Aus diesen Zahlen wird wieder klar, daß die Kommunikation zwischen einzelnen Zielgruppen relativ hohe Barrieren zu überwinden hat. Auffallend ist die sehr eingeschränkte Kommunikation der Lehrer, die auch nach diesen Ergebnissen kaum einen optimalen Kommunikationspunkt mit der Chance zur Weiterpflanzung darstellen.

Der Anlaß zur Kommunikation bestand bei allen Befragtengruppen etwa zu gleichen Teilen im Anstoß durch die Befragung selbst, durch einzelne Materialien und - wahrscheinlich über generelle Aktualisierung des Themas erreicht - mit einigem Abstand durch andere Medien (Abb. 16).

Ohne damit etwas über die inhaltliche Wirkung zu sagen<sup>1)</sup>, kann somit festgehalten werden, daß die Stimulanz zur Auseinandersetzung mit dem Themenkreis Rauschmittelkonsum nahezu durch jegliche Aktion erreicht werden kann, wobei dieser Effekt bei Jugendlichen besonders hoch ist, bei Lehrern dagegen sehr gering.

Der subjektive Lerngewinn durch Befragungsaktion und beigefügte Materialien (vgl. Abb. 17) ist allerdings nicht sonderlich groß. Über allgemeine Erhöhung des Problembewußtseins und Verstärkung bestehender Einstellungen kam man nicht wesentlich hinaus. Die Schwerpunkte des neu aktualisierten Interesses (vgl. Abb. 18) sind noch am positivsten bei den Jugendlichen (Prophylaxe, Motive) einzuschätzen. Lehrer und Eltern hatten offenbar einen höheren "Nachholbedarf" in Fachwissen und sind, wie die allgemeinen Ergebnisse schon zeigten, recht wenig interessiert

1) Diese wurde bereits weiter oben diskutiert.

an Kenntnissen über allgemeine, soziale und individuelle Ursachen und Motive des RM-Konsums.

Unmittelbare Auswirkungen der Konfrontation mit den Materialien in Form der Veränderung des Problembewußtseins, der Wissensvermittlung und Einstellungsänderung waren kaum festzustellen.

In den Größen

- Problemgewichtung
- Rauschmittelkenntnis
- vermutete Wirkungen von Rauschmitteln
- Reaktion auf typische Äußerungen zur Legitimation von RM-Konsum
- vermutete Verwendermotive
- Bewertung von Maßnahmen gegen den RM-Konsum

wurden "vorher - nachher"-Messungen durchgeführt, um eventuelle kurzfristige Einstellungsveränderungen durch die Materialien festzustellen.

Ohne dieses sehr umfangreiche Material hier im einzelnen aufzuführen, kann generell festgehalten werden,

- daß insgesamt keine signifikanten Veränderungen feststellbar waren,
- daß nur eine trendmäßige, statistisch nicht abgesicherte Verunsicherung bei der Einschätzung der Rauschmittelwirkungen eintrat.

Lediglich in zwei Punkten ergaben sich relevante Einzelergebnisse. Eltern und Lehrer sagten in der Nachbefragung weniger bestimmt, daß ihre Kinder bzw. Schüler "mit Sicherheit" mal ein Rauschmittel probieren würden (Eltern 6 % gegenüber 22 %, Lehrer 24 % gegenüber 49 % in der Vorbefragung).

Die Aktualisierung des RM-Problems fand in hohem Maße nur bei Jugendlichen und Eltern statt. Die Lehrer erwiesen sich auch hier wieder als rigideste Gruppe, die zwar nachweisbar schlecht informiert ist,

Tab. 25: Interesse für RM-Problem

	Vorbefragung "stark" %	Nachbefragung "jetzt stärker" %
Jugendliche	56	43
Eltern	66	52
Lehrer	78	22

sich aber subjektiv so gut informiert fühlt, daß sie weitere Information "nicht nötig hat".

Zusammenfassend ist also festzustellen

- daß der Weiterpflanzungseffekt von ausgestreuten Materialien bei Jugendlichen sehr hoch, bei Eltern noch ausreichend, bei Lehrern gering ist,
- daß diese Weiterpflanzung jedoch nicht sehr stark über die jeweilige "in-group" hinausreicht, d. h. sie wirkt nicht sehr stark als Kommunikationsbrücke zwischen den Gruppen,
- daß bei Jugendlichen sehr jugendspezifische Materialien (Beispiele: Bravo-Interviews, Comic) die höchste Weiterpflanzungsrate haben,
- daß subjektiver und objektiver Lerngewinn schwach bis überhaupt nicht feststellbar waren.

Dieser letzte Punkt ist inhaltlich zu relativieren, da alle vorgelegten Materialien nicht für einen "Einmal-Anstoß" konzipiert waren, sondern erst

nach "Mehrfach-Kontakten" ihre Wirkung entfalten können. Andererseits sollte doch festgehalten werden, daß trotz überdurchschnittlich intensiver Darbietung und Auseinandersetzung mit dem Material die Veränderung von Einstellungen auf erhebliche Widerstände trifft. Hohe "Recall-Zahlen" sind Voraussetzung, aber bei weitem keine Garantie für kommunikative Effizienz.

Tab. 23:

Drogenprobleme - Gesprächspartner

Mit wem haben Sie in letzter Zeit über das Drogen- und Rauschmittelproblem bei Jugendlichen gesprochen?

	JV	JN	EV	EN	LV	LN
Vater / Sohn/Tochter	36	27	20	20	10	14
Mutter / Sohn/Tochter	38	29	13	15	3	-
Ehepartner	-	-	23	32	14	20
Geschwister	14	14	-	-	-	-
Freund(in)	31	25	-	-	3	5
Freunde/Bekannte	42	20	3	3	17	2
Klassenkameraden	30	16				
Lehrer	37	5	6	-		
mit Schüler(n)/Schülerin(en)	-	-	-	-	67	
Vereinskameraden	4	1	-	-	-	-
Verwandte	4	-	15	9	7	2
Bekannte	1	-	18	12	24	11
Arbeitskollegen	1	2	14	20	44	20
Fachleute (Arzt, Psychologe, Polizist usw.)	2	-	11	2	24	2
RM-Verwender	1	-	-	2	-	-
Dealer	-	-	-	-	-	-
Sonstige	1	1	8	5	7	2
mit niemandem	11	34	13	22	9	43

Die Werte sind %-Werte aus Vorbefragung (V) und Nachbefragung (N) bei Jugendlichen (J), Eltern (E) und Lehrern (L).

Tab. 24:

Kommunikationspartner bezüglich Antidrogenmaterial

16. Mit wem haben Sie übrigens über das Material gesprochen?

	J	E	L
Vater ... Sohn/Tochter	20	30	29
Mutter ... Sohn/Tochter	28	14	-
Geschwister	13	-	-
Freund/Freundin	25	-	-
Freunde (innen)	12	6	-
Bekannte	3	14	29
Klassenkameraden (innen)	6	-	-
Lehrer	1	-	-
Vereinskameraden(innen)	1	-	-
Ehepartner	-	58	79
Verwandte	-	6	14
Arbeitskollegen	-	24	24
Fachleute (Arzt, Psychologe, Polizist usw.)	-	9	7

Abb. 16:

Drogenproblem-Gesprächsanlässe

1.2 Wie kamen Sie dazu, sich mit anderen über Drogen zu unterhalten?  
Nennen Sie mir den Anlaß für Ihr(e) Gespräch(e)?

Anstoß durch die Befragung  
insgesamt

J 30  
E 33  
L 35



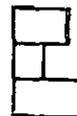
Anstoß durch das Informationsmaterial,  
durch den Home-Test

J 37  
E 46  
L 35



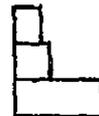
Anstoß durch manifeste Problemkon-  
frontation  
(Kontakt mit RM-Verwendern)

J 7  
E 4  
L 8



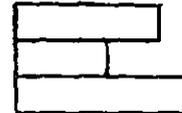
Anstoß durch potentielle Problemkonfrontation  
(Problem betrifft meine Klassenkameraden und  
mich (J), Problem droht meinen Kindern (E),  
meiner Klasse (L) usw.)

