

**Inhalt**

Seite

|         |  |    |
|---------|--|----|
| Vorwort |  | 8  |
| 1.      | <b>Einführung in die Problemsituation</b>  | 10 |
| 1.1     | Rauchen als Risikofaktor                   | 10 |
| 1.2     | Gesundheit: Wert und Verhalten             | 14 |
| 1.3     | Gesellschaft und Zigarettenrauchen         | 22 |
| 1.4     | Fragen an die Forschung                    | 30 |
| 2.      | <b>Statistische Analysen</b>               | 34 |
| 2.1     | Jugendliche Raucher: Statistische Analysen | 34 |
| 2.2     | Zigarettenwerbung: Statistische Analysen   | 45 |
| 2.3     | Das Tabaksteueraufkommen in Deutschland    | 46 |
| 3.      | <b>Die Entwicklung des Rauchverhaltens</b> | 47 |
| 4.      | <b>Ländervergleichende Studien</b>         | 51 |
| 4.1     | Schlußfolgerungen                          | 61 |
| 5.      | <b>Werbewirkung und Kinder</b>             | 62 |
| 5.1     | Annahmen und theoretische Konzepte         | 62 |
| 5.1.1   | Konzepte der Wirkungsforschung             | 62 |

|         |  |     |
|---------|--|-----|
| 5.1.1.1 | Das S-O-R-Paradigma  | 62  |
| 5.1.1.2 | Das Informations-Prozeß-Modell                                   | 65  |
| 5.1.1.3 | Das Konzept der indirekten<br>Wirkungskapazität                  | 67  |
| 5.1.1.4 | Two-step-flow-communication                                      | 68  |
| 5.1.1.5 | Schlußfolgerungen zur Wirkung von<br>Massenkommunikation         | 70  |
| 5.1.2   | Das Kind als unangemessener,<br>unreifer Rezipient               | 72  |
| 5.1.3   | Der Ansatz von B. Young:<br>Advertising Literacy                 | 73  |
| 5.1.3.1 | Empirische Ergebnisse zur Entwicklung<br>des Werbeverständnisses | 74  |
| 5.2     | Empirische Ergebnisse zum Effekt<br>von Werbung auf Kinder       | 79  |
| 5.2.1   | Schlußfolgerungen  | 82  |
| 5.3     | Kinder und Rauchen   | 82  |
| 5.4     | Die Rolle der Printmedien  | 85  |
| 5.5     | Schlußfolgerungen  | 86  |
| 6.      | <b>Determinanten des Rauchbeginns<br/>bei Jugendlichen</b>       | 89  |
| 6.1     | Annahmen und theoretische Konzepte                               | 89  |
| 6.1.1   | Die genetische Hypothese von Eysenck                             | 89  |
| 6.1.2   | Das Phasenschema von J. von Troschke                             | 91  |
| 6.1.3   | Das Rahmenmodell von W. F. van Raaij                             | 96  |
| 6.1.4   | Schlußfolgerungen  | 100 |

|                  |   |     |
|------------------|---|-----|
| 6.2              | ✓ Studien zu Einflußfaktoren des Rauchbeginns                   | 102 |
| 6.2.1            | Distale Einflußgrößen   | 103 |
| 6.2.1.1          | ✗ Charakteristische Eigenschaften der Jugendlichen              | 103 |
| 6.2.1.1.1        | Soziodemographische Daten                                       | 103 |
| 6.2.1.1.1.1      | Schlußfolgerungen   | 105 |
| 6.2.1.1.2        | Persönlichkeitsfaktoren   | 106 |
| 6.2.1.1.2.1      | Schlußfolgerungen   | 121 |
| 6.2.1.2          | Die soziale Umgebung aus der Sicht der Jugendlichen             | 123 |
| 6.2.1.2.1        | Untersuchungen zum sozialen Umfeld                              | 123 |
| 6.2.1.2.1.1      | Schlußfolgerungen   | 139 |
| 6.2.2            | Proximale Variablen   | 142 |
| 6.2.2.1          | Die Schematheorie   | 142 |
| 6.2.2.2          | Theory of Reasoned Action                                       | 154 |
| 6.2.2.3          | Das Bilanzierungsmodell von Bergler                             | 156 |
| 6.2.2.4          | Schlußfolgerungen   | 162 |
| 7.               | ✓ <b>Werbewirkung und Aufrechterhaltung des Rauchverhaltens</b> | 166 |
| 8.               | <b>Schlußfolgerungen</b>  | 170 |
| 9.               | <b>Zukünftige Forschungsnotwendigkeiten</b>                     | 176 |
| <b>Literatur</b> |   | 190 |