

Kulturforandring eller “alkoholliberalisme”?

Specialeafhandling i kommunikation

Medierepræsentationen af
unges alkoholkultur i Danmark



af Emma Madsen &
Simone Uth Svendsen

Opgave af	Emma Madsen (20195603) Simone Uth Svendsen (20195020)
Projekttitel	Kulturforandring eller "alkoholliberalisme"? Medierepræsentationen af unges alkoholkultur
Vejleder	Mette Marie Roslyng
Universitet	Aalborg Universitet København
Uddannelsesretning	KA Kommunikation
Semester	10. semester Specialeafhandling
Afleveringsdato	31.05.2024
Antal tegn	238.055 inkl. mellemrum
Antal sider	99 sider



Abstract

This thesis examines the complex interplay between media representations and youth alcohol culture in Denmark, within the broader discourses on public health and societal norms. It particularly focuses on how traditional media challenge and sustain the hegemonic discourse around youth alcohol culture. By leveraging Ernesto Laclau and Chantal Mouffe's discourse theory, Stuart Hall's representation theory, and Nick Couldry's media practice and media capital concepts, the study explores the role of media in driving cultural change.

Empirically grounded in the analysis of 44 news articles related to a recent political prevention initiative, the study employs qualitative discourse analysis to uncover the underlying ideologies and hegemonies in media discourses. The analysis reveals the media's critical role in both reinforcing the prevailing discourse of freedom, which emphasizes young people's autonomy and resistance to tighter regulations, and advancing a culture change discourse advocated by health experts and researchers that calls for stricter regulatory measures to mitigate health and social risks associated with youth alcohol consumption.

Media act as both a platform and participants in a discursive battle, wielding the power to shape which perspectives are highlighted and influence public and political debates. Through articulating diverse discourses and constructing equivalence chains around themes of youth, health, and freedom, media navigate between perpetuating existing norms about alcohol and facilitating new interpretations that promote cultural change.

The thesis concludes by highlighting the importance of a deep understanding of media discourses to recognize the media's potential and limitations in influencing cultural change and shaping alcohol policy. Integrating theoretical perspectives with empirical data, the study provides a comprehensive analysis of how power, culture, and media interact to shape societal norms regarding youth and alcohol consumption in Denmark.

Indholdsfortegnelse

Indledning.....	1
Problemfelt.....	2
<i>Problemformulering:.....</i>	<i>2</i>
Afgrænsning.....	3
Litteraturreview	4
<i>Mediefremstillingen af alkohol</i>	<i>6</i>
Nyhedsdækning.....	6
Industriens rolle.....	7
Politisk sympati.....	10
Populærkulturen.....	11
Sociale mediers indflydelse og betydning for alkoholkulturen.....	11
<i>Det socialpsykologiske aspekt af alkoholkultur</i>	<i>14</i>
Et alkohol narrativ	14
Social eksklusion.....	16
<i>Specialets placering i forskningsfeltet.....</i>	<i>18</i>
Teoretisk rammesætning.....	19
Alkoholkultur: en diskursiv kampplads.....	19
Antagonisme og hegemoni	22
Medierne som diskursiv praksis.....	23
Konsensus om alkoholkultur.....	24
Repræsentation som medieressource.....	26
Unge som kollektiv identitet.....	28
Mediernes meta-kapital	30
<i>Teoretisk opsamling</i>	<i>31</i>
Videnskabsteoretisk diskussion	32
Teoriernes videnskabsteoretiske samspil	32
Social (medieret) konstruktion af virkeligheden.....	34
Poststrukturalismens dekonstruktion	35
<i>Videnskabsteoretisk opsamling.....</i>	<i>36</i>
Metodisk grundlag	37
<i>Et fortolkende afsæt.....</i>	<i>37</i>
<i>Poststrukturalistisk aftryk.....</i>	<i>38</i>
Indsamling af empiri:.....	39
Bearbejdning af empiri.....	40
<i>Specialets kvalitetssikring.....</i>	<i>42</i>
Analyse.....	44
<i>Diskursen om kulturforandring.....</i>	<i>45</i>
Det strukturelle ansvar	45
Europarekord i druk.....	46
Forældrenes ansvar	51
Diskursive kampe om kulturændring: flere veje til forandring	53

Kulturel overlevering af kollektiv identitet.....	56
Diskursiv åbning for kulturforandring.....	58
Brud med kulturen via populærkulturelle fænomener	61
<i>Diskursen om frihed</i>	63
Frit folkestyre eller gråt leverpostejland?	64
Druk på eget ansvar	66
<i>Opsamling: Hegemonisk kamp</i>	69
<i>Mediernes magtposition</i>	71
Hegemoniens rolle i medierepræsentationerne	72
Ideologisk kamp	76
Journalistisk objektivitet.....	77
<i>Opsamling</i>	78
<i>Medierne som praksis</i>	79
Alliancen	80
Hækkerups mediekapital	80
Mediernes meta-kapital og skjulte interesser.....	82
De-legitimering af lobbyisme	84
<i>Opsamling</i>	87
Konklusion	88
Litteraturgrundlag	91

PROJEKTETS OPBYGNING

INTRODUKTION

INDLEDNING OG PROBLEMFELT

AFGRÆNSNING



TILGANG

LITTERATURREVIEW

METODISK GRUNDLAG

TEORETISK RAMMESÆTNING

DISKURS OG HEGEMONI

REPRÆSENTATION

MEDIERNES META-KAPITAL

VIDENSKABSTEORETISK DISKUSSION



DISKUTERENDE ANALYSE

ANALYSE

DISKURSEN OM KULTURFORANDRING

DISKURSEN OM FRIHED

MEDIERNES MAGTPOSITION



KONKLUSION



Kapitel 1

INTRODUKTION

Indledning og problemfelt
Afgrænsning



Indledning

I hjertet af den danske ungdom pulserer en tilsyneladende uundgåelig kultur, der sætter alkohol i centrum for det sociale samvær. Men en stigende bekymring vedrørende de negative konsekvenser af unges alkoholforbrug resulterer i en tilbagevendende debat om alkohollovgivningen for børn og unge. Af samme årsag så en ny politisk forebyggelsesplan dagens lys i november 2023. En aftale der ligeledes har udfoldet sig i en mediedækning, som har vakt forskellige debatterende stemmer til live. Spørgsmålet er bare, hvor forskellige de stemmer vi ser repræsenteret i medierne egentlig er? Der er ingen tvivl om, at Sundhedsstyrelsen anbefaler yderligere alkoholreguleringer, hvilket får politikernes løfter om at beskytte folkesundheden til at klinge hult, når “alkoholliberalismen” (bilag 3, 44) fortsat får lov at fodre vores kultur. En kulturel forståelse, der er så dominerende, at vi i dette speciale forstår den som hegemonisk, for vi skulle nødig ende med at blive “et gråt leverpostejlsland” (bilag 3, 39). Men hvis det ikke er samfundets folkesundhed, der tages hensyn til, hvem er det så egentlig, der bliver taget hensyn til i alkoholdebatten?

Resten af Europa, heriblandt vores nordlige naboer som pragteksemplarer, kan tilsyneladende godt finde ud af at sikre folkesundheden en tand mere, end vi i Danmark kan. Måske er alkoholkultur bare “en særlig dansk specialitet” (bilag 3, 25). En dansk specialitet for nogen, men ikke for andre. For selvom danske unge fortsat sætter europarekorden, så er det ikke nødvendigvis alle unge, der går efter guldmedaljen i druk. Tværtimod er der tegn på, at unges frie valg også er unges frie fravalg. I takt med sundhedstruslerne ser vi en bevægelse af refleksion og nysgerrighed på afholdenhed. Det rejser spørgsmålet om, hvorvidt der er kulturel forandring på vej, og hvordan medierne spiller en rolle i den proces?

Problemfelt

Af indledningen udspringer argumentet, som danner grundlag for specialets undersøgelse, nemlig at danske unges alkoholkultur er en del af en hegemonisk forståelse, der er indlejret i vores forestilling om, hvad det vil sige at gå fra ung til voksen og indgå i sociale fællesskaber. Vi finder det derfor interessant at belyse, hvordan medierne repræsenterer denne forståelse, og hvilke diskursive strategier der anvendes til enten at understøtte eller udfordre den eksisterende alkoholkultur.

Den nylige forebyggelsesaftale fra november 2023, der sigter mod at forbedre folkesundheden blandt unge, har sat gang i en livlig mediedebat om unges alkoholforbrug. Denne aftale, der reducerer procentgrænsen for 16-17-åriges køb af alkohol, har udløst både kritik for ikke at være tilstrækkelig restriktiv og kritik for at repræsentere en voksende statslig kontrol, der berøver de unge deres frihed. Når mediepraksisser fungerer som en bro mellem begivenhederne og offentligheden, har de magt til at vælge, hvordan historier repræsenteres, samt bestemme, hvilke synspunkter der fremhæves, og hvilke der nedtones eller direkte ignoreres. Dette giver anledning til at undersøge, hvordan mediernes kommunikation om unges alkoholkultur påvirker den offentlige mening og potentielt politiske beslutninger. Ved at dykke ned i debatten ønsker vi at forholde os til, hvordan forskellige positioner kæmper om at definere virkeligheden gennem medierne. Hertil hvordan medierne skaber rum for en diskurs om kulturel forandring, der ønsker at bryde med hegemoniseringen af unges alkoholkultur, for samtidigt at diskutere, hvad der begrænser denne moddiskurs i at skabe forandring. Med det sagt, lægger vi op til et kritisk sigte, der søger at afsløre de magtfulde stemmer og bagvedliggende interesser. Med afsæt i dette har vi udarbejdet følgende problemformulering:

Problemformulering:

Hvordan bidrager medierepræsentationer til at forme og udfordre forskellige diskursive konstruktioner af unges alkoholkultur i Danmark?

Afgrænsning

I dette speciale har vi valgt at afgrænse os fra at inddrage indhold fra sociale medier i vores empiriske materiale, og dertil også begrænset os fra at gå mere ind i Couldrys tilgang til, hvordan digitale medier omformer sociale interaktioner, magtdynamikker og kulturelle praksisser. Ved at begrænse os til traditionelle medier sikrer vi en grundig og konsistent analyse af mediediskurserne omkring unges alkoholkultur. Nyhedsartikler har veldefinerede strukturer og standarder for journalistik, hvilket giver en mere ensartet datakilde, end hvis vi havde valgt at supplere med dataindhold fra sociale medier.

Vi har i specialet haft en særlig interesse for, hvordan visse magtfulde stemmer repræsenterer unge, og hvordan underliggende magtpositioner påvirker konstruktionen af unges alkoholkultur. Ved at analysere nyhedsartikler, som ofte har en ensidig fremstilling, kan vi undersøge, hvordan “voksne” og magtfulde stemmer dominerer debatten. Dertil spiller traditionelle medier fortsat en fundamental rolle i at lede vores opmærksomhed hen på forskellige emner, dække politiske problemer og løsninger samt moderere den offentlige debat (Seuri et al., 2023, s. 2). Det har derfor været relevant for os at fokusere på traditionelle medier fremfor sociale medier for at kunne adressere, hvordan en hegemonisk forståelse af unges alkoholkultur konstrueres gennem medierne uden betydelig indflydelse fra de unge selv.



Kapitel 2

TILGANG

Litteraturreview

Teoretisk rammesætning

Metodisk grundlag

Videnskabsteoretisk diskussion



Litteraturreview

I ønsket om at afdække den allerede eksisterende viden indenfor det felt, som undersøger mediernes rolle i konstruktionen af alkoholkultur, har vi udformet nedenstående litteraturreview. Her er hensigten at præsentere et udsnit af relevante perspektiver i relation til vores undersøgelsesfokus, med henblik på at lokalisere dette speciales position i forskningsfeltet.

I og med alkoholkultur er et begreb der interesserer mange forskere på tværs af felter, og som derfor byder på et væld af forskellige konceptualiseringer, bliver det ikke relevant, eller muligt, ifølge Snyder (2019), at gennemgå enhver artikel, vi støder på i vores søgninger. Derfor har vi bevidst designet vores søgestrategi i henhold til det semi-strukturerede review (Snyder, 2019, s. 335). Som typisk for det semi-strukturerede review ønsker vi således at skabe et overblik over, hvordan vores emne har udviklet sig på tværs af forskningsfelter. Med gennemgangen søger vi derfor at afdække kompleksiteten omkring alkoholkultur og mediefremstillingen heraf ved at identificere og forstå potentielt relevante forskningsfelter- samt traditioner, der kan have implikationer for specialets undersøgelse (Snyder, 2019, s. 336). Dette taler såvel ind i en meta-narrativ tilgang, hvortil vi lader os inspirere af Wong et al. (2013), til at gennemgå litteraturen ud fra meta-fortællinger om de kontrasterende og komplementære måder, hvorpå studier belyser det samme eller lignende emne (Wong et al., 2013, s. 8). I overensstemmelse med Snyders tilgang til litteratursøgningen, ønsker vi at fremstå transparente omkring vores kriterier for til- og fravalg af artikler (Snyder, 2019, s. 337). Med øje for vores problemformulering har vi undervejs i litteratursøgningen identificeret specifikke nøgleord som danner ramme for søgningerne. Disse nøgleord har udviklet sig undervejs i takt med, at vi har fået større forståelse for, hvad forskningsfeltet indebærer.

Litteraturreviewet er baseret på en række søgninger med varierende søgeord med anvendelse af forskellige databaser som vi, sammen med de specifikke søgestrengene, har samlet i et samlet overblik (bilag 2). De artikler og studier vi har fundet frem til, bliver præsenteret i forbindelse med en række gennemgående tematikker herunder. Vores litteratursøgning omfatter studier inden for flere forskellige felter, herunder medier og kommunikation, marketing, samfundsvidenskab, folkesundhed og medicin. Overordnet set, og i henhold til specialets problemformulering, finder vi det passende at inddele gennemgangen af relevant litteratur i to hovedtemaer:

mediefremstillingen af alkohol og det socialpsykologiske aspekt af alkoholkultur. I litteraturreviewet inddrages i alt 39 artikler fordelt på de to ovenstående temaer, som hver især går i dybden med yderligere problematikker inden for studiernes pågældende kontekst.

Først beskæftiger vi os med medieperspektivet, herunder undersøgelser, der adresserer forskellige medietyper og deres fremstilling af alkoholforbrug, såvel som studier, der fokuserer på betydningen af både politiske stemmer og industriens interesser. Denne del inkluderer studier, der undersøger fremstillingen af alkoholkultur i traditionelle medier, sociale medier samt studier orienteret omkring populærkulturelle underholdningsmedier. Det diverse mediebillede er valgt for at give et dybdegående indblik i, hvorvidt der hersker overensstemmelse hos de forskellige medietyper i fremstillingen af alkoholkultur. Formålet er også at opnå indsigt i, hvordan eksisterende studier undersøger forskellige mediers rolle i at forme alkoholdebatten og fordele ordet blandt de forskellige stemmer eller interessenter. På trods af at vi har afgrænset os fra at analysere sociale medier direkte, har vi valgt at inkludere undersøgelser i litteraturreviewet, der har beskæftiget sig herom. Dette valg er taget af hensyn til vores fokus på medierepræsentationen af unges alkoholkultur og for at skabe indblik i, hvad studier siger om alkoholkulturens udfoldelse på sociale medier, da det netop er disse platforme, hvorpå unge befinder sig mest. På den måde kan vi også vende tilbage til, om der optræder analytiske fund i de undersøgte sociale mediefremstillinger, som kan sige noget om de enten muligheder eller begrænsninger, der gør sig gældende i forhold til de repræsentationer, som vi ser igennem traditionelle medier.

I og med vi ønsker at belyse kulturen omkring alkohol i mediefremstillingerne, er det ikke kun nærliggende at gennemgå et udvalg af medieforskningen, men også relevant at inddrage studier, der byder på socialpsykologiske forklaringer på kompleksiteten. Med denne tilføjelse ønsker vi at introducere forskning, der undersøger, hvordan alkoholforbrug står centralt i unges identitetskonstruktion og normaliseres blandt samfundets individer i en grad, der både kan være inkluderende og ekskluderende. Herigennem er vi interesserede i at blive klogere på, hvordan studier har undersøgt den hegemoniske diskurs, der normaliserer alkoholforbrug blandt unge i den sociale verden, som et springbræt til vores egen kommende diskursanalyse, men som den repræsenteres i mediernes fremstillinger. På baggrund af den gennemførte litteraturgennemgang ønsker vi til sidst at afklare, hvordan vi i indeværende speciale positionerer os i forhold til den eksisterende litteratur på området.

Mediefremstillingen af alkohol

Indledende for dette afsnit tager vi fat i Henderson og Hilton (2018), som advokerer for, at man ser medierne som et resultat af specifikke netværk, erhvervspraksisser, teknologier og strukturelle sammenhænge som alle er indlejrede i ideologiske antagelser (Henderson & Hilton, 2018, s. 373). Dette fremhæver dertil nødvendigheden af at undersøge alkoholdebattens diverse interesser, som netop repræsenterer forskellige ideologier, deres adgang til taletid, og hvordan disse parter positioneres forskelligt i medierne. Et argument der hermed bliver rammesættende for første del af litteraturgennemgangen, hvor bredere temaer, omkring de forskellige interesser og deres rolle i debatten, udfoldes, for slutligt at kunne diskutere både muligheder og begrænsninger ved medierne som diskursiv praksis.

Nyhedsdækning

Der er i medieforskningen enighed om, at uafhængig nyhedsjournalistik af høj kvalitet er afgørende for at skabe en informeret befolkning og en oplyst debat om politik i et velfungerende demokrati (Seuri et al., 2023, s. 2). På trods af at nyhedsmedierne potentielt har mistet en grad af deres gatekeeping-magt i nutidens mere hybride mediesystem, spiller de mere traditionelle medieaktører stadig en fundamental rolle i at lede opmærksomheden hen på forskellige emner, dække politiske problemer og løsninger samt moderere den offentlige debat (Seuri et al., 2023, s. 2). På den måde har medierne mulighed for at forme offentlighedens opfattelse ved at udvalge hvilke emner, der rapporteres, og hvordan de repræsenteres (Armstrong et al., 2006; Henderson & Hilton, 2018). For at leve op til dette, er det nyhedsmedierne og især journalisternes rolle, at lytte til flere kilder, for at kunne formidle præcis og pålidelig information til offentligheden (Seuri et al., 2023, s. 2). Heriblandt embedsmænd, interessegrupper, forretningsaktører eller eksterne eksperter, som alle bidrager med kontekst, information og perspektiver på det specifikke emne. I den forbindelse peger forskningen på, at når det kommer til alkoholdebatten som politisk diskussionsemne, formår nyhedsdækningen ikke i tilstrækkelig grad at leve op til ovenstående ideal om pålidelighed. I studiet af Seuri et al., (2023) argumenteres det for, at nyhedsmedier, som vidensformidlere, ikke i tilstrækkelig grad anerkender de modstridende interesser som alkoholdebatten indebærer (Seuri et al., 2023, s. 2). I en undersøgelse af medie-dækningen vedrørende Finlands alkoholpolitik, fremhæver de hvordan industriens kilder, sammen med fortalergruppernes repræsentanter, havde en permanent position i debatten. Hertil fandt man, at aktører med en folkesundhedsdagsorden, sammenlignet med førstnævnte aktører, var repræsenteret i langt mindre grad i de alkoholpolitiske diskussioner (Seuri et al., 2023, s.

6). Altså belyste undersøgelsens resultater, at den journalistiske praksis, bestående af afgørende vidensformidling, er sårbare over for manipulation og at grænserne mellem forskningsrelateret ekspertise og kommercielle interesser udviskes i dækningen af alkoholdebatten (Seuri et al., 2023, s. 7). Afslutningsvis fremhæver Seuri et al., (2023) hvordan nyhedsmedierne ikke alene er ansvarlige for at polarisere diskussionen om alkoholpolitik. Her trækkes på forskning som viser, hvordan alkoholindustriens interesser aktivt forsøger at positionere folkesundhedseksperter som en interessentgruppe i den politiske beslutningsproces og dermed underminere deres autoritet i alkoholpolitiske spørgsmål (Seuri et al., 2023, s. 6). Det næste afsnit vil derfor kigge ind i de studier, som dykker yderligere ned i industrien som en central aktør i alkoholdebatten.

Industriens rolle

Når det kommer til alkoholdebattens forskellige inputs, hævder Carah og van Horen (2011), at man i medie- og kommunikationsforskning bør overveje, hvordan særligt industrien engagerer sig i debatten. Som en central interessent har alkoholindustrien allerede trukket en del opmærksomhed blandt forskere, hertil undersøgelsen af industriens rolle og potentielle infiltrering i mediernes dækning af debatten (Demant & Krarup, 2013; Henderson & Hilton, 2018; Hilton et al., 2014; Seuri et al., 2023). Som vi har set ovenfor, er mediernes funktion at forme debatten ved at placere forskellige interesser på forskellige måder. Dette anses som problematisk i forskningen, især når industriens interesser står i modsætning til folkesundhedens. I sådanne tilfælde har medierne en vigtig funktion i konstruktionen af narrativer og som fortællere til offentligheden (Henderson & Hilton, 2018). Alkoholindustriens engagement i debatten er, ifølge Demant og Krarup (2013), betinget af bekymringer om eget omdømme i frygten for at blive associeret med alkoholrelaterede problematikker, som eksempelvis afhængighed og vold. Ligeledes frygter industrien, at selvsamme problematikker kan være medvirkende til et skift i den generelle holdning til alkohol, hvor man vil se den som den primære faktor for problemerne, der på sigt vil resultere i en faldende forbrugerefterspørgsel (Demant & Krarup, 2013, s. 278).

I forsøget på at undgå ovenstående scenarie, formår industrien i stedet at frame deres kommunikation gennem medierne på en måde, der er fordelagtig for dem selv. En problematik som både Carah og van Horen (2011) samt Pietracatella og Brady (2016) adresserer gennem den australske industri-funderede organisation DrinkWise som case (Carah & van Horen, 2011;

Pietracatella & Brady, 2016). Ved at finansiere sundhedsforskning på universiteter, køre folkesundhedskampaner samt andre PR-aktiviteter etablerede industrien DrinkWise til at ”fremme innovative tilgange til at udvikle og opretholde en mere sikker alkoholkultur i Australien” (DrinkWise, 2010 i Carah & van Horen, 2011, s. 5). Begge undersøgelser anvender derfor DrinkWise som et eksempel på en interessant i debatten, der indebærer modstridende ideologier ved både at kommunikere et formål om at mindske den problematiske alkoholkultur i Australien alt imens, at kampagnen repræsenteres af selvsamme industri, som fordrer til forbruget af alkohol.

Selvom Carah og van Horen (2011) lægger sig op ad en journalistik vinkel (Carah & van Horen, 2011), hvor Pietracatella & Brady er mere fokuseret omkring PR-perspektivet (Pietracatella & Brady, 2016), står det klart for begge undersøgelser, at repræsentationen af DrinkWise i medierne er til fordel for industrien selv (Carah & van Horen, 2011; Pietracatella & Brady, 2016). Carah og van Horen (2011) påpeger, hvordan den journalistiske praksis legitimerer DrinkWise og faciliterer organisationens kommunikative aktiviteter, hvorfor det kan siges, at pressedækningen af DrinkWise er en vigtig komponent i alkoholindustriens konstruktion af brandværdi. De fremhæver således, at interessegrupper, såsom alkoholindustrien, er mest succesfulde, når de formår, som ved DrinkWise, at forme rammen omkring nyhedsformidlingen (Carah & van Horen, 2011, s. 13). På denne måde beskytter DrinkWises kampaner industriens branding-maskineri ved blandt andet at interagere med journalister og forskere om at forme en medieskabelon, der i sidste ende resonerer med alkoholindustriens kommercielle mål.

Dermed understøttes førnævnte argument fra Henderson og Hilton (2018) om, at medierne bør anskues som resultat af blandt andet erhvervspraksisser, med mulighed for at forme debatten om emnet til deres fordel. Også Pietracatella og Brady (2016) udpeger organisationens formåen med at fremme alkoholindustriens interesser under dække af social marketing (Pietracatella & Brady, 2016, s. 64). Ifølge dem udnytter DrinkWise den uklare grænse mellem social marketing og PR-praksis til at neutralisere parter, der ønsker strengere statsregulering ved at tildele kulturen, ungdommen, forældre og i sidste ende individet skylden og ansvaret for samfundets alkoholproblematik. Dette understøttes tilmed af medierne, der kan siges potentielt at bakke op om opretholdelsen af en hegemonisk diskurs om individuelt ansvar i den offentlige debat (Pietracatella & Brady, 2016, s. 64). Med dette indblik in mente, bliver vi bevidste om, hvor kompleks mediefremstillingen af alkoholdebatten kan være, når en organisation der er forpligtet til at forme en sundere og mere sikker drikkekultur, går i opposition til folkesundheden til

fordel for industriens profit. En pointe som illustrerer, hvordan industrien aldrig er interesseret i at dekonstruere de politiske rammer, som gør deres virksomhed profitabel (Carah & van Horen, 2011, s. 13).

Den offentlige debat, der som nævnt, flourer med input fra forskellige aktører kan derfor være vanskelig at se som uafhængig, da man ikke kan vide sig sikker på, hvem den er konstrueret af, og hvilke investeringer der er blevet gjort for at lede debatten i en bestemt retning (Carah & van Horen, 2011, s. 13). Dette indbefatter også debattens kritiske reaktioner, som kan være inkorporeret i den udarbejdede medieskabelon, hvilket forhindrer debatten i at true industrien (Carah & van Horen, 2011, s. 14). Denne pointe knytter an til førnævnte studie fra Henderson og Hilton (2018), som i den forbindelse trækker på sociolog Stuart Hall, hvis perspektiv er, at produktionen af mening eller betydning i medierne snarere fungerer som en praksis i sig selv, frem for en afspejling af virkeligheden. De medierede diskurser udspiller sig altså i et felt, hvor politiske og kulturelle artikulationer forsøger at etablere hegemoniske formationer (Hall, S., 1985 i Henderson & Hilton, 2018, s. 373). Hegemoniske formationer som illustreres ved ovenstående eksempel, hvor mediediskurserne fokuserer på individets alkoholproblematikker, frem for alkohol som et strukturelt folkesundhedsproblem.

Indsnævrer vi blikket og ser på forskning om den danske alkoholdebat, undersøgte førnævnte Demant og Krarup (2013) den danske kultur omkring alkohol, som en aktør i et netværk blandt flere domæner. I den forbindelse ses der på udvalgte avismediers påtale af alkohol i forskellige sammenhænge i årene 1997-2010 (Demant & Krarup, 2013). I undersøgelsen illustreres det gennem udvalgte søgeord, hvordan mediedækningen som fokuserer på de unges forhold til alkohol, figurerer med 3-4 gange så mange artikler som studiets yderligere søgninger (Demant & Krarup, 2013, s. 271). På trods af, at der er tale om et studie fra år tilbage, vidner det om, at offentlighedens opmærksomhed vedrørende alkohol i langt højere grad kredser om dens indflydelse på de unge frem for voksne. En opmærksomhed som indeværende undersøgelse har til formål at udforske nærmere med fokus på et mere dybdegående nedslag i de diskursive konstruktioner som sker i medierepræsentationen af danske unges alkoholkultur. Studiet fra Demant og Krarup (2023) fremhæver derudover, at mediedækning toppe i de perioder, hvor der sker ændringer i aldersbegrænsningerne og punktafgifterne vedrørende alkohol (Demant & Krarup, 2013, s. 271). Vi har derfor grund til at tro, at debatten ligeledes er toppende i perioden for forslaget om de ændrede procentsatser for alkoholprodukter til 16-17-årige unge, som blev

annonceret i november 2023 (Regeringen, 2023, s. 2). Netop dette spiller ind i et senere meto-
disk argument om, hvorfor vi i specialet har valgt et empirisk udsnit fra perioden efter annon-
ceringen af den nye alkoholgrænse. Apropos politisk alkoholregulering, vil vi næste afsnit fo-
kusere på den del af forskningen, der er optaget af, hvordan medierne er med til at varetage
politiske interesser i debatten om alkoholkultur.

Politisk sympati

Noget der, ifølge forskningen, ligeledes er vigtigt at tage højde for i undersøgelsen af mediere-
præsentation, er hvilket politisk synspunkt de forskellige medier selv indtager i debatten. Lige-
som de politiske ideologier er præget af en højre- og venstrefløj, er dette også tilfældet for
blandt andet avismedierne. I en undersøgelse fra Hilton et al. (2014) om debatten omkring
MUP (minimum unit pricing) i Storbritannien, viste dækningen, at aviserne havde tendens til
at repræsentere forskellige politiske synspunkter, hvortil der opstod en splittelse i rapporterin-
gen af emnet (Hilton et al., 2014, s. 162). Hansen og Gunter (2007) pointerer i relation hertil,
at kommunikation som sigter mod at begrænse specifik adfærd, som tilfældet er ved en stram-
mere regulering på alkoholområdet, sandsynligvis vil blive fremstillet som trusler mod valgfri-
heden i nyhedsdækningen (Hansen & Gunter, 2007, s. 155). Når vi i dette speciale udforsker
mediediskurserne om unges alkoholkultur i Danmark, er det derfor relevant, at vi ligeledes er
opmærksomme på, hvilket ståsted de forskellige medier udtaler sig fra, og hvor deres politiske
sympati ligger.