J 3  
E 4  
L 12



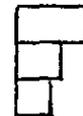
Anstoß durch informatorische Anregung  
(Fernsehsendung, Zeitungsartikel, affines  
Gesprächsthema usw.)

J 19  
E 12  
L 23



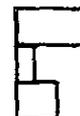
Anstoß durch eigenen Wunsch nach Wissens-  
vermittlung und Problemklärung

J 10  
E 6  
L 4



Zufall, Anlaß nicht näher bezeichnet

J 9  
E 2  
L 4



KA, weiß nicht

E 6  
L 4



Abb. 17:

Lerngewinn durch Drogenproblem-Gespräche

1.3 Glauben Sie, daß Sie in Ihren Gesprächen über Drogen irgendetwas dazu-  
gelernt haben?

Worüber denken Sie heute anders als vor diesem(n) Gespräch(en)?

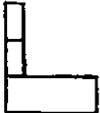
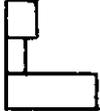
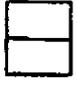
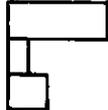
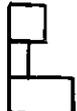
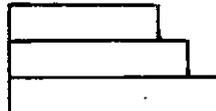
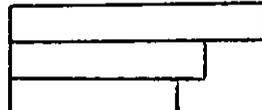
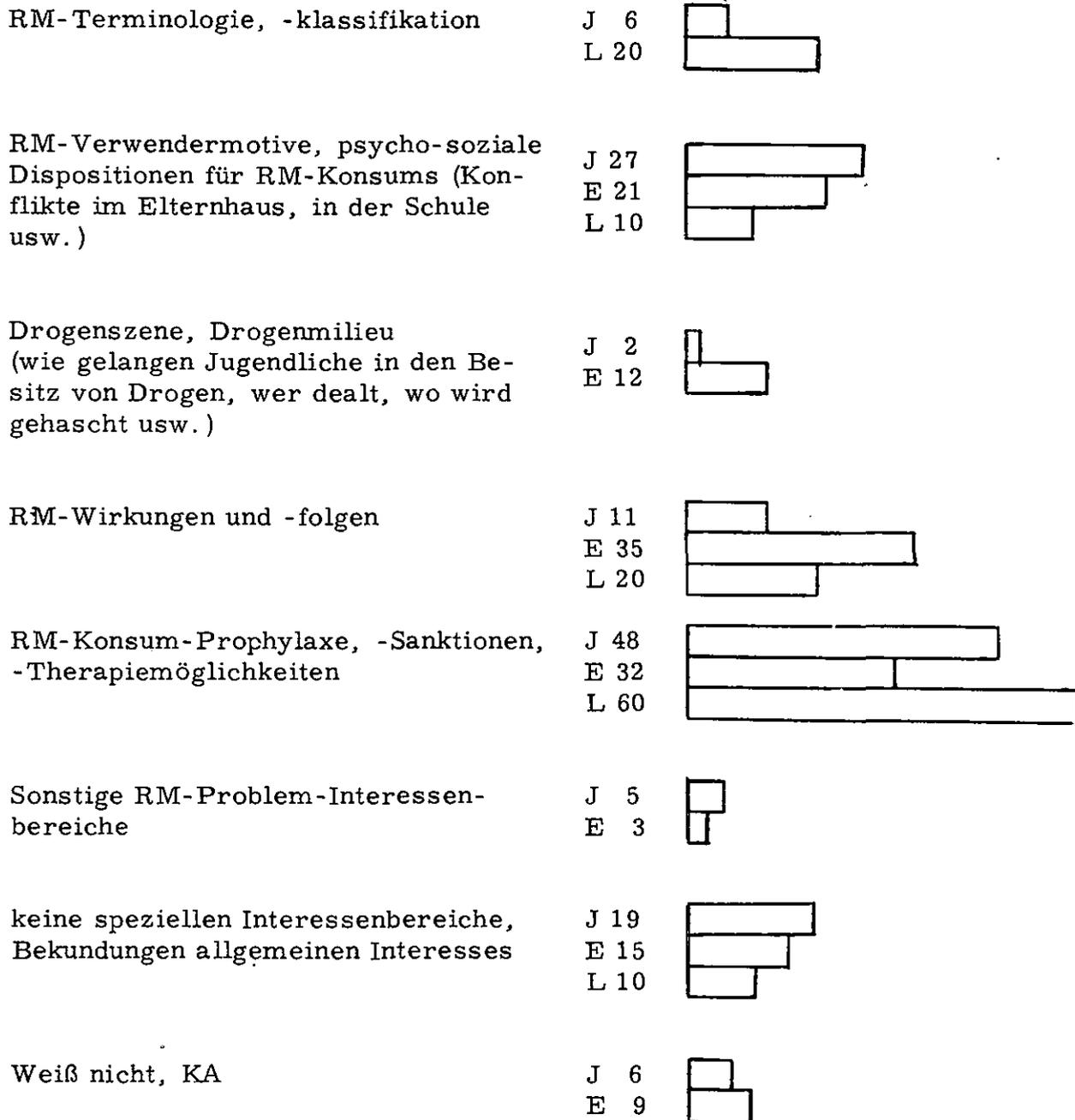
allg. Lerngewinn ohne Kommentar (ja, glaube schon usw.)	J 2 E 2 L 12	
allg. Lerngewinn: verstärktes Problem- bewußtsein	J 13 E 25 L 12	
spez. Lerngewinn: neue RM-Begriffe, Kenntnis- erweiterung in RM-Terminologie, RM-Klassi- fikation	J 3 E 2 L 12	
spez. Lerngewinn: neue Einsichten oder Deutun- gen bezüglich RM-Verwendermotive, psycho- soziale Dispositionen	J 8 E 8 L	
spez. Lerngewinn: RM-Wirkungen und -folgen	J 13 E 2 L 4	
spez. Lerngewinn: Neuanregungen bezüglich RM- Prophylaxe und/oder RM-Sanktionen, Therapie- möglichkeiten	J 3 E 2 L 4	
allg. informatorische Anregungen (Weiterbildung, Erfahrungsaustausch)	J 4 E 2 L 8	
kein Lerngewinn: ohne Kommentar (nein, nichts usw.)	J 20 E 23 L 27	
kein zusätzlicher Lerngewinn, aber Wissens- und/oder Einstellungsbestärkung (denke genauso wie früher, sehe das Problem noch genauso usw.)	J 33 E 25 L 23	
Sonstige Äußerungen	J 5 E 4 L 4	
weiß nicht, KA	J 11 E 15 L 8	

Abb. 18:

Drogenproblem-Interessenbereiche

3.1 Für welche Themen und Fragen aus dem Problemkreis des Drogen- und Rauschmittelkonsums interessieren Sie sich jetzt besonders?



### 3. Spezielle Materialien für Lehrer

Zur generellen Reaktion der Lehrer auf die verschiedenen Materialien ist vorauszuschicken, daß sich hierin nicht nur eventuelle Schwächen dieser Vorlagen andeuten, sondern zum großen Teil auch die schon mehrfach angeführte Rigidität und mangelnde Lernbereitschaft dieser Gruppe. Unter dem Gesichtspunkt der Effizienz gesehen ist dies allerdings auch ein festes Faktum, d.h. muß letztlich auch den Materialien angelastet werden, die diese Hürden nicht überwinden können.

