

Dr. Oliver Brüchert (Uni Frankfurt)

„Die Rolle der Medien im Drogendiskurs“

Vortrag auf dem „9. internationalen *akzept* Kongress in Frankfurt/Main“ am 25. und 26. September 2009

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer,

ich kann wohl ohne weitere Umstände unterstellen, dass jeder hier im Raum sich schon mehr als ein Mal über Medienberichte zu Drogenthemen geärgert hat. Da ich selbst gar kein Experte in Sachen Drogenpolitik bin, möchte ich auch gar nicht versuchen, Ihnen die ganzen Fehlinformationen, Mythenbildungen und Hetzkampagnen und den gesamten wohlmeinenden Unfug im Einzelnen noch einmal vor Augen zu führen – da kennen Sie wahrscheinlich mehr Beispiele als ich. Was ich als Soziologe, der sich seit einigen Jahren mit Medienberichterstattung über Kriminalität und soziale Ausschließung beschäftigt, anbieten kann, sind ein paar Überlegungen, die uns besser verstehen helfen, wie es zu dieser merkwürdigen Schieflage der Mediendarstellung kommt, die ich einmal als „autoritäres Programm in aufklärerischer Absicht“ bezeichnet habe.

Ausgangspunkt dieser Überlegungen ist die „Kulturindustrie“-These Adornos, der bereits vor mehr als einem halben Jahrhundert klar gesehen hat, dass die Unterscheidung zwischen ernster Kultur und Unterhaltung sich nicht aufrecht erhalten lässt. Während die bürgerliche Hochkultur des 19. Jahrhunderts Adorno zufolge immerhin noch die Möglichkeit von Kritik, Reflexivität und Transzendierung der bestehenden Verhältnisse einschloss, ist sie im 20. Jahrhundert selbst teil der Unterhaltungsmaschinerie geworden. Dennoch an einer Unterscheidung zwischen E und U festzuhalten, wie es die Kulturindustrie selbst unablässig tut, dient einzig dazu, dem Publikum vorzugaukeln, es gäbe

noch etwas, das sich von dem trübsinnigen Einheitsbrei des Amusements abhebt. Angewendet auf die modernen Nachrichten-Medien bedeutet das: Wie die Oper – eines von Adornos Beispielen – im Radio zu einem Potpourri von greatest hits verhackstückt wird, sind Nachrichten und Feuilleton längst Teil der Unterhaltungsindustrie. Wenn wir Nachrichten als Unterhaltung interpretieren, werden wir schnell darauf aufmerksam, dass diese – vom Fernsehfeature bis zur kleinen Meldung in der Tageszeitung – durchzogen sind von „guten Geschichten“, von ewigen Mythen, Abenteuern, Schauermärchen und fantastischen Heldentaten. Gerade da, wo die Medien für sich in Anspruch nehmen, aufklärerisch zu wirken, tragen sie bei zu einem xenophoben Kontrolldiskurs, zu Dämonisierung, Kriminalisierung und Ausschließung.

In einer größeren Untersuchung zu den Produktionsbedingungen, unter denen Journalisten heute arbeiten, konnte ich auch zeigen, dass dieser Unterhaltungsaspekt und das Bestreben, eine „gute Geschichte zu erzählen“ zum handlungsleitenden Motiv der gesamten Profession avanciert ist. Nachrichten werden konsequent als Teil der Unterhaltungskultur produziert und sind konsequent *nur* als Beiträge zur Herausbildung und Tradierung guter Geschichten und ewiger Mythen zu verstehen.

Was heißt das nun bezogen auf die Rolle der Medien im Drogendiskurs?

Die Medienberichterstattung über Drogen und Drogenpolitik wird dominiert von einer kleinen Zahl sich durchziehender Leitmotive:

1. Der wichtigste mediale Mythos ist nach wie vor die Vorstellung, dass Drogen als Substanz abhängig, krank, asozial und kriminell machen mit einigen Untererzählungen: z.B. dem Mythos der „Einstiegsdrogen“. Möglich wird diese Sichtweise nur durch konsequentes Ausblenden aller sozialen Kontexte, insbesondere der durch die Drogenpolitik hervorgerufenen Umstände des

Konsums und der Folgen des Schwarzmarkts und der zugehörigen Beschaffungsprobleme. Wider besseres Wissen wird unentwegt behauptet, die Drogen selbst seien das Problem, bzw. die Ursache aller weiteren Probleme. Dieser Mythos bewegt sich häufig an der Grenze zu den „urban myths“, zu Geschichten also, die von Mund zu Mund weitererzählt werden und immer davon handeln, wie Normabweichungen schicksalhaft bestraft werden (vgl. Johannes Stehr: „Sagenhafter Alltag“). Nicht ganz zufällig handelt ein relevanter Teil dieser urban myths genau davon, dass jemand, in der Hoffnung ein „Schnäppchen“ zu machen, in irgendeinen Drogenhandel hineingezogen wird.