Ovenstående gennemgang vidner om, at majoriteten af studier fokuserer på medierne som un-
der stærk indflydelse fra forskellige politiske og erhvervsmæssige praksisser, hvortil medierne
selv agerer aktive eller ud fra en potentiel antagonistisk position i debatten. Pointer som inde-
værende speciale, afslutningsvis forholder sig til, i forsøget på at afdække de diskursive kon-
struktioner som er fremtrædende i repræsentationerne af unges alkoholkultur i nyhedsmedi-
erne. Henderson og Hilton (2018) efterlyser en mere holistisk tilgang til undersøgelsen af me-
dier i relation til folkesundhedsproblematikker. Deres opfordring, som dette speciale vil for-
søge at tilnærme sig, er en mere kritisk medieanalyse hvor man udvider den teoretiske ramme
til også at trække på sociolog- medie og kulturstudier, da disse overlapper med offentlighedens
forståelse af kommunikation (Henderson & Hilton, 2018, s. 378).

Populærkulturen

Inden for medieperspektivet støder vi desuden på forskning, der interesserer sig for repræsentationen af alkohol i underholdningsmedier og den heraf potentielle påvirkning, det har på samfundet (Sarrionandia & Peña, 2024; Alfayad et al., 2021; Moreno et al., 2009). Det er særligt relevant at fremhæve, idet flere studier konkluderer, hvordan vores adfærd og forbrugsvaner påvirkes af den underholdning, vi eksponeres for (Alfayad et al., 2021; Moreno et al., 2009). Ved at analysere de 10 mest sete serier og film på Netflix identificerer Sarrionandia & Peña en betydelig tilstedeværelse af alkohol, tobak og junkfood, alt imens sport knap nok optræder i materialet. Ifølge forskerne er det ikke hyppigheden af alkohols tilstedeværelse i dataet, der synes bekymrende, men snarere måden fiktion fremstiller alkohol og tobak som noget sejt, sjovt og sofistikeret (Sarrionandia & Peña, 2024, s. 11). På baggrund heraf diskuteres det, hvorvidt individers adfærd og forbrugsvaner påvirkes af alkoholfremstillinger i populærkulturen (Alfayad et al., 2021 og Moreno et al., 2009 i Sarrionandia & Peña, 2024), og om ikke den audiovisuelle industri, herunder Netflix, bør agere drivkraft i processen om at ændre billedet af disse sundhedsskadelige produkter (Sarrionandia & Peña, 2024).

Også andre studier fokuserer på populærkulturens indflydelse på konstruktionen af visse alkoholdiskurser ved at se på store tv-serier som ”Sex and The City” og ”Bridget Jones’s Diary”, der, ifølge studierne, positionerer alkohol som en del af kvinders frigørelse (Rottenberg, 2014 og Gill, 2017 i Davey, 2023, s. 10). Disse mere feministiske tilgange, herunder undersøgelser af kønsbestemte diskurser, bliver yderligere relevant at udfolde i næste afsnit vedrørende sociale mediers betydning for alkoholkulturen.

Sociale mediers indflydelse og betydning for alkoholkulturen

Som Henderson og Hilton (2018) pointerede, er de kommunikative muligheder, siden internetets fremkomst, steget massivt. Hertil er det relevant med et bredere perspektiv på mediemiljøet, der ikke kun inddrager de mere passive medietyper, såsom traditionel journalistik og tv-formater men også blikket for sociale medieplatforme, hvor brugerne har mulighed for at interagere direkte med indhold (Thompson et al., 2023, s. 204). Funktioner som ”like”, ”follow” og ”comment” har resulteret i at brugernes interaktion med indhold dataficeres, hvilket giver industrien en ny mulighed for at tilpasse deres marketingbudskaber yderligere. I tråd med tidligere gennemgang, giver disse nyere platforme igen alkoholindustrien mulighed for at påvirke de medier, som brugerne interagerer med, alt imens markedsføringen ydermere understøttes af

”algoritmens magt” (Beer, 2009, i McCreanor et al., 2013, s. 111), hvilket resulterer i udbredt eksponering af alkoholindhold (Thompson et al., 2023, s. 205).

I flere studier pointeres det, at de nyere teknologiske muligheder er med til at præge, hvordan unge mennesker former og skaber både deres egen identitet og sociale liv (Hendriks et al., 2018; Ridout et al., 2012). Noget der i høj grad også indebærer alkoholindtag og fremstillingen af alkohol på sociale medier. I relation hertil fremhæver et studie fra 2024, at en tredjedel af dem, der beskrives som “heavy drinkers”, befinder sig i aldersgruppen 18-25 år. Selvsamme aldersgruppe hører ligeledes inde under den demografiske gruppe, der siges at benytte sig aller mest af sociale medieplatforme (Steers et al., 2024, s. 76). Dette giver god grund til, hvorfor de fleste studier ser aktualitet i at placere ungdommen i centrum for deres undersøgelser, hvad angår repræsentationen af alkoholkultur på sociale medier. Ifølge Ridout et al., (2012) gør de unge en dyd ud af vise frem på de sociale medier, at de kan kategoriseres som såkaldte “binge drinkers”, hvilket bidrager til en onlinekultur, der normaliserer netop “binge drinking”, altså overdrevet alkoholindtag (Ridout et al., 2012, s. 20, 25). En tendens, der drager paralleller tilbage til populærkulturens fremstilling af alkohol, hvor forbruget portrætteres som en fri og forventelig del af individets hverdag. På sociale medier har brugere ydermere mulighed for at skabe deres egne oplevelser ved selektivt at følge specifikke profiler og grupper. Ifølge Steers et al., (2021) kan unge dermed ende i en selvforstærkende boble på sociale medier, hvor det indhold de eksponeres for, afspejler deres egen adfærd. Dette kan betyde, at unges perspektiv på normalen inden for alkoholforbrug indsnævres. Studiet argumenterer således for, at specifikke netværk, der dyrker meget alkoholrelateret indhold, kan bidrage til at øge eller opretholde et højt forbrug af alkohol blandt brugerne i deres social medie netværk (Steers et al., 2021, s. 17).

I forlængelse af tidligere afsnit om alkoholindustrien og dens evne til at påvirke både politiske beslutninger og den offentlige debat, viser forskningen, at online markedsføring følger samme mønster. Med hastigheden af den teknologiske forandring og dertilhørende kommercielle investeringer i sociale netværkstjenester er der, ifølge McCreanor et al., (2013) opstået et komplekst online miljø, hvori de unges drikkekulturer konstrueres (McCreanor et al., 2013, s. 117). Dertil har alkoholmarkedsføringen, som påvist i ovenstående, formået at ramme ind i et skæringspunkt mellem de unge menneskers identitetsskabelse, en kommercielt drevet alkoholkultur og udbredelsen af sociale netværkssystemer blandt unge (McCreanor et al., 2013, s. 115). Et pletskud som har resulteret i en øget sandsynlighed for at unge enten begynder at drikke

alkohol eller forøger deres aktuelle indtag (Hendriks et al., 2018; McCreanor et al., 2013; Steers et al., 2024). Selvom sociale mediers fremkomst har bragt glæde hos brugerne, gennem bruger-genereret indhold og øget mulighed for deltagelse, identificeres studier ligeledes en konsekvens ved kommercielle interesser, som knytter an til de selvstændiggørende praksisser, der hersker gennem sociale medier (McCreanor et al., 2013, s. 111).

Flere af studierne som påtaler alkoholmarkedsføring på sociale medier som problematisk, indtager dertil en feministisk position i undersøgelsen af kvinders brug af og deltagelse i såkaldte "online sobriety communities", hentydende til online fællesskaber for kvinder, der forsøger at mindske alkoholvaner via henholdsvis Instagram eller Facebook (Atkinson et al., 2023; Davey, 2023; Nicholls, 2021). Det seneste årti har udbredelsen af ædru online fællesskaber, hovedsageligt etableret af kvinder, fundet sted gennem forskellige sociale medieplatforme, der tilbyder en række ressourcer til at støtte individer i at ændre deres alkoholforbrug via samhørighed, coaching, online seminarer og live events (Davey, 2021, s. 2). Et yderligere eksempel, der knytter an til denne slags sociale bevægelse, er fænomenet "sober curious". Et fænomen der det sidste årti har haft sit indtog i samfundet, og som kun er blevet mere fremtrædende i kraft af sociale mediers affordances og dertilhørende influencere, som har taget begrebet til sig og skabt fællesskaber herom (Lunnay et al., 2022, s. 2). Ifølge Lunnay et al. (2022) er det især kvinder og unge mennesker, der gennem deres online profiler udforsker og deler fordelene ved at drikke "med omtanke" i deres online netværk (Lunnay et al., 2022).

Ud fra interviews i et studie af Atkinson et al. (2023) tyder også på, at online ædru fællesskaber på Instagram tilbyder et alternativt rum for støtte, hvor kvinders ædruelighed vinkles mere positivt end inden for de mere traditionelle afvænningsstilbud som AA. Også Nicholls (2019) interviewer kvinder der ikke har adgang til et formelt behandlings- eller rehabiliteringsforløb, men som i stedet, primært, er rekrutteret gennem det såkaldte "Women who don't drink" fællesskab på Facebook (Nicholls, 2021). Atkinson et al. argumenterer yderligere for, at online fællesskaber rummer en bredere repræsentation af individer. De fremhæver, hvordan kvindernes debat i fællesskabet afspejler en rekonstruktion af diskursen omkring alkoholproblemer, der udfordrer den vante opdeling mellem "alkoholikere" og det at have "normale drikkevaner". En diskurs, der bevæger sig fra en indsnævret maskulin stereotyp, "manden på bænken", til også at omfavne dem, der ikke nødvendigvis rammer et alvorligt lavpunkt (Atkinson et al., 2023, s. 9). De fleste medlemmer i fællesskabet positioneres indenfor en gråzone af det bredere spektrum, der ikke kun inkluderer individer, som ønsker fuld afholdenhed, men også dem, der

er nysgerrige på en mere ædru livsstil. Det giver os derfor et billede af, hvordan individers deltagelse i online fællesskaber kan bidrage til en nuanceret og mere inkluderende alkoholdebat, der repræsenterer en bred række af personlige narrativer og samhörige perspektiver.

Det socialpsykologiske aspekt af alkoholkultur

Når vi kigger ind i den eksisterende litteratur, bliver vi bevidste om, at mange studier trækker på socialpsykologiske teorier for at forstå, hvilken betydning alkoholforbrug og kulturen herom har for ungdommen. Hvor ovennævnte mediastudier i konteksten af unges alkoholkultur ofte inddrager det socialpsykologiske perspektiv, med formålet om at forstå hvilke sociale normer mediediskurserne er konstrueret omkring, tager andre studier afsæt i disse teorier uden mediefokusset. I stedet undersøger flere socialpsykologiske studier, som det følgende afsnit vil belyse, hvordan individer socialt konstruerer en bestemt, og oftest dominerende, kultur omkring alkoholforbrug. I disse studier identificerer vi derfor, i overensstemmelse med de medieorienterede studier, et gennemgående fokus på den hegemoniske diskurs, der normaliserer alkoholindtag blandt individer i samfundet. Ved at inkludere dette perspektiv forud for vores undersøgelse, giver det mulighed for at forholde mediefremstillinger med socialpsykologiske fund, hvilket giver en mere holistisk forståelse af den dominerende alkoholkultur blandt unge.

Et alkohol narrativ

Flere studier påviser hvordan historiefortællinger, med alkohol som omdrejningspunkt, viser sig at være afgørende for den sociale færden hos de unge, og at netop drukhistorier er absolut centrale for de unge, og fungerer som en fælles kilde til underholdning (Griffin et al., 2009). Dertil ser vi hvordan forskellige perspektiver på tilhørsforhold eller *belonging* er især centralt i den del af forskningen. Dette er tilfældet hvad enten der er tale om forskellige former for afholdenhed (Bærndt & Frank, 2023; Frank et al., 2020; Advocat & Lindsay, 2015), eller undersøgelser omkring unges alkoholbrug og dets relation til sociale normer og inklusion (Herold & Kolind, 2022), (Niland et al., 2013). *Belonging* anvendes i flere studier som et mere eller mindre selv-defineret begreb, hvortil det derfor også bruges forskelligt afhængigt af hvilket forskningsfelt der er tale om (Antonsich, 2010, s. 644). I den litteratur som anvender *belonging* i en alkoholkontekst, vedrører begrebet problematikker vedrørende, hvordan individers interpersonelle relationer er dybt påvirket af at være en del af bestemte grupper, såvel som deres positioner i disse grupper (Yuval-Davis, 2006, s. 198). Dertil hvordan man gebærder sig, når disse relationer og gruppedynamikker, i den danske kultur, er betinget af indtaget af alkohol

(Herold & Kolind, 2022, s. 1). Med vores interesse for diskursive konstruktioner i medierepræsentationen af unges alkoholkultur, kan dette begreb bidrage med en mere indgående forståelse af de problematikker som er aktuelle inden for det sociale aspekt på alkoholkultur, som vi senere kan henholde til medierepræsentationen, og de diskurser som udspilles her.

Litteraturen fokuserer i den forbindelse på individers behov for at tilpasse sig de grupper, de tilhører, af frygt for eksklusion. Dette sættes i stærk relation til alkohol, som i Danmark stadig indgår som et centralt element i en stor del af unges sociale forpligtelser (Herold & Kolind, 2022, s. 1). Yuval-Davis (2006) analytiske bestræbelser på belonging betragtes som de mest omfattende (Antonsich, 2010, s. 645), hvorfor det også er hendes perspektiver der generelt trækkes på i de inddragede studier. Hendes analytiske ramme beror sig på en opdeling mellem 'belonging' og 'politics of belonging', en vigtigt distinktion at gøre sig, ifølge Yuval-Davis (2006), i henhold til at kunne fremhæve en politisk diskurs om nationalitet, racisme eller andre nutidige politiske problematikker om belonging (Yuval-Davis, 2006, s. 197). Belonging vedrører den følelsesmæssige tilknytning og følelsen af at "høre hjemme" - en følelse der ikke kun er betinget af ens fysiske lokalitet, men knytter sig ligeledes til grupperinger og sociale bånd (Bærndt & Frank, 2023, s. 27). Til forskel fra belonging, knytter politics of belonging sig til dimensionen om, "hvem er inkluderet og hvem er ekskluderet", og hvad der udgør mindste grundlaget for, at man hører til i et samfund, hvad end det angår oprindelse, kultur og normativ adfærd (Yuval-Davis, 2006, s. 207). Dette eksemplificeres af Bærndt og Frank (2023) ved det danske håndtryk, som kræves i erklæringen som dansk statsborger (Bærndt & Frank, 2023, s. 27). Dette tænker Bærndt og Frank (2023) videre til en påstand der inkluderer indtagelse af alkohol, som en del af en national identitet som ung i Danmark, hvilket dette speciale knytter an til. I studiet problematiseres det, i henhold til eksklusion af unge muslimske kvinder, hvor flertallet, qua deres religion, ikke drikker alkohol (Bærndt & Frank, 2023, s. 34). Dog er det nærliggende at sætte spørgsmålstegn ved, at når alkohol er en så afgørende spiller i de unges sociale omgang, om dette ligeledes afspejler sig i medierepræsentationen og den hegemoniske diskurs. Dertil er det interessant, hvorvidt den hegemoniske diskurs om alkohol understøttes af føromtalte industri, og deres dominans i konstruktionen af diskursen om alkohol som en naturlig del af ungdommen, mere end en sundhedsskadelig eller ekskluderende retorik.

I førnævnte studie fra Griffin et al., (2009) lød det, at narrativer omkring ens omgang med alkohol som ung, viste sig som afgørende for de unges sociale liv. Dertil lyder det, at det derfor også kan adskille en fra fællesskabet som ung, hvis man ikke er i stand til at producere en

historie, om at have gjort noget sjovt eller dumt i beruset tilstand (Griffin et al., 2009, s. 463). Sætter man tidligere pointer fra perspektiverne på belonging i relation til ovenstående, kan et tilstående argument være, at de unges historiefortællinger som er bærende for den identitet, de skaber for dem selv som mennesker, i høj grad relaterer sig til alkohol. Set i lyset heraf bliver alkohol heller ikke en ubetydelig faktor i ønsket om at ”høre til”, da man hurtigt kan opleve sig selv ude fra det sociale fællesskab, hvis man er uden en beretning at bidrage med. Hertil viser forskning også, at de unge af samme grund vælger at inkorporere alkoholen i deres fortælling om dem selv som individer. I en undersøgelse fra Kolind (2011) fremhæves det blandt andet, hvordan nutidens unge agerer efter, det som i undersøgelsen kaldes for, en kontrolleret ruspraksis; et kontrolleret tab af kontrol, hvor de unge forsøger at leve op til det moderne forbrugersamfunds idealer om selvrefleksion eller selvforbedring. Altså hvor det at drikke sig fuld som en handling, er med til at konstruere en fortælling om sig selv (Kolind, 2011, s. 296). I førnævnte danske undersøgelse, der ligeledes trækker på Yuval-Davis’ begreb om belonging, påtales ligeledes sammenhængen mellem alkohol og de unges identitetsprocesser, med udgangspunkt i danske muslimske kvinder (Bærndt & Frank, 2023). Her konkluderer man, at danske unges forbrug af alkohol er viklet ind i deres identitetsdannelsesprocesser, og sigende for den normative samtale mellem de unge. Således bliver konsumering af alkohol både konstruerende for den individuelle identitet (belonging) såvel som den nationale identitet (politics of belonging) (Bærndt & Frank, 2023, s. 34). Noget der, ifølge dem, især skaber dilemmaer for blandt andet unge muslimske kvinder i Danmark.

Social eksklusion

I forbindelse med ovenstående ses der i forskningen en interesse for det sociale pres, der er forbundet til drukkultur, hvorfor flere studier berører de sociale betydninger det har, hvis man som individ mindsker indtaget af alkohol eller helt vælger alkohol fra (Advocat & Lindsay, 2015; Conroy & de Visser, 2013; Demant & Järvinen, 2011; Järvinen & Gundelach, 2007). Undersøgelser tyder på, at unge risikerer oplevelsen af social eksklusion ved fravalget af alkohol. Det beskriver, hvordan alkoholindtaget hos unge i høj grad hænger sammen med venskaber, popularitet og modenhed. Hvis man dertil som ung ikke følger de kulturelle mønstre om at drikke til beruselse, er det sandsynligt, at man ekskluderes fra venskaber og fest hos teenagerne, hvor der ydermere foregår såkaldte alkoholrelaterede status forhandlinger (Järvinen & Gundelach, 2007). Demant og Järvinen (2011) går i dybden med forholdet mellem danske unges alkoholforbrug og deres sociale kapital. Undersøgelsen peger på, hvordan de grupper af

unge der enten ikke drikker, eller, som det beskrives i artiklen, “drikker for lidt”, i høj grad ikke bidrager til den kollektive sandhed som hersker hos de unge, hvortil de derfor heller ikke bakkes op af majoriteten som drikker (Demant & Järvinen, 2011, s. 99). Dette lægger sig opad den “alt eller intet” tilgang som Advocat og Lindsay (2015) identificerer i et studie, hvortil beslutningen om ikke at drikke falder uden for normalen og imod den dominerende kulturelle logik (Advocat & Lindsay, 2015, s. 145). Desuden fremhæver de unge, at kun få undskyldninger, anses som socialt acceptable for at undgå alkohol; at være religiøs, at køre bil, at have rollen som omsorgsperson eller at have seriøse forpligtelser til arbejde og studieforpligtelser (Advocat & Lindsay, 2015, s. 146). Denne form for social begrænsning i muligheder, der også bruges som strategier for at undgå alkohol, ser Advocat og Lindsay (2015) som betydningsfuld for at forstå den hegemoniske diskurs, der bidrager til alkoholforbrugets normalisering (Advocat & Lindsay, 2015, s. 141). Dette diskursive undersøgelsesfokus, med hegemoni begrebet i relation til alkohol, er de ikke alene om at dykke ned i (Advocat & Lindsay, 2015; Pietracatella & Brady, 2016).

Ofte bliver spørgsmålet om køn sat på spidsen, hvor særligt begrebet “hegemonisk maskulinitet” diskuteres. Både Conroy og de Visser (2013) samt Demster (2011) trækker på Connells (2005) teori om hegemonisk maskulinitet i undersøgelsen af, hvorvidt alkohol spiller en rolle i at fastholde mænd i en vis maskulin, og dominerende, identitet (Connel, 2005 i Conroy & de Visser, 2013 og Dempster, 2011). Conroy og de Visser (2013) undersøger, hvordan det at fravælge alkohol bliver diskursivt konstrueret i relation til maskulin identitet blandt 12 universitetsstuderende (Conroy & de Visser, 2013). Ved at trække på Willigs (2008) analytiske retningslinjer, et foucauldiansk afsæt, udpeger de tre fremtrædende diskurser (Willig, 2008 i Conroy & de Visser, 2013, s. 1435). Den første diskurs lægger sig op ad Advocat og Lindsays (2015) argument om, at det kræver en vis accepteret forklaring ikke at drikke. For det andet optræder der modstridende diskurser, idet personer der fravælger alkohol både konstrueres som asociale men samtidigt afspejler en større grad af omgængelighed. Slutligt identificerer de, at det medfører flere negative sociale konsekvenser for mænd end for kvinder at fravælge alkohol. Sidstnævnte udmunder i en diskussion af den hegemoniske maskuline identitet, som det tyder på, at mænd er underlagt af, hvad angår alkoholindtag (Conroy & de Visser, 2013, 1436ff). Denne indsigt kan blive interessant at vænne tilbage og potentielt udfordre i specialets analyse, når vi bliver bekendte med, hvordan repræsentationen af mænd og kvinder konstrueres i den danske mediefremstilling af alkoholkultur. En betydningsfuld pointe fra Demant og Järvinen (2011) er, at uanset om man som ung tilhører det flertal i gruppen, der deler normerne, eller det

mindretal i gruppen, der modsætter sig dem, kan de aldrig ignoreres helt, fordi det at drikke, på den "rigtige" måde, er centralt for at opnå social ressourcekapital blandt unge i Danmark (Demant & Järvinen, 2011, s. 100).

Specialets placering i forskningsfeltet

Ovenstående litteraturgennemgang har givet os indblik i alkoholkulturen og dens repræsentation i medierne, hvilket afslører et komplekst landskab med forskellige metodologiske og teoretiske tilgange. Flere studier fremhæver positive aspekter ved alkoholkulturens udfoldelse gennem medier og socialpsykologiske perspektiver. Sociale medier tilbyder støttefællesskaber, som online ædru fællesskaber og "sober curious"-bevægelser, hvor især kvinder og unge kan udforske og dele fordelene ved at drikke med omtanke. Disse fællesskaber danner en positiv og inkluderende diskurs omkring afholdenhed, uanset om det omhandler afvænnings eller nysgerrighed over for ædru vaner. Den socialpsykologiske forskning viser dertil, at alkoholforbrug kan styrke sociale bånd og følelsen af tilhørsforhold i ungdomsgrupper samt bidrage til identitetsskabelse og personlig udvikling, når det praktiseres bevidst.

Generelt ser vi dog en overvægt af kritiske studier, ofte med diskursanalytiske tilgange, som undersøger alkoholkulturens magtforhold og hegemoniske strukturer. Mange peger på politiske og kommercielle interesser, der former mediefremstillingen af alkohol, og fremhæver alkoholindustriens betydelige indflydelse på, hvordan alkohol præsenteres for at normalisere og glamourisere forbruget. Dette påvirker offentlighedens opfattelse af alkohol og undergraver folkesundhedsinitiativer. Litteraturen viser også, hvordan sociale medier og populærkulturens underholdningsmedier former unges identitet og sociale liv, hvor alkohol er central i de narrativer, de unge konstruerer om sig selv. Dette skaber en alkoholkultur, hvor unge kan føle sig pressede til at drikke for ikke at blive ekskluderet fra sociale fællesskaber, en eksklusion som også ses hos unge, der af forskellige årsager afholder sig fra alkohol.

Med vores fokus på medierepræsentationer af unges alkoholkultur i Danmark afgrænser vi os ikke fuldstændigt fra det eksisterende felt, idet vi bygger videre på forestillingen om, at der hersker interessante problemstillinger omkring mediefremstillingen af alkoholkultur og mediernes rolle i denne formidling. Dertil drager nærværende undersøgelse inspiration fra det interesseaspekt, som flere studier påpeger som en væsentlig del af mediernes dækning af alkoholkultur. Vi anvender derfor en kritisk tilgang for at afsløre medierne som en aktiv praksis i fremstillingen, og hvordan deres diskursive magtposition er med til at forme offentlighedens

opfattelse af virkeligheden. Vi knytter an til flere studiers poststrukturalistiske tilgang med ønsket om ikke kun at undersøge de hegemoniske forhold i mediernes udlægning af alkoholkultur, men også at dekonstruere diskurserne for at fremhæve marginaliserede og potentielt ekskluderede positioner i debatten. Vores ambition er at belyse, hvordan medierne taler på de unges vegne, og hvorvidt medierne giver muligheder for at de unge selv kan deltage i debatten. Ved at kombinere mediekommunikative og socialpsykologiske perspektiver søger vi at bidrage til en holistisk forståelse af, hvordan medierne som diskursive praksisser både kan reproducere og udfordre eksisterende hegemoniske forståelser omkring alkohol, samt hvordan forskellige medierepræsentationer kan forme og afspejle magtstrukturer og sociale normer omkring alkoholforbrug i samfundet.

Teoretisk rammesætning

I dette afsnit præsenteres specialets teorigrundlag, efter at litteraturreviewet har udvidet vores forståelse af, hvordan forskellige medietyper spiller en rolle i repræsentationen af unge og alkoholkultur. Det skaber en yderligere undren omkring, hvordan der i medierepræsentationen hersker en hegemonisk diskurs omkring unges alkoholkultur i Danmark. For at undersøge, hvordan denne hegemoniske diskurs opretholdes og udfordres, samt mediernes rolle heri, ønsker vi at skabe et teoretisk grundlag, som kan støtte os i diskursivt at analysere repræsentationerne i debatten og mediernes rolle i at forme offentlighedens forståelse af unges alkoholkultur. Vi introducerer derfor Laclau og Mouffes diskursteori i samspil med Stuart Halls forståelse af medierne gennem repræsentation og Nick Couldrys perspektiv på medier som praksis, der udøver magt gennem besiddelsen af medie meta-kapital. Disse tre teoretiske perspektiver gør os i stand til at analysere empirigrundlaget som en diskursiv praksis, hvor medierne har en central rolle i at konstruere sociale virkeligheder og magtstrukturer gennem diskursive kampe. Vores teoretiske blik, med et poststrukturalistisk fokus, hjælper os med at betragte, hvilke diskurser der udfordrer hegemonien som en del af en ideologisk forståelse af alkoholkultur. Nedenfor præsenterer vi de tre teoretiske positioner i en teoretisk diskussion, hvor vi yderligere belyser, hvordan positionerne spiller sammen i forhold til dette speciales undersøgelsesfokus.

Alkoholkultur: en diskursiv kampplads

I forbindelse med ønsket om at undersøge mediedækningen af unges alkoholkultur ud fra et diskursivt fokus, ser vi et indledende behov for at introducere Ernesto Laclau og Chantal Mou-

ffes diskursteoretiske begrebsapparat, som rammesættende for vores måde at gå kritisk diskursivt til værks i specialets analyse. Af den grund vil vi passende udpensle, hvordan vi definerer diskurser på linje med deres begrebsliggørelse. Laclau og Mouffe udvider begrebet *diskurs* ud over dets traditionelle sproglige betydning til at omfatte en bred vifte af sociale praksisser, der producerer mening og viden. I deres banebrydende værk, "Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics" (1985), definerer de diskurs som en struktureret totalitet, der består af tegn, sproglige udsagn, og symbolske handlinger, der sammen konstruerer den sociale virkelighed (Laclau & Mouffe, 1985, s. 105). Udformningen af deres diskursteori består af en sammentænkning af to store teoretiske traditioner: marxismes og poststrukturalisme. Ved at samle marxismens sociale aspekt, jf. Antonio Gramsci, og poststrukturalismens teori om betydning, jf. Michel Foucault, skabes der en forståelse af det sociale felt som et væv af betydningsdannelsesprocesser (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 35). Vi læner os særligt op ad deres poststrukturalistiske idé om, at diskurser former vores forståelse af verden, et perspektiv, der som nævnt under vores videnskabsteoretiske refleksioner, er med til at præge vores position som forskere. I den forbindelse præsenterer Laclau og Mouffe flere diskursive begreber, som er centrale for deres opfattelse af diskurser og processen herom. *Diskurs* ses som en fastlæggelse af betydning inden for et bestemt domæne, hvortil Laclau og Mouffe henviser til yderligere tre begreber, som vi kan forstå de diskursive processer ud fra (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 36):

"The structured totality resulting from the articulatory practice, we will call *discourse*. The differential positions, insofar as they appear articulated within a discourse, we will call moments. By contrast, we will call element any difference that is not discursive articulated" (Laclau & Mouffe, 1985, s. 105).