Bezeichnend hierfür mag sein, daß nur 4 % der befragten Lehrer eine der Vorlagen einmal in den eigenen Klassen ausprobierten und dies vor allem mit den Argumenten "keine Zeit", "liegt außerhalb der Kompetenz" (vgl. GA, L, S. 112) begründet wurde. Die generellen Urteile zu den Vorlagen bewegten sich vorwiegend im Ambivalenten:

- 29 % hielten solche Dinge für eine wirksame Unterstützung des Lehrers zur Bekämpfung des Drogenkonsums, 45 % "möglicherweise". Die Argumente bezogen sich fast ausschließlich auf den rein informatorischen Aspekt "Wissen bedeutet Schutz" (GA, L, S. 104-105).
- Kollegen, denen das Material gezeigt wurde, reagierten ebenfalls zu 55 % ambivalent, nur zu jeweils 18 % klar positiv oder negativ (GA, L, S. 109).
- Auch bei der Frage nach dem möglichen späteren Einsatz für Leitfaden und programmierte Unterweisung war die Kategorie "möglicherweise" jeweils die dominante (GA, L, S. 62, 70).

Wie die allgemeinen Bewertungsdaten zeigen (Tab. 26), erscheint spontan die programmierte Unterweisung als die beste Vorlage; sie gefällt neben dem Unterrichtsleitfaden am besten, wird für wirkungsvoll gehalten und streut im Anwendungsbereich am weitesten über die verschiedenen Altersgruppen.

Tab. 26: Generelle Bewertung der Materialien

	Schaubild %	programmierte Unterweisung %	Unterrichts- leitfaden %
I Gefällt gut/ausgezeichnet	15	63	65
II Ist das wirksamste zur Bekämpfung des Drogenkonsums	14	40	24
III Ist geeignet für Schüler			
von 11 - 12 Jahren	3	11	16
13 Jahren	8	39	47
14 - 15 Jahren	42	29	24
16 Jahren	34	16	5

Diese globalen Zahlen geben jedoch noch kein ausreichendes Bild zur Beurteilung der einzelnen Vorlagen.

Zum Unterrichtsleitfaden für 5./6. Schuljahr:  
"Wissen um Drogen ist Schutz vor Drogen"

Die Interpretation dieses Unterrichtsleitfadens (vgl. Tab. 27) bezieht sich in der ungestützten Erinnerung vorwiegend auf den rein informativ-torischen Aspekt. Punkte wie "Lernen von Begriffen und Wirkungsweisen" rangieren weit vor didaktischen Intentionen, die den Leitfaden als Hilfsmittel zu weitergefaßten Lernzielen wie "Aufklärung zu Eigenverantwortung", "eigene Erkenntnis der Gefahr" benutzen.

Die Widerstände gegen die Verwendung resultieren vor allem aus dem Einwand, dieses Thema in dieser Behandlung sei nichts für die angegebene Altersgruppe. Symptomatisch für den Grad der Akzeptanz ist die Bewertung von Einzelelementen, bei der der globalen Intention natürlich zugestimmt wird, aber die Details, d. h. die konkrete Durchführung häufig in Frage gestellt wurden.

Tab. 27: Explorationsübersicht zum Unterrichtsleitfaden

didaktische Intention	<u>ungestützte Erinnerung</u>		<u>Home-Test</u>	
	Unterrichtsteilziele	Begründung für Effizienz	Gefallen	Bewertung von Einzelelementen (% Zustimmung)
1) Aufklärung über Wirkung und Gefahren von RM (49%)	1) Begriffsbestimmungen (44%)	1) "informativ" (45%)	<u>POSITIV</u> 1) gründliche Themenbehandlung (32%) 2) gute formale Gliederung (24%) 3) inhaltliche und methodische Gestaltung (24%) 4) Informationsvermittlung (18%)	didaktische Intention (73%)  Hinweise auf erschwerende Faktoren S. 6-7 (71%)  Aufteilung in Teilziele S. 6 (60%)  1.-3. Blockstunde S. 9-12 (55-60%)
	2) Wirkung verschiedener RM (39%)	2) "wirksam" (36%)		
	3) Bestrafung der Dealer (12%)	3) guter Lernkatalog (27%)		
	4) eigene Erkenntnis der Gefahr (10%)	4) Schüler wird aktiviert (18%)		
	5) therapeutische Möglichkeiten (10%)			
2) Vertrautmachen mit Begriffen (32%)			<u>NEGATIV</u> 1) Altersgruppe durch Thema überfordert (24%) 2) Inadäquate Art der Zielgruppenansprache (18%) 3) Zeitliche Beanspruchung (18%) 4) nicht erschöpfende Behandlung des Problems (16%) 5) Verallgemeinerungen aus Testergebnissen (16%)	Methodenorganisation S. 7-8 (58%)  Folgen für Unterrichtsplanung S. 5-6 (55%)  Begründung der Altersgemäßheit S. 2-3 (47%)
3) Aufklärung zu Eigenverantwortung (27%)				

Es bleibt sehr zweifelhaft, ob die befragten Lehrer über die rein informatorische Intention hinaus mit einem solchen Instrument arbeiten und auch, ob sie überhaupt hierzu in größerer Anzahl bereit sind.

#### Zur programmierten Unterweisung: "Amphetamine"

Ähnlich fraglich bleiben diese Punkte bei der programmierten Unterweisung. Zwar waren hier höhere Zustimmungsraten zu verzeichnen - nicht zuletzt, weil es sich um eine "moderne" Methode handelt -, das Reaktionsprofil (Tab. 28) aber ist ähnlich dem vorhin aufgeführten. Die Lernziele werden wieder vorwiegend informatorisch gesehen, die Möglichkeit des Einbaus in den eigenen Unterricht, die eigene Initiative zur Einbettung in ein komplexeres Lernumfeld kommt nicht hervor. Die mögliche Effizienz wird methodisch, nicht inhaltlich begründet; am Verständnis der Methode ist zu zweifeln.

Auch hier ist wieder festzustellen, daß nur das sozial wünschenswerte Lernziel, nicht jedoch die einzelnen Elemente stark befürwortet werden. Die Verbesserungsvorschläge (GA, L, S. 69) beziehen sich vor allem auf die Verstärkung einer abschreckenden Darstellung durch plastische Beispiele von RM-Schäden. Auch hierin spiegelt sich u. E. wieder das Unverständnis der Gesamtproblematik wider.

#### Zum Schaubild "Drogenabhängigkeit"

In der Rückerinnerung und Bewertung (Tab. 29) zeigt sich, daß dieses Instrument wohl häufiger als Schaubild "Darstellung von Drogen" verstanden wurde, also wieder rein informatorisch. Der hohe Ablehnungsgrad wird mit Gestaltungsfehlern und dem hohen Abstraktionsgrad begründet. Der Verdacht liegt nahe, daß hier vielleicht sogar Vorverständnis und Kenntnisse der Lehrer selbst überfordert werden.

Insgesamt gesehen, scheint uns dies auch ein allgemein wichtiger Punkt zu sein, denn die Rangfolge in der Ablehnung der einzelnen Materialien

Tab. 28: Explorationsübersicht zur programmierten Unterweisung

Lernziele	<u>ungestützte Erinnerung</u>		Gefallen	<u>Home-Test</u>
	Begriff "programmiert"	Begründung für Effizienz		Bewertung von Einzel- elementen (% Zustimmung)
1) Gefahren bei Mißbrauch (46%)	1) ermöglicht Einar- beit, Selbst- kontrolle (29%)	1) klarer Aufbau (33%)	<u>POSITIV</u>	1) Lernzielbeschrei- bung (74%)
2) Begriffsbestim- mungen (44%)	2) logisch, metho- disch (20%)	2) Aktivierung des Schülers (33%)	1) formale Gestal- tung (37%)	2) Gestaltung des Leit- fadens (61%)
3) heilende Wirkung bei richtigem Gebrauch (22%)		3) anschaulich (22%)	2) Lernprozeß (29%)	3) Methode selbst (52%)
		4) wirksam (22%)	3) sachlich, knapp, in- formativ (26%)	4) Anordnung der Lern- schritte (50%)
			4) Methode selbst (18%)	5) Begriffskatalog zum Milieu (47%)
			<u>NEGATIV</u>	6) Zahl der Lerninhalte (45%)
			1) methodische Mängel (21%)	7) Inhalt der Lernele- mente (42%)
			2) Methode selbst (18%)	
			3) falsche Aussa- gen (16%)	
			4) Gestaltung (11%)	
			5) Themenwahl (11%)	
			6) Lernziele nicht rea- lisierbar (11%)	

