

## Werbung für Drogen auf Social Media

**Auf Social-Media-Plattformen wie Twitter, YouTube oder TikTok wird der Konsum von Drogen meist positiv dargestellt – und sogar dafür geworben. Das zeigt eine wissenschaftliche Übersichtsarbeit aus Australien.**



Bild: Khosrork / istockphoto.com

*Tante Emma* hat 6 Millionen Aufrufe auf TikTok. Genau genommen handelt es sich um *#tanteemma*. Doch die liebe Verwandte hat nichts damit zu tun. Vielmehr nutzen User den Hashtag als Slangbegriff, vermutlich um die Filter der Plattform auszutricksen. Denn in Wirklichkeit ist die Droge MDMA gemeint, auch bekannt als Ecstasy.

Auf TikTok und anderen Social-Media-Plattformen ist das Teilen von Inhalten, in denen Drogenkonsum gezeigt oder verherrlicht wird, eigentlich verboten. Eigentlich. Eine Dokumentation von STRG\_F auf YouTube zeigt Beispiele, die etwas anderes nahelegen. Ein Forschungsteam aus Australien hat es sich genauer angeschaut. *Brienna Rutherford* und ihr Team haben sämtliche wissenschaftliche Publikationen ausgewertet, in denen die Darstellung von Substanzkonsum auf Social Media untersucht wurde.<sup>1</sup>

Das Team hat 73 Studien ausfindig gemacht. Darin wurden insgesamt rund 16 Millionen Posts ausgewertet. Allein 15 Millionen Posts betrafen Twitter. Der Rest verteilte sich auf YouTube, Instagram, Pinterest, TikTok und dem chinesischen Netzwerk Weibo.

### **76 Prozent der Posts vermitteln eine positive Haltung gegenüber Drogenkonsum**

Das zentrale Ergebnis lautet: 76 Prozent der Social-Media-Inhalte waren positiv gegenüber dem Drogenkonsum gestimmt. Nur 20 Prozent der Posts hatten eine negative Haltung zum Ausdruck gebracht, 4 Prozent verhielten sich neutral.

Am häufigsten wurde Cannabis positiv dargestellt. In einer Teilstichprobe von 3,6 Millionen Posts wurde allein Cannabis 3 Millionen-mal erwähnt. In 8 von 10 Fällen kam darin eine positive Haltung gegenüber Cannabis zum Ausdruck. Die positiven Posts überwogen auch bei Tabak, Alkohol und E-Zigaretten. Nur bei Opiaten war die Grundhaltung in der Tendenz negativ, wobei sich immerhin 4 von 10 Posts positiv zu Opiaten äusserten.

### **Hersteller werben für E-Zigaretten und Alkohol**

Inhaltlich ging es in den Posts in den meisten Fällen um das Thema Gesundheit, Sicherheit und Schädlichkeit. Dies betraf 84 Prozent der Posts auf Twitter. Viele Posts liessen sich mehreren Kategorien zuordnen. Besonders häufig fand das Forschungsteam Posts, die als Werbung klassifiziert werden konnten. Auf Twitter und YouTube wurden 62 Prozent der Tweets als Werbung oder Marketing identifiziert. Meist handelte es sich um Werbung für E-Zigaretten oder Tabakprodukte. Die werbenden Accounts wurden in der Mehrzahl von Herstellern betrieben.

Typisch für Social Media ist, dass viele Posts unterhaltenden Charakter haben. Vor allem die von Usern erstellten Inhalte sollen nicht nur informieren, sondern auch Spass machen. Das können Do-it-yourself-Videos sein, Tipps, Memes, aber auch lustige Darstellungen von Drogenkonsum. TikTok-Videos zu Drogen wurden sogar zu 100 Prozent als unterhaltend klassifiziert, auf Instagram hatten 67 Prozent der Posts einen unterhaltenden Charakter.

### **Positive Darstellung kann zur Nachahmung animieren**

Das Forschungsteam um Brienna Rutherford kommt zu der Schlussfolgerung, dass positive Darstellungen von Drogenkonsum weit verbreitet sind auf Social Media. Diese Darstellungen könnten jedoch Einfluss nehmen auf die Einstellungen des zumeist jungen Publikums. Insbesondere wenn die Posts von Usern selbst hochgeladen werden, könnten Jugendliche und junge Erwachsene zur Nachahmung animiert werden. Problematisch sei zudem, dass Hersteller beispielsweise von E-Zigaretten auf Social-Media-Plattformen aktiv sind, um dort für ihre Produkte zu werben.

Denn offiziell haben die Plattformbetreiber Richtlinien, denen zufolge es nicht erlaubt ist, Inhalte zu verbreiten, die den Gebrauch von Drogen fördern. Doch die Ergebnisse legen nahe, dass eine Lücke klafft zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Hier müssten die internen Prüfprozesse verbessert werden, mahnt das Forschungsteam an. Auch sollten mehr Inhalte von Gesundheitsorganisationen eingestellt werden, die seriös über die Gefahren des Drogenkonsums berichten.

- 1 Rutherford, Br. N., Lim, C. C. W., Johnson, B., Cheng, B., Chung, J., Huang, S., Sun, T., Leung, J., Stjepanović, D. & Chan, G. C. K. (2022). #TurntTrending: a systematic review of substance use portrayals on social media platforms. *Addiction*, <https://doi.org/10.1111/add.16020>

YouTube> [Drauf sein auf TikTok: Likes für den Rausch | STRG F](#)

Quelle: <https://www.drugcom.de/news/werbung-fuer-drogen-auf-social-media/>, 5. Oktober 2022