Vi forstår derfor *artikulation* som et begreb for den praksis, der etablerer relationer mellem *elementer*, på en sådan måde, at identiteten omdannes som et resultat heraf (Laclau & Mouffe, 1985, s. 105). Elementerne refererer til de grundlæggende byggesten inden for en diskurs, som endnu ikke er fastgjort i nogen bestemt diskursiv struktur. Disse elementer har potentialet til at indgå i flere forskellige diskurser gennem processen med artikulation. De er dermed flydende og åbne for en række forskellige betydninger eller identiteter, afhængigt af, hvordan de bliver artikuleret sammen med andre elementer. Elementernes betydning er ikke iboende eller fast,

men opstår gennem deres relationer til andre elementer i en diskurs. Elementer bliver til *momenter*, når de er blevet artikuleret sammen i en specifik diskursiv formation og dermed har fået tildelt en bestemt rolle eller betydning inden for denne diskurs. Dog er denne overgang fra element til moment aldrig fuldstændig gennemført, som er det, der gør artikulationsprocessen mulig (Laclau & Mouffe, 2002, s. 60). Når elementer artikuleres sammen, bliver de til fastgjorte momenter i diskursen, som bidrager til dens stabilitet og kohærens. Momenterne er dermed de elementer, der har fået deres betydning fikseret, i så fald midlertidigt, og fungerer således som nøglekomponenter i den diskursive struktur (Laclau & Mouffe, 1985, s. 106).

Den artikulerende praksis konstrueres omkring *nodalpunkter*, som Laclau og Mouffe betegner som de privilegerede tegn, som har formået at standse det diskursive felt (Laclau & Mouffe, 1985, s. 112), og som en diskurs organiserer sig omkring (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 39). Vi vil altså identificere de tegn, der fastlåser diskurserne i det diskursive felt omkring alkoholkultur, hvor forskellige diskurser konkurrerer om at definere, hvordan vi forstår og håndterer unges alkoholforbrug. Nodalpunkterne fungerer derved tomme i sig selv, men får tillagt betydning, når de indsættes i en bestemt diskurs. I debatten om alkoholkultur tillægges tegn dermed forskellig betydning, afhængig af om de organiseres i diskursen om frihed eller kulturel forandring. Nodalpunkterne kan ligeledes fungere som elementer i en bestemt diskurs, som er betegnelsen for et flertydigt tegn, som diskurserne forsøger at reducere til entydige (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 38). Laclau og Mouffe har dertil en betegnelse for de elementer, som i særlig høj grad er åbne for forskellige betydningstilskrivninger; *flydende betegnere*, noget som forskellige diskurser kæmper om at få lov at indholdsudfylde på en vis ønsket måde (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 39). Nodalpunkter og flydende betegnere kan dermed siges at være af samme betydning, men hvor de flydende betegnere er repræsentative for den kamp, vi ser der foregår mellem de forskellige diskurser i debatten om alkoholkultur. Artikulation kan dermed siges at være den praksis som indbefatter konstruktionen af nodalpunkter, som forsøger delvist at fikserere mening (Laclau & Mouffe, 1985, s. 113) og udfordre de gældende diskurser (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 39). Som et yderligere led i den diskursive proces, er ækvivalenskæder, som ifølge Laclau og Mouffe udgør “the identical something” indenfor diskursen, hvor man tilmed kan reducere forskellene. Laclau og Mouffe definerer ækvivalenskæderne som: “The differences cancel one other out insofar as they are used to express something identical underlying them all” (Laclau & Mouffe, 1985, s. 127). Formålet med en ækvivalenskæde er derfor at etablere forbindelser og relationer mellem forskellige elementer vi ser inden for de respektive diskurser, for at de kan forstås som relaterede inden for en bestemt kontekst.

Antagonisme og hegemoni

Grundlæggende set peger diskursteorien på en overbevisning om, at diskurser aldrig kan etableres fuldkommen, da de altid er i diskursiv kamp med andre virkelighedsforståelser (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 60). Her bliver begrebet *antagonisme* relevant at tage op, da dette er diskursteoriens begreb for konflikt: “This ‘experience’ of the limit of all objectivity does have a form of precise discursive presence, and this is *antagonism*” (Laclau & Mouffe, 1985, s. 122). Antagonismer opstår, når diskurserne støder sammen, det vil sige, når forskellige identiteter gensidigt forhindrer hinanden (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 60). Dertil er det gennem en *hegemonisk intervention*, at antagonismerne opløses (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 60). En hegemonisk intervention består i en artikulation som er så stærk, at den formår at genoprette en entydighed og opløse den forhenværende antagonisme. På denne måde betegner både hegemoni og diskurs en fastlåsning af elementer i momenter (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 61). Dog sker hegemoni det sted i den artikulerede praksis, hvor elementer endnu ikke er blevet fastlåste momenter. Den hegemoniske fastlåsning sker tilmed på tværs af diskurser, som støder sammen i en antagonisme. Den hegemoniske intervention er dermed succesfuld, hvis den formår at dominere dér, hvor der førhen var konflikt (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 61).

Laclau og Mouffes hegemonibegreb er særligt inspireret af den måde Gramsci ser en utilstrækkelighed i den økonomisk determinerede ideologi som forklaring på de herskende klassers magtposition, hvorfra han anvender begrebet *hegemoni* til at forklare disse processer (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 48). På den måde bliver hegemoni lige så vel et centralt begreb i diskursteorien, som Laclau og Mouffe udvikler videre fra Gramscis oprindelige formulering (Laclau & Mouffe, 1985, s. 134). For Gramsci refererer hegemoni til den proces, hvorved en social klasse opnår og opretholder lederskab eller dominans i samfundet ikke kun gennem vold og tvang, men også ved at opbygge konsensus omkring visse interesser og verdenssyn som universelle og naturlige (Gramsci i Laclau og Mouffe, 1985, s. 66). I Laclau og Mouffes videre-tænkning på Gramscis opfattelse af hegemoni, bliver det altså en måde at forstå, hvordan bestemte diskurser bliver dominerende eller “naturlige” inden for det sociale rum. Denne dominans opnås gennem den førnævnte proces af artikulation, hvorved forskellige elementer fastlåses sammen i en hegemonisk diskurs (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 48).

Medierne som diskursiv praksis

Som tilføjelse til ovenstående diskursive gennemgang, ønsker vi at holde Laclau og Mouffes pointe om tegn, sproglige udsagn, og symbolske handlinger, som konstruerende for den sociale virkelighed (Laclau & Mouffe, 1985, s. 105), i forhold til medierne, ved at inddrage Couldrys perspektiv om medie praksis. Vi vil dermed anse vores empiriske grundlag som en diskursiv praksis, hvor medierne bidrager til konstruktionen af den sociale virkelighed.

Med begrebet *mediepraksis* udfordrer Couldry de traditionelle tilgange til medierne ved at forbinde mediepraksis til “the open set of practices relating to, or oriented around, media” (Couldry, 2004, s. 117). Hans tilgang antyder et skift i medieforskningen fra at fokusere på medietekster til at rette blikket mod et bredere sæt af praksisser relateret til medier: ”The value of practice theory is to ask questions about what people are doing in relation to media” (Couldry, 2012, s. 43). Couldry mener, at man med praksis indfanger de komplekse måder, hvorpå medier bliver en integreret del af hverdagslivet (Couldry, 2005, s. 23). På samme måde ønsker vi at indfange kompleksiteten af mediernes rolle i skabelsen af de diskursive positioner vi ser i empirien. Praksisbegrebet anvendes dermed ikke så aktivt i vores analyse, men dækker i stedet over måden hvorpå vi anser medierne som en diskursiv praksis, der aktivt er med til at formulere og forme diskurser, der repræsenteres i debatten omkring unges alkoholkultur.

Praksisteorien kan derfor tilføje en dimension til vores analyse, som ikke diskursteorien lægger op til. Ved at følge Couldrys tilgang til medierne som en praksis ønsker vi at undersøge, hvordan også journalistiske beslutningsprocesser, herunder nyhedsudvælgelse og kildevalg med opbakning fra Halls teori og begreb om konsensus, har indflydelse på måden diskurserne udfolder sig i debatten. I den forbindelse bruger Couldry begrebet *naturalization* ved at betone mediernes evne til at naturalisere visse opfattelser og kategorier inden for den sociale verden (Couldry, 2012, 84), hvilket passende kan relateres til Laclau og Mouffes hegemonibegreb. Ligesom diskursteoriens fokusering på hegemoni som måden diskurser bliver “naturlige” og dermed dominerende i sociale praksisser, fremhæver Couldry mediernes rolle i denne diskursive praksis, hvor de ikke bare repræsenterer verden, men også skaber og naturaliserer bestemte beskrivelser af virkeligheden, som tages for givet i daglig praksis. Dette ser vi som et passende argument for, at de to teorier taler godt sammen, men eftersom vi har valgt at lave en hegemonianalyse, er det hegemoniebegrebet der vil være i fokus specialets analyse.

Konsensus om alkoholkultur

Som tilføjelse til at vi analysen ønsker at se på nyhedsmedierne som en diskursiv praksis, vil vi i den forbindelse inddrage Halls blik på det journalistiske virke og hvordan det aktivt bidrager til at udfordre eller opretholde hegemoniske forståelser af samfundet. Dette blik kan være med til at tydeliggøre, hvordan den hegemoniske diskurs spiller ind i en mere ideologisk praksis som medierne opretholder ved at informere offentligheden indenfor de rammer Hall betegner med begrebet *konsensus*.

Hall beskriver, hvordan udvælgelsen af nyheder hverken fungerer som en simpel eller transparent proces for medierne, som ikke naturligt rapporterer begivenheder som i sig selv er nyhedsværdige. Nyheder er derimod et slutprodukt af en kompleks proces, som begynder med en sortering og udvælgelse (Hall et al., 1978, s. 53). En del af journalistikkens opgave består i at gøre en begivenhed ”forståelig” for modtageren (Hall et al., 1978, s. 55). Processen i at gøre det, er en social proces, som handler om at appellere til de afgørende antagelser som hersker omkring samfundet og hvordan det fungerer. Ved som medie at plote nyhedsbegivenheder ind i en sådan kontekst, hvor den giver mening for modtageren, bidrages der til skabelse af en social *konsensus*, som er den, et samfund samler sig om (Hall et al., 1978, s. 55). På baggrund af denne sociale konsensus, har et samfunds medlemmer derfor adgang til samme kulturelle viden, hvilket resulterer i et fælles perspektiv på de nyheder som vi præsenteres for. Hall beskriver denne sociale deling som nødvendig til en vis grad, men fordi vi som samfund anser vores overbevisninger og kulturelle forståelse som den eneste, antages det ligeledes, at der kun præsenteres ét perspektiv i nyhedsbilledet (Hall et al., 1978, s. 55). Tænker man dette sammen med forestående hegemonibegreb, vil det sige, at mediernes præsentation af forskellige og modstridende diskurser på et emne, altid vil ske indenfor denne konsensus som samfundet abonnerer på.

Ifølge Hall er denne grundlæggende kulturelle forståelse om samfundet, steget til et ideologisk niveau, hvor offentligheden kun gøres bekendt med ét perspektiv, som nægter fremstillingen af enhver større diskrepans mellem forskellige grupper eller meninger i samfundet (Hall et al., 1978, s. 55). En konsensus som deraf repræsenterer et samfund uden nogle store hverken kulturelle eller økonomiske kriser og ingen interessekonflikter mellem samfundets klasser og grupperinger.

Nyheder fortolkes dertil af offentligheden inden for de rammer, som tillades af samfundets overordnede konsensus. De fremstilles gennem specifikke forklaringer, billeder og diskurser som artikulerer, hvad der antages at offentligheden tænker og ved om samfundet (Hall et al., 1978, s. 56). Grunden til, at der er store ligheder mellem de politiske og mediernes konsensus har, ifølge Hall, sine rødder i de professionelle krav om upartiskhed og objektivitet, som medierne er underlagt. For journalistikken betyder det at skabe en klar distinktion mellem mening og fakta, hvilket kræver at den journalistiske praksis forsikrer sig, at de udtalelser som de præsenterer, er objektive, autoritative udtalelser fra akkrediterede kilder (Hall et al., 1978, s. 56). Dette tvinger journalister til at snakke med repræsentanter for de store sociale institutioner, som, grundet deres magt og position i samfundet, betragtes som akkrediterede. En anden kilde som ligeledes benyttes hyppigt og har samme status er 'eksperten'. En, hvis formål beskrives, med ironisk undertone, af Hall som "the disinterested pursuit of knowledge - not his position or his representativeness, confers on his statements 'objectivity' and 'authority'" (Hall et al., 1978, s. 58). Det er denne relation mellem medierne og deres 'magtfulde' kilder, hvor Hall rejser spørgsmålet om mediernes ideologiske rolle (Hall et al., 1978, s. 58). Her skal det pointeres, at når Hall taler om ideologi, refererer han ikke blot til en politisk forståelse, men til betydninger, der er dybt forankrede i vores daglige liv og kultur, og som tilmed påvirker vores værdisæt (Hall, 1980, s. 66; Hall, 1985, s. 99). Betydninger som medierne på den måde bidrager til, ved at anvende de kilder, som de er pålagt for at leve op til deres praksis. På den måde præsenterer medierne en forståelse af den sociale virkelighed, som gælder for alle medlemmer af samfundet. Men hvor virkeligheden er, at der kun er tale om den dominerende gruppe, som igennem deres magt over de store institutioner, besidder ressourcerne til at beskytte og reproducere deres syn som den generelle definition (Hall et al., 1978, s. 59). Hvad Hall ønsker at belyse gennem dette, er i hvor høj grad en bestemt professionel praksis sikrer, at medierne effektivt, men "objektivt", spiller en nøglerolle i reproduktionen af de herskende ideologiers dominerende felt (Hall et al., 1978, s. 59). Selv udtrykker Hall mediernes bekymrende rolle med dette citat:

But this raised questions concerning the social roll of the media. For if the media were not simply reflective or expressive of an already achieved consensus, but instead tended to reproduce those very definitions of the situation which favored and legitimated the exciting structure of things, then what had seemed at first as merely

a reinforcing role, had now to be reconceptualized in terms of the medias role in the process of consensus formation (Hall, 1982, s. 118).

Halls blik på mediernes rolle er ikke blot forstærkende til den etablerede konsensus, men ligeledes som konstruerende af den. Her er det problematiske ved mediernes dominans altså, at den gør det vanskeligt at forestille sig en position, hvorfra man kan modstå eller udfordre den, undtagen gennem den dominerende elites værdier eller ideer, som har det med at ekskluderes samfundets masser (Hall et al., 2013, s. 344).

Vender vi igen blikket mod diskursteoriens begreb om *hegemoni* inddrager Hall selvsamme og ligeledes med rødder i Gramscis begreb om kulturel hegemoni om hvordan ideologisk dominans bliver til almen accept (Drotner, 2021, s. 281). I modsætning til det faste greb om samfundet, som ovenstående gennemgang af dominans indebærer, vindes hegemoni i stedet i en forhandling mellem konkurrerende sociale, politiske og ideologiske kræfter, hvorigennem magten anfægtes, forskydes eller reformeres (Hall et al., 2013, s. 344). Ved at tænke Hall og Laclau og Mouffes teoretiske positioner sammen, kan vi i analysen se på de hegemoniske diskurser som bidragende til Halls beskrivelse af en etableret konsensus som potentielt medvirkende i en politisk ideologisk dominans af samfundet. Vi er den forbindelse interesserede i Halls teoretiske sigte i henhold til, hvorvidt empirigrundlaget afspejler udelukkende en hegemonisk forståelse eller ideologi omkring alkoholkultur, eller hvorvidt vi også ser betragtninger udenforstående betragtninger på emnet. Betragtninger som, qua mediernes praksis, potentielt udelukkes eller marginaliseres i debatten.

Repræsentation som medieressource

I tråd med specialets omdrejningspunkt om medierepræsentationer af unges alkoholkultur, udforsker vi følgende afsnit teoretiske begreber om repræsentation. Indledningsvist trækker vi på Halls begreb om repræsentation, der betoner mediernes rolle i at skabe mening om begivenheder, identiteter og grupper gennem sproget (Hall et al., 2013, s. 3). Halls tilgang til repræsentation kan dertil sammenkædes med Laclau og Mouffes diskursteori, der introducerer et mere politisk perspektiv på gruppedannelse og repræsentation af kollektive identiteter i samfundet (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 57). Ved at kombinere disse to teoretiske tilgange undersøger vi, hvordan medierne bidrager til at forme og formidle forskellige repræsentationer i debatten om unges alkoholkultur. Vi ser på, hvordan medierne ikke blot rapporterer om denne kultur,

men også aktivt deltager i konstruktionen. Ved at trække på Hall i forlængelse af Laclau og Mouffe og Couldry, bliver det dertil muligt for os at udforske, hvordan disse repræsentationer indlejrer sig i større diskursive kampe om magt, identitet og sociale normer.

I bogen *Representation* (2013) uddyber Hall samspillet mellem de to systemer som, ifølge ham, udgør begrebet repræsentation; produktionen af mening "of the concepts in our minds" igennem sproget (Hall et al., 2013, s. 3). Det er linket mellem disse 'koncepter' og sproget, som gør det muligt for os at referere til verden omkring os. Det første af de to systemer som udgør repræsentation, beskriver Hall som måden hvorpå objekter, mennesker og begivenheder er korreleret med et sæt af koncepter eller mentale repræsentationer, som vi bærer rundt på i vores hoveder (Hall et al., 2013, s. 3). Hall pointerer i den forbindelse, at grunden til hans betegnelse om et *system* af repræsentation er fordi der ikke er tale om individuelle koncepter, men forskellige måder at organisere, gruppere, arrangere og klassificere disse koncepter på. Derudover er der ligeledes forskellige måder at etablere komplekse relationer mellem dem på (Hall et al., 2013, s. 3). Eksempelvis anvender vi principperne om lighed og forskel til at etablere relationer mellem koncepterne eller til at skelne dem fra hinanden (Hall et al., 2013, s. 3).

Ifølge Hall er det igennem dette konceptuelle kort og mentale repræsentation, at vi er i stand til at danne mening (Hall et al., 2013, s. 4). Dog er det af stor betydning, hvorvidt vi er i stand til at dele og udtrykke vores konceptuelle system med andre, hvortil repræsentationens andet system bliver relevant. Ens konceptuelle system er individuelt og kan derfor være forskelligt fra andres, hvortil der skabes mening om verden forskelligt (Hall et al., 2013, s. 4). Deler vi derimod det nogenlunde samme konceptuelle kort, forstås det, at vi fortolker verden på nogenlunde samme måde, hvilket, ifølge Hall, er det, der menes, når man tilhører den samme kultur (Hall et al., 2013, s. 4). "Fordi vi fortolker verden på nogenlunde samme måde, er vi i stand til at etablere en delt kultur omkring mening og konstruere en social verden, som vi bebor sammen" (Hall et al., 2013, s. 4). Dog er denne deling af koncepter ikke nok, hvortil *sproget* udgør det andet system af repræsentation. Vi skal være i stand til at udveksle meninger og koncepter med hinanden for at opnå den optimale proces om repræsentation, som indgår i den generelle konstruktion af mening (Hall et al., 2013, s. 4). Vores konceptuelle kort må derfor oversættes til sprog for at skabe sammenhæng mellem vores koncepter og ideer igennem ord, lyde eller billeder, der indgår i det generelle begreb *tegn*. Dog fungerer sproget, ifølge Hall, ikke blot som en spejlingsproces af vores koncepter, men som ligefrem meningsskabende: "Meaning is

produced within language, in and through various representational systems which, for convenience, we call 'languages'. Meaning is produced by the practice, the 'work', of representation” (Hall et al., 2013, s. 14).

Det essentielle i Halls betegnelse af repræsentation er samspillet mellem de to systemer: det første system som gør os i stand til at skabe en meningsfuld forståelse af verden, hvortil det andet system fungerer ved at oversætte disse koncepter til et sprogligt system ved hjælp af et særligt sæt af tegn. Den proces, der forbinder ting, koncepter og sprog med hinanden, er, hvad Hall definerer som repræsentation. I betragtning af specialets diskursive fokus finder vi det som sagt passende at inddrage diskursteoriens definition af repræsentation, som her forstås som et politisk begreb. Her defineres repræsentation i stedet som et element i den diskursive gruppedannelse (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 57). I metodeafsnittets overvejelser omkring analysestrategi argumenterer vi for hvorfor ligeledes dette perspektiv på repræsentation er relevant. Dertil hvordan Stuart Hall og Laclau & Mouffe tilbyder to komplementære rammer, ønsker vi nu at uddybe, hvorledes vi kan drage fordel ved at bringe begge teoretiske perspektiver i spil i vores analyse af alkoholkultur blandt unge og mediedebatten herom.

Unge som kollektiv identitet

Ifølge diskursteorien organiseres vores måde at tale på, gennem førnævnte tegn, i diskurser, som skaber repræsentationer af virkeligheden. I tråd med Halls gennemgang udgør repræsentationer derfor aldrig blot afspejlinger af den allerede eksisterende virkelighed, men er med til at skabe virkeligheden, herunder viden og identiteter (Phillips, 2020, s. 379). Med udgangspunkt Laclau og Mouffes diskursive ståsted, er repræsentation et vigtigt element i diskursens gruppedannelsesproces, da grupper ikke er givne på forhånd i det sociale, men først opstår, når de italesættes (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 57). En repræsentant i denne kontekst kan derfor forstås mere generelt som en repræsentant for en gruppe, altså at nogle taler om eller på vegne af en gruppe. Gruppedannelse og dennes repræsentanter skal derfor i diskursteorien forstås som et politisk begreb for kollektive identiteter, hvor Halls perspektiv belyser hvordan forskellige grupper, repræsenteres af og i medierne. På trods af begrebets forskellige betydninger, er det fortsat relevant at se på gruppedannelse og konstitueringen af grupper i forskellige diskurser, da vi ønsker at se på unge som gruppe og hvordan de præsenteres kollektivt i medierne.

Når man i diskursteorien ser på gruppedannelser eller kollektive identiteter, er det efter samme principper som en individuel identitet, da der ikke er langt fra at identificere sig selv som 'ung' til at til at identificere sig som tilhørende til gruppen 'unge' (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 57). Dermed ses der på de førnævnte diskursive ækvivalenskæder og hvordan unge konstitueres som en kollektiv identitet i medierne (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 56). Noget som er relevant at tage højde for, når man ser på gruppedannelse og unge som en kollektiv identitet, er hvordan en så bred konstituering af en gruppe, skjuler de forskelle der måtte være i gruppen (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 57). Ligeledes et relevant perspektiv for denne undersøgelse, hvor vi både ønsker at se på hvilken hegemonisk diskurs der udspiller sig i medierne, men ligeledes de diskurser som udfordrer denne fiksering. Eksempelvis unge der afholder sig fra alkohol af årsager som køn, religion eller forskellige sundhedsaspekter. Altså hvordan grupperinger inden for unge som kollektiv identitet gebærder sig i en hegemonisk diskurs om unge.

For at få øje på hvordan unge konstitueres gennem medierne, kan man altså sammenfatte både Hall og Laclau og Mouffes, for at se på hvilke artikulationer som gennem repræsentation, konstituerer unge som en kollektiv identitet. Gennem en sådan analyse, kan vi se hvilke opfattelser af samfundet, der impliceres (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 58), og hvordan forskellige interesser artikuleres i offentligheden, i kampen om at skabe den dominerende diskurs og dermed en potentiel fikseret tilstand af den kollektive identitet omkring unge og alkohol. Med artikulation ønsker vi derfor at undersøge den praksis som indbefatter konstruktionen af nodalpunkter, som forsøger delvist at fastlåse en bestemt mening (Laclau & Mouffe, 1985, s. 113) og som udfordrer de gældende diskurser (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 39).

Vender vi tilbage til Halls blik på repræsentationsbegrebet, er det særligt essentielt i undersøgelsen af, hvilke hegemoniske kampe der er aktuelle, da definition, i blandt andet medierne, udgør en stor magt i hegemoni (Hall et al., 2013, s. 344). Her fremhæves det, hvordan hegemoni og forhandling gør os i stand til at gentænke det 'virkelige' og repræsentationen på en måde, som undgår den ellers faste virkelighed eller det faste sæt af koder til at repræsentere den, som hersker ved den ideologiske dominans. Repræsentation gør os i stand til at konceptualisere medieindustriens produktion af definitioner og identiteter på en måde, der både anerkender de ulige magtrelationer, som er involveret i de hegemoniske kampe, samt rummet for forhandling og modstand fra underordnede grupper (Hall et al., 2013, s. 344).

Mediernes meta-kapital

Som nævnt, læner vi os op ad Couldrys ide om medierne som en praksis, snarere end som kun tekster eller produktion (Couldry, 2012, s. 33). Som en forlængelse af Hall samt Laclau og Mouffes perspektiver på repræsentation, indtænker vi ligeledes Couldry undersøgelsen af repræsentationer og hvordan "that mediated representations are a part of larger social practices that locate us and connect us to one another" (Clark, 2013, 181). Vi undersøger derfor ikke udelukkende repræsentationen af diskurser gennem medietekster, som diskursteorien lægger op til, men vi indtænker også, hvordan specifikke aktiviteter, gennem hvilke nyhedsmedierne producerer og formidler indhold, har betydning for hvordan den hegemoniske diskurs omkring unges alkoholkultur både udfordres men også opretholdes i medierne. Dette rejser spørgsmålet om medierne som deciderede magthavere hvortil vi inddrager endnu et af Couldrys begreber om den særlige magtposition, som medierne besidder. Couldry udvider, på kritisk vis, Bourdieus feltteori ved at introducere begrebet 'mediekapital' som en form for 'meta-kapital', hvor medierne udøver magt over andre former for magt: "This would be a form of 'meta-capital' through which media exercise power over other forms of power" (Couldry, 2012, s. 140).

For Couldry er dette en videretænkning af Bourdieus 'symbolske kapital', der originalt refererer til enhver form for kapital, såsom politisk og økonomisk, der tilfældigvis er legitimeret eller prestigefyldt inden for et bestemt felt. Men Couldry ser muligheden for, at prestige og magt inden for specifikke felter kan være bestemt af påvirkninger uden for disse felter, mere specifikt af statens meta-kapital, og ifølge ham kan vi forstå mediernes magt som en slags meta-kapital, hvorigennem medier udøver magt over andre former for magt (Couldry, 2005, s. 24). Med Couldrys begreb kan vi derfor undersøge, hvorvidt der i medierepræsentationen af unges alkoholkultur kan være tale om mediekapital ved at forholde mediernes magtposition til også den politiske, økonomiske, kulturelle og sociale kapital.

Medierne har ikke kun kapacitet til at forme meninger og holdninger gennem det indhold, de producerer, men også til at sætte rammerne for, hvordan andre magtformer, som politisk, økonomisk og kulturel magt, kan udøve deres indflydelse (Couldry, 2005, s. 23). Dette sker gennem mediernes evne til at sætte dagsordenen og ramme diskussionen på en måde, der favoriserer bestemte perspektiver og marginaliserer andre (Couldry, 2012, 140). Hertil nævner Couldry "the hidden injuries of voicelessness", som refererer til de skader og den delegitimering, som mennesker oplever, når de ikke er repræsenteret i medierne, hvortil fraværet af en

stemme i medierne kan føre til en følelse af magtesløshed og usynlighed (Clark, 2013, s. 182). Couldry påpeger yderligere, at når mediernes fremstillede position taler sammen med andre magtstrukturers opfattelser, eksemplificeret ved virksomheder og regeringer i neoliberale demokratier, så sker der en forstærket naturalisering, der fastlåser visse værdier, skel og udelukkelser i kulturelle, sociale og politiske diskurser (Couldry, 2012, 85). I og med alkoholindustrien unægteligt har en kommerciel og dermed også økonomisk interesse i debatten, bliver det derfor interessant at dykke ned i, hvilken stemme industrien får gennem mediepraksisserne, og om det potentielt er med til at udfordre moddiskursen i at skabe kulturel forandring.

Selvom vores speciale ikke direkte fokuserer på Bourdieus kapitalbegreber, anvender vi Couldrys nytænkning om mediekapital for at forstå mediernes rolle som diskursive aktører, der legitimerer visse repræsentationer og interesser i samfundsdebatten. Mens Couldry bidrager med en forståelse af mediernes magt som en form for 'meta-kapital', tilføjer Hall en analyse af mediernes evne til at forme og marginalisere perspektiver i diskursen. Sammen giver deres tilgange et dybere indblik i, hvordan medierne udøver og formidler magt i samfundet.

I forlængelse heraf tilføjer vi en afsluttende dimension til vores hegemonianalyse, hvor vi diskuterer mediernes rolle som aktive formidlere af politiske udtalelser, sundhedsfaglige anbefalinger og industrielle interesser. Vi stiller spørgsmål til, om der i vores analyser kan spores en form for mediekapital i konteksten af unges alkoholkultur, som Couldry beskriver den. Ved at kombinere dette med diskursteorien undersøger vi, hvordan forskellige magtformer kæmper om at fremme deres interesser i debatten, og hvordan dette potentielt påvirker den kulturelle forandring af alkoholforbrug blandt unge.