Tab. 29: Explorationsübersicht zum Schaubild "Drogen"

<u>ungestützte Exploration</u>	<u>Home-Test</u>
<u>Elemente und Grundkomponenten</u>	<u>Gefallen</u>
1) Unterteilung der Drogen (27 %)	<u>POSITIV</u>
2) "Pfeilkreis" (24 %)	1) Übersichtliche Darstellung der Drogen (29 %)
3) Abhängigkeit von Drogen (20 %)	2) Kreis als Symbol für Drogenabhängigkeit (16 %)
4) Wirkweise von Drogen (12 %)	3) Versuch der graphischen Gliederung des Problems (16 %)
	4) Verdeutlichung des Problems (13 %)
	<u>NEGATIV</u>
	1) Graphische Aufteilung (26 %)
	2) Zu sterile Gestaltung (24 %)
	3) Unübersichtlich (24 %)
	4) Kein optischer Anreiz (16 %)
	5) Zu abstrakt (16 %)
	6) Für Jugendliche unverständlich (11 %)
	7) Nicht abschreckend (11 %)

korreliert klar mit dem zusätzlichen Arbeits- und Denkaufwand, den der Lehrer bei Einsatz und Verwendung investieren müßte.

Unabhängig von diesen Einzelergebnissen ist zusammenfassend festzuhalten, daß die Problematik der Einschaltung von Lehrern in die Kampagne sicher nicht über das bloße Zurverfügungstellen von Materialien zu bewältigen ist. Der eigene "Nachholbedarf" und die für die Lehrer leicht formal zu legitimierenden Einwände und Widerstände scheinen sehr groß zu sein.

#### 4. Die Problematik von "Antidrogenkampagnen"

Das Konzept einer "Antidrogenkampagne", die auf - nur anfangs stimulierte - Eigeninitiative von Jugendlichen baut und sich selbst formt, konnte natürlich nur konzeptiv überprüft werden. Konzeptiv bedeutet hier: Klärung der Voraussetzungen und Aufdeckung latent vorhandener Aktionstendenzen.

##### 4.1 Vorstellungsbild und inhaltliche Ausprägungen

Spontan vorhandene und ausbaufähige Ansätze für eine mögliche Antidrogenkampagne sind bei allen drei Befragtengruppen kaum vorhanden. "Private Kommunikation", d. h. der Punkt, der nachweisbar bisher nicht funktioniert und dessen Fehlen eine der Sekundärursachen für den RM-Konsum ist, wird von allen am häufigsten genannt. Die Antworten der Lehrer, die auf ihr berufliches Feld verweisen, dürften angesichts der bisherigen Erfahrungen mit deren Mehrheit auch kaum praxisbezogenen Wert haben bzw. Anknüpfungspunkte darstellen.

Tab. 30: Welchen privaten Beitrag werden Sie demnächst zur Bekämpfung des Drogenkonsums leisten? Was wollen Sie tun?

	J %	E %	L %
Theoretische Wissenserweiterung durch Informationsmittel	12	12	7
Praxisbezogene Wissenserweiterung (Gespräche mit Süchtigen, Expertenbefragung, Besichtigung von Releasezentren, Drogenkliniken usw.)	5	5	11
Private Kommunikation (Problemdiskussionen mit Freunden, Sohn/Tochter/Schüler aufklären usw.)	18	36	38
Einsatz spezieller beruflicher Möglichkeiten (E/L) (L: Behandlung des RM-Problems im Unterricht, E: Ärzte legen Broschüren im Wartezimmer aus usw.)	-	6	24
Öffentlichkeitsarbeit (Diskussionsveranstaltungen, Flugblatt-, Plakat-, Broschürenaktionen, Demonstrationen organisieren, Berichterstattung in Zeitungen usw.)	9	3	2
Sozial-therapeutische Betätigung (Gründung von Arbeitsgruppen, Wohngemeinschaften oder Releasezentren oder Mitarbeit in diesen u. ä. Institutionen, Beeinflussung von Süchtigen im Drogenmilieu usw.)	4	-	11
Keine präzisen Vorstellungen, nichts Bestimmtes	60	30	27

Etwas konkreter werden die Vorstellungen bei Vorgabe des verbalen Stimulus "Antidrogenkampagne", wobei hier kommunikative Aktionen eindeutig bevorzugt werden.

Die Betonung der sozial-integrativen Kampagne scheint uns inhaltlich weniger problembezogene Reflektionen als vielmehr die Wiedergabe eines alten Stereotyps "tu lieber was Vernünftiges" widerzuspiegeln. Auffallend ist in dieser Frage das niedrige Reaktionsniveau der Lehrer,

Tab. 31: Was stellen Sie sich unter einer Anti-Drogenkampagne vor, die von Jugendlichen für Jugendliche organisiert wird? Wie könnten Aktionsgruppen von Jugendlichen anderen Jugendlichen gegen Drogengefahren helfen?

	J %	E %	L %
<u>Theoretisch-kommunikative Kampagnen</u> (allg. Diskussionsveranstaltungen, Flugblatt- und Plakataktionen, Berichterstattung in Jugend-, Schüler- und Lehrlingspresse, Filmproduktionen und -veranstaltungen usw.)	39	35	22
<u>Praxisbezogen-kommunikative Kampagnen</u> (Erfahrungsaustausch mit (ehemaligen) Süchtigen, (ehemalige) Süchtige klären auf, Besichtigungen von Releasezentren und Drogenkliniken usw.)	36	35	22
<u>Sozial-therapeutische Kampagnen</u> (Gründung von Wohngemeinschaften oder Releasezentren oder Mitarbeit in diesen und ähnlichen Institutionen, Beeinflussung von Süchtigen im Drogenmilieu, "Missions- und Bekehrungsversuche" usw.)	18	20	13
<u>Sozial-integrative Kampagnen</u> (Jugendliche durch Organisation sinnvoller Freizeitgestaltung vom Drogenkonsum ablenken, Sport, Musik, caritative Betätigung usw.)	1	24	18

die doch eigentlich "Jugendgruppenexperten" sein müßten.

Eine an späterer Stelle erfragte Detaillierung der allgemeinen "Kampagne" in konkrete Aktionen erbrachte ebenfalls keine wesentlichen neuen Erkenntnisse oder Anregungen.

Immerhin würden "Antidrogen-Aktionsgruppen" auf die Unterstützung oder zumindest keinen harten Widerstand seitens der Erwachsenen stoßen. 52 % (60 %) der Eltern (Lehrer) erklärten sich "auf jeden Fall" zur Unterstützung bereit, 46 % (25 %) "möglicherweise".

Tab. 32: Was für Aktionen würden (sollten) Jugendliche als Mitglied oder Leiter einer Antidrogengruppe als erste organisieren?

	J %	E %	L %
<u>Theoretisch-kommunikative Aktionen</u>			
a) Diskussionsveranstaltungen	30	32	29
b) Flugblatt-, Plakat-, Broschürenaktionen	19	23	9
c) Berichterstattung in Jugend-, Schüler-, Lehrlingspresse	10	18	16
d) Demonstrationen, Kundgebungen	10	8	2
<u>Praxisbezogen-kommunikative Aktionen</u> (Erfahrungsaustausch mit (ehemaligen) Süchtigen, (ehemalige) Süchtige klären auf, Besichtigungen von Releasezentren und Drogenkliniken usw.)			
	23	14	20
<u>Sozial-therapeutische Aktionen</u> (Gründung von Wohngemeinschaften oder Releasezentren oder Mitarbeit in diesen u. ä. Institutionen, Beeinflussung von Süchtigen im Drogenmilieu, "Missions- und Bekehrungsversuche" usw.)			
	9	15	13

Die Lehrer sehen dabei ihre Möglichkeiten vor allem in

- Materialbeschaffung (29 %)
- beratender Funktion (21 %)
- Funktion als Verbindungsglied zu Behörden, Ärzten usw. (18 %).