2. Der zweite wichtige Mythos ist die Aufrechterhaltung der Grenzziehung zwischen legalen und illegalen Drogen. Das wird meistens illustriert durch Berichte über ausländische Drogenkartelle und den Krieg gegen die Drogen vom Amazonas über den Flughafenzoll bis in die Frankfurter U-Bahn-Stationen. Auch hier werden die sozialen und politischen Kontexte, von Kolonialismus und Postkolonialismus ebenso ausgeblendet wie konkrete Fragen nach Profiteuren und Leidtragenden (in den reichen wie in den armen Ländern). Hier geht es viel um die Normverdeutlichung für die vermutete Mehrheit der Gesellschaft, die scheinbar nur durch Verbote und Strafdrohungen von den illegalen Drogen fern gehalten werden kann. Hier geht es aber auch um nicht selten rassistische und chauvinistische Grenzziehungen zwischen „uns“ und jenen Fremden, die uns die Drogen bringen. Um die Grenzziehung zwischen Arm und Reich. Dieser Mythos lebt auch davon, dass der Drogenkonsum der weißen Mittel- und Oberschichten nicht bzw. nur als Einzelfall thematisiert wird.

3. Der dritte wichtige Mythos ist, daran anknüpfend, die Umkehrung des Ursache-Wirkungs-Verhältnisses von Kriminalisierung und Strafverfolgung und der Herausbildung von Schwarzmärkten und illegalen Profiten. Das findet sich vor allem in Erzählungen über Drogenschmuggler, -kuriere und -dealer, in aller Regel erzählt aus der Perspektive der staatlichen Kontrolle, die mit hohem Aufwand gegen den Drogenhandel vorgeht. In diesem Mythos geht es

vordergründig um die Legitimität des staatlichen Kontrollhandelns, um die Rechtfertigung des immensen Aufwandes der hier betrieben und der Kosten, die so erzeugt werden. Auf einer anderen Ebene geht es hier aber auch um die Dämonisierung der kleinen Dealer und Glücksritter, die mit ein paar Gramm Drogen an irgendeiner Grenze erwischt werden und denen meist das Unrechtsbewusstsein fehlt.

4. Ein vierter großer Mythos handelt vom immerwährenden Konflikt zwischen Drogenszene auf der einen und den Bürgern, die „ihre“ Stadt zu Zwecken anderen Konsums nutzen wollen, auf der anderen Seite. Die Erzählung rankt sich meist um eine städtische Drogenszene, die schon aufgrund ihrer bloßen Existenz als Störung erfahren wird und um deren Eingrenzung, Auflösung und Vertreibung sich eine große Bandbreite von Kontroll- und Ordnungsdiskursen entfaltet. Auch die akzeptierende Drogenarbeit kann hier als Element einer sanften Kontrolle in den herrschenden Diskurs eingebaut werden, in dem von vornherein feststeht, wer ein Anrecht auf „unsere“ Stadt hat und wen man hier allenfalls duldet und erträgt.

Es ließen sicher sich weitere Mythen herausarbeiten, die im medialen Drogendiskurs eine Rolle spielen, aber ich denke mit diesen vieren die häufigsten benannt zu haben.

Eine Frage, auf die ich in diesem Kurzvortrag eingehen sollte war auch „Was kann man (können „wir“) tun?“ Wie kann man das bisher Gesagte bei der eigenen Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigen? Was gibt es für Strategien, andere Perspektiven in die Medien zu bringen? Ich bin, ehrlich gesagt, in dieser Hinsicht nicht sehr optimistisch. Die Medien haben ihre eigene Rationalität, sie verdienen – um es ganz plakativ zu sagen – sehr gut daran, dem Publikum die genannten Mythen zu verkaufen.

Aber man kommt in der von Kulturindustrie bestimmten Öffentlichkeit eben auch nicht daran vorbei, sich auf diesem Terrain bemerkbar zu machen. Dazu habe ich drei Vorschläge:

Strategie 1: Mit Widersprüchen des herrschenden Diskurses arbeiten

Grundsätzlich ist es für Strategien einer kritischen, alternativen Öffentlichkeitsarbeit immer ein wichtiger Ausgangspunkt, sich die Widersprüche des herrschenden Diskurses klar zu machen. Diese Widersprüche zu verstärken und zu nutzen, kann dann ein Bestandteil der eigenen Öffentlichkeitsarbeit sein.

Auch in und zwischen den beschriebenen medialen Mythen zum Thema Drogen lassen sich einige Widersprüche ausmachen:

Ein ganz entscheidender ist der zwischen der Vorstellung, die Droge als Substanz sei der Kern aller Probleme und der gleichzeitigen Aufrechterhaltung der Trennung von legalen und illegalen Drogen. Die Frage, warum legale Drogen in erheblichem Umfang gesellschaftlich integrierbar sind und viele der den illegalen Drogen zugeschriebenen Probleme nicht auftreten, obwohl die Substanzen medizinisch betrachtet kaum weniger schädlich sind, wird auch im medialen Diskurs häufig gestellt. Leider wird sie häufig noch so beantwortet, dass die herrschende Drogenpolitik *nicht* in Frage gestellt wird: *Variante 1*: Legale Drogen werden als Bestandteil „unserer“ Kultur deklariert, mit denen „wir“ besser umgehen können, als mit den fremden, importierten und synthetischen neuen Drogen. *Variante 2* sind Kampagnen zur Prohibition, die tendenziell gar keine legalen Drogen mehr kennen. *Variante 3* tut das alles als Problem der Jugend ab, die entweder ganz neue Drogen konsumiert, die viel gefährlicher sind, als das was wir seinerzeit ausprobiert haben, oder die einfach viel leichtsinniger mit allem Möglichen umgeht. Die aktuelle Kampagne gegen das „Komasaufen“ verbindet Variante 2 und 3.