Teoretisk opsamling

På baggrund af det teoretiske grundlag vi har introduceret ovenfor, vil vi kort samle op på, hvordan vi med kombinationen af de tre teoretiske perspektiver kan besvare vores problemformulering ved at:

- *Identificere hegemoniske diskurser:* Laclau og Mouffes diskursteori hjælper os med at forstå, hvordan diskurser formes og stabiliseres gennem artikulation og hegemoniske

processer. Ved at identificere centrale nodalpunkter og ækvivalenskæder i medierepræsentationerne af unges alkoholkultur, kan vi potentielt afsløre antagonistiske diskurser i deres kamp om at dominere debatten og det hegemoniske felt.

- *Analysere repræsentationer:* Halls teori gør det muligt for os at undersøge, hvordan medierne skaber konsensus med mulighed for at opretholde en ideologisk dominans, ved at fremhæve bestemte repræsentationer og undertrykke andre. Dette hjælper os med at forstå, hvordan en fælles forståelse af unges alkoholkultur formes og vedligeholdes i medierne.
- *Forstå mediepraksisser:* Couldrys perspektiv giver os indsigt i, hvordan mediepraksisser, såsom journalistiske til- og fravalg, påvirker diskursernes udfoldelse i samfundet. Begrebet om mediernes meta-kapital kan vi bruge til at analysere, hvordan mediernes magtposition interagerer med andre magtstrukturer i samfundet. Det hjælper os med at forstå, hvordan økonomiske, politiske og kulturelle interesser påvirker debatten om unges alkoholkultur, og hvordan medierne kan bidrage til denne kulturelle forandring.

Sammen giver disse teoretiske tilgange os en dybdegående forståelse af, hvordan medierepræsentationer bidrager til at forme og udfordre diskursive konstruktioner af unges alkoholkultur i Danmark.

Videnskabsteoretisk diskussion

Specialets anvendte teori fungerer som et sigte til at forstå vores empiriske fænomener, hvilket leder os ind i en videnskabsteoretisk diskussion om det forskningsfelt, vi placerer os i. Teoriernes videnskabsteoretiske samspil skaber rammerne for, hvilke traditioner, der er i spil i vores teoretiske grundlag, hvilket også sætter sit aftryk på vores tilgang som forskere i specialets undersøgelse. Mens vi ser Couldrys teori som et relevant socialkonstruktivistisk bidrag til vores analyse, kan vi med Laclau og Mouffe samt Hall tilføje et poststrukturalistisk blik. Vi ønsker derfor kort at argumentere for, hvordan vores undersøgelse bærer præg af elementer fra begge videnskabsteoretiske retninger på baggrund af teoriernes tilgange.

Teoriernes videnskabsteoretiske samspil

Før vi skitserer, hvordan de to videnskabsteoretiske retninger hver især bidrager til måden, vi besvarer vores problemformulering på, vil vi blot berøre relevante fælles træk i teoriernes tilgange, der gør, at de kan spille godt sammen i en analyse.

Socialkonstruktivisme og poststrukturalisme deler en anti-essentialistisk tilgang, der udfordrer traditionelle opfattelser af objektivitet, som hævder, at viden kun kan opnås gennem observation af det eksisterende (Stormhøj, 2010, s. 33; Collin, 2017, s. 281). I den forbindelse deler de to traditioner ideen om, at viden og virkelighed er socialt konstrueret gennem interaktioner, sprog og sociale processer, hvortil Hall, og især Laclau og Mouffe, med deres poststrukturalistiske afsæt i Michel Foucaults idéer om diskurs og magt, ser diskurser som centrale elementer i disse processer (Hall, 1980, s. 71; Laclau & Mouffe, 1985, s. 96). Mere specifikt ser vi dette i Laclau og Mouffes tilgang ved, at de anser det sociale som konstrueret gennem diskursive processer, hvor hegemonisk artikulation bestemmer hvilke betydninger og identiteter, der dominerer, og dermed afviser enhver fast eller iboende essens i sociale formationer (Laclau & Mouffe, 1985, s. 113). Hall fokuserer på viden som en repræsentation, der ikke blot afspejler verden, men aktivt konstruerer den gennem et konceptuelt system, hvorfor viden altid er omstridt og afhængig af de magtrelationer, der præger de diskursive praksisser (Hall et al., 2013, s. 14). Diskursbegrebet er ikke på samme måde i centrum for Couldrys teori, men han er stadig optaget, hvordan medier som institutioner skaber kontekstuel betingede former for viden, dermed hvordan medier sætter rammerne for diskursiv produktion, der påvirker offentlighedens opfattelse af virkeligheden (Couldry, 2012, s. 44-45). Desuden anerkendes det indenfor de to traditioner, at magt og viden er sammenvævede i en grad, at magtstrukturer er indlejret i diskursive praksisser, som former vores forståelse af virkeligheden (Collin, 2017, s. 299; Stormhøj, 2010, s. 19). I relation hertil, analyserer Laclau og Mouffe, hvordan hegemoniske diskurser søger at etablere diskursiv dominans (Laclau & Mouffe, 1985, s. 134), hvortil Hall diskuterer, hvordan magt er indlejret i repræsentationspraksisser, der skaber og vedligeholder betydninger (Hall et al., 2013, s. 14). Couldry ser medierne som centrale aktører i de symbolske magtstrukturer, der former samfundet (Couldry, 2012, s. 50).

Disse fællestræk mellem socialkonstruktivisme og poststrukturalisme hjælper os med at forstå, hvordan viden og virkelighed konstrueres gennem diskurser og sociale interaktioner. Dette gør det muligt at analysere, hvordan magtstrukturer indlejres i diskursive praksisser og mediernes rolle i at forme offentlighedens opfattelse. Trods en del lighedspunkter varierer teoriernes tilgange i deres ontologisk konstruktivistiske ståsted, det vil sige i hvilken grad og hvordan de opfatter virkeligheden som socialt konstrueret. Vi vil nu undersøge, hvordan de to traditioner hver sætter deres præg på vores tilgang, først ved at uddybe Couldrys socialkonstruktivistiske

bidrag til vores analyse for derefter at argumentere for den ekstra nuance, som vi lader os inspirere af fra det poststrukturalistiske sigte.

Social (medieret) konstruktion af virkeligheden

I vores undersøgelse bruger vi Couldrys socialkonstruktivistisk ved at forstå medierne som diskursive praksisser, der aktivt deltager i den sociale konstruktion af virkeligheden (Couldry, 2012, s. 44), i vores tilfælde hvordan medierepræsentationen er med til at konstruere den sociale forståelse af unges alkoholkultur i samfundet. Sammen med Andreas Hepp retænker Couldry *den sociale konstruktion af virkeligheden*, som Peter L. Berger og Thomas Luckmann oprindeligt skitserede i 1972 ved at introducere *the mediated construction of reality*, en tilgang, der indtænker, hvordan det medierede aspekt spiller ind i vores forståelse af virkeligheden (Couldry & Hepp, 2016, s. 7). De understreger, at mediering ikke blot er et supplement til den sociale konstruktion af virkeligheden, men en dybt integreret og konstituerende del af den sociale verden (Couldry & Hepp, 2017, s. 213), en tanke vi er bevidste om, når vi i specialet analyserer diskurser som formuleret og formet af medierne.

Men som teoretisk støtte trækker vi på Couldrys selvstændige værk, hvor han går ind i diskussionen om, hvordan medier som centrale aktører konstant skaber og vedligeholder sociale betydninger gennem deres praksisser: "the media are not merely conveyors of information, but are involved in the active shaping of social realities" (Couldry, 2012, s. 41). Ved at forstå mediernes praksisser som aktive i at forme og påvirke vores opfattelse af sociale realiteter (Couldry, 2012, s. 44) ser vi i analysen på, hvordan medierepræsentationer er med til at konstruere den sociale forståelse af unges alkoholkultur i samfundet. Dette sigte taler ind i, hvad Collin betegner som epistemologisk konstruktivisme, hvor menneskelig erkendelse socialt konstrueres på baggrund af vores kulturelle, historiske og samfundsmæssige omstændigheder (Collin, 2003, s. 25). Alligevel kan individer producere og reproducere viden gennem sproglige interaktioner med hinanden, hvorfor vi mennesker ses som konstant foranderlige, og derfor også kun som et foreløbigt resultat af vores sociale omgivelser (Collin, 2003, s. 28). Når vi på den måde centraliserer samfundet, herunder de diskursive mediepraksisser, som ophav til konstruktionerne af, hvad der betragtes som 'acceptabelt' og 'uacceptabelt', er der, ifølge Collin, netop tale om en *social*konstruktivistisk position (Collin, 2003, s. 33). Couldrys teori giver os

derfor redskaber til at analysere, hvordan praksisser og institutioner former diskurser og hjælper os til at forstå, hvordan magt og interesser i alkoholdebatten bliver konstrueret og vedligeholdt gennem medierepræsentationer.

Poststrukturalismens dekonstruktion

Ud over at forstå, hvordan diskurser og magtindflydelse konstrueres gennem mediernes repræsentation af unges alkoholkultur, trækker vi også på Laclau, Mouffe og Hall med det poststrukturalistiske mål at dekonstruere den samfundsskabte 'selvfølgelighed', der normaliserer unges alkoholforbrug. Dette mål er forankret i Jacques Derridas dekonstruktionsstrategi, som sigter mod at bryde eksisterende meningsstrukturer for at fremhæve skjulte og underliggende elementer. Ifølge Stormhøj (2010) er begreber om kamp, antagonisme og hegemoni centrale for det dekonstruktive mål, hvilket understøtter vores valg af disse diskursteoretiske værktøjer i analysen af konflikt og magtdynamikker i alkoholdebatten.

I forlængelse heraf udfordrer poststrukturalismen den strukturalistiske opfattelse af sprog og samfund ved at fokusere på sociale fænomeners konstruktion gennem diskursive praksisser (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 147). Vores diskursanalytiske kontekst ser meningens flydende karakter som et ontologisk vilkår (Esmark et al., 2005, s. 181), hvorved en strukturel orden eller lukning forbliver uopnåelig (Esmark et al., 2005, s. 183). Dette taler ind i Laclau og Mouffes idé om, at "every hegemonic order is predicated upon the exclusion of other discursive possibilities" (Laclau & Mouffe, 1985, s. 111). Enhver hegemonisk orden bygger på udelukkelse af andre diskursive muligheder og er aldrig stabil, da der altid er mulighed for nye forhandlinger og re-artikulationer af betydning. Dette understøtter Stormhøjs beskrivelse af poststrukturalistisk tænkning som konstitutionskritik, der søger at afsløre alternative måder at indrette samfundet på og forandre social orden (Stormhøj, 2006, s. 20).

Ved at dekonstruere hegemoniske diskurser kan vi afsløre, hvordan visse diskurser bliver dominerende, mens andre udelukkes og marginaliseres (Laclau & Mouffe, 1985, s. 134-135). Denne tilgang inspirerer os til at undersøge, hvordan hegemoniseringen af unges alkoholkultur etableres og opretholdes gennem medierne som diskursive praksisser, samt hvordan alternative diskurser i debatten kan udfordre disse relationer gennem re-artikulationer. Samtidig ønsker vi at diskutere, hvorvidt unge får en stemme i at præge repræsentationen af deres alkoholkultur i medie billedet, eller om visse grupper udelukkes fra debatten.

På linje med Laclau og Mouffe ser Hall også kulturelle repræsentationer som indlejret i magt-strukturer, der bidrager til at forme identiteter og sociale hierarkier. Her bliver den diskursive praksis et delelement af repræsentation, som afslører konsekvenserne og strukturer som ligger bag (Hall, 1997, s. 6). Selv beskriver hans diskursens rolle i repræsentation således:

“It examines not only how language and representation produce meaning, but how the knowledge which a particular discourse produces connects with power, regulates conduct, makes up or constructs identities and subjectivities, and defines the way certain things are represented, thought about, practiced and studied” (Hall, 1997, s. 6).

Ved at dekonstruere repræsentationerne i debatten om unges alkoholkultur kan vi derfor forsøge at afsløre de strategier, der bruges til at marginalisere visse grupper eller perspektiver, og dermed udfordre de magtstrukturer, der opretholder disse repræsentationer.

Dette betyder, at selv når vi i den kommende analyse forbinder de fremanalyserede argumenter med diskursteoriens koncepter, gør vi det med en forståelse for, at diskurser ikke bør opfattes som fast betydning. Med udgangspunkt i Laclau og Mouffes hegemonianalyse, lader vi os drive af poststrukturalismens overordnede epistemologi “om at vise, at forhold, der fremstår som nødvendige og universelle, er indstiftede, kontingente og partikulære” (Esmark et al., 2005, s. 194). Vores poststrukturalistiske afsæt knytter an til formålet om at udvide indsigten i kontingens ved at fremhæve tilstedeværelsen af flere konkurrerende diskurser (Esmark et al., 2005, s. 195) i analysen af, hvordan den hegemoniske diskurs, der normaliserer alkoholkultur blandt unge, både udfordres og opretholdes i medierne. Vi vægter derfor artikulationen som betydelig for forståelsen af vores empiriske kontekst i vores diskursanalytiske søgen efter huller, afstande eller umuligheder, der ikke lader sig endeligt forklare (Esmark et al., 2005, s. 196).

Videnskabsteoretisk opsamling

Med besvarelsen af specialets problemformulering sigter vi mod at kombinere forskellige videnskabsteoretiske tilgange for at undersøge, hvordan unges alkoholkultur repræsenteres i nyhedsmedierne. Vi anvender Nick Couldrys socialkonstruktivistiske perspektiv sammen med

Laclau og Mouffes samt Stuart Halls poststrukturalistiske tilgange for at få en dybere forståelse af, hvordan diskurser og magtstrukturer konstrueres og vedligeholdes.

Couldrys teori hjælper os med at analysere, hvordan medierne former sociale virkeligheder. Hans tilgang er primært epistemologisk, men omfatter også en vis grad af ontologisk konstruktivisme, når han sammen med Andreas Hepp taler om den medierede konstruktion af virkeligheden. Couldry belyser, hvordan medierne, gennem magtrelationer, påvirker vores forståelse af verden og aktivt skaber sociale strukturer og magtforhold ved at fremme visse interesser og marginalisere andre. Laclau og Mouffes hegemonianalyse og Halls fokus på kulturelle repræsentationer giver os poststrukturalistiske værktøjer til at dekonstruere faste betydninger og afsløre underliggende magtmekanismer. Deres tilgang er både ontologisk og epistemologisk konstruktivistisk, idet de hævder, at virkeligheden konstrueres diskursivt gennem magtrelationer og ideologiske kampe. Kombinationen af disse tilgange gør det muligt at se, hvordan diskurser både opretholder og udfordrer eksisterende magtstrukturer. Ved at integrere Couldrys analyse af mediepraksisser med Laclau og Mouffes og Halls poststrukturalistiske perspektiver, får vi en omfattende ramme til at forstå dynamikken mellem medier, magt og diskurs i repræsentationen af unges alkoholkultur i Danmark. Dette giver os mulighed for at afdække, hvordan magtstrukturer i medierne former samfundets forståelse af unges alkoholvaner, og hvordan alternative stemmer kan udfordre den dominerende diskurs.

Metodisk grundlag

I de følgende afsnit vil vi præsentere de metodiske tilgange, vi trækker på i udarbejdelsen af indeværende speciale. Mere specifikt vil vi indledningsvist præsentere, hvordan specialet indtager et interpretivistisk afsæt med ønsket om at forstå den sociale verden. I forlængelse heraf vil vi belyse, hvordan de poststrukturalistiske bidrag danner rammerne for analysen, og dertil hvordan vi har indsamlet og bearbejdet specialets empiriske grundlag. Afslutningsvis vil vi diskutere, hvilken betydning vores metodevalg har for kvalitetssikring.

Et fortolkende afsæt

Eftersom ovenstående teoretiske position kombinerer elementer fra socialkonstruktivismen og poststrukturalismen for at belyse diskursive medierepræsentationer af unge i debatten om alkoholkultur, har specialet et kvalitativt og interpretivistisk afsæt. Den ontologiske position er forankret i konstruktivismen, hvor den sociale verden ikke anses som 'given', men som en

menneskelig produktion skabt gennem handling og interaktion (Goldkuhl, 2012, s. 138), hvilket vi ser manifesteret i diskurserne. Når indeværende speciale tager udgangspunkt i denne position, er det dermed med ønsket om at forstå den sociale verden, og hvordan sociale grupper skaber virkelighed og tildeler denne mening. De diskursive medierepræsentationer forstår vi dermed som konstruktioner af sociale virkeligheder, der er skabt gennem sociale processer og handlinger fra forskellige sociale grupper. Epistemologien læner sig hos interpretivismen i høj grad op ad det ontologiske afsæt, da der ønskes at forstå gennem de fortolkende processer, ved at se på meningssystemer som deles hos aktørerne (Goldkuhl, 2012, s. 138). Det interpretivistiske afsæt udfolder sig i specialets diskursanalyse, hvor vi med Laclau og Mouffes begrebsapparat vil forsøge at kortlægge, hvilke diskursive forhandlinger der er i spil i debatten, og hvordan disse kan ses som udtryk for en accepteret social virkelighed, konstrueret af medierne. Ydermere har vi et formål om at skabe en holistisk forståelse af det område vi undersøger, frem for blot dets forskellige dele (Goldkuhl, 2012, s. 138). Dog forholder vi dette holistiske blik sammen med diskursanalysens poststrukturalistiske afsæt, hvor udgangspunktet er et ønske om at forskyde blikket fra de etablerede selvfølgeligheder og i stedet udfordre disse ved at se på hvilke magtforhold der ligger bag (Esmark et al., 2005, s. 168).

Poststrukturalistisk aftryk

I takt med specialets diskursive tilgang, vil det poststrukturalistiske blik ligeledes have indflydelse på specialets metodiske tilgang, hvortil Laclau og Mouffe anses som den mest poststrukturalistiske tilgang inden for diskursteorien (Phillips, 2020, s. 383). Dette optræder i måden hvorpå de betragter samfundet som præget af kompleksitet og fragmentation, som konstitueres omkring en grundlæggende asymmetri. Denne asymmetri eksisterer mellem en voksende spredning af forskelle, hvortil det poststrukturalistiske afsæt hos Laclau og Mouffe opstår i iagttagelsen af disse forskelle som diskurser, der forsøger at fiksere deres position hver især gennem artikulatorisk praksis (Laclau og Mouffe, 1985, s. 96). Specialets formål spiller godt sammen med det poststrukturalistiske afsæt om at gøre op med etablerede forståelser og udfordre dem med tanker om, hvilke andre mulige sandheder som er til stede i medierepræsentationen af alkoholkultur. Indeværende speciale ønsker dermed at belyse de diskurser, der forsøger at udfordre den hegemoniske diskurs ved at åbne op for et alternativt perspektiv, der agerer moddiskurs i debatten. Et blik som, i kraft af mediernes rolle i at konstruere det diskursive billede vi præsenteres for, potentielt ender uantageligt i en stærk og etableret hegemonisk diskurs om unge og alkohol. På den måde præger poststrukturalistiske principper specialets

metode og analyse, da vi forholder os kritisk til den dominerende 'sandhed' og mediernes magt i den offentlige debat.

Analysestrategi

Laclau og Mouffes arbejde er kendetegnet ved et højt abstraktionsniveau, hvilket kan forklare, hvorfor deres begrebsapparat omtales som diskursteoretisk snarere end analytisk (Esmark et al., 2005, s. 177). Det abstrakte aspekt tilbyder en bred ramme til at forstå komplekse sociale og politiske fænomener, men kræver samtidig oversættelse til konkrete analytiske værktøjer i praksis. Selvom Laclau og Mouffes ideer primært identificeres som teoretiske, vælger vi at følge Jørgensen og Phillips' forslag om at se diskurs som et analytisk begreb, der kan anvendes på virkeligheden. Dette gør det muligt at operationalisere diskursteoriens begreber og skabe en overordnet ramme for vores diskursanalyse (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 149). En analysestrategi ser vi som en praksis, der udvikler det videnskabelige perspektiv, så dets sociale fremkomst bliver iagttagelig (Esmark et al., 2005, s. 7). I tråd med specialets interpretive afsæt vil vi belyse den praktiske struktur for analysen, herunder processen for indsamling og bearbejdning af den udvalgte empiri.

Indsamling af empiri:

I vores diskursive undersøgelse af medierepræsentationer af unge i debatten om alkoholkultur fokuserer vi på et udvalg af danske nyhedsartikler. Dette empiriske materiale er valgt for at undersøge de diskurser, der udfolder sig i debatten om unges alkoholkultur, samt identificere de aktuelle hegemoniske kampe. Nyhedsmediernes spiller en central rolle i at påvirke disse kampe i en ideologisk og magtmæssig sammenhæng. Nedenstående afsnit beskriver vores metode til empiriindsamling og de strategiske overvejelser i bearbejdningen af data for at sikre det bedst mulige grundlag for undersøgelsen. I udvælgelsen af nyhedsartikler, har vi foretaget en *formålsbaseret sampling*, som den defineres af Bryman (2016). Her er der tale om en strategisk udvælgelse, hvor data selekteres, så det bliver mest muligt relevant for den givne undersøgelse (Bryman, 2016, s. 408). Dertil benytter vi os af den *generisk formålsbestemte* sampling metode til udvælgelsen af vores artikler. Her opstiller forskeren nogle specifikke kriterier for, hvilket data der er nødvendigt for at besvare forskningsspørgsmålene, identificerer passende data og anvender derefter prøver fra det data der blev identificeret (Bryman, 2016, s. 413).

Det første kriterium for indsamlingen af nyhedsartikler vedrører de specifikke medier, vi har valgt. Vi har afgrænset os til at inkludere de største og landsdækkende nyhedsmedier. De udvalgte medier omfatter: DR.dk, TV2.dk, BT, Ekstra Bladet, Avisen Danmark, Berlingske, Politiken, Kristeligt Dagblad, Information, Børsen, Jyllands-Posten, Zetland og Weekendavisen. Netop disse medier er valgt, fordi de er de største danske nyhedsmedier, som dagligt forholder sig til det danske nyhedsbillede, uanset om det sker med en kritisk, public service eller tabloid vinkel, alle repræsenteret i den ovenstående gennemgang. Ved at inddrage medier med forskellige perspektiver på nyheder, får vi en bred sammensat medieflade, som rummer forskellige agendaer, politiske ståsteder og holdninger og dermed også forskellige læsere.

Et yderligere kriterium for udvælgelsen af artikler er, at indsamlingen foregår inden for en specifik tidsperiode. Ifølge vores litteraturreview topper nyhedsdebatten om alkoholkultur i perioder, hvor der sker reguleringer i punktafgifter eller ændringer i reglerne for køb af alkohol (Demant & Krarup, 2013, s. 271). Vi har derfor valgt nyhedsartikler med en publiceringsdato i perioden fra 14/11/2023 til 29/02/2024, som dækker cirka tre måneder efter offentliggørelsen af den politiske aftale om at sænke procentgrænsen for køb af alkohol for unge under 18 år (Regeringen, 2023, s. 2).

Vi brugte derefter databasen Infomedia til indsamlingen, hvor vi efter et par forskellige forsøg endte med en bred søgning med ordene 'unge' OG 'alkohol' ELLER 'alkoholkultur'. Ved at kombinere dette med den nævnte tidsperiode, gav det os et resultat på 333 artikler. Vi brugte derefter Infomedias afgrænsningsværktøjer til at samle ens overskrifter og endte med 275 artikler. Disse søgeord blev valgt for at sikre, at artiklerne var relevante for specialets fokus på medierepræsentationer af unges alkoholkultur. Dernæst gennemgik vi alle artikler og sorterede de irrelevante fra, hvilket resulterede i 44 artikler, som udgør det endelige empirigrundlag for specialet (bilag 3).

Bearbejdning af empiri

Vi har valgt at benytte os af kvalitativ kodning som en grundlæggende proces for, hvordan vi har identificeret diskurser. Vi læner os op ad Miles og Hubermans definition af koder som en etiket eller beskrivelse af et stykke tekst i varierende størrelse, som der er indsamlet i undersøgelsen. Koderne agerer meningsgivere til den valgte tekst, hvortil koderne derfor skal afspejle

den mening, vi tildeler de forskellige stykker tekst i deres respektive kontekst (Miles & Huberman, 1994, s. 56). Kodning bliver en måde, hvorpå vi organiserer data for bedst muligt at kunne tilgå det i den videre analyse. Vi har inddelt de forskellige koder i kategorier, der dækker over tekstdele, som i større eller mindre grad trækker på de samme koder. Da specialets analytiske tilgang trækker på diskursanalysen, anvender vi kodning som et redskab til at danne grundlaget for den videre analyse. I kodningsprocessen lader vi os inspirere af både den tematiske og konceptuelle tilgang uden at læne os entydigt op ad én bestemt metode. Vi benytter dermed tilgangen i en iterativ proces med indflydelse fra det interpretive afsæt og undersøgelsens ønske om at forstå. Praktisk betyder dette, at vi indledningsvist har gennemlæst empirien og fremhævet relevante ord og citater med udgangspunkt i specialets teoretiske sigte. Dog forsøger vi ligeledes i gennemlæsningen at have en åben tilgang til empirien, med blik for eventuelle skjulte forhold, hvilket også er på linje med det poststrukturalistiske analytiske formål. Vi er altså bevidste om vores teoretiske udgangspunkt, da vi på forhånd har etableret et klart teoretisk fundament. Derfor spiller den konceptuelle kodningstilgang en væsentlig rolle i vores kodningsproces og bliver i nogen grad styrende for de temaer, vi identificerer.

Ved at inddele vores data og tildele det forskellig mening og betydning, kan vi allerede i empiribearbejdningen identificere diskursive begreber som nodalpunkter og flydende betegnere. Disse begreber hjælper os videre i konstrueringen af diskursernes ækvivalenskæder. Eksempelvis har vi i processen identificeret 'ansvar' som en kode i empirien, som vi også ser som en flydende betegnere i diskursanalysen. Specialets tilgang til empirien er dermed inspireret af den diskursive begrebsforståelse, uden at den udgør en direkte rettesnor for arbejdet. Ligeledes understreges det, at de identificerede koder i empirien, ikke danner strukturen for den følgende analyse, som i stedet tager udgangspunkt i specialets teoretiske afsæt og struktureres herefter. Koderne er afslutningsvist samlet i syv kategorier, som hver især giver indblik i, hvad der udfolder sig i artiklerne. En uddybning af disse kategorier er listet i en skematisk oversigt, som ligeledes viser hvilke kategorier, der optræder i hver af de 44 artikler (bilag 4). Denne oversigt skal dog ikke forveksles med en systematisk kodningstilgang som beskrevet af Bryman (Bryman, 2016, s. 581), men anvendes udelukkende for at give både os selv og læseren et overblik.

De syv identificerede kategorier er:

- Kritik af alkohollovgivning
- En del af kulturen
- Europamestre

- Nick Hækkerup
- Ansvar
- De unge på banen
- Afholdenhed

Kritik af alkohollovgivning dækker over de artikler, som forholder sig kritisk overfor den danske lovgivning vedrørende aldersgrænsen for køb af alkohol. Dette relaterer sig i høj grad til den nyeste regulering i forbindelse med forebyggelsesplanen, fremført af regeringen og en række andre partier d. 14. november 2023. *En del af kulturen* omfatter de artikler, der beskriver alkohol som en, mere eller mindre, integreret del af den danske ungdomskultur, og som har eksisteret i generationer. *Europamestrene* omfatter artikler, der refererer til danske unge, som ifølge statistikker har europarekorden i alkoholindtag, med det formål at adressere en problematisk alkoholkultur. *Nick Hækkerup* dækker, ikke overraskende, over de tekstdele, som omhandler Nick Hækkerup og hans rolle som direktør for Bryggeriforeningen, såvel som de artikler, han selv står som afsender på. *Ansvar* rummer de artikler, hvor debatten kredser om, hvorvidt nogle skal stå til ansvar for de danske unges alkoholkultur, hvad end det er politikere, forældre, institutioner og/eller de unge selv. *De unge på banen* indebærer de tekster, som er skrevet af de unge selv, eller hvor de unge har fået lov at udtale sig på vegne af deres egen generation, som bliver berørte af den nye regulering. *Afholdenhed* rummer de få artikler, som forholder sig til afholdenhed, eller grader af det, i debatten om de danske unges alkoholforbrug. Hver af de ovenstående syv kategorier er kodet med farver direkte i artikelteksten således, at vi nemt kan identificere vores kodede materiale. Kategorierne og de dertilhørende farvekoder og artikelmatch er ligeledes listet i overblikket (bilag 4).