Nur 13 % nannten spontan "Diskussionen im Unterricht": eine weitere Bestätigung für die negativen Ergebnisse des vorhergehenden Abschnittes.

Die Chancen einer solchen Antidrogenkampagne zur wirksamen Bekämpfung des RM-Konsums werden nicht allzu hoch eingeschätzt ("ja, auf jeden Fall": 33 % Jugendliche; 37 % Eltern; 20 % Lehrer).

In den Projektionen auf mögliche Träger der Antidrogenkampagne (Tab. 33) stehen nur bekannte Generationsstereotype gegeneinander. Jugendliche wünschen sich gleichaltrige "Insider", Eltern und Lehrer konzentrieren sich mehr auf das "saubere Vorbild".

In der Erwachsenenwelt erfolgt der Ruf nach "Experten" wie Ärzten, Pastoren, Erziehern usw. Befremdlich ist die Reaktion der Lehrer, die einerseits Eltern zurückweisen, andererseits aber auch den eigenen Berufsstand nicht besonders aktiv sehen wollen.

Selbst bei Institutionen und Organisationen wird die Schule kaum genannt, sondern die Verantwortung lieber den traditionellen "harmlosen Samaritern" und den "zuständigen Stellen" zugeschoben. Zu speziell engagiert oder gar politisiert sollten die helfenden Institutionen nicht sein.

Nach diesen Ergebnissen ist stark zu bezweifeln, ob eine sich selbst weitgehend eigenständig aufbauende und weiterentwickelnde Antidrogen-Aktion möglich ist, die weit über den Kreis der ohnehin schon Engagierten hinausgeht. Immerhin wäre aber zumindest die Zusammenfassung der heute sehr zersplitterten Initiativen evtl. ein sinnvolles und brauchbares Alternativ-Konzept.

Tab. 33: Träger von Antidrogen-Aktionen

	J %	E %	L %
<u>I. Aktive Jugendliche (Typisierung)</u>			
intellektuell dominante Jugendliche (Intelligenz, Organisationstalent usw.)	11	12	11
sozial dominante Jugendliche (Vorbild, von allen akzeptiert, großer Bekanntenkreis, können andere begeistern, mitreißen, cha- rakterfest usw.)	14	45	47
sozial angepaßte Jugendliche (korrektes Auftreten, gutes Äußeres usw.)	7	6	2
sozial-kritische Jugendliche ("Linke", systemreflektierende Jugendliche, Protestbewegung usw.)	2	2	2
sozial-caritativ engagierte Jugendliche (hilfsbereit, opfern viel Zeit, wollen Süch- tigen helfen usw.)	11	11	4
sozial-therapeutisch begabte Jugendliche (müssen mit Süchtigen umgehen können, ha- ben viel Verständnis für Süchtige usw.)	10	6	7
allg. RM-Problem-interessierte Jugendliche	25	5	7
allg. RM-Problem-erfahrene Jugendliche (Drogenkenntnis, ehemalige Süchtige)	38	21	11
<u>II. "Mithelfende" Erwachsene (Typisierung)</u>			
Eltern allgemein	22	38	16
Ärzte	21	38	38
Psychologen, Pastoren, Sozialarbeiter, Soziologen, Sozialpädagogen	26	41	56
Lehrer, Erzieher	26	48	36
sonstige demographische Typisierung	3	11	7
intellektuell dominante Erwachsene (klug, weitsichtig, gebildet usw.)	2	2	2
sozial dominante Erwachsene (Vorbild, Be- ziehungen, großer Bekanntenkreis)	3	5	9
ökonomisch dominante Erwachsene (finanziell gut gestellt usw.)	3	-	2
persönlichkeitsqualifizierte Erwachsene (tolerant, aufgeschlossen, allg. verständnisvoll, vertrauenswürdig, reif, besonnen usw.)	26	15	20

Tab. 33 (Forts.)

	J %	E %	L. %
<u>III. Unterstützende Organisationen</u>			
Caritative und Hilfsorganisationen (Rotes Kreuz, Malteser)	6	24	18
Kirchlich-konfessionelle Jugendgruppen, Kirche allg.	15	30	24
Politische Jugendgruppen, Jugendorganisa- tionen von Parteien und Gewerkschaften, Parteien allg.	7	6	7
Gesundheitsamt, Ärzteorganisationen	16	27	13
Jugend- und Sozialamt	22	29	33
Schulverwaltung, Schule	7	14	7
Schüler- und Studentenorganisationen	3	9	9
Polizei, Rauschgiftdezernat, Jugendgerichte	5	6	11
Drogenberatungsstellen, Releasezentren, Drogenkliniken	22	9	13
Stadtverwaltung, Stadt	7	3	7

#### 4.2 Wettbewerb und Erkennungszeichen

Der Vorschlag eines "Wettbewerbes" trifft auf sehr geteilte Meinungen. Nur 20 % der Jugendlichen halten ihn für lohnend, 35 % sind explizit dagegen. Die Befürworter stützen sich vor allem auf den allgemein stimulierenden und aktivierenden Effekt von Wettbewerben, die Gegner befürchten eine zu starke Eigendynamik, die die Jugendlichen vom eigentlichen inhaltlichen Sinn der Aktion ablenkt (GA, J, S. 185).

Der vorgeschlagene Name "Drop-In" gefällt nur 10 % der Jugendlichen und wird von 50 % betont abgelehnt. Dies hat seine Ursache wohl vor allem im Unverständnis: 75 % können sich überhaupt nichts darunter vorstellen.

Dies, wie auch die ambivalente Stellungnahme zur Notwendigkeit eines "Erkennungszeichens" scheint uns weniger konkret gegen die Vorschläge zu sprechen, sondern eher aus der allgemeinen Distanz gegenüber sich konkretisierenden Aktionen zu resultieren.

23 % der Jugendlichen möchten "auf jeden Fall" ein Erkennungszeichen, 53 % meinen "es könnte nicht schaden".

Von den vorgeschlagenen einzelnen Erkennungszeichen konnten nur zwei nennenswerte Akzeptanz auf sich vereinigen. Nr. 25 mit der wohl größten Gestaltfestigkeit und einem zweideutigen assoziativen Umfeld "Rückkehr in die Gesellschaft", "kein Ausweg", und Nr. 28, das eindeutig an das Zeichen der Friedensbewegung erinnert (GA, J, S. 190-191).

Auch diese Ergebnisse erscheinen uns mehr zufällig und durch die mangelnde echte Konkurrenz durch die übrigen Zeichen bestimmt.

#### IV. ZUSAMMENFASSENDE THESEN UND DISKUSSION

##### A. ALLGEMEINE ERGEBNISSE

##### Zur Situation der Jugendlichen in ihrer Umwelt

1. Die befragten Jugendlichen erwiesen sich in den von ihnen akzeptierten Werten und Zielen als durchaus konform mit aktuellen gesamtgesellschaftlichen Trends.

Die Orientierung ist gekennzeichnet durch:

- verhältnismäßig starke soziale Leistungsbezogenheit
- eine gewisse Verständigungsbereitschaft in bezug auf die Eltern
- starke Emanzipations- und Selbständigkeitsbestrebungen.

Das Vorstellungsbild der Eltern von den Zielen der Jugendlichen deckt sich trendmäßig mit dem Selbstbild der Jugendlichen, ist aber generell schwächer ausgeprägt.