Dennoch lässt sich mit diesem Widerspruch arbeiten. Insbesondere die eklatanten Unterschiede und Verschiebungen bezüglich der Akzeptanz bestimmter Drogen in verschiedenen Ländern zu verschiedenen Zeiten sind ein Argument, das die sicher geglaubte Unterscheidung zwischen legalen und illegalen Drogen bisweilen erschüttern kann.

Auch zwischen verschiedenen Subkulturen, Generationen und im eigenen Lebenslauf gibt es häufig Erfahrungen unterschiedlicher und sich wandelnder Akzeptanz inklusive des sozial integrierten Umgangs mit Genussmitteln aller Art. Erzählungen darüber können hinsichtlich des Mythos, alles Unheil ginge von den Substanzen aus, zumindest Irritationen auslösen.

Ein weiterer Widerspruch ist der immense und pausenlos steigende Aufwand, mit der ein vermeintlicher „Krieg gegen die Drogen“ geführt wird und seine offensichtliche Erfolglosigkeit. Dass den in den Fernsehdokus so gerne ins Bild gesetzten geschmuggelten Drogen, die an irgendeinem Flughafen beschlagnahmt wurden, eine weit größere Menge gegenübersteht, die unentdeckt ins Land kommen, dass den kleinen Kurier, der in Handschellen abgeführt wird, sofort beliebig viele andere ersetzen, wird in diesen Dokus selbst skandalisiert – freilich meist verknüpft mit Forderungen nach *noch mehr* Kontrolle und noch schärferen Strafen. Und doch lässt sich gelegentlich die Frage lancieren, ob dieser „Krieg“ die immensen Kosten (Steuern und soziale Folgen) wirklich wert ist.

Strategie 2: Bessere Mythen in die Welt setzen

Eine zweite mögliche Strategie kann man sich bei „Greenpeace“ und ähnlichen medienwirksam arbeitenden NGOs anschauen. Die schaffen es, erfolgreich andere Mythen und andere starke Geschichten mit den dazugehörigen bildhaften Inszenierungen zu etablieren. In Sachen Drogenpolitik konnte z.B. der Umstand, dass akzeptierende Ansätze in mancher Hinsicht das bessere Stadtmarketing –

auch für die Konsumbedürfnisse der „Bürger“ – ermöglichen, erfolgreich genutzt werden. Die Frankfurter Montagsrunde ist ein Beispiel dafür, bei dem aber auch deutlich wird, dass es dazu erheblicher Kompromisse und der offensiven Einbindung von Interessen bedarf, die langfristig ganz andere Ziele verfolgen. Ein immanentes Problem der Greenpeace-Strategie (also der starken, mediengerechten Gegenerzählungen) ist ferner, dass die Darstellung tendenziell die Inhalte dominiert. Akzeptierende Drogenarbeit soll ja nicht in erster Linie die smarten Konsumenten auf der Zeil glücklich machen. Genau die sind aber Zielgruppe solcher Inszenierungen.

Strategie 3: Gegenöffentlichkeit herstellen

Eine weitere Strategie, mit kulturindustrieller Öffentlichkeit umzugehen, besteht darin, Gegenöffentlichkeit herzustellen, also alternative, subkulturelle, unabhängige Medien zu schaffen, Tagungen wie diese zu veranstalten und in Fachzeitschriften und kleinen spezialisierten Verlagen zu publizieren. Vorteil der Gegenöffentlichkeit ist, dass man klar und ohne Rücksichtnahme auf kulturindustrielle Verwertungsinteressen zur Sache reden kann, dass man auf kompetente und gleichgesinnte Diskutanten trifft und die eigenen Positionen dabei kontinuierlich weiter entwickelt. Der Nachteil ist ebenso offensichtlich: In der großen medialen Inszenierung kommen solche Gegenöffentlichkeiten kaum vor. Oder nur um den Preis von Kompromissen, die man ja gerade vermeiden wollte.

Man wird nicht umhinkommen, alle drei Strategien zu verfolgen und miteinander zu verbinden. Und man sollte sich dabei stets der Probleme bewusst sein, die diese Strategien mit sich bringen. Wichtiger als alle medienpolitische Strategien ist aber die Praxis, die ihnen zugrundeliegt und um die es ja eigentlich geht, die alltägliche Arbeit, die Projekte und neuen Ansätze, die Erfahrung,

gemeinsam etwas erreichen, etwas verändern zu können. Diese Erfahrungen sollte man keiner medienpolitischen Strategie opfern.

Ich bedanke mich für die Aufmerksamkeit