Specialets kvalitetssikring

I specialets metodeovervejelser vil vi ligeledes berøre, hvilke tanker vi har gjort os i forbindelse med specialets kvalitet og videnskabelighed. Dertil hvordan vi i forskningsprocessen forsøger at leve op til specifikke kvalitative kriterier med hensigten om at opnå kvalitet. Vi vil her læne os op ad Brinkmann og Tanggaard, som forsøger at definere nogle kvalitetskriterier, der ikke underkender den kvalitative forskning, men som anerkender dens særegenhed (Brinkmann & Tanggaard, 2020 (s. 658)). Her forkaste ideen om, at kvalitativ forskning skal leve op til de mere kvantitativt funderede krav om reliabilitet, validitet og generaliserbarhed. I stedet kan man i den kvalitative forskning opstille kriterier, som anerkender den specifikke undersøgelses mål

og ambitioner og forskningens konkrete gennemførsel af disse målsætninger (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 659 ff). I kraft af specialets diskursive undersøgelse af medierepræsentationer af unge i debatten om alkoholkultur, har vi foretaget flere til- og fravalg, for at skabe et klart fokus for undersøgelsen. Netop de metodiske overvejelser anser vi derfor som et relevant kriterium for undersøgelsen, hvorom vi ønsker at være så transparente så muligt, i overensstemmelse med opfordringen fra Brinkmann og Tanggaard (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 660).

Ovenstående overvejelser omkring metodiske valg og fravalg, anser vi dermed som forstærkende til specialets transparens. Ved at udlægge vores fremgangsmåder gør vi det muligt for læseren at vurdere lødigheden i undersøgelsens resultater og afgøre, i hvilken sammenhæng de skal betragtes i (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 660). I gennemgangen af blandt andet empiriindsamling og dens efterfølgende bearbejdning, som detaljeret beskrives i bilagene, stræber vi efter at skabe transparens omkring de processer, der udgør grundlaget for den efterfølgende analyse. Dertil anser vi ligeledes litteraturreviewet og specialets teoretiske refleksion som bidragende kvalitet og troværdighed. Her har vi brugt tid på at sætte os grundigt ind i forskningsfeltet for bedst muligt at specificere undersøgelsens fokus, som ifølge Brinkmann og Tanggaard også bidrager til dens kvalitet (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 661). Også specialets teoretiske overvejelser bidrager til at indsnævre undersøgelsens fokus, samt overvejelser om de traditioner de forskellige teorier knytter an til, og hvad det har af betydning for undersøgelsen. Ved at garantere åbenhed om vores processer både forud for og i analysearbejdet, forsøger vi dermed også at sikre, at specialet lever op til dets formål om at undersøge diskursive medierepræsentationer af unge i debatten om alkoholkultur. Som nævnt kan de uddybede processer i henholdsvis litteraturreviewet og empiriindsamlingen findes i bilag 2 og 3.



Kapitel 3

DISKUTERENDE ANALYSE

Analyse

Konklusion



Analyse

I forlængelse af specialets problemformulering om hvordan medierne repræsenterer forskellige diskurser af unges alkoholkultur i Danmark, lægger vi forud for analysen ud med at se på Halls repræsentationsbegreb i henhold til empirien. Analysens udgangspunkt bliver dermed, at vi i Danmark, eller vi som forholder os til mediebilledet, deler et ens konceptuelt kort, hvorfor vi også fortolker verden på samme vis. Dette resulterer i at vi er i stand til at etablere en delt kultur omkring mening og konstruere en fælles social verden (Hall et al., 2013, s. 4). Ved at betragte data om danske unges alkoholkultur er det derfor med et teoretisk underbygget argument om, at dansk alkoholkultur hos unge er etableret som et koncept i vores repræsentationssystem, og at vi som samfund derfor skaber mening om alkoholkultur, fordi vi deler dette koncept med hinanden indbyrdes gennem kulturelle praksisser, medie billeder og sociale interaktioner. Med tilføjelse af Couldry er det især medie billedet, der for dette speciale er interessant, da vi ønsker at betragte medierne som en selvstændig diskursiv praksis (Couldry, 2004, s. 117), der ligeledes spiller en rolle i, hvordan den hegemoniske forståelse omkring unges alkoholkultur udfolder sig i samfundet.

I nedenstående analyse vil vi, med udgangspunkt i Laclau og Mouffes begrebsapparat, gennemgå de modstående diskurser, som præsenteres i debatten om alkoholkultur blandt unge. Vi anser dermed diskurser som komplekse systemer af betydninger, der former vores holdninger og opfattelse af virkeligheden. Blandt andet fra de inddragede studier i litteraturreviewet ved vi, at der er tale om en hegemonisk diskurs, som normaliserer alkoholforbrug, både i studier der undersøger mediefremstillinger og betydningen af disse, og studier der dykker ned i individets sociale liv udenfor medierne. Vi går derfor til den kommende analyse med bevidstheden om, at der hersker en kulturelt indlejret alkoholkultur, hvorfor vi netop er interesserede at udforske, hvordan der i medierne artikuleres en moddiskurs, der udfordrer den hegemoniske diskurs, samt hvilken betydning disse diskurser hver især har for den samlede forståelse. Analysen opdeles dermed med argumentet om to diskursive hovedpositioner, som vi i empirien finder, er fremtrædende i debatten om alkoholkultur blandt de unge. De to diskurser er henholdsvis: *diskursen om kulturforandring og frihedsdiskursen*.

Diskursen om kulturforandring

I det følgende afsnit vil vi udforske, hvordan den kulturelt indlejrede hegemoni omkring unges alkoholforbrug, som mange af litteraturreviewets undersøgelser belyser, bliver udfordret af en moddiskurs, der forsøger at fremme forståelsen af, at en kulturel forandring er nødvendig for samfundets unge og folkesundheden generelt. En diskurs der tilmed bakkes op af et legitimt sundhedsargument i nyhedsmedierne, og som forsøger at destabilisere den ellers dominerende forståelse af alkoholkultur i Danmark.

For de fleste artikler i empirien står det klart, hvordan den danske alkoholkultur, hos de unge især, er problematisk for folkesundheden. I relation hertil opstår der i empirien et gennemgående argument om nødvendigheden for en kulturel ændring i vores indstilling til alkohol i Danmark, som i forskellige kontekster og med dertilhørende forskellige motivationer, har den førende position i debatten. Denne position repræsenteres ofte af eller med ekspertkilder, der har evidens for deres argumenter, men som, af grunde, vi vil forsøge at afdække, tilsyneladende ikke formår at udfordre den dominerende diskurs i en så tilstrækkelig grad, at alkoholkulturen ændrer sig i samfundet. En øjenfaldende diskussion inden for denne position i debatten relaterer sig dermed også til, hvem der skal stå til ansvar for de unge og den fremtidige folkesundhed, som trues af alkoholkulturen. Afsnittet vil derfor kaste lys over den konstante diskursiv forhandling om, hvorvidt der hersker et strukturelt, ofte politisk, ansvar for alkoholkulturen blandt de unge, eller om der er tale om et mere individbaseret ansvar, hvor det i højere grad er forældrene til de unge, der tildeles et ansvar for en problematisk alkoholkultur.

Det strukturelle ansvar

Som nævnt, har vi i empirien identificeret, hvordan spørgsmålet om ansvar går igen på tværs af positioner i debatten om de unges alkoholkultur. I lyset af Laclau og Mouffes begrebsapparat, anser vi 'ansvar' som en flydende betegnelse, der fremhæves gennem hele analysen, men hvor dets betydning afhænger af den relationelle tilknytning til den pågældende diskurs. Inden for diskursen om regulering ser vi 'sundhed', som et af de vigtigste momenter, der fastholder diskursens betydning. Den sundhedsfaglige position har en stærk stemme i debatten, hvortil ansvar netop knytter sig til et spørgsmål om de unges sundhed, sat op imod de konsekvenser, vi som samfund står overfor, hvis der ikke sker politisk handling. Konsekvenser som inden for denne diskurs anvendes som et forstærkende argument for, at en strammere regulering skal ske, og at det er politikernes ansvar at få denne sat i værk.

Europarekord i druk

Et tilbagevendende argument for en strammere lovgivning for de unges køb af alkohol, er de danske unges europarekord i alkoholindtag. Denne sammenligning med Europa nævnes i alt i 18 artikler fra den udvalgte empiri (bilag 3, 1, 2, 3, 4, 5, 8, 10, 13, 15, 16, 17, 19, 25, 29, 41, 43, 44), hvorfor vi anser det som en central artikulation i debatten om de unges alkoholkultur. Statistikkerne om Danmarks position i forhold til resten af Europa, anvendes på den måde som et argument i diskursen om kulturel forandring, som en måde at tydeliggøre behovet for mere regulering. Argumentet bruges af de stemmer, som er kritiske overfor politikernes nyeste regulering eller mangel på samme, og som ved brug af europarekorden forsøger at portrættere danske unge som en problematisk samfundsgruppe, der “drikker mere end andre og begynder tidligere” (bilag 3, 25), som det udtrykkes af en journalist fra Kristeligt Dagblad. Europarekorden kan derfor siges at blive brugt som en forstærkende pointe, der oftest kobles til de negative konsekvenser af beruselse. Eksempelvis udtrykker Professor og dr. med. fra Statens Institut for Folkesundhed i en kronik i Jyllands-Posten, at:

”Cirka én ung mellem 15 og 24 år dør hver måned af en alkoholrelateret tilstand.

Hertil kommer, at danske unge har europarekord i alkoholforbrug og rusdrikning, ligesom der er en høj forekomst af skader og hospitalskontakter blandt unge, der drikker” (bilag 3, 19).

I dette citat ses det hvordan ord som ’død’, ’skade’, og ’hospitalskontakt’ knytter sig til diskursens ækvivalenskæde, om den trussel vi som samfund står overfor, hvis ikke der sker ændringer på alkoholområdet. Ækvivalenskæden, som udgør diskursens kerneidentitet, er dermed med til at understrege situationens alvor og de konsekvenser, der kan forbindes med de unges høje alkoholforbrug. De ovenstående ord, er blot få ud af mange eksempler i empirien, hvor alkoholens negative sideeffekter italesættes af dem, der forholder sig kritisk til forebyggelsesaftalen. Følgende er alle eksempler på diskursive momenter som relaterer sig til de unges alkoholforbrug heriblandt: ”skadevirkning” (bilag 3, 1), ”ambulancekørsel” (bilag 3, 6), ”cancer, skrumpelever og andre kroniske sygdomme” (bilag 3, 6), ”druknedødsfald” (bilag 3, 19), ”børne-og familietragedier” (bilag 3, 16), ”selvskade, selvmordstanker og selvmord” (bilag 3, 10), ”depressive symptomer” (bilag 3, 10) og ”mistrivsel” (bilag 3, 34, 37, 38). Når artikler

omtaler død, sygdomme, depression og mistrivsel, indikerer det en tæt sammenhæng mellem alkoholforbrug og både de fysiske og især psykiske skadevirkninger.

I debatten ser vi derfor en diskursiv artikulation, hvor stemmer der er kritiske overfor den nye regulering forsøger at etablere en relation mellem alkohol og de sociale samfundsproblemer, herunder unges stigende mistrivsel, men ligeledes de mere fysiske konsekvenser som sygdomme og skader. Denne artikulation sker i forsøget på at præge den offentlige debat og opfattelsen af de unges alkoholforbrug som en problematisk adfærd, der ikke kun vedrører den isolerede handling "at drikke", men også involverer de potentielle negative konsekvenser, det kan have på de unges sundhed, trivsel og livskvalitet. Denne artikulation forstærkes yderligere ved, at der trækkes på fakta fra eksperter og statistikker, hvor et modargument dermed kan blive svært at opretholde.

I den forbindelse ser vi blandt andet, hvordan de unges stigende mistrivsel og dertil stigende alkoholforbrug, er en af de statistikker, som ellers opponerende positioner i debatten ikke kan undgå og derfor også er nødsaget til at forholde sig til. Heriblandt direktør for Bryggeriforeningen, Nick Hækkerup. På trods af, at vi ser hans position som en stemme inden for den hegemoniske diskurs, der advokerer for mindre alkoholregulering, påpeger han også de faktuelle pointer om unges mistrivsel. I et debatindlæg for Jyllands-Posten udtrykker han følgende: "I takt med unge kvinders mistrivsel er deres drikkekultur forværret de seneste to år efter et helt årti med en positiv udvikling. Det skal vi som samfund tage alvorligt og handle på" (bilag 3, 37). Dette citat står i kontrast til Hækkerups øvrige udtalelser i debatten, hvilket får os til at betragte Hækkerups omtale af netop dette aspekt som et udtryk for styrken i det sundhedsfaglige argument hos moddiskursen. Ligeledes antager vi, at Hækkerup med denne udtalelse, forsøger at komme kritikken mod Bryggeriforeningens infiltrering i den politiske beslutning en smule til livs.

For når vendingerne om europarekorden og mistrivsel anvendes fra det kritiske perspektiv i debatten, er det med formålet om at motivere handling og ændringer inden for sundhedspolitik og forebyggelse. Der opstår dermed også utilfredshed hos mange, når politikerne går imod Sundhedsstyrelsens anbefalinger om en aldersgrænse på 18 år for køb af alkohol. En reference der direkte henvises til i flere artiklerne (bilag 3, 1, 5, 8, 11, 25, 40, 41), og hvortil der sættes spørgsmålstejn ved, hvem der egentlig træffer beslutningerne om den danske alkoholpolitik. En sådan kritik ser vi blandt andet i følgende citat fra alkoholrådgiver Mogens Moos, som i et

debatindlæg hos Berlingske stiller et retorisk spørgsmål ved, hvem der reelt er beslutningstagerne: "Hvem bestemmer alkoholpolitikken i Danmark? Politikere? Lobbyister? Spritfabrikker? Bryggeriforeningens direktør?" (bilag 3, 16). Citatet her kan ses som udtryk for en kritisk holdning til politikernes reguleringsindsats på alkoholområdet, som i kraft af den fremlagte forebyggelsesaftale antages at være under indflydelse af lobbyisme fra industrien. Ifølge alkoholrådgiveren lever politikerne dermed ikke op til deres ansvar for befolkningen og alle de "gustne fakta" (bilag 3, 16), som er relateret til de unges alkoholindtag. Gymnasirektor Henrik Vestergaard Stokholm understøtter kritikken af politikernes ansvarsfralæggelse i Kristeligt Dagblad, hvor han kalder den nye forebyggelsesaftale for "business as usual" (bilag 3, 10). Han mener, at politikerne er under indflydelse af Bryggeriforeningens direktør Hækkerup, som har ydet "imponerende flot lobbyarbejde" (bilag 3, 10), og dermed undlader at tage ansvar for en kulturændring i samfundet. Blandt andet udtaler rektoren: "Jeg kender ikke andre områder i samfundet, hvor vi med åbne øjne lader unge mennesker dø hver måned. Men det sker her til lands, og der er tilsyneladende total berøringsangst fra politisk side for at regulere området" (bilag 3, 10). Ud fra disse citater, bakkes påstanden om manglende politisk handling yderligere op af ideen om, at der hersker stærke lobbyistiske interesser i de politiske forhandlinger om alkoholregulering. Når stemmer som de to ovenstående påtaler sådanne interesser, som de formoder ligger bag den fremlagte regulering, artikuleres ideen om lobbyisme som en del af diskursen om kulturforandring. Altså bliver de økonomiske interesser bag Bryggeriforeningens indsats underbyggende for argumentet om, at den diskurs industrien repræsenterer er problematisk. En formodet lobbyindsats, der også betegnes som "Hækkerup-tricket" (bilag 3, 2), nævnes af Morten Grønbæk, endnu en professor og alkoholforsker, der taler for kulturforandring. Han tilslutter sig dermed kritikken af den problematiske lobbyindsats, som Bryggeriforeningen angiveligt står bag. En relateret pointe er, at de produkter, som unge ofte konsumerer for at opnå beruselse, netop er dem med under 6% alkohol. Dette udtaler Grønbæk i et interview til Politiken: "Men de unge får ikke sværere ved at købe i supermarkedet, fordi over halvdelen af de unges druk allerede nu kommer fra øl, cider og alkoholsodavand. Det vil de helt unge fortsat kunne købe lovligt og drikke løs af" (bilag 3, 2). Udtalelsen om, at den nye alkoholregulering ikke vil påvirke industriens profit, bliver dermed også en del af argumentet i diskursen om kulturforandring.

For førnævnte gymnasirektor handler det dog ikke kun om indflydelse fra industrien, men ligeledes om, at politikerne "ikke tør røre ved det her" (bilag 3, 10), og i stedet "kun tænker i kortsigtet stemmemaksimering eller tab af afgiftsprovener" (bilag 3, 10). I citatet udtrykkes, at

politikernes ansvar for danskernes folkesundhed udfordres både af industriens interesser men også politikernes egne interesser i at sikre stemmer og afgiftsindtægter fra de 16-17-åriges fortsatte køb af drikkevarer under 6 %. Denne holdning understøttes ydermere i et debatindlæg fra en lektor i bioengineering på DTU Jane Wittrup Agger som udtaler, hvordan “den nye lov skriger til himlen om, at evidensbaseret viden ikke er noget, politikere bekymrer sig om” (bilag, 3, 11). I stedet knytter hun an til førnævnte pointe og skriver, at politikerne gør brug af såkaldt “politikerretorik” (bilag, 3, 11) i stedet for at bringe det egentlige argument:

“Så er argumentet i virkeligheden, at interesseorganisationer som Bryggerforeningen har kæmpet for, at bryggerierne ikke skal miste indtjeningen på de 16-18 årige? For så er det jo ønsket om fortsat rovdrift på de unges helbred og pengepung, der er årsagen. Så sig det dog” (bilag, 3, 11).

Igen rettes der altså kritik mod Bryggerforeningen, og de økonomiske interesser der, ifølge ovenstående eksempler, ligger skjult i forhandlingerne om de unges køb af alkohol. Interesser, der påvirker politikerne til ikke at tage ansvar for den kulturændring, som der er bred enighed om, er nødvendig for at mindske de unges alkoholforbrug.

På trods af at den politiske aftale har opbakning fra både regeringen og fire øvrige partier: SF, Danmarksdemokraterne, De Konservative og Alternativet (bilag, 3, 8), ser vi også en politisk stemme, der kritiserer forebyggelsesaftalen. Stinus Lindgreen, sundhedsordfører for De Radikale, udtaler i en artikel hos Information at: “Aftalen er uambitiøs. Den anerkender udfordringerne, vi alle er enige om, i forhold til børn og unges drukkultur, rygning og skadevirkningerne heraf, men undlader så at gøre de rigtige ting” (bilag, 3, 8). Her læner Lindgreen sig op af det sundhedsfaglige argument i debatten og knytter dermed også an til førnævnte diskursive ækvi-valenskæde med ord som “skadevirkning”, “udfordringer”, “drukkultur”, der illustrerer den virkelighed, der nu ses ind i.

Endnu en position i debatten, der mener, at politikerne deler ansvaret for at ændre de unges alkoholkultur, er forældrene. I empirien ser vi flere forældre, der udtrykker deres bekymring for, hvordan de unge tager del i “en usund alkoholkultur, som vi voksne har skabt gennem generationer.” (bilag 3, 10). Nogle forældre tager det på egne skuldre at gøre op med kulturen,

mens andre mener, at der ligeledes skal lovgivning til for at skabe forandring. Dette gælder blandt andet Anja Winkler som i et debatindlæg i Politiken skriver:

“Der er sandhed i ordsproget "it takes a village to raise a child". Vi forældre skal tage ansvar, bruge og støtte hinanden og ikke mindst stille vores politikere til ansvar, så vi kan ændre kulturen og sikre en bedre fremtid for vores børn og unge og ikke mindst vores samfund” (bilag 3, 17).

I citatet gives der udtryk for, at kulturændringen om alkohol skal ske i fællesskab, i stedet for, at ansvaret skal pålægges ét sted i samfundet. Dette citat bakkes op af tidligere nævnte gymnasirektor der, ligeledes som forælder udtaler: “Vi kan ikke løfte det her alene, og vi har brug for fælles lovgivning, så det her ikke bliver alles kamp mod alle” (bilag 3, 10). Her udtrykkes alkoholdebatten som en kamp, man ikke kan tackle alene som forældre, hvormed politikerne igen gøres ansvarlige som tovholdere på en fælles indsats.

Vender vi igen blikket mod debattens fokus på ansvar og dets rolle som flydende betegner gennem hele analysen, ses det gennem diskursen om kulturel forandring, hvordan ansvar opgraderes til at udgøre et nodalpunkt, hvormed diskursen krystalliseres. Dertil fungerer de unges sundhed som et vigtigt diskursivt moment i skabelsen af et stærkt argument om en strammere regulering på området. Ved eksempelvis at artikulere debatten i en retning, som omhandler omfattende problematikker om skadevirkning og mistrivsel, opfordres der gennem artikler og debatindlæg til handling hos politikerne, hos hvem ansvaret ligger. Dertil en tydelig ækvivalenskæde, der udgør essensen af de konsekvenser, Danmark som samfund står overfor, hvis ikke der ændres på den hegemoniske forståelse af alkohol som en urørlig del af kulturen. Med den nye aftale rettes der i den forbindelse kritik mod politikerne og deres manglende transparens om forhandlingerne, herunder særligt Bryggeriforeningen indflydelse. Vi ser, at ideen om lobbyistiske interesser artikuleres som en forstærkende del af det sundhedsfaglige argument i debatten, hvor de økonomiske interesser lader til at veje tungere end de folkesundhedsmæssige. Dette efterlader de kritiske stemmer med et solidt argument, funderet i fakta og statistik, om en usund alkoholkultur blandt danske unge. I det følgende afsnit vil vi igen forholde os til ansvar som et omdrejningspunkt for debatten, men i stedet se på de steder i empirien, hvor det individuelle ansvar er i centrum for argumentet fremfor det højere strukturelle.

Forældrenes ansvar

Som introduceret i det foregående afsnit, har vi i empirien identificeret en diskursiv forhandling om ansvar inden for diskursen om kulturel forandring. Hvor vi før kiggede på ansvar som et strukturelt anliggende med særligt politikerne i fokus, vender vi nu blikket mod et mere indvidororienteret standpunkt, der tilkendegiver forældrenes ansvar for de unges alkoholforbrug. Et bidrag til diskursen om forældreansvar, kommer fra en yderligere gymnasirektor, der i et interview i Berlingske udtaler, at han: ”gerne vil have, at forældre skal »tage mere ansvar« for deres børns alkoholindtag” (bilag 3, 42). I artiklen udtrykker rektoren, hvordan en kulturændring om de unges alkoholvaner, på gymnasierne især, ikke sker gennem den nye politiske aftale. I stedet antyder hans holdning, at det er forældrene, som de eneste, der har mulighed for at påvirke de unge. Som argument for, at det netop er forældrene der står til ansvar, fremlægges således i artiklen: “For ifølge ham har den nuværende generation af forældre også selv været med til at facilitere den kultur, der finder sted på danske gymnasier i dag - ham selv inklusive” (bilag 3, 42). Altså handler det for gymnasirektoren også om ansvaret for en kultur, man som forældre har været med til at skabe, men som nu er en tradition omkring alkohol, der er “eskaleret til et »voldsomt« niveau” (bilag 3, 42).

Et citat som ydermere bakker op om en kulturændring hos de unge, kommer fra en kronik i Jyllands-Posten, skrevet af en Professor og dr. med fra Statens Institut for folkesundhed: ”Nu må vi manifestere, at vi som ansvarlige voksne og forældre ikke vil den alkoholkultur, mange unge lægger for dagen” (bilag 3, 18). I dette citat gives der ligeledes udtryk for, at der skal skabes en ændring omkring de unges alkoholkultur. I citatet sættes forældre i tæt forbindelse med at være ‘voksen’ og ‘ansvarlig’, som skaber en ækvivalering af forældre som gruppe eller en kollektiv identitet inden for diskursen. Her reduceres forældrene til en identitet som gruppe, ved at distancere sig fra det, de ikke er, som Laclau og Mouffe foreskriver. Så når en forælder i pågældende artikel omtaler sig selv og andre forældre som voksne og ansvarlige, står de dermed i opposition til det at være ‘unge’ og derfor lig med ‘uansvarlige’. En pointe der yderligere afspejles i empirien, når en læge, alkoholforsker og professor i en artikel fra Politiken eksplicit udtrykker, at ”vi”, hentydende til samfundet, ikke bør være stolte af den statistik, som ungdommens druk illustrerer: “Sammenlign så det med resten af Europa, og overvej, om vi skal være stolte af og glade for, at vi topper alle lister over unges og unge voksnes alkoholforbrug, debutalder og mængdeindtag på en gang? Det synes jeg ikke” (bilag 3, 2). I dette citat ses det, hvordan der skabes en vis stigmatisering af de danske unge, der på baggrund af statistikkerne

bliver skydeskive for den aktuelle alkoholdebat. Et argument der primært repræsenteres fra steder i det førømtalte ”voksenperspektiv”, hvor danske unge, i sammenligning med resten af Europas unge, stigmatiseres negativt i forhold til samfundets voksne og ansvarlige gruppe via en ”os” og ”dem” diskurs. Vi ser en tendens til, at de ældre voksnes udtalelser forsøger at fremme en forståelse af, at unge ikke selv har eller kan tage kontrol over deres alkoholforbrug. Noget som udtrykkes flere steder i empirien: ”Børn og unge kan stadig ikke styre deres branderter” (bilag 3, 3), ”let's face it: De kan jo ikke styre det selv” (bilag 3, 2) og ”de unge, der bare ikke kan styre det” (bilag 3, 4). Her bliver det de unges manglende kontrol i den nærværende alkoholkultur, som danner argument for, at der skal ske regulering på området.

Ydermere ser vi hvordan de unge degraderes til en position, hvor de, ifølge de voksne, ikke har ret til en stemme i debatten. I et debatindlæg i Kristeligt Dagblad anerkender en journalist og sognepræst to mediepersonligheder, der i tv-formatet Aftenshowet tog debatten op, hvor unge repræsentanter ligeledes var til stede. Journalisten skriver således i indlægget: ”De to kvinder kæmper heroisk og ikke mindst mod de teenage-debattører, som mediefolket elsker at invitere i studiet ud fra den basale misforståelse, at det er relevant at lytte til dem, det hele drejer sig om” (bilag 3, 27). Dertil: ”Desuden har mange unge som små papegøjer lært at sige, at det ikke nytter med løftede pegefingre” (bilag 3, 27). I disse to citater opretholdes den førnævnte stigmatisering, hvor de unge direkte betegnes som individer, der decideret ikke er relevante at lytte til i debatten. Med den nedværdigende formulering af dem som ”små papegøjer” antydes ydermere, at de unge kun gentager argumenterne fra dem, der advokerer for ingen regulering, og dermed ikke bidrager med noget brugbart. Ydermere sker der igen en ækvivalering af de voksnes diskursive gruppeidentitet, som i artiklen beskrives som ’heroiske’ (bilag 3, 27). Dette står i opposition til den unge gruppe, der dermed kan siges at fremstå som debattens skurke. Fælles for alle lignende eksempler er, at unge ses som barnlige og uvidende, hvad enten det er fra det moderlige perspektiv: ”skulle de kære små få for meget” og ”Det eneste, de ved, er, at hvis de ikke drikker med, så er de ude” (bilag 3, 3) eller fra det sundhedsfaglige: ”de drikker hjernen ud. De mangler evnen til kontrol” (bilag 3, 2). Her artikuleres de unge som ude af stand til selv at træffe beslutninger og have en saglig holdning til emnet, hvilket bliver til en del af ’de voksnes’ argument for, at der skal en strammere regulering til i samfundet.

Vender vi tilbage til det diskursive fokus på ansvar, tilslutter politikerne bag forbyggelsesaftalen sig ligeledes positionen om et individuelt forældreansvar, som for dem udgør løsningen på problematikkerne om unges alkoholkultur. I en artikel hos B.T. udtaler de Konservatives sundhedsordfører at: ”den pakke, vi fremlægger her, er også en hjælp til familierne. Det er dybest

set familiernes ansvar, hvordan deres unge har en acceptabel adfærd” (bilag 3, 43). Til spørgsmålet om, hvorfor de unge fortsat skal have lov at købe øl og lignende i store nok mængder til at kunne drikke sig berusede, er argumentet fra politisk side, at det er familierne, og dermed forældrene, der har ansvaret for en acceptabel alkoholkultur blandt de unge. Igen forhandles ansvaret altså tilbage fra politisk side til at være et spørgsmål om individuel ansvarlighed hos de enkelte familier frem for et politisk anliggende. De Konservatives sundhedsordfører Per Larsen udtaler efterfølgende, at “det er trods alt også et signal til forældrene om, at når de unge går i gang med at bruge alkohol, så er det de produkter, de har mulighed for at købe” (bilag 3, 43). Her betegnes forbyggelsesaftalen som et signal til forældrene, som nu er oplyste om de unges muligheder for køb af alkohol. Ingen af udtalelserne bakkes yderligere op af faglig viden eller statistikker, som vi har set tidligere i analysen, men får i stedet lov at stå alene i debatten. Dette illustrerer, hvordan dem som fremhæver ansvaret som hvilende på familier og forældre, frem for på et strukturelt niveau, ikke på samme måde læner sig op ad de sundhedsfaglige fakta. Dette resulterer i et mere vagt argument, hvor ansvarsfralæggelsen, hvad end det er fra politikerne eller institutioner, som ikke ønsker at forbindes med en problematik alkoholkultur, blot består i at flytte ansvaret fra dem selv, uden yderligere belæg.