Deutlich negativierend abweichend ist dagegen das Vorstellungsbild der Lehrer, die den Jugendlichen Leistungsbezogenheit und die Suche nach Verständigung mit ihrer Umwelt absprechen.

##### Wesentliche Schlußfolgerungen aus diesen Ergebnissen sind:

- Die Jugendlichen sind weitgehend integriert in das aktuelle gesellschaftliche Wert- und Zielsystem.
- Der in Medien und Stereotypen hochgespielte Randgruppencharakter orientiert sich an Minderheiten, kann somit keinesfalls generalisiert werden.
- Die offensichtlich verzerrte Sichtweise der Lehrer, d. h. der Personen, die eine wesentliche Rolle im Bildungs- und Sozialisierungsprozeß spielen sollen, stimmt sehr bedenklich. Im Rahmen der Kampagne kann diese Gruppe unvorbereitet kaum als wesentliche Stütze genutzt werden.

2. Das einzige einen Großteil der Jugendlichen umfassende Interessengebiet ist Musik.
3. Die spontan genannten "Ideale", für die sich Jugendliche heutzutage einsetzen, zeigen wiederum eine hohe Übereinstimmung zwischen den Wertsystemen von Jugendlichen und Erwachsenen. Genannt wurden überwiegend gesellschaftlich-kollektive, mehr oder minder praxisferne globale Werte. Ideale, die konkretes und aktives Engagement erfordern, wurden nur von einer kleinen Minderheit genannt.
4. Die Vorbilder suchen Jugendliche vorwiegend in der eigenen Familie, d. h. in Mutter und Vater.  
Eindeutigen Fehlinterpretationen unterliegen hier die Lehrer, die Musiker, Freunde und Spitzensportler als die Vorbilder der Jugendlichen wahrnehmen.
5. Bereitschaft zu Engagement ist - zumindest verbal - bei den Jugendlichen stark gegeben. Ca. 60 % waren im Zusammenhang mit dem Rauschmittelproblem zur Beratung und Aufklärung von Gleichaltrigen oder Eltern bereit. Es folgte die Bereitschaft zu jugendspezifischer Mitverantwortung und Kommunikation (SMV, Wand- und Schülerzeitung, Fernsehen) bei ca. 46 % der Jugendlichen vor traditionellen sozial-caritativen Aktivitäten. Konkrete politisch aufgeladene Aktionen wie die Rote-Punkte-Aktion oder Kampf gegen Mietwucher treffen nur bei ca. 30 % der Jugendlichen auf Resonanz.
6. Die Schule als Ausbildungsinstitution kann - im Gegensatz zu den Meinungen von Eltern und Lehrern - nur einen beschränkten Teil der Jugendlichen begeistern.

Die positiven Einstellungen von Jugendlichen zur Schule wurden vor allem davon getragen, daß diese als Institution zur Vorbereitung auf Beruf und sozialen Aufstieg gesehen wird und Kontaktmöglichkeiten

zu anderen Jugendlichen bestehen.

Negativ werden vor allem die Lehrer als Persönlichkeiten, der Lehrstoff (langweilig, keine Höhepunkte usw.) und die Schulorganisation gesehen.

7. Das Vorstellungsbild der Jugendlichen vom Beruf erscheint klichscheuhaft-optimistisch im Sinne des "Berufes als Berufung". Berufsbilder im sozialen und Dienstleistungssektor und technische Berufe werden "wirtschaftlichen" vorgezogen. Nur die Lehrer betonen oft andere "desillusionierte" Bilder mit Betonung des ökonomischen Motives, des Berufes als Weg zum sozialen Aufstieg oder sogar einer resignatorischen Komponente (Beruf als notwendiges Übel).

In diesen Einzelergebnissen scheint eine naiv-idealistische Haltung der Jugendlichen durch. Wie weiter oben dargestellt, sind sie einerseits im gesamtgesellschaftlichen Wert- und Zielsystem verwurzelt, haben aber noch keinen persönlichen aktivierbaren Bezug hierzu. Bilder von einer kritischen und engagierbaren Jugend treffen zumindest auf die untersuchte Altersgruppe nicht mehrheitlich zu.

8. Das Selbstbild bzw. die eigene Persönlichkeitsbeurteilung der Jugendlichen spiegelt vor allem wider

- Kontakt- und Geselligkeitsstreben
- Durchsetzungswillen und Emanzipationsstreben.

Das Bild, das Eltern von den Jugendlichen haben, entspricht dem weitgehend, ist nur stellenweise noch etwas optimistischer.

Die Lehrer dagegen sehen in den Jugendlichen fast ausschließlich einen unreflektiert-geselligen Daseinsoptimismus, sprechen ihnen jede Art der emotionalen Stabilität, der leistungsmäßigen und intellektuellen Reife ab. Wie schon bei anderen Ergebnissen stellt sich

auch hier wieder die Frage, wie die Lehrer die Schulsituation bei derart diskrepierenden Sichtweisen bewältigen können.

9. Wie wenig aggressiv die überwiegende Mehrzahl der Jugendlichen ist, erweist sich auch in den Antworten auf die Frage nach Konfliktbewältigungsmechanismen. Die Jugendlichen tendieren überwiegend dazu, sich diesen Situationen einfach durch "aus dem Felde gehen" zu entziehen ("nichts tun", "Musik hören"). Der hohe Stellenwert der Musik in dieser Frage deutet darauf hin, daß dieses Hauptinteressegebiet der Jugendlichen weit mehr als bloßen Unterhaltungswert besitzt.
10. In der Liste der von den Eltern präferierten Erziehungsziele wird ein inhomogenes, an globalen anpassungs- und leistungsbezogenen Kardinaltugenden orientiertes "Erziehungsideal" sichtbar. Es scheint eine "Law and Order-Mentalität" durch, die Werte wie Pflicht, Ordnung, Sparsamkeit usw. deutlich vor "schöpferischem Denken" rangieren läßt. Zumindest in dieser Frage äußern sich die Lehrer etwas profiliert, setzen klarere Gewichte, in denen die "Law and Order-Komponenten" etwas gegenüber dem Ziel der Ausrüstung der Jugendlichen zur aktiven Lebensbewältigung zurücktreten.
11. Die Kommunikation zwischen Jugendlichen und Erwachsenen ist äußerst beschränkt und thematisch eng auf "Sachprobleme" des Zusammenlebens zentriert. Eltern und besonders die Lehrer scheinen häufig einseitige Information ihrerseits mit - auch von den Jugendlichen wahrgenommener - Kommunikation zu verwechseln.
12. Eine interessante Hypothese ergibt sich aus dem Vergleich der Antworten auf die Frage nach dem von Jugendlichen registrierten elterlichen Verhalten. Während die Eltern nur ihr "Herumnörgeln" beanstandet sehen und auch die Jugendlichen kaum hart negative Urteile fällen, "zitieren" die Lehrer gleich eine ganze Reihe negativer

Statements der Jugendlichen über ihre Eltern (Eltern lassen zu wenig Freiheit; nörgeln herum; verstehen die Kinder nicht richtig; sind zu streng). Dies könnte darauf hindeuten, daß Konflikte nicht am "Ort des Geschehens" ausgetragen oder bewältigt werden, sondern primär verdrängt werden und nur noch in der Sprachweise zum Ausdruck kommen.

13. Über die Familie hinausgehende institutionalisierte Gruppenbezüge bestehen bei ca. 50 % der Jugendlichen, die vor allem in Sportvereinen und kirchlich-konfessionellen Jugendgruppen organisiert sind.

#### Kommunikations- und Mediaverhalten

1. Allgemein sind Radio, Fernsehen und Gespräche mit Freunden und Bekannten häufigste "Kontaktpunkte". Die Medien Zeitschriften, Tageszeitung, Jugendzeitschriften und Comics erscheinen noch als relevant für jeweils 20 - 30 % der Jugendlichen.
2. Im groben stimmt diese allgemeine Medienreihenfolge bei den Jugendlichen auch mit der rauschnittsspezifischen überein. Auch hier führen die Massenmedien vor den Gesprächen. Broschüren und andere Informationen offizieller Institutionen haben einen relativ geringen Erreichungsgrad. Familieninterne Gespräche nehmen nach Ansicht aller Beteiligten eine sehr untergeordnete Rolle ein.
3. Die Voraussetzungen für Gespräche in der Familie über das Drogenproblem sind problematisch. Während bei den Jugendlichen vor allem die Nähe des und Vertrauen zu dem Gesprächspartner eine Rolle spielen, ist bei Eltern die mutmaßliche Problemkonfrontation in der eigenen Familie der Hauptanstoßpunkt, d. h. die Angst, die eigenen Kinder könnten zu Drogen greifen.

Es ist zu vermuten, daß familieninterne Gespräche entweder rein informatorischen Charakter haben (angestoßen z. B. durch eine Sendung, einen Zeitungsartikel usw.) oder aber auf unterschiedlichen Gesprächsebenen geführt werden, d. h. seitens der Eltern eher mahnend mit dem Motiv der Verhütung des Symptoms. Den Konsum bahnende Konflikte werden seitens der Kinder kaum angegangen oder zur Sprache gebracht.

4. Auch die auf das Rauschmittelproblem bezogenen Gespräche mit dem Lehrer gehen meist über gelegentliches "Antippen" der Fragen nicht hinaus.
5. Insgesamt deuten die Ergebnisse darauf hin
  - daß die Jugendlichen kaum geeignete Mechanismen zur Konfliktbewältigung haben, drogenkonsumbahnende Probleme somit auch nicht angehen können,
  - daß Eltern und vor allem die Lehrer eine so verzerrte Sichtweise von der Situation der Jugendlichen haben, daß sie kaum eine geeignete Gesprächsebene finden oder gestalten können.

### Verhältnis zu Rauschmitteln

1. Der Grad der Aktualität des Drogenproblems hat sich gegenüber früheren Vergleichszahlen nicht verändert.  
Das Interesse an der Problematik ist bei etwa einem Viertel aller Befragten stark. Auffallend ist die Unterschätzung des Interesses von Jugendlichen aus der Außensicht, insbesondere aus der Sicht der Eltern.

2. Die Motive für das Interesse am Drogenproblem sind bei Eltern und Lehrern vorwiegend durch die Angst vor dem Ernstfall im eigenen Umfeld gesteuert und durch das Bestreben "mitreden zu können". Bei den Jugendlichen spielen die unmittelbare Problemkonfrontation und ein tiefergehendes Probleminteresse eine gewichtigere Rolle.
3. Im ungestützten Bekanntheitsgrad von Rauschmitteln nehmen Haschisch und LSD eine klare Führungsstellung vor den schon länger bekannten Rauschmitteln Opium, Heroin und Morphin ein.
4. Sowohl Lehrer als auch Eltern streiten den Rauschmitteln mögliche positive Wirkungen weitgehend ab. Eltern haben besonders negative Wirkungsvorstellungen.  
Bei den schon im Bewußtsein vorhandenen "positiven" Wirkungsvorstellungen aus der Sicht der Jugendlichen wäre es sicher unklug, RM pauschalisierend nur negativ darzustellen.
5. Der Anteil von Jugendlichen mit RM-Erfahrung in der Stichprobe lag bei ca. 20 %, von denen 6 % angaben, auch heute noch Verwender zu sein.  
Über die Hälfte der befragten Jugendlichen (56 %) hat Kontakt zu ehemaligen oder aktuellen RM-Verwendern, wobei die Anzahl von durchschnittlich 4 auf Gruppenphänomene hindeutet. Solche Angaben sind allerdings vorsichtig zu werten, da der Kontakt zu Verwendern unter Jugendlichen oft als "statusfördernd" gilt.
6. Bei den vermuteten Motiven für den RM-Konsum ergeben sich Differenzen. Bei Eltern dominieren die Motive: Verführung durch Händler, Haltlosigkeit, Gruppenkonformität, Flucht vor eigenen Problemen. Lehrer betonen vor allem Gruppenkonformität, Neugierde.

Nur die Jugendlichen betonen in starkem Ausmaß den persönlichen oder familiären Problemhintergrund: Flucht vor den eigenen Problemen, erzieherisches Versägen der Eltern, zerrüttete Familienverhältnisse.

Ob die weitgehende Ausklammerung der Mitverantwortung durch Eltern und Lehrer auf Blindheit oder Angst vor einem offenen Eingeständnis beruht, kann nicht entschieden werden. Auf jeden Fall aber muß eine Kampagne mit diesen verfestigten Einstellungen rechnen.

7. Eltern und Lehrer würden im konkreten Fall, d.h. wenn ihre Kinder oder Schüler zu Rauschmitteln greifen, vor allem dialektisch-rationale Lösungsversuche (diskutieren, aufklären, überreden) oder die Ratsuche bei Fachleuten wählen. Immerhin 20 % der Lehrer und 10 % der Eltern würden das Problem spontan an Polizei, Fürsorge, Erziehungsheim usw. weitergeben.
8. Bei der Gegenüberstellung von Alkohol und Haschisch werden überwiegend Furcht- und Gefährlichkeitsappelle zu Ungunsten von Haschisch angeführt. Nur Jugendliche und Lehrer betonen in beachtlichem Ausmaß den Drogencharakter des Alkohols und damit den sachlichen Widerspruch in der Aussage.
9. Große Hilflosigkeit besonders bei den Eltern entstand bei der Konfrontation mit typischen Aussagen zur Legitimation des RM-Konsums.

Die Reaktionen der Befragten auf diese durchaus gängigen Statements lassen nur auf eine große Hilflosigkeit schließen, die besonders bei den Eltern, aber auch bei den anderen Gruppen da ist. Sie haben sich nicht mit dem Problem auseinandergesetzt, sind selbst anspruchslosen Argumentationen nicht gewachsen. Die Eltern haben zudem offenbar große Schwierigkeiten, auch Eingeständnisse zu eigenen oder Systemfehlern in die Argumentation einzubeziehen.

## B. TESTERGEBNISSE

### Zu Anzeigen und Comic

1. Die Thompson-Anzeigen für Eltern konnten sich gegenüber Vergleichsanzeigen durchsetzen. Generell ist jedoch festzuhalten, daß auch die "Spitzenreiter" in Relation zu der langen und intensiven Beschäftigung mit den Anzeigen im Home-Test recht schwach abschneiden, insbesondere wenn es um die Rückerinnerung inhaltlicher Elemente, d.h. der eigentlichen Kommunikationsabsicht geht.
  
2. Bezüglich der Beschäftigung mit den Materialien war festzustellen,
  - daß die Eltern sich weit weniger intensiv und engagiert mit den Vorlagen beschäftigten als Jugendliche.
  - daß vor allem die Eltern den Bezug zur Rauschmittelproblematik kaum erkennen, wenn nicht explizit und vorwiegend von Rauschmitteln gesprochen wird (wie z. B. in den Troost- und Farner-Anzeigen).
  - Der Versuch der Thompson-Anzeigen, das RM-Problem über die Verknüpfung mit verursachenden Situationen darzustellen, wird von den Eltern offenbar kaum verstanden und nachvollzogen. Auch hier bestätigen sich die Resultate aus Teil II, nach denen die Jugendlichen spontan eher die Wirkungszusammenhänge zwischen RM-Konsum und verursachenden Faktoren sehen als Erwachsene.
  
3. Der negative Eindruck bezüglich der Kommunikationswirkung selbst der relativ besten Anzeigen verstärkt sich bei Betrachtung der Detailergebnisse.

Thematisch-inhaltlich relevante Punkte sind jedoch trotz der langen und intensiven Expositionszeit der Materialien kaum haften geblieben.