Diskursive kampe om kulturændring: flere veje til forandring

Diskussionen om hvorvidt unges alkoholforbrug hviler på et strukturelt eller individuelt ansvar, leder til argumentet om, at forandringen skal ske gennem en kulturel ændring. Kulturargumentet er, på trods af konflikten mellem de to ansvarspositioner, til stede i begge, da de deler opfattelsen af, at ændringen afhænger af en kulturel transformation. Derfor vil det følgende afsnit udforske, hvad kulturen betyder for forandringen, snarere end blot hvem ansvaret bør pålægges. Ud fra empirien ser vi den kulturelle ændring som et centralt moment i diskursen om kulturforandring og unges alkoholforbrug, idet politikere, eksperter og journalister gentagne gange fremhæver kulturændring som nødvendig for at tackle det aktuelle alkoholforbrug blandt unge. Dette moment understøtter forståelsen af, at lovgivning eller sociale indsatser alene ikke er tilstrækkelige uden en dybere ændring i normer og værdier, der former unges alkoholkultur i dag. Vi vil nu undersøge, hvordan kulturargumentet alligevel knytter an til forskellige holdninger om, hvilke metoder der bør anvendes for at opnå kulturel forandring.

Særligt i to artikler fra Information (bilag 3, 8) og Politiken (bilag 3, 14) ser vi, at nødvendigheden af en kulturændring fremtræder i udtalelser fra både politikere og eksperter, men de

udtrykker forskellige opfattelser af, hvad ændring skal indebære, og hvordan den bør implementeres. Både Sundhedsminister Sophie Løhde fra Venstre og Søren Nørgaard fra Venstres Ungdom (VU) påpeger begrænsningerne ved en lovgivningsmæssig tilgang til kulturændring i forbindelse med alkohol. Løhde udtrykker det således:

“Vi skal også huske, hvordan det er at være ung i Danmark. Man ændrer ikke bare kulturen ved at slå de unge i hovedet med nye forbud. Vi må være med til at understøtte flere fællesskaber, hvor alkohol og nikotin ikke er i fokus” (bilag 3, 8).

Løhde påpeger vigtigheden i at understøtte ungdommen gennem positive fællesskaber, der fremmer et sundere miljø, frem for at indføre nye forbud. Her kan pointen om en kulturændring tilmed ses som et argument fra politisk side for ikke at indføre yderligere stramninger, da dette, ifølge Løhde, ikke vil fordre en kulturændring. Et argument der på sin vis fritager staten fra det ansvar, som kritikerne forsøger pålagt hos politikerne og regeringen. Ved at fremme argumentet om at støtte ædru og nikotinfrie fællesskaber, flyttes fokus væk fra spørgsmålet om, hvorfor den 18-årige alkoholgrænse ikke blev indført, som anbefalet af hele den sundhedsfaglige gruppe.

I et yderligere citat fremhæver Nørgaard nødvendigheden i at involvere ungdommen i processen med kulturændring på en mere inkluderende måde: “Selvom det måske kan lyde banalt, så er det en kulturændring, vi må og skal kigge ind i, og den er langt mere rigtig, end at staten giver sig til at lovgive imod og begrænser unge” (bilag 3, 14). Også Viktor Sivertsen fra Konservativ Ungdom tilslutter sig dette, ved at anfægte en problemløsning gennem lovgivning: “I stedet for at ændre alkoholgrænsen bør vores fokus være på at skabe en sundere kultur for alkoholforbrug. Vi bør opmuntre til ansvarlig drikkeadfærd og hjælpe unge med at udvikle sunde beslutningsprocesser” (bilag 3, 32). I disse citater ser vi igen kulturændringen som et argument i debatten, men hvor det hos Løhde potentielt handlede om at fjerne fokus fra eventuelle kritiske stemmer, kan det fra Nørgaard og Sivertsen anses som en anfægtelse af den indførte regulering. I stedet advokerer de to ungdomspolitikere for en kulturændring, hvor de unge inddrages og opfordres til ansvarlig adfærd, frem for at foretage en statsregulering. Begge perspektiver lægger derfor vægt på at undgå restriktioner, dog med forskellige argumenter i debatten. Således anvendes argumentet til hver deres fordel, hvad enten det er for at affeje kritiske stemmer eller i kampen om at stoppe statens begrænsninger mod de unge. Hertil kan

det siges, at det ungdomspolitiske ståsted, på trods af argumentet for en kulturændring, ligeledes indeholder elementer af en frihedsdiskurs, som taler ind i kulturens eksisterende hegemoni. Argumentet om at forandring skal ske et andet sted end ved lovgivning, kan dermed siges også at være under indflydelse af den hegemoniske forståelse, som uddybes senere i analysen.

I modsætning til de politiske stemmer bruger flere sundhedseksperter kulturændring som argument for nødvendigheden af lovgivningsmæssige tiltag, da disse anses som afgørende for at fremme og sikre en sundhedsmæssig forandring. Janne Tholstrup, forsker i alkoholvaner, understreger følgende: "Man skal huske, at priser og aldersgrænser ikke kun virker konkret, men også er afgørende for at sikre den kulturændring, der skal til" (bilag 3, 8). Hun argumenterer dermed for, at lovgivning kan spille en central rolle i at forme de kulturelle normer, der understøtter sundere adfærd og dermed en ændring i alkoholkulturen. Lotus Sofie Bast, seniorforsker i Tobaks- og nikotinforesbyggelse, og ligeledes fortaler for en strammere regulering, lægger i en udtalelse yderligere vægt på behovet for at adressere ungdommens forbrugsmønstre fra et forebyggende perspektiv:

"Man er nødt til at tænke på, hvad det er for et forbrug, man får opdyrket hos børn og unge, og hvad det på sigt får af konsekvenser. Der vil være gevinster i det, hvis vi om 20 eller 50 år ikke står med en ungegeneration, der er syge af de her produkter" (bilag 3, 8).

Hendes bekymring fremhæver, at der skal en bredere kulturel indsats til for at ændre de forbrugsmønstre, som i dag anses for normale, hvor mangel på politiske interventioner, kan lede til alvorlige konsekvenser for fremtidens voksne. Bast understøtter dermed argumentet om, at lovgivningen fungerer som katalysator for den kulturændring, der skal til for på lang sigt at gavne de unges sundhed. Også i Jyllands-Posten bakker professor i alkoholrelateret epidemiologi Ulrik Becker op om at begrænse tilgængeligheden af alkohol for unge, dog med fokus på kulturen i første række: "Men først og fremmest må vi tage et opgør med en tilgang til alkohol, der er vanvittig" (bilag 3, 19). I modsætning til Janne Tholstrups antagelse om, at stramninger fører til kulturændring, udlægger Becker, at det vigtigste for at ændre kulturen, er, at vi gør opgør med tilgangen til alkohol. I den forbindelse problematiserer han yderligere, hvordan pressen i mange år har italesat unges alkoholvaner, som problemer "der skal håndteres administrativt, politimæssigt og kommunalt" (bilag 3, 19), hvortil han i stedet siger: "for det handler

grundlæggende om en usund alkoholkultur, som kræver, at vi tager skeen – eller rettere flasken – i en helt anden hånd” (bilag 3, 19). Artiklens hovedpointe er derfor, at alkoholgrænser og flere hjælpende hænder ikke ændrer vores tilgang til alkohol: ”men det tager jo ikke fat på problemet – en fuldstændig tosset alkoholkultur” (bilag 3, 19). Ligesom hos de øvrige sundhedseksperter tales der for at ”gøre de alkoholfri valg nemmere” (bilag 3, 19), hvilket ligeledes kan opfattes som en indirekte hentydning til, at det i dag ikke er nemt at fravælge alkohol netop som resultat af en fuldstændig tosset alkoholkultur.

Disse forskellige tilgange til kulturændring, præsenteret af politiske stemmer som Løhde, der tilskynder ædru fællesskab for at undgå strammere alkoholgrænser, og sundhedseksperter som Tholstrup, der argumenterer for nødvendigheden af stramninger, danner tilsammen en kompleks diskurs om alkoholforbrug blandt unge, hvor det samme argument anvendes med forskellige formål. De forskellige stemmer inden for kulturargumentet kan både støtte hinanden og afspejle interne konflikter, da den sundhedsfaglige opfordring til lovgivning som drivkraft for kulturændring udfordrer det liberale ønske om mindre restriktive og mere støttende indsatser. Disse artikulationer, hvor kulturforandring får forskellig betydning afhængigt af det diskursive netværk, skaber et diskursivt landskab, hvor ‘kulturforandring’ er et centralt moment og en nødvendig forudsætning for varige ændringer i danskernes alkoholvaner. Dette moment viser, hvordan en bredere samfundsmæssig konsensus langsomt kan tage form, trods betydelige spændinger og divergenser mellem de forskellige tilgange.

Kulturel overlevering af kollektiv identitet

Når de forskellige stemmer inden for kulturforandringsdiskursen udtaler sig om unges alkoholforbrug, bliver det ofte problematiseret via pointen om, at kulturen bliver overleveret fra tidligere generationer. Problematikken understreges således ved antagelsen om, at danskernes alkoholforbrug er en historisk og derfor stærkt kulturelt indlejret konstruktion, som ungdommen er født ind i. En forklaring på, at det alligevel er den unge generation, der bliver alkoholdebattens skydeskive, ser vi i en artikel fra Information (bilag 3, 4), hvor kulturjournalist Anna von Sperling reflekterer over, at der i samfundet hersker en vis forestilling om, at “hver ungdomsgeneration er værre end den foregående, og intet sted er den automatik mere tydelig, end når det kommer til nydelsesmidler...” (bilag 3, 4). Et narrativ som medierne fortsat fremstiller baseret på tidligere generationers adfærd, og som på forudindtaget vis kan siges at fastholde de unge i den tidligere beskrevne kollektive identitet som de uvidende og uansvarlige.

Særligt i empiriens mange debatindlæg, herunder Jyllands-Posten (bilag 3, 24), Berlingske (bilag 3, 29) og Politiken (bilag 3, 17, 30), ser vi en gennemgående tendens til, at forskellige debattører bekræfter og dermed forstærker den eksisterende hegemoniske diskurs, hvor alkoholforbrug ses som en naturlig og integreret del af det at være ung. Citater som: "Ved begivenheder som 'rusforløb' på universiteter og firmajulefrokoster kan fuldskab i fællesskab blive en nærmest rituel oplevelse, som styrker samværet" (bilag 3, 36), "alkohol kan skabe et unikt fællesskab med uforglemmelige oplevelser" (bilag 3, 30) og "alkohol i mange sammenhænge er en direkte eller indirekte adgangsbillet til sociale fællesskaber" (bilag 2, 1), vidner om en bred kulturel forventning, der er med til at normalisere alkoholforbrug. Der udfolder sig derfor en diskursiv artikulation i mediefremstillingen, som kobler social accept med alkoholforbrug, hvilket resulterer i, at alkoholkultur også i medierne konstrueres som en norm, de fleste unge indgår i. Når vi i citaterne ser, at alkohol associeres med samvær og fællesskab, kan de, på trods af deres opbakning til en kulturel forandring, alligevel siges at være medkonstruerende af den generelle diskurs om, at alkohol er essentielt for social integration og fællesskab i ungdomslivet.

Også en udtalelse fra Maria Koch Aabel, chefkonsulent i Sundhedsstyrelsen fremstiller det således: "det kan være svært at ændre vanerne hos de gymnasieelever, der i dag drikker alkohol, som en del af den alkoholkultur, der hersker blandt unge, og hvor omdrejningspunktet for samværet mange gange er alkohol" (bilag 3, 1). Citatet anerkender de udfordringer, der ligger i at bryde med de faste normer og forventninger, og det illustreres hermed, at den hegemoniske diskurs ikke kun er magtfuld, men også selvforstærkende, idet den modstår forsøg på forandring. Denne formulering bakker op om, at den hegemoniske forståelse af alkoholkultur gør, at man i samfundet generelt, kan have svære ved at skabe ungdomskultur uden alkohol i centrum. En udfordring der ligeledes anerkendes af den tidligere inddragede gymnasieinspektør, der i sit debatindlæg med opfordring til en strammere lovgivning udtaler: "Lige nu gør vi skolefolk, hvad vi kan, for at udskyde fester ved skolestart, begrænse alkoholindtaget og lave utallige sociale arrangementer og fællesskaber uden alkohol. Det har effekt, men slet ikke nok" (bilag 3, 10). I argumentet for at hæve aldersgrænsen til 18 år understøtter dette citat den stærkt herskende alkoholkultur blandt unge, og antyder, at de lokale forsøg på forskellige ungdomsudannelser og -institutioner ikke er tilstrækkelige, hvis der skal ske en kulturforandring på et generelt plan.

Fra alle positioner i debatten, hvad end det er kritiske stemmer eller ej, ses citater som “Unge drak og drikker, fordi de voksne viser vejen: Vi har en stærk alkoholkultur, hvor hygge og sjov er uløseligt forbundet med alkohol” (bilag 3, 24), “Det er så indgroet i voksne, at fest er lig med alkohol” (bilag 3, 29) og “Selv var hun fra sin tid på handelsskolen vant til, at øl rimede på fest” (bilag 3, 36). Citater der fremhæver, hvordan voksne ikke blot deltager i, men aktivt har været med til at forme alkoholkulturen, som unge sidenhen har adopteret som en del af deres sociale læring. Dette understøtter ideen om, at alkoholforbrug er præget af en socialt indlært adfærd, og at voksne har en afgørende rolle i at forme unge menneskers opfattelse af alkohol som en integreret del af social interaktion og festligheder. Selvom denne position også er til stede i diskussionen om forældrenes ansvar, for ikke at videregive en usund kultur til deres børn, så munder dette alligevel ud i spørgsmålet om, hvor meget kultur egentlig betyder, siden hverken forældre, politikere eller andre relevante grupper har kunne bidrage med betydelig handling for at bryde med de normer og statistikker, der associeres med danske unges alkoholkultur. Ved at drage paralleller til diskursteoriens formulering af kollektiv identitet, bliver vi således fristet til kritisk at forholde os til, at medierne her er påvirket af en samfundsbestemt konstruktion af, at unge som generation altid er mere problematiske end den foregående. Ikke nok med at være påvirket af dette, viser de ovennævnte citater i dette afsnit, at medierne, til en vis grad, deltager i at konstruere og vedligeholde den bestemte opfattelse af unges adfærd som uansvarlig. Den kollektive identitet af unge kan dermed forstås som en betegnelse for en identitet som kulturelt overleveres gennem generationer, hvortil nutidens unge generation blot er blevet eksemplet for den aktuelle debat.

Diskursiv åbning for kulturforandring

På trods af at vi anser alkoholdebatten som præget af to veletablerede diskursive positioner, identificerer vi i empirien ligeledes et par diskursive åbninger. Med afsæt i Laclau og Mouffes poststrukturalistiske tankegang vil vi i det følgende afsnit udforske de diskursive åbninger, som på sin vis destabiliserer den herskende diskurs og gennem nye artikulationer skaber plads for nye betydninger og identiteter. Vi anser derfor disse åbninger som vigtige i forhold til, hvordan de potentielt udfordrer den hegemoniske forståelse ved at give anledning til nye perspektiver. Dette bliver ligeledes relevant i den senere analyse, hvor vi vil betragte disse åbninger ud fra Halls perspektiv, særligt med hensyn til mediernes rolle i at give rum til disse åbninger.

I empirien ser vi dog kun ganske få artikler hvor det sociale aspekt af alkoholkulturen problematiseres som en del af diskursen om kulturel forandring. I stedet nævnes pointen i flæng fra divergerende perspektiver og afsendere, med forskellige argumenter om enten en strammere regulering eller en decideret kulturforandring. Dog er der enkelte eksempler som påtaler problematikken. I en artikel hos Kristeligt Dagblad interviewes Jakob Demant, lektor ved sociologisk institut på Københavns Universitet, om netop dette. Han forholder sig kritisk overfor den sociale opdeling, der kan opstå hos de unge, når alkoholen bliver samlingspunktet for fællesskabet. Dette illustreres blandt andet med citatet: “Mens ‘de fulde’ oplever gensidig anerkendelse og bestyrker deres relation, kan de mere mådeholdne opleve en stor grad af udelukkelse” (bilag 3, 36). Her tilføjer Demant, at en sådan “slags gruppedannelse er forbundet med popularitet og magt” (bilag 3, 36). Ved at fremhæve de sociale konsekvenser som medfølger hos de unge, som er mere mådeholdne med alkohol, signaleres der en diskursiv åbning i debatten. Selvom normerne inden for alkoholkulturen problematiseres i størstedelen af artiklerne, fokuseres der oftest på lovgivningen eller de individuelle konsekvenser af alkoholforbrug fremfor på den sociale kontekst, hvor unge føler pres til at drikke for at opnå popularitet og undgå udelukkelse. Her tydeliggøres altså den hegemoniske forståelse om alkohol som dertil bliver antydnet netop som en praksis, der dominerer samfundet og dets sociale strukturer.

Med det sociale pres, der fremlægges her, bliver det tydeligt, at man ikke kan sige nej til alkohol uden at risikere at blive ekskluderet fra fællesskabet. Som karriererådgiver og forfatter Thomas Rosenkrands udtrykker det i et debatindlæg hos Jyllands-Posten: “Men der skal helst være en god grund, man kan ikke bare vælge ikke at drikke, for så er man lidt mærkelig” (bilag 3, 24). Inden for denne kultur kræves der altså en legitim undskyldning for ikke at drikke, hvilket også udtrykkes af de unge selv. Her kan der trækkes tråde til Advocat og Lindsay (2015) i litteraturreviewet, hvis undersøgelse udenfor medierne viser, at kun få undskyldninger blandt unge anses som legitime for at fravælge alkohol, mens beslutningen om ikke at drikke ellers går imod den dominerende kulturelle logik (Advocat & Lindsay, 2015, s. 145-146). Forskerne ser netop denne sociale begrænsning i muligheder som central for at forstå den hegemoniske diskurs, der normaliserer alkoholkultur blandt unge (Advocat & Lindsay, 2015, s. 141). Dette kan yderligere ses i empirien i et debatindlæg fra en 16-årig studerende, der udtaler: “alkohol er samtidig det eneste rusmiddel, man i sociale sammenhænge skal have en undskyldning for ikke at indtage” (bilag 3, 29). De unges perspektiv udtrykker den magt, som den hegemoniske diskurs omkring alkoholkultur har, og som også fremgår af Advocat & Lindsays undersøgelse uden for medierne. Vi kan derfor se, hvordan medierne er med til at fremstille unge som underlagt denne

hegemoni, og hvordan de bidrager til formidlingen og forstærkningen af de sociale normer, som kulturen lægger op til. Desuden taler disse citater ind i førnævnte pointe om en kompleks diskurs, hvor forskellige positioner forsøger at artikulere debatten til ligeledes at indeholde det stærke normsæt, som er forbundet med alkoholkulturen.

Dette åbner for en diskussion om behovet for en mere inkluderende og mangfoldig kultur, hvor der er plads til forskellige valg og livsstile. I den forbindelse tilføjer Rosenkrands yderligere til Jyllands-Posten: ”Vi er nødsaget til at drøfte, om det nu også er nødvendigt altid at drikke for at hygge og more sig” (bilag 3, 24). Også Anja Winkler, stifter af borgerforslaget ”stop for salg af alkohol til unge under 18 år” stiller følgende retoriske spørgsmål i en artikel for Politiken: ”Glemmer vi at spørge, hvorfor du gerne vil drikke alkohol, eller tager vi det som en selvfølge og får dermed ubevidst påduttet dig alt det, vi selv har gjort og lært?” (bilag 3, 17) og inviterer dermed til en kritisk refleksion af de eksisterende konstruktioner. Mediediskursen åbner her for diskussionen om, hvordan samfundet kan bryde med normer, der har bidraget til at opretholde og forstærke en sundhedsskadelig alkoholkultur. Dette knytter netop an til behovet for en omfattende kulturforandring, hvor det redefineres, hvad det vil sige at hygge og more sig uden alkohol som samlingspunkt.

I den forbindelse bliver den diskursive åbning yderligere understøttet ved argumentet om, at der allerede er ved at ske en ændring i kulturen omkring alkohol. Som journalist Anders Boas portrætterer det i Weekendavisen, kan der ses en ændring i unges menneskers opførsel: ”De unge opfører sig ikke lige så hasarderet, som tidligere generationer gjorde i samme alder. Er den dumdristige teenager et overstået kapitel?” (bilag 3, 28). Ved at pege på, at udviklingen i unges adfærd kan ses som et ”teenageopgør”, fremstilles det således, at der er sket en ændring i unges indstilling til alkohol: ”Der er sket noget med teenagere: De lader til at tage færre risici, end deres forældre gjorde” (bilag 3, 28). Vi ser derfor, hvordan der i empirien også udfolder sig et mere inkluderende billede af ungdommen, end hvad vi er bevidste om fra den hegemoniske diskurs, i og med alkohol ikke fremstilles som en selvsagt nødvendighed her. Også i Jyllands-Posten påtales en gradvis forandring i samfundets generelle indstilling til alkoholforbrug af Rosenkrands: ”I dag er der dog en betydelig større forståelse for, hvis folk ikke drikker” (bilag 3, 24). Denne udtalelse eksemplificerer det skift, hvor nye diskursive artikulationer gør valget om ikke at drikke alkohol mere respektabelt end tidligere.

Brud med kulturen via populærkulturelle fænomener

Sidstnævnte pointe leder til dette afsnit, hvor vi vil undersøge, hvordan flere medier repræsenterer en afholdenhedsposition som en alternativ forståelse af ungdomskultur, end hvad vi hidtil har identificeret. Det repræsenteres som en bevægelse, der er opstået i takt med at globale fænomener omkring afholdenhed fra alkohol har floreret og skabt nye tendenser blandt samfundets individer. Der fremstilles her en position, der påpeger, at forandring kan ske på andre måder end gennem politikeres, institutioners eller forældres begrænsning af unges alkoholforbrug, nemlig gennem et bevidst fravalg. Vi ser derfor, hvordan der brydes med den diskursive fremstilling, vi tidligere identificerede, om danske unge som en kollektiv identitet, da afholdenhedsbevægelsen kan siges at fremme en differentiering inden for ungdomskulturen. Dette skaber nye diskursive artikulationer, der udfordrer den hegemoniske opfattelse af, at alkohol er en uundgåelig del af ungdomslivet.

I relation hertil ser vi hvordan særligt tre artikler fra henholdsvis Kristeligt Dagblad og netmediet Zetland (bilag 3, 18, 20, 40) introducerer den såkaldte ”sober curious” bevægelse, som et tegn på, at en vis kulturel forandring er i sigte: ”sober curious, som betyder ædru-nysgerrig og er betegnelsen for en ny bevægelse blandt unge, som hylder et mere reflekteret forhold til alkohol” (bilag 3, 18). Afholdenhedsbevægelsen repræsenterer en gruppe i samfundet, der bryder med den traditionelle forståelse af ungdommen som synonymt med fest- og drukkultur. Denne bevægelse fremstilles som en ny kulturel tendens, der står i modposition til den hegemoniske diskurs, hvor der i stedet fokuseres på det individuelle valg om en sundere livsstil. Chefredaktør for Kristeligt Dagblad Karin Dahl Hansen beskriver dette som en tendens, der ”hylder et mere reflekteret forhold til alkohol. Bevægelsen er i sig selv et opgør med en myte om, at alle unge drikker” (bilag 3, 18). Med dette perspektiv repræsenteres et alternativt billede af unge der enten fravælger alkohol helt eller er nysgerrige på ædruelighed.

Med afsæt i Laclau og Mouffe kan vi se den nye bevægelse som et eksempel på, hvordan diskursive artikulationer kan skabe antagonismer mod den hegemoniske diskurs. Ligesom sober curious bliver også fænomener som ”mindful drinking” og ”hvid januar” fremhævet som repræsentative for denne nye kulturelle tendens (bilag 3, 18, 20, 40). Disse kan ses som alternative måder at skabe fællesskab og mening på, i og med at der forekommer ”enorm interesse fra mange forskellige typer af mennesker, der ellers ikke plejer at have så meget tilfælles” (bilag 3, 40). Også i samfundet generelt tyder det på, at mulighederne for at forbruge alkoholfrie

alternativer vokser: ”Nede i Brugsen bugner hylderne af alkoholfri erstatningsprodukter” (bilag 3, 40). Dette vidner om en bredere kulturel ændring, hvor nye former for fællesskab og sociale interaktioner opstår omkring og som resultat af afholdenhed fra alkohol.

Også i en anden artikel fra Kristeligt Dagblad fremhæves den rituelle og psykologiske dimension af at undgå alkohol, hvor hvid januar som nytårsforsæt og pauser fra alkohol efter en julemåned fuld af overforbrug ses som en form for selvrenselse og personlig styrke: ”trang til at rense ud i kadaveret og måske prøve kræfter med nye gode vaner” (bilag 3, 20). Dette understøtter, at de nye valg ikke kun er midlertidige trends, men en del af en dybere refleksion og en bevidst transformation af individuelle livsstile, der bryder med den traditionelle alkoholkultur. Disse bevægelser og de tilknyttede diskurser signalerer en transformation i forståelsen af ungdom og alkohol, hvor traditionelle opfattelser udfordres, og mere inkluderende og sundhedsorienterede narrativer vinder frem. Vi identificerer derfor, at den hegemoniske diskurs, hvor alkoholforbrug ses som en nødvendighed i sociale sammenhænge, udfordres af disse nye narrativer og praksisser, hvor ædruelighed og bevidste valg er i centrum.

Omend disse fænomener kan forbinde individer i en bevægelse med alternative fælles værdier, betones det i Zetland, at afholdenhed er et ”individuel projekt” og en ”frigørelse til ikke at drikke, hvis man ikke har lyst til det” (bilag 3, 40). Fremstillingen peger på, at fravalg af alkohol ikke længere er en reaktion på eksternt pres eller forventninger, men i stedet er blevet en selvstyret beslutning, der værdsætter individets ret til at vælge. Dette definerer ædruelighed som en del af en bredere bevægelse for personlig velvære og sundhed.

Dette viser, hvordan ’frihed’ bliver en drivkraft for re-artikulation af diskurser uden nødvendigvis at kræve top-down lovgivning eller regulering, som de førnævnte positioner argumenterer for. Det individuelle valg om at være ”sober curious”, sammen med lignende fænomener, eksemplificerer, hvordan populærkulturelle tendenser kan formulere og sprede nye sociale forståelser blandt samfundets individer og dermed drive kulturelle forandringer. Dette understøtter en af pointerne i litteraturreviewet, hvor Davey (2023) argumenterer for populærkulturens betydning for konstruktionen af alkoholdiskurser, eksempelvis gennem fremstillingen af alkohol i tv-serier. Mens alkohol i serier som ”Sex and the City” og ”Bridget Jones’s Diary” analyseres som et symbol på kvinders frigørelse og valget om at forbruge alkohol som en frihedsværdi (Rottenberg, 2014; Gill, 2017 i Davey, 2023, s. 10), viser vores empiri, at populærkulturelle tendenser også kan fremme afholdenhed. Vi ser derfor, hvordan antagonismer kan opstå i

populærkulturen ved at skabe åbning for en kulturel forandring af unges alkoholkultur, hvor individuelle valg prioriteres frem for socialt pres.

Måden 'frihed' tillægges betydning i kulturforandringsdiskursen, repræsenterer én opfattelse, der stadigvæk, på trods af andre perspektivers argumenter under samme diskurs, taler for en ændring i normerne omkring alkohol. Men når vi nu når til analysen af den dominerende diskurs i samfundet, som kulturforandringsdiskursen netop er en reaktion på, får frihed igen en central rolle i argumenterne, dog med et andet diskursivt formål. Hvordan vi kan forstå frihedsbegrebet som en flydende betegner, der går igen på tværs af divergente diskurser, vil vi nu udforske i det følgende afsnit om frihedsdiskursen.

Diskursen om frihed

Som nævnt agerer diskursen om kulturforandring moddiskurs til den hegemoniske diskurs og forståelse af alkohol som en uforanderlig del af den danske kultur. Eftersom ovenstående gennemgang af diskursen om kulturforandring klart repræsenterer flertallet af artikler i debatten og udgør et stærkt argument for en strammere regulering, fremføres synspunkterne fra frihedsdiskursens repræsentanter i høj grad som et modsvar på den kritik. Hos dem som udtaler sig indenfor denne diskurs, debatteres reguleringer på alkoholområdet ud fra et spørgsmål om de unges frihed og ret til selv at bestemme. Noget der ligeledes trækkes ud på et samfundsmæssigt plan om, hvorvidt vi i Danmark ønsker at være et land, der gør brug af regler og forbud, for at skabe en kulturændring. Selvom denne diskurs ikke fylder lige så meget i debatten som den udfordrende diskurs, vil vi alligevel inddrage den for at illustrere, hvordan frihedsdiskursen repræsenterer den hegemoniske forståelse af alkohol, som ligger til grund for en stærk moddiskurs om kulturforandring. Indenfor denne diskurs fastlåses frihed fra at være en flydende betegner, til at den stedet betragtes som et nodalpunkt, som frihedsdiskursen særligt fikseres omkring. Ligeledes vender vi tilbage til ansvaret som en flydende betegner, der indenfor denne diskurs bliver tillagt en anden betydning i kraft af de relationelle betydninger som er præsente i frihedsdiskursen.