Die hier aufgeführten zahlenmäßig bedeutsamen Erinnerungen beziehen sich lediglich auf die Slogans bzw. Headlines, spiegeln auch in der wörtlichen Nennung weniger eine Beeindruckung, sondern eher eine inhaltsleere Reproduktionsleistung von hervorgehobenen Gestaltungselementen wider.

4. In den Reaktionen der Jugendlichen auf die Anzeigen ist beachtenswert,
- daß nahezu alle Einzelargumente überwiegend positiv beurteilt werden,
  - daß auf differenziertere Aussagen zum RM-Problem bzw. dessen Genese sogar überdurchschnittlich positiv reagiert wird.

Bei den Eltern dagegen

- ist die Auseinandersetzung mit den Texten kaum gegeben.
- Überdurchschnittliche Reaktionen, und zwar negative, erfolgen bei problemkritischen Argumenten, die auch die verantwortliche Rolle der Erwachsenenwelt berühren.

Die eigentlich wichtigen Aussagen kommen somit bei der Hauptzielgruppe nicht durch, werden sogar zurückgewiesen.

5. Zusammenfassend ist hier festzuhalten

- daß die Anzeigen offenbar inhaltlich überfordert waren.  
Es gelang nur die Vermittlung von wenigen Einzelinhalten, aber keine Einführung in den Problemzusammenhang. Einzelinhalte, die sich auf die Verantwortlichkeit der Erwachsenenwelt beziehen, werden von diesen zurückgewiesen.
- daß die Bravo-Interviews vorwiegend von der Aktualität und Akzeptanz der angebotenen Leitfigur leben.

6. Erfreulich positiv ist dagegen die Wirkung des Comics "Wowman" zu bewerten.

In der ungestützten Rückerinnerung werden die Hauptakteure nahezu vollständig wiedergegeben.

Auch die inhaltlichen Intentionen des vorgelegten Comics wurden in weit höherem Maße als bei den übrigen Medien wahrgenommen und ungestützt rückerinnert.

Der Comic war offenbar am ehesten zur Vermittlung von komplexen Lerninhalten bei seiner Zielgruppe geeignet.

### Kommunikationswirkungen der Materialien

In einem speziellen Kommunikationstest sowie im Rahmen des allgemeinen Tests konnte festgestellt werden:

- daß der Weiterpflanzungseffekt von ausgestreuten Materialien bei Jugendlichen sehr hoch, bei Eltern noch ausreichend, bei Lehrern gering ist,
- daß diese Weiterpflanzung jedoch nicht sehr stark über die jeweilige "in-group" hinausreicht, d. h. sie wirkt nicht sehr stark als Kommunikationsbrücke zwischen den Gruppen,
- daß bei Jugendlichen sehr jugendspezifische Materialien (Beispiele: Bravo-Interviews, Comic) die höchste Weiterpflanzungsrate haben,
- daß subjektiver und objektiver Lerngewinn schwach bis überhaupt nicht feststellbar waren.

Dieser letzte Punkt ist inhaltlich zu relativieren, da alle vorgelegten Materialien nicht für einen "Einmal-Anstoß" konzipiert waren, sondern erst nach "Mehrfach-Kontakten" ihre Wirkung entfalten können. Andererseits sollte doch festgehalten werden, daß trotz überdurchschnittlich intensiver Darbietung und Auseinandersetzung mit dem Material die Veränderung von Einstellungen auf erhebliche Widerstände trifft.

## Spezielle Materialien für Lehrer

1. Die Aufnahme aller Materialien durch die Lehrer war eher zurückhaltend; Meinungen, Einstellungen und Akzeptanzwerte bewegten sich vorwiegend in der ambivalenten Zone.
2. Zum Unterrichtsleitfaden: "Wissen um Drogen ist Schutz vor Drogen"  
Die Interpretation dieses Unterrichtsleitfadens bezog sich vorwiegend auf den rein informatorischen Aspekt.  
  
Es bleibt sehr zweifelhaft, ob die befragten Lehrer über die rein informatorische Intention hinaus mit einem solchen Instrument arbeiten und auch, ob sie überhaupt hierzu in größerer Anzahl bereit sind.
3. Zur programmierten Unterweisung: "Amphetamine"  
Ähnlich fraglich bleiben diese Punkte bei der programmierten Unterweisung. Die Lernziele wurden wieder vorwiegend informatorisch gesehen, die Möglichkeit des Einbaus in den eigenen Unterricht, die eigene Initiative zur Einbettung in ein komplexeres Lernumfeld kommt nicht hervor.
4. Zum Schaubild "Drogenabhängigkeit"  
Dieses Instrument wurde häufig als Schaubild "Darstellung von Drogen" verstanden, also wieder rein informatorisch. Der hohe Ablehnungsgrad wird mit Gestaltungsfehlern und dem hohen Abstraktionsgrad begründet. Der Verdacht liegt nahe, daß hier vielleicht sogar Vorverständnis und Kenntnisse der Lehrer selbst überfordert werden.
5. Unabhängig von diesen Einzelergebnissen ist zusammenfassend festzuhalten, daß die Problematik der Einschaltung von Lehrern in die Kampagne sicher nicht über das bloße Zurverfügungstellen von Materialien zu bewältigen ist. Der eigene "Nachholbedarf" und die für die Lehrer leicht formal zu legitimierenden Einwände und Widerstände scheinen sehr groß zu sein.

### Antidrogenkampagne

1. Die detaillierte Analyse zeigt, daß bei allen drei Befragtengruppen spontan vorhandene und ausbaufähige Ansätze für eine mögliche Kampagne fehlen.
2. Die projektiv ermittelten Vorstellungen über Inhalte, Träger und unterstützende Personen und Institutionen reichen nicht über allgemeine Stereotype hinaus. Das Wegschieben eigener Verantwortung und Aktivierung ist insbesondere bei Lehrern, aber auch bei Eltern sehr ausgeprägt.
3. Nach diesen Ergebnissen ist stark zu bezweifeln, ob eine sich selbst weitgehend eigenständig aufbauende und weiterentwickelnde Anti-drogen-Aktion möglich ist, die weit über den Kreis der ohnehin schon Engagierten hinausgeht. Immerhin wäre aber zumindest die Zusammenfassung der heute sehr zersplitterten Initiativen evtl. ein sinnvolles und brauchbares Alternativ-Konzept.

## C. DISKUSSION

In der vorliegenden Studie wurden nur beispielhafte Entwürfe getestet. Es wird im Laufe der weiteren Entwicklung und Durchführung der Kampagne sicher weitere und veränderte Entwürfe und Vorschläge geben, die zum Testbeginn noch nicht absehbar waren. Aus der Studie können einige generelle Erfahrungen abgeleitet werden, die bei Neukonzeptionen zu beachten sind.

### 1. Inhaltliche Überforderung der Zielgruppen

Die vorgelegte Kampagne wurde von Fachleuten auf dem Gebiet des "Drogenproblems" entwickelt, von Fachleuten, die zudem das differenziertere und kritischere Denken und Sprechen der mittleren Mittelschicht haben.

Die Distanz von dieser Denkweise zu der Sprach-, Wissens- und Einstellungsbasis der Zielgruppen wurde oft nicht überwunden. Dies äußert sich in:

#### 1.1 Sprachlicher Überforderung

Besonders bei Angehörigen der unteren Mittelschicht bis Unterschicht, aber auch bei Lehrern war häufig inhaltliches Unverständnis und fehlendes Betroffensein festzustellen.

#### 1.2 Inhaltlicher Überforderung

Der Experte kennt oder vermutet viele Zusammenhänge im Gesamtfeld des Drogenproblems, ist auch in der Lage, bei der Ansprache von einzelnen Aspekten und Symptomen "die fehlenden Glieder" in der Verursachungs- und Wirkungskette nachzuvollziehen. Dies kann jedoch selbst bei gebildeteren Zielgruppen (z. B. Lehrer) nicht vorausgesetzt werden.