Som nævnt i det foregående afsnit, skjuler ingen af artiklerne i empirien, at alkohol er kulturelt indlejret, men mange artikler forholder sig i varierende grad til alkohol som et sundhedsskadeligt produkt. En artikel der netop afholder sig fra at fremstille alkohol med nogen form for skepsis, og som vi derfor ser som særligt repræsenterende for den hegemoniske diskurs om

frihed, er en artikel fra DR som undersøger de mest populære ord og vendinger for det at være beruset (bilag 3, 35). Her forsøger DR i en interaktion med deres læsere at kortlægge hvilke favoritudtryk, som forbindes med at indtage alkohol til beruselse. Her indleder journalisten bag artiklen med citatet:

Det er snart weekend. Måske skal du ud at have en kæp i øret sammen med vennerne? Eller måske skal du drikke snublejuice til hagesmækken strammer, save dig selv midt over, være steiff, marineret, hammerlam, palermo, bøjet eller fnøllem døllem” (bilag 3, 35).

Vi anser ovenstående citat som repræsentativt for den hegemoniske diskurs, der normaliserer og forventer alkoholkultur blandt unge, og som gennem sine mange synonymer er bredt accepteret i samfundet. Læserne har meldt tilbage med over 800 ord, som de personligt forbinder med beruselse (bilag 3, 35). Selvom vi ikke direkte kan knytte dette til den yngre generation, illustrerer det stadig et billede af alkohol som en dybt forankret del af dansk kultur. Hvad denne tilgang til alkoholkulturen konkret er bundet op på, og hvilke artikulationer den lykkes med som en hegemonisk diskurs om frihed, udfolder sig ligeledes i debatten.

Frit folkestyre eller gråt leverpostejland?

Diskursen om frihed knytter sig som sagt til en hegemonisk forståelse af alkohol som værende indlejret i den danske ungdomskultur, hvilket trækker tråde til liberalismen som ideologi, og individets ret til selvstændighed og personlig frihed. I empirien bliver spørgsmålet om frihed særligt udtrykt af de unge, der indtager samme liberale ståsted, og som derfor betragter yderligere stramninger i alkoholpolitikken som en frihedsbegrænsning for dem som gruppe. Dette ses blandt andet i et debatindlæg hos Politiken, hvor tidligere nævnte repræsentant fra Venstres Ungdom omtaler den aktuelle debat om de unges forbrug af alkohol som “et kapløb om, hvem der kan finde på de vildeste indskrænkelse af unges personlige frihed” (bilag 3, 14). Som nævnt betragter vi frihed om et nodalpunkt indenfor denne diskurs, hvortil diskursens yderligere tegn ordnes omkring og får deres betydning i forhold til. I citatet sættes yderligere lovgivning af unges alkoholforbrug i relation til personlig frihed og regeringens indskrænkelse af denne. Denne liberale, tenderende til borgerlige, position understøttes i flere debatindlæg fra

den unge politiske højrefløj. Hos Jyllands-Posten udtaler en repræsentant fra Danmarks Demokraters Ungdom, at "Danmark er et dejligt land. Et vestligt samfund i udvikling skabt over generationer, i visheden om at frihed og ansvar er de centrale nøgleord, som definerer det gode liv i et demokrati" (bilag 3, 39). Her sættes frihed i direkte forbindelse med "det gode liv", og hvor resultatet af frihed udgør Danmark som et "dejligt land". Dertil fremhæves frihed og ansvar som kerneord, der gennem generationer har knyttet sig til demokratiet i Danmark. Dette taler ind i den hegemoniske forståelse om, at den danske kultur, som alkohol unægteligt er en del af, er en del af det samfund, der er skabt gennem generationer, og som ifølge denne position, er noget der skal værnes om. Indenfor denne diskurs bruges retten til frihed altså som et argument i debatten om mindre eller ingen regulering for de unges køb af alkohol.

Dog er selvsamme frihed truet af både staten samt fortalene for moddiskursen om kulturel forandring og argumentet om bedre folkesundhed. En diskurs hvor man ifølge den unge politiker opererer efter den "fuldstændig forføjede diskurs, at vi jo bare gerne vil passe på de unge mennesker" (bilag 3, 14). Der illustreres et klart og tydeligt billede fra ungdommens borgerlige repræsentanter, om det samfund, vi derimod går i møde, hvis ikke de unges frihed beskyttes i højere grad. Et samfund som den nye alkoholregulering er et eksempel på, samtidig med et udtryk for regeringen og dens "sygelige behov for at kontrollere de unge" (bilag 3, 39). Der fremstilles hermed at reguleringen er et udtryk for 'kontrolmani' med ungelivet, som har 'taget overhånd' (bilag 3, 14). Argumentet om frihed tydeliggøres særligt i et citat fra repræsentanten fra Danmarks Demokraterne Ungdom:

"Er det virkelig det, vi er blevet til? Et gråt leverpostejlsland, hvor vi sælger ud af vores værdier, afskaffer helligdage, og hvor staten vil bestemme, hvordan danskerne lever deres liv. [...] Jeg tror ikke, vi bliver et bedre land af at dømme folk for at brænde bøger af, indføre kønsneutrale cpr-numre, hæve aldersgrænsen for alkohol, pålægge danskere en top-topskat og sætte prisen på snus op. Tværtimod. Vi skal bestemme mere selv og have vores frie folkestyre tilbage på sporet" (bilag, 3, 39).

I dette citat ser vi en tydelig ækvivalenskæde, som knytter sig til truslen mod friheden som nodalpunkt. Her ses vendinger som “Et gråt leverpostejssland”, “sælger ud af vores værdier” og “staten vil bestemme”, der knytter sig til truslen imod friheden. Ækvivalenskæden understøttes flere steder i debatten, når alkoholregulering kobles til et “kedeligt forbudsland” og “sundhedsapostle” (bilag 3, 2) samt “kontrolmani” og “autokrati” (bilag 3, 14). Som citaternes ophav vidner om, tager frihedsdiskursen et ideologisk liberalt standpunkt i debatten, hvor staten, med eller uden sundhedsfaglig indflydelse, gøres til skurk for at indskrænke danskernes frihed. Dette sker på trods af, at flertallet i debatten havde ønsket en højere regulering af unges alkoholindkøb. Fra litteraturreviewet ved vi, at denne diskurs ikke er sjælden i mediebildet, men at så snart der er tale om regulering eller begrænsning af en specifik adfærd, vil det i nyhedsdækningen fremstilles som en trussel mod valgfriheden (Hansen & Gunter, 2007, s. 155). Den gruppe af unge, der repræsenterer dette synspunkt, besidder et solidt argument, alene i kraft af, at der i et demokrati oftest vil være en del af befolkningen, der ønsker at rette kritik mod regeringens og statens handlinger, når disse begrænser individet.

Druk på eget ansvar

Et ord, der gentages på tværs af de to diskurser i debatten, og som vi betragter som en flydende betegnelse, er ansvar. I kulturforandringsdiskursen handler ansvar om, hvem der skal holdes til ansvar for at ændre de unges aktuelle alkoholkultur. I frihedsdiskursen drejer det sig derimod om de unges ret til selv at håndtere deres alkoholforbrug og vise ansvar. I dette perspektiv sættes ansvar i relation til frihed som nodalpunkt i diskursen, hvorved ansvar fastholdes som et centralt moment i diskursen om frihed.

Denne relation mellem frihed og ansvar kommer særligt til syne hos det unge og liberale perspektiv i debatten. Eksempelvis udtrykkes følgende af førnævnte medlem af Venstres Ungdom: “så lad os unge mennesker have frihed, og lad os have frihed til selv at tage beslutninger og ikke mindst ansvar” (bilag 3, 14). Som bekendt udtrykker citatet en modreaktion på den nyindførte alkoholregulering, som ifølge VU-medlemmet ikke giver de unge mulighed for selv at tage ansvar i den kultur, de repræsenterer. Ved at definere ansvar i henhold til frihed understøttes det liberale argument om værdien af selvstændighed og ansvar for egen adfærd, frem for at blive styret af andre. Et argument, der bakkes op af en gymnasieelev Emil Hylleberg i et debatindlæg, hvor han stiller sig i direkte opposition til dem, der repræsenterer moddiskursen om kulturel forandring, og de stemmer, der florerer her: “Modsat Sørine Gotfredsen og Mia Lyhne mener jeg godt, at min generation kan håndtere alkohol under ansvar” (bilag 3, 9). I dette citat

tales der om at håndtere alkohol, hvilket udgør ansvaret for de unge med dette perspektiv. Her argumenteres der for at udvise ansvar 'i' den herskende kultur, i modsætning til ansvar 'for' kulturen, som vi så hos moddiskursen.

En særligt fremtrædende stemme i debatten, der også støtter de unges krav om at blive anerkendt som ansvarlige individer, er den tidligere nævnte Hækkerup, direktør for Bryggeriforeningen. Hækkerup er særligt til stede i debatten med personlig omtale i 10 artikler, hvortil han selv bidrager yderligere med tre debatindlæg, hvor han på Bryggeriforeningens vegne forsvarede både kulturen og de unge, som repræsenterer den. Gennem udtalelser som: "nutidens danske unge har et langt mere ansvarligt forhold til alkohol, end deres forældre og bedsteforældre havde, da de var unge" (bilag 3, 22), "grundlæggende tror jeg på, at unge er ansvarlige" (bilag 3, 31) og "vi har en historisk ansvarlig ungdomsgeneration" (bilag 3, 23), forsøger han på gentagende vis at fastlåse ansvar inden for diskursen om frihed. Hermed artikuleres de unges position sammen med Hækkerups i forsvaret mod stemmerne fra moddiskursen, som argumenterer for en nødvendig aldersgrænse på 18 år for køb af alkohol.

Tidligere i analysen, fremhævede vi den retorik, der i diskursen om kulturforandring blev anvendt om de unge som kollektiv identitet, da de flere steder stigmatiseres som uvidende, uden kontrol og dertil sat i modsætning til voksne, der fremhævede sig selv som de ansvarlige og heroiske. I et interview til Politiken ser vi hvordan Hækkerup tager afstand til de øvrige voksnes betegnelse af de unge ved at anvende en mere positivt ladet retorik: "Skal vi møde dem med forbud og løftede pegefingre, eller skal vi møde dem med tillid? Jeg synes, at vi skal møde dem, der skal arve vores verden, med tillid, for det har de gjort sig fortjent til (bilag 3, 13). Hækkerup-citatet bruges her til at kontrastere de to diskurser i debatten om unges alkoholforbrug og spørgsmålet om, hvordan man bedst imødekommer de unge i forhold til deres alkoholforbrug. Her bliver moddiskursen fremstillet som dem, der ønsker "forbud og løftede pegefingre" (bilag 3, 13). Ord og vendinger som den tidligere nævnte ækvivalensskæde knytter direkte an til i beskrivelsen af det, som netop truer friheden. På denne måde taler Hækkerups argument ind i diskursen om frihed ved netop at pointere, at det ikke er vejen frem med forbud og såkaldte løftede pegefingre. En vending der nævnes i samtlige artikler, hvor Hækkerup får taletid (bilag 3, 13, 22, 23).

Ser vi igen på de unge som en kollektiv identitet, er sprogvalget inden for denne diskurs markant anderledes. Frem for at blive fremstillet som uvidende og uansvarlige, italesættes de som

ansvarlige individer, der har gjort sig fortjent til de ældres tillid (bilag 3, 13). Dette sprogvalg hænger sandsynligvis sammen med, at der i denne diskurs ikke er det samme ønske om en kulturforandring blandt de unge. Argumentet og omtalen af de unge baseres derfor i højere grad på anerkendelse frem for kritik. Ydermere forbinder Hækkerup de unges alkoholforbrug med noget værdifuldt, som vi også identificerede i de unges egne betragtninger, hvor en stramere regulering blev ligestillet med at "sælge ud af vores værdier" (bilag 3, 39). Dette tilslutter Hækkerup sig i interviewet til Politiken, hvor han udtaler: "Alkohol i moderate mængder kan give et ungt menneske muligheden for at træde ud i noget, man ellers ikke turde. Det er et ungdomsliv, som har værdi" (bilag 3, 13). I citatet sætter Hækkerup direkte lighedstegn mellem indtagelse af alkohol og et værdifuldt ungdomsliv. Udover at tale de unge op, taler Hækkerup ind i den hegemoniske forståelse af alkohol som en fastlåst del af vores kultur, bundet op på traditioner og sociale tilknytninger, og som kan hjælpe de unge til "at sænke skuldrene. Så man kan slippe noget af al nervøsiteten om bumser og tøj osv." (bilag 3, 13). Hækkerup fungerer altså som en afgørende stemme i at hegemonisere unges alkoholkultur ved indirekte at opfordre til alkoholforbrug med budskabet om, at det gavner unge.

Desuden bør det tilføjes, at Hækkerup sandsynligvis anvender samme strategi, som vi identificerede inden for diskursen om kulturel forandring, ved at nævne potentielle lobbyistiske interesser for at styrke sin egen argumentation. Hvor repræsentanter for moddiskursen bidrager til at artikulere Bryggeriforeningens økonomiske interesser, ser vi modsat i et debatindlæg til Jyllands-Posten at Hækkerup skriver: "Det er svært ikke at få den tanke, at de gode sundhedsfolk er sure, fordi udviklingen giver dem dårligere og dårligere vilkår for deres løftede pegefingre og forbudsdagsorden over for unge mennesker" (bilag 3, 37). I citatet artikulerer Hækkerup ideen om, at "sundhedsfolket" har lobbyistiske interesser i debatten, motiveret af bekymring for deres fremtidige erhvervsvilkår. Det ses derfor, hvordan Hækkerup beskylder moddiskursen for at være drevet af lobbyistiske interesser og anvender dette som en måde at styrke sit eget argument om en ansvarlig ungdomsgeneration, der fortjener de voksnes tillid.

I modsætning til hvordan ansvar under kulturforandringsdiskursen bruges som en nodalpunkt i den interne konflikt om at definere, hvem der skal holdes til ansvar for forandringen af unges alkoholkultur, ser vi ansvar som en flydende betegner i frihedsdiskursen som forsøger at fastholde ansvar som et centralt moment i diskursen om frihed over egne valg. Frihedsdiskursen fremhæves især ved fremstillingen af unge borgeres perspektiver, understøttet af liberale ungdomspolitikere, der argumenterer for, at unge skal have frihed til selv at tage ansvar for deres

handlinger. Hækkerup støtter denne position ved at beskrive de unge som ansvarlige og værdifulde individer. Han modsætter sig ønsket inden for kulturforandringsdiskursen om strammere regulering og styrker sit eget argument ved at beskyldte moddiskursen for lobbyistiske interesser.

Opsamling: Hegemonisk kamp

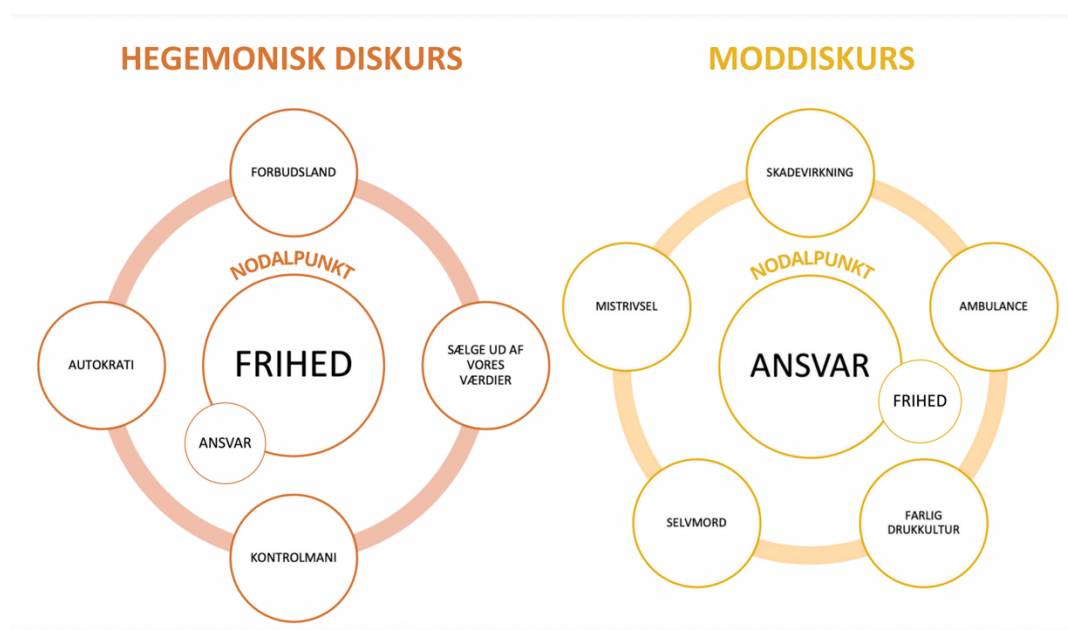
Som opsamling på det vi hidtil har fremanalyseret, vil vi blot diskutere, ud fra Laclau og Mouffes koncept om antagonisme (Laclau & Mouffe, 1985, s. 122), hvilke fremtrædende diskursive konflikter vi ser udfolde sig i medierne. Dette gør det muligt at udpensle, hvilke grupper medierne fremstiller som de vigtigste aktører i kampen om at dominere den offentlige debat og konstruktionen af unges alkoholkultur. Debatten om de unges alkoholkultur afslører en kompleks dynamik mellem to dominerende diskurser: kulturforandringsdiskursen og frihedsdiskursen. Ved at anvende Laclau og Mouffes begreber om antagonisme og hegemoni kan vi forstå, hvordan disse diskurser forsøger at dominere den offentlige samtale og politiske beslutninger om alkoholkultur.

Kulturforandringsdiskursen, støttet af sundhedseksperter, institutionelle ledere, journalister og visse politikere, argumenterer for en kulturel ændring gennem strengere reguleringer for at beskytte de unges sundhed. Her er nodalpunktet 'ansvar' knyttet til samfundets og politikernes pligt til at handle mod de negative konsekvenser af alkoholforbrug. Denne diskurs udfordrer den hegemoniske forståelse af alkohol som en integreret del af dansk kultur ved at fremhæve de sundhedsmæssige risici, der kan relateres til de unges alkoholkultur.

Frihedsdiskursen, støttet af liberale ungdomspolitikere og Bryggeriforeningen, fremhæver unges ret til selv at bestemme over deres alkoholforbrug. I denne diskurs er 'frihed' et centralt nodalpunkt, hvor 'ansvar', til forskel fra moddiskursen, forstås som individets evne til selv at håndtere sine handlinger uden statslig indblanding. Frihedsdiskursen ser regulering som en trussel mod individuel frihed og forsøger at bevare den eksisterende kulturelle norm, hvor alkohol er en accepteret del af ungdomslivet.

Både inden for kulturforandringsdiskursen og frihedsdiskursen forbindes unge som kollektiv identitet til alkoholforbrug, hvad enten de fremstilles mere eller mindre uansvarlige i forbindelse hermed. Dette er dog på nær hvad gælder afholdenhedsbevægelsen, der udfordrer fikse-

ringen af unge som kollektiv identitet ved at fremme en forskellighed, der ellers ikke anerkendes af de øvrige positioner. Denne diskursive åbning, eksemplificeret ved nysgerrigheden omkring ædruelighed, vidner derfor om at medierne gør plads til en alternativ forståelse, der gør op med forestillingen om unge som en kollektiv identitet indenfor drukkultur. En forståelse som på trods af dens afvigende position fra frihedsdiskursen, ligeledes knytter an til 'frihed' som et centralt moment i alkoholkulturen, hvor friheden til at afholde sig fra alkohol derfor bliver billede på en åbning i mediebilledet der vidner om mulig kulturel forandring. Nedenstående model illustrerer, hvordan momenterne står i relation til hinanden og tilsammen meningsudfylder de to diskurser:



Antagonismen mellem den hegemoniske diskurs og moddiskursen er tydelig, da de repræsenterer fundamentalt forskellige virkelighedsforståelser om den aktuelle alkoholkultur blandt unge. Kulturforandringsdiskursen søger at etablere en ny hegemoni, ved at fremme reguleringer og ændringer i kulturelle normer, mens frihedsdiskursen forsøger at fastholde sin hegemoniske position ved at fremhæve individuel frihed og ansvar. Konflikten viser, hvordan hver diskurs arbejder på at marginalisere den anden, særligt ved at beskyldte modparten for at have lobbyistiske interesser, som en måde at fremme eget diskursive ståsted og opnå dominans i den offentlige debat. Denne diskursive kamp illustrerer, hvor flydende diskurser kan være, idet de konstant tilpasses og ændres i forsøget på at etablere eller udfordre hegemoni. Forståelsen af antagonisme og hegemoni hjælper os med at se, hvordan disse diskurser ikke blot er i konflikt, men også hvordan de hver især forsøger at etablere deres version af virkeligheden som den

dominerende. Dette er centralt for at forstå de diskursive kampe i debatten om unges alkoholkultur.

Mediernes magtposition

Som en udvidelse til diskursanalysen ønsker den næste analysedel at se på det diskursive billede ved at trække tråde til Halls teoretiske blik. Her vil vi belyse, hvordan medierne spiller en central rolle i at konstruere og opretholde sociale og kulturelle identiteter, som vi, i foregående del, identificerede ud fra diskursteorien. Gennem repræsentation og den praksis hvorigennem betydning bliver skabt gennem sproget (Hall et al., 2013, s. 14), vil vi se på hvordan medierne ikke blot afspejler en virkelighed, men aktivt deltager i at forme den. En pointe, der går i spænd med Laclau og Mouffes perspektiver, som ligeledes ser diskurser som konstruerende for vores betydning af den sociale verden fremfor blot en afspejling (Phillips, 2020, s. 263). Ved at fremhæve bestemte vinkler og stemmer i debatten om unges alkoholkultur, ser vi hvordan medierne derfor bidrager til denne betydning ved at opretholde hegemonien om unges alkoholkultur i debatten. Dertil hvordan den hegemoniske diskurs kan anses som værende en del af en ideologisk praksis, hvorfor den er svær for andre diskurser at udfordre. Dog vil vi fremhæve de to diskurser, fremført i ovenstående analyse, som billede på en ideologisk kamp, hvoraf medierne gennem repræsentation er med til at give plads til moddiskursens udfordrende position. Tilføjjelsen af Hall giver os mulighed for at se på de artikulerede diskurser som en del af en diskursiv mediepraksis, med øje for diskursernes betydning for samfundets konstruktion af unges alkoholkultur.

Efterfølgende ønsker vi at udvide denne forståelse med Couldrys perspektiv på mediernes magt i at forme andre magtpositioner i samfundet. Et af Couldrys kritikpunkter retter sig mod de traditionelle mediestudier, der udelukkende fokuserer på tekst og produktion som sker hos medierne (Couldry, 2004, s. 117). I kraft af, at Laclau og Mouffe fokuserer på diskurser som sociale praksisser, der skaber og vedligeholder magtstrukturer gennem hegemoniske kampe, spiller vores diskursive tilgang godt sammen med Couldrys perspektiv på medier som en diskursiv praksis, hvorigennem aktører kan akkumulere og udnytte mediernes meta-kapital til at opnå social og politisk magt. På den måde er vi stand til at analysere, hvordan forskellige aktører anvender mediepraksisser til at fremme deres interesser, øge deres synlighed og påvirke offentlighedens dagsorden. Ved at tilføje dette til Halls perspektiv, kan vi bedre forstå, hvordan mediepraksisser ikke blot afspejler neutrale handlinger, men også strategiske indsatser i en

ideologisk kamp om at definere og opretholde sociale realiteter og identiteter. Samspillet mellem Laclau og Mouffe, Hall samt Couldry giver os en nuanceret forståelse af mediernes rolle i at forme og opretholde magtstrukturer gennem deres position som en diskursiv praksis.

Hegemoniens rolle i medierepræsentationerne

Som en del af måden hvorpå medierne, ifølge Hall, bidrager til opretholdelsen af hegemoniske strukturer i samfundet, er gennem udvælgelsen af, hvilke historier der skal fortælles samt hvordan de skal fortælles, mere specifikt kaldet den sociale produktion af nyheder (Hall et al., 1978, s. 55). Ser vi derfor på vores empiriske udsnit med Halls blik, er det billede på en konstrueret proces som blandt andet forsøger at definere og opretholde hegemoniske diskurser ved at forme den offentlige mening gennem selektive repræsentationer af virkeligheden (Hall, 1982, s. 132). Processen herom består i at gøre en begivenhed "forståelig" for modtageren og appellere til de antagelser vi har om samfundet, og hvordan det fungerer (Hall et al., 1978, s. 55). Ved at de fleste artikler, uanset om de er kritiske eller ej, bidrager til en hegemonisk forståelse af, at alkohol er forbundet med ungdom i Danmark, bekræftes en antagelse, der appellerer til en bred samfundsforståelse på grund af alkoholkulturens historiske og kulturelle rødder. Denne antagelse opretholder således den diskursive hegemoni omkring frihed og de unges ret til at drikke alkohol.

Et af Halls nøglebegreber er repræsentation og hvordan medierne tager aktiv del i at fremstille både begivenheder men ligeledes identiteter og grupper (Hall et al., 2013, s. 344). Halls repræsentationsbegreb kan tænkes sammen med Laclau og Mouffes mere politiske begreb om gruppedannelse i en undersøgelse af, hvordan unge som gruppe repræsenteres kollektivt inden for de to diskurser, og hvad det har af betydning for den hegemoniske forståelse, og den mening vi skaber på baggrund heraf. En mening, der tilmed understøttes af medierne, og hvordan de dominerende grupper kan sikre deres magt ved fuldt eller delvist at undlade bidrag fra marginaliserede grupper og perspektiver i debatten. Ud fra vores tilgang, der er inspireret af post-strukturalismens spørgsmål om dekonstruktion af det selvfølgelige, finder vi det passende at kaste et kritisk blik på, hvordan medierne i vores empiriske materiale legitimerer visse repræsentationer og dermed udelukker andre. I diskursanalysen så vi, hvordan de unge blev repræsenteret forskelligt i de to diskurser, men fælles for disse, er at se unge som en del af en alkoholkultur. Kun gennem journalisters fremstilling, og ikke unges eget syn, blev forestillingen om unge som en kollektiv identitet, der tager del i alkoholkulturen til en vis grad udfordret ved

at introducere den såkaldte afholdenhedsbevægelse. Fra teorien ved vi, at en sådan bred konstituering af en gruppe skjuler de forskelle, der måtte være i gruppen (Jørgensen & Phillips, 2019, s. 57). Med dette in mente finder vi det relevant at reflektere over den manglende mangfoldighed i mediernes repræsentation af unge. Udover den position, der taler ind i nysgerrigheden omkring ædruelighed, tages der ikke højde for den del af den danske ungdom, som ikke nødvendigvis identificerer sig med de kollektive identitetsdannelser, vi ser fremhævet i medierne ud fra empirien.

Ved at referere tilbage til noget af forskningen i litteratur reviewet ved vi, at eksempelvis unge muslimske kvinder føler sig ekskluderet fra ungdomsfællesskaberne, idet alkohol indenfor den muslimske religion betragtes som haram, eller forbudt, hvorfor de ikke kan tage del i den danske alkoholkultur (Bærndt & Frank, 2023; Bærndt & Kolind, 2021). Her får vi altså øjnene op for en eksisterende moddiskurs, som ikke italesættes i vores empiri, hverken gennem diskursive artikulationer af problematikken eller ved repræsentationen af unge muslimske kvinder som en kollektiv identitet. Med Halls tilgang kan vi derfor illustrere et diskursivt billede fra debatten, der i høj grad skærer alle unge over en kam inden for begge diskursive positioner og dermed ikke anerkender de kulturelle forskelle inden for den definition af unge, som medierne fremstiller.

Trækker vi på en yderligere pointe fra litteraturreviewet, ser vi tilmed en diskrepans mellem mediernes dækning af sociale tendenser og bevægelser, der relaterer sig til afholdenhed fra alkohol, som eksempelvis fænomenet ”sober curious”. I empirien ser vi kun to eksempler på artikler som nævner dette fænomen, hvorimod vi i litteratur reviewet blev gjort bekendte med sober curious som et fænomen der det seneste årti har haft et stort indtog på samfundet, og som kun er blevet mere fremtrædende qua sociale mediers delingsmuligheder (Lunnay et al., 2022, s. 2). På trods heraf forholder nyhedsmedierne sig, i det øjebliksbillede som empirien afspejler, kun til dette fænomen i mindre grad, hvortil kun én af artiklerne beskriver sober curious som aktuel inden for den unge befolkning (bilag 3, 18).

Når vi stadig ser en overvægt af artikler som relaterer de unge til ord som ”dødsdruk” (bilag 3, 4), ”sanseløst berusede” (bilag 3, 5), ”vanvidsdrikkeri” (bilag 3, 11) og ikke mindst som europamestre i alkoholindtag, fastholdes en repræsentation af de unge i medierne. En repræsentation som ikke er udtryk for noget ukorrekt, men som heller ikke rummer de aspekter af unges kultur, som peger i en anden retning. De unge stemmer, der opponerer mod den hegemoniske

forståelse på en måde, der ikke indordner sig de rammer, som journalistikken og mediehusene opstiller, udelukkes derfor fra debatten. Ud fra Halls teoretiske blik kan det her argumenteres for, at medierne, gennem deres diskursive praksis, har indflydelse på, hvilke stemmer og perspektiver, der bliver hørt og set i den offentlige debat. Ved at ekskludere visse grupper bidrager medierne til at fastholde en bestemt forståelse af ungdomskulturen, hvor alkoholforbrug forbindes med normen. En forståelse som dermed kan siges at bidrage til en hegemonisk diskurs, der normaliserer billedet af alkoholforbrug blandt unge.

Denne pointe kan ligeledes understøtte tanken om, at hegemoniseringen af alkoholkulturen forbindes med en ideologisk forståelse, fortalt gennem generationer, hvor det er svært for moddiskurser, uden et sundhedsfagligt argument, at trænge igennem. Dette kan ydermere knyttes til det spørgsmål, der rejses i litteraturreviewet af Yuval-Davis' (2006) vedrørende "hvem er inkluderet og hvem er ekskluderet" og hendes yderligere perspektiver på belonging og politics of belonging (Yuval-Davis, 2006, s. 199). Når den fremlagte hegemoniske forståelse af alkohol kombineres med måden, hvorpå unge som en kollektiv identitet repræsenteres, uden hensyn til yderligere nuance, der udfolder unges forskelligheder i debatten, kan vi sige, at mediefremstillinger portrætterer et billede af en normativ adfærd omkring alkohol. En medierepræsentation hvor det at tage del i alkoholkulturen, set i lyset af Yuval-Davis, opfattes som mindste grundlaget for, hvornår man hører til i samfundet (Yuval-Davis, 2006, s. 207). Som om det bliver sagt i en artikel fra Kristeligt Dagblad: "Det eneste, de ved, er, at hvis de ikke drikker med, så er de ude" (bilag 3, 3). I den forbindelse fristes vi derfor til at sætte spørgsmålstegn ved, hvordan medierne ikke giver en stemme til de unge, der lever ud fra andre religiøse og kulturelle overbevisninger, eller som blot afholder sig fra at drikke alkohol af anden grunde.

Med Halls repræsentationsbegreb kan en marginalisering af disse perspektiver i debatten siges at være en måde, hvorpå medierne forsøger at opretholde status quo om alkoholkulturen i det danske samfund. En status quo hvor medierne ønsker at bibeholde den liberale tilgang til alkoholkultur, og repræsentationen derfor ligeledes fremhæver unge som kulturelle identiteter, der forbruger alkohol og marginaliserer dem, der ikke gør. En pointe der i sidste ende resulterer i at den hegemoniske alkoholkultur alene indgår som en del af det koncept vi deler med hinanden på tværs. Grupper som muslimske kvinder eller andre unge, der afholder sig fra alkohol, og som vi ikke ser repræsenteret i den offentlige debat, bliver dermed ikke en del af de fælles koncepter, som vi, ud fra medierne i dette tilfælde, bruger til at fortolke verden og skabe mening (Hall et al., 2013, s. 14). Samlet set kan man sige, at ved at ekskludere visse grupper af unge i

samfundet, der allerede praktiserer fravalget af alkohol, som det generelle sundhedsargument ellers taler for, underminerer medierne muligheden for at skabe en mere mangfoldig debat. Dermed repræsenterer medierne ikke de unge, på nær afholdenhedsbevægelsen, vis livsstil faktisk lever op til Sundhedsstyrelsens anbefalinger på alkoholområdet.

Generelt ser vi, hvordan diskursen om kulturforandring har et primært udgangspunkt i det sundhedsfaglige argument, står som det stærkest repræsenterede i debatten, efterfulgt af frihedsdiskursens argument om de unge som ansvarlige individer, med ret og frihed til selv at bestemme. Dette danner et indtryk af, at medierne på sin vis affærdiger et af de argumenter som vi i litteraturreviewet, så som eksempel på en ellers aktuel problematik i samtalen om unges alkoholkultur. Her blev vi klogere på den socialt ekskluderende effekt, som alkohol bidrager til i de unge fællesskaber (Advocat & Lindsay, 2015; Conroy & de Visser, 2013; Demant & Järvinen, 2011; Järvinen & Gundelach, 2007), som er en pointe vi kun ser enkelte steder i debatten. Når dette perspektiv underrepræsenteres af medierne, er det, med Halls blik, med til at afgøre, hvordan vi ikke indtænker tematikken om de sociale konsekvenser i vores konceptualisering af alkohol. Dertil medfølger det, at samfundet ikke skaber mening omkring dette aspekt af alkoholkulturen, i kraft af, at det er måden, hvorom vi taler om alkoholkultur hos de unge på, der spiller en rolle for vores meningsskabelse af samfundet (Hall et al., 2013, s. 14).

Dog identificerede vi en smal diskursiv åbning i debatten, hvor det sociale aspekt af, at unge risikerer at føle sig begrænsede af alkoholreguleringer, fremstilles som en aktuel problematik for de unge. Dette italesættes af en ung repræsentant fra den gruppe af unge, som alkoholreguleringer vil begrænse: “måske vil man også føle, at det begrænser en socialt” (bilag 3, 33). Her ser vi, hvordan tematikken om en potentiel begrænsning af det sociale liv hænger sammen med de unges syn på alkoholkulturen, som det blev anført i litteraturreviewet (Advocat & Lindsay, 2015; Conroy & de Visser, 2013; Demant & Järvinen, 2011; Järvinen & Gundelach, 2007). Dog påtaler artiklen ikke problematikken yderligere, hvortil det kun er én yderligere artikel fra Kristeligt Dagblad, der i en beskrivelse af alkoholkulturen i Danmark forholder sig til problematikken om alkohol som socialt ekskluderende. Her tales der med en lektor ved Sociologisk Institut på Københavns Universitet, som forholder sig kritisk til inklusionsaspektet ved alkoholholdige arrangementer, som han i stedet problematiserer som mindst lige så ekskluderende. Han udtaler: “Mens ‘de fulde’ oplever gensidig anerkendelse og bestyrker deres relation, kan de mere mådeholdne opleve en stor grad af udelukkelse” (bilag 3, 33). I dette citat ser vi altså en overensstemmelse med litteraturreviewets pointe om, at social eksklusion i høj grad kan

forbindes til de unges alkoholkultur (Demant & Järvinen, 2011; Järvinen & Gundelach, 2007), men pointen påtales som sagt ikke flere steder i debatten, hvortil vi ikke ser udtryk for, at dette betragtes som en anerkendt problematik i mediebilledet. Når medierne ikke nævner denne dimension i debatten om alkohol, kan vi tilmed se det som forstærkende til forståelsen af alkohol som noget socialt samlende frem for ekskluderende, hvilket både påtales inden for kulturforandringsdiskursen og frihedsdiskursen. Dette taler ind i Halls pointe om, hvordan medierne fremstiller nyheder gennem specifikke forklaringer, billeder og diskurser, der artikulerer, hvad der antages at være offentlighedens forståelse og viden om samfundet (Hall et al., 1978, s. 56). Ved at udelade sociale problematikker som er relateret til alkoholindtag, opretholder medierne til en vis grad vores status quo om alkohol som noget vi som offentlighed samles om, og som vi deraf fortsat skaber mening om.

Ideologisk kamp

Tænkes dette videre fra diskursanalysen, kan antagonismen mellem frihedsdiskursen og diskursen om kulturel forandring siges at danne et billede på det, Hall beskriver som en ideologisk kamp. Her agerer medierne som en arena, hvor grupper kæmper om at definere virkeligheden gennem repræsentation (Hall, 1985, s. 112). Med afsæt i diskursanalysen, og den antagonisme vi ser udspille sig mellem de to diskursive positioner, der hver især kæmper om at få lov til at definere debatten, kan Halls tilføjelse af ideologisk kamp, tydeliggøre hvordan de to positioner kæmper om dominans og legitimitet. Som tidligere nævnt anser vi en liberal ideologi som repræsenterende for den aktuelle og dermed hegemoniske alkoholkultur i Danmark, men som i høj grad udfordres af den gennemtrængende diskurs om kulturel forandring, som præsenteres i mediebilledet. Når Hall taler om ideologi, refererer han ikke blot til en politisk forståelse, men til betydninger, der er dybt forankrede i vores daglige liv og kultur, og som tilmed påvirker vores værdisæt (Hall, 1980, s. 66; Hall, 1985, s. 99). Disse betydninger er konstant til forhandling i samfundet, hvor moddiskurser spiller en rolle ved at skabe en ideologisk kamp. Moddiskurser forsøger at bryde eller anfægte den dominerende ideologi ved at erstatte den med nye alternativer eller transformere dens mening gennem re-artikulation af ideologiens associationer (Hall, 1985, s. 112).

Når vi, i overensstemmelse med diskursanalysen, ser på diskursen om kulturel forandring, ført an af sundhedseksperter, forældre og institutioner, bliver unges alkoholkultur forbundet med et

skræmmende billede blandt andet eksemplificeret skadevirkninger, død og mistrivsel. Et billede, der kan ses som et forsøg på at re-artikulere unges alkoholkultur ved at erstatte de positive associationer med fest og sociale fællesskaber med en samtale, der fokuserer på de negative konsekvenser som skadevirkninger, død og mistrivsel. Samtidig opfattes de unge som en kollektiv identitet af uansvarlige individer, der ikke bør have retten til selv at træffe valget om alkohol, hvilket indenfor denne diskurs er med til at legitimere behovet for regulering. Denne re-artikulation er medierne med til at understøtte ved at give en betydelig plads til de stemmer, der fremfører argumentet om folkesundhed. På den måde bidrager medierne til at udfordre den dominerende ideologi, der stadig præger debatten om alkoholkultur, og som bygger på det liberale argument om individuelle valg og frihed.

Ifølge Hall er det netop forhandlingerne om hegemoni, der gør os i stand til at gentænke det "virkelige" og dermed sætte spørgsmålstejn ved den fikserede virkelighed, som hersker under den ideologiske dominans (Hall et al., 2013, s. 344). Vi ser derfor, hvordan medierne gennem diskursen om kulturel forandring artikulerer debatten i en retning, som tildeler befolkningen en mulighed for at gentænke og re-konceptualisere det liberale ståsted vedrørende alkohol, som hersker i samfundet. Dette manifesteres blandt andet ved, at medierne bidrager til at fremstille ideen om lobbyisme som en skjult agenda bag argumenterne, hvilket potentielt påvirker det diskursive billede, vi som samfund skaber af unges alkoholkultur. Med blik for Halls tanker giver dette anledning til at anerkende de ulige magtrelationer, som er indlejret i de hegemoniske kampe, og som vi med Couldrys teori vil dykke dybere ned i senere i analysen.

Journalistisk objektivitet

Når vi skriver, at de to diskurser har bevæget sig fra et antagonistisk forhold, til at bære præg af en ideologisk kamp, leder det os videre til en yderligere teoretisk pointe fra Hall om konstrueret lighed mellem den politiske og medierede konsensus (Hall et al., 1978, s. 56). En teori, vi til en vis grad ønsker at forholde os kritisk til, i henhold til specialets empiriske grundlag. Hall påstår, at de professionelle krav journalistikken er underlagt, hvor det forventes, at der tales med akkrediterede kilder for at skabe så objektivt indhold som muligt, resulterer i en nyhedsdækning, der fremfører et forsimplet billede af en begivenhed (Hall et al., 1978, s. 58). Problemet med dette krav til journalistikken er, ifølge Hall, at det i høj grad bliver de magtfulde stemmer, der får taletid i debatten, da de betragtes som objektive kilder af medierne, på trods af deres mulige bias som repræsentanter for specifikke interesser (Hall et al., 1978, s. 58). En

pointe der resulterer i at alt nyhedsdækning sker inden for den ideologiske forståelse af samfundet. Vores empiri afspejler, som Hall ligeledes påpeger, en debat præget af akkrediterede kilder som branchedirektører, eksperter indenfor alkoholforskning, repræsentanter fra sundhedsstyrelsen samt unge stemmer, der rammesættes gennem mediernes fremstilling. Dette medfører, som før nævnt, en opretholdelse af ungerepræsentationen som en gruppe, der primært indordner sig den hegemoniske alkoholkultur, uden yderligere input fra de marginaliserede grupper. Her tilslutter vi os dermed Halls pointe om, at den journalistiske praksis understøtter et nyhedsbillede, der bidrager til at skabe et konstrueret samfundsbillede, som offentligheden danner mening omkring. Dog forholder vi os, kritiske overfor Halls teori, om mediernes kilder som værende dominerende i en sådan grad, at udelukkende én position fremstilles i medierne, hvortil resten underkastes en dominerende ideologisk position. Både diskursanalysen og diskussionen af empirien som afspejlende for en ideologisk kamp viser, at medierne ikke kun repræsenterer ét perspektiv. Når vi forholder dette til resten af forskningsfeltet, ser vi et anderledes eller forandret nyhedsbillede end det fokus, der fremlægges i flere af litteraturreviewet studier. Her pegede forskningen på, at nyhedsbilledet ikke i tilstrækkelig grad anerkender de modstridende interesser som alkoholdebatten indebærer (Seuri et al., 2023, s. 2) og dertil, at repræsentanter for folkesundhedsdagsordenen, sammenlignet med industrielle aktører, var repræsenteret i langt mindre grad i de alkoholpolitiske diskussioner (Seuri et al., 2023, s. 6). Ud fra ovenstående diskursanalyse, ser vi altså et modsatrettet billede af nyhedsdækningen af den alkoholpolitiske debat, hvor diskursen om kulturel forandring er overvejende repræsenteret i debatten. Dermed ikke sagt at industrien, i form af Nick Hækkerup, ikke får taletid i debatten, hvilket diskursanalysen ligeledes har belyst. Dog tegner der sig overordnet set et billede af en nyhedsdækning, som frem for at bakke op om en politisk konsensus, i stedet udfordrer den ved at konstruere nyheder, der ikke blot taler ind i hegemonien, men primært præsenterer et modstående perspektiv.

Opsamling

Ud fra ovenstående gennemgang, ses det, hvordan Halls teori har givet os en dybere forståelse af, hvordan medierne opretholder hegemoniske strukturer gennem selektiv repræsentation af virkeligheden. Vores analyse viser, at medierne ofte fremstiller unge som en kollektiv identitet, der deltager i alkoholkultur, hvortil medierne i overvejende grad kan siges at ignorere yderligere forskelligheder inden for ungdommen, på nær journalisters fremstilling af afholdenheds-

bevægelsen. Ved at prioritere bestemte historier og perspektiver, især dem med sundhedsfaglige argumenter, bidrager medierne til at fastholde en hegemonisk diskurs, hvor alkoholforbrug forbindes med ungdom og som en social norm. Dette begrænser repræsentationen af unge, der afholder sig fra alkohol, og skaber en ensidig forståelse af ungdomskulturen.

Medierne som praksis

I det foregående afsnit gav Hall os et perspektiv til at tyde de specifikke betydninger og ideologiske budskaber, som vi ser, eller ikke ser, udfolde sig diskursivt via medierepræsentationerne. I og med frihedsdiskursen, som repræsenterende for den hegemoniserede alkoholkultur, ikke identificeres som den fremtrædende i debatten, som man ellers kunne forvente, er vi interesseret i yderligere at trække på Couldrys sigte for at kunne diskutere, hvordan forskellige magtdynamikker udspiller sig og har betydning for, at hegemonien både udfordres og oprettholdes i debatten. Med afsæt i Couldrys idé om 'meta-kapital' vil vi nu udforske, hvorvidt der kan være tale om, at den diskursive mediepraksis akkumulerer og inddrager både økonomisk og politisk kapital, som derfra er med til at definere konstruktionen af unges alkoholkultur. Vi forholder os derfor til, hvorvidt der kan være tale om mediernes meta-kapital i henhold til at bidrage til en kulturel forandring af unges alkoholforbrug.

Fra vores tidligere udlægning af Couldry ved vi, at han interesserer sig for mediernes magtposition i forhold til andre magtpositioner i samfundet (Couldry, 2012, s. 140). Ved at gå til empirien med denne tankegang for øje, som videreførelse af pointerne fra diskursanalysen og repræsentationsblikket, kan vi identificere, hvordan den hegemoniske diskurs potentielt oprettholdes gennem måden medierne konstruerer alliancer i debatten. Med Couldrys sigte vil vi blandt andet se på, hvordan der fremstilles en medieret alliance mellem flere aktører inden for frihedsdiskursen mere specifikt; Bryggeriforeningen med Hækkerup ved roret, de unge liberale politikere og de unge borgere som tilkendegiver en holdning. En alliance der deler forståelsen af vores kultur som synonymt med den frie alkoholkultur uden begrænsninger af yderligere karakter, og som derfor kan siges at bidrage til etableringen af den hegemoniske diskurs og samtidigt begrænse en kulturel forandring i at bryde igennem.

Alliancen

Tager vi udgangspunkt i fremstillingen af Hækkerups udtalelser om, at alkohol indgår i et værdifuldt ungdomsliv (bilag 3, 13), så vi i diskursanalysen, at højrefløjens ungdomspolitikere knytter an til samme argument i debatten (bilag 3, 29, 31, 32, 39). Dette bakkes yderligere op af gymnasie- og efterskoleelever, der også modsætter sig en regulering på alkoholområdet (bilag 3, 9, 30). Tre perspektiver som af medierne kan siges at blive fremstillet som allierede inden for frihedsdiskursen, i opbakning til den hegemoniske forståelse af alkoholkultur. En alliance der, trods nogle af stemmernes kritik mod regeringen, ender med at blive konstitueret som en del af det politiske argument. Dette ser vi eksempelvis, når sundhedsministeren Sophie Løhde, som en af politikerne bag den nye forbyggelsesaftale, udtaler, at “man skal huske hvordan det er at være ung” som forsvar til, at der ikke er foretaget en strammere regulering (bilag 3, 13). Her sættes Løhde dermed i forbindelse med de tre yderligere perspektiver inden for frihedsdiskursen, som netop forstærker billedet af en alliance, hvor der hersker overensstemmelse blandt de unge, det borgerlige politiske ståsted samt den politiske og økonomiske magt. Dette kan ses som en måde at fremstille det politiske argument som et forsøg på at udvise empati overfor unges frihed og skabe et billede af, at politikere og unge er på samme side i debatten.

Hækkerups mediekapital

Centralt for den omtalte alliance står Bryggeriforeningens direktør Nick Hækkerup, som får tildelt en betydningsfuld plads i debatten, når det gælder unges alkoholkultur og spørgsmålet om, hvor en eventuel regulering skal pålægges. Ifølge Couldry, kan aktører med høj medieeksponering og prestige, opnået gennem medierne, bruge mediekapital til at påvirke og dominere forskellige felter, herunder politik, erhverv og kultur (Couldry, 2005, s. 29). Baseret på disse tanker kan vi diskutere, om den medieeksponering, Hækkerup får, gør ham i stand til at akkumulere og udnytte mediernes meta-kapital til at opnå økonomisk og politisk kapital, hvilket påvirker den kulturelle forståelse af unges alkoholkultur og dermed begrænser kulturel forandring.

Som vi ved fra den diskursanalytiske gennemgang, taler Hækkerup på vegne af Bryggeriforeningen ind i en frihedsdiskurs, som fokuserer på friheden til at kunne drikke alkohol som en del af et værdifuldt ungdomsliv. Vi ved også fra tidligere, at hans budskaber i medierne peger på, at alkohol kan have positiv effekt på unges sociale liv, hvilket netop hjælper til at legitimere en mere liberal tilgang til alkoholforbrug. Når denne pointe får den grad af medieeksponering,

vi ser i debatten, kan det siges, at Hækkerup opnår mediekapital hvor hans stemme styrker hans 'brand' som talsperson for industrien. En kapital som yderligere kan siges at relatere sig til en vis grad af økonomisk kapital, da den liberale alkoholkultur, som Hækkerup proklamerer, sandsynligvis vil øge salget af alkohol og dermed styrke Bryggeriforeningens som brancheorganisation. På samme måde kan det siges, at hans politiske kapital styrkes, når den politiske aftale ligeledes er endt et sted, der fortsat favoriserer individets ret til det frie valg om alkohol, på trods af den lavere procentsats.

Her finder vi det relevant at drage en parallel til et af studierne fra litteraturreviewet omkring den australske organisation DrinkWise. I Carah og van Horens (2011) undersøgelse bliver det tydeliggjort, hvordan den journalistiske praksis er med til at legitimere alkoholindustriens indflydelse i alkoholdebatten ved at facilitere dens kommunikative aktiviteter (Carah & van Horen, 2011, s. 13). På samme måde ser vi i det empiriske udsnit af den danske alkoholdebat, at der fra mediernes side gives plads til industriens stemme, og som derfor bidrager til en legitimering af industriens indflydelse i debatten. Noget som igen tilføjer til Hækkerups mediekapital, i kraft af at medierne anerkender hans position.

Indtager vi i stedet positionen, at Hækkerup ikke opnår mediekapital, men i stedet indgår i mediernes forsøg på at erhverve sig meta-kapital og på den måde udøve magt over andre magtformer. Altså kan man se på Hækkerup som en central figur for medierne, til at få ideen om de lobbyistiske interesser frem i lyset. Denne position kan eksempelvis ses når Hækkerup er explicit i medierne omkring, at han på vegne af branchen, har gjort sit, for at blive hørt i de politiske forhandlinger og få aftalen til at lande efter deres ønske: "Vi bruger alle de greb, vi kan, for at sikre, at vores synspunkter kommer igennem så godt som muligt hos politikere og embedsmænd og i den offentlige debat [...] mere konkret vil jeg ikke sige det" (bilag 3, 13). Her planter medierne, via Hækkerup, ideen om, at der er underliggende interesser i forhandlingerne, hvor der ydermere er gjort brug af "greb" for at få industriens besyv med. Når vi antager at medierne fremlægger dette med en vis agenda, kan dette altså ses som en måde, hvor medierne fremstiller Hækkerup i en kontekst, som er fordelagtig for dem selv, i henhold til den politiske magtposition, som de udstiller. Ligeledes fremlægges det i Politiken, at selve initiativet om at indføre en lavere procentgrænse fremfor aldersgrænse, kommer fra Hækkerup selv: "For et år siden luftede han i Politiken ønsket om at sænke procentgrænsen og ikke aldersgrænsen, så reglerne - heldigt for bryggerierne - lader de 16-17-årige fortsætte med at købe de fleste af de varer, som hans medlemmer sælger" (bilag 3, 13). Dette understøtter igen mediernes brug

af Hækkerups position, i mediernes forsøg på at rammesætte de politiske forhold omkring alkoholreguleringen som problematiske, eftersom de har tilsluttet sig et initiativ som stammer fra industrien selv. Dette understøtter ligeledes fremstillingen af en alliance mellem Bryggeriforeningen og de politiske aktører, når medierne vinkler det således, at Hækkerup tier omkring de metoder, der er gjort brug af for at få indflydelse på forhandlingerne, lige så vel som når politikerne ikke ønsker at udtale sig om selvsamme indflydelse fra Bryggeriforeningen (bilag 3, 43). I en artikel fra Kristeligt Dagblad udtaler journalist, debattør og teolog Sørine Gotfredsen sig om Hækkerups skift i sin professionelle karriere: “Det hjælper jo heller ikke ligefrem, at Nick Hækkerup siden sit skifte fra en socialdemokratisk ministerkarriere til posten som direktør for Bryggeriforeningen overalt popper op med budskabet om, at vi jo også skal nyde livet” (bilag 3, 27). Hækkerups tidligere karriere som politisk minister fremstilles her igen i en kritisk kontekst, hvor den bliver et udtryk for et ildeset karrierehop. Dette fremstår derfor underbyggende til pointen om Hækkerup som et bidrag til argumentet om kulturel forandring frem for kapital tillæggelse, som medierne giver ham. Ovenstående gennemgang kan altså ses som mediernes forsøg på at afmontere Hækkerup position. Noget som står i opposition mod det tidligere argument om, at medierne forsøger at styrke hans position ved at kreditere ham med mediekapital i form af taletid i debatten. Hans taletid bliver i stedet en tilføjelse til kritikken mod den politiske magt og de processer, som, ifølge medierne, er under stærk indflydelse af Hækkerups rolle.

Mediernes meta-kapital og skjulte interesser

Når vi fortsætter denne diskussion, ser vi, som nævnt i diskursanalysen, at især ekspertudtalelser og journalister, der ønsker at fremme folkesundheden, udlægger ideen om lobbyisme. De fremhæver, at der er noget usagt i alliancen mellem politikere og industrien. Økonomiske interesser bag Bryggeriforeningens indsats artikuleres som et argument for, at deres diskurs er problematisk. Dette ses eksempelvis, når Information deler professor Jane Wittrup Aggers frustration:

“Fortæl os, hvad der er den virkelige grund til, at man ikke har sat grænsen på nul procent. Det skylder I os. Os, som i et svagt øjeblik har stemt på jer. Den nye lov

skriger til himlen om, at evidensbaseret viden ikke er noget, politikere bekymrer sig om” (bilag 3, 11).

Der tegnes her et billede af, at politikerne fravælger folkesundheden af en grund, der er usagt, og som ifølge flere stemmer inden for moddiskursen er et tegn på, at “med forebyggelsesaftalen bliver det business as usual” (bilag 3, 10). Det kan derfor udledes, at der knyttes an til spørgsmålet om industriens økonomiske kapital i forbindelse med den kritik, der rettes mod politikernes manglende handling. Jane Wittrup Agger udtaler yderligere til Information: “Så er argumentet i virkeligheden, at interesseorganisationer som Bryggeriforeningen har kæmpet for, at bryggerierne ikke skal miste indtjeningen på de 16-18 årige” (bilag 3, 11). Samme perspektiv er i spil for borgerrådgiver og skribent for Kristeligt Dagblad Bettina Post: “Det er en høj pris for at holde omsætningen oppe hos alkoholproducenterne. Tænk, at vi er villige til at betale den” (bilag 3, 3). Der fremstilles således en idé om, at der foregår lobbyisme blandt aktørerne i alliancen som en måde at afsløre industriens økonomiske og politiske kapital i debatten. I samme forbindelse beskriver alkoholforsker Sidsel Eriksen i en udtalelse til Information “den alkoholliberalistiske linje, der taler for en liberal alkoholregulering” (bilag 3, 44) som dem: “der har vundet kampen om de våde varer herhjemme blandt andet båret frem af Socialdemokratiet, De Konservative og i 70’erne Fremskridtspartiet, som alle historisk har videreført synspunkter, der er »enslydende« med dem, man finder hos Bryggeriforeningen” (bilag 3, 44). Citatet her fremhæver, hvordan forskellige politiske partier gennem tiden har støttet synspunkter, der er i overensstemmelse med alkoholindustriens interesser, og derfor anses som hindrende for den kulturelle forandring.

Pointen om politikernes interesser anvendes ligeledes som et centralt aspekt af moddiskursens kritik. Kritik som går på, at politikerne tænker kortsigtet frem for langsigtet i henhold til folkesundheden, hvortil borgernes stemmer og provenutab derfor vægter højere end at træffe forebyggende, langsigtede beslutninger for offentligheden. Som vi så i diskursanalysen, er en del af argumentet fra moddiskursen, at en strammere alkoholregulering ikke er til fordel for politikerne som derfor “kun tænker i kortsigtet stemmemaksimering eller tab af afgiftsprovenu” (bilag 3, 10), som det udtales af den tidligere nævnte gymnasirektor i Kristeligt Dagblad. Dette bakkes op af lægeforeningens forperson Camilla Noelle Rathcke, som klandrer politikerne for ikke at ville “bruge deres mandat - endda med større opbakning i befolkningen end nogensinde før - til at vedtage nogle bedre rammer om en sundere alkoholkultur blandt unge” (bilag 3, 26).

Endvidere understøttes dette af førømtalte læge og professor, som netop problematiserer den langsigtede proces, der er forebyggelse. "Det kan ikke måles i én valgperiode. Du får ingen hurtige resultater. [...] Det er forebyggelsens grundlæggende problem" (bilag 3, 2). Medierne understøtter denne opfattelse ved at fremhæve disse eksempler og udtalelser fra autoritative kilder, der anfægter politikerne, for ikke at tage langsigtede forebyggelsesforanstaltninger alvorligt. Læner vi os op af Couldrys medieblok, tilføjer dette ligeledes til mediernes meta-kapital, ved at give disse stemmer en platform og dermed præge den offentlige diskurs med fokus på politisk ansvar og langsigtede investeringer i folkesundhed. Noget som potentielt kan skubbe yderligere til den diskursive åbning for en kulturforandring, med medierne som katalysator.

De-legitimering af lobbyisme

Der er ikke kun tale om, at medier videreformidler eksempelvis sundhedsfaglige argumenter, men også at journalister direkte selv forholder sig til, hvordan både økonomiske og politiske interesser er med til at begrænse kulturforandringen. Med underrubrikken "Penge vigtigere end sundhed" ekspliciterer sundhedsredaktør på Politiken Lars Igum Rasmussen sin kritiske vinkel, når han fremhæver argumentet om, at politikerne ikke ønsker at genere for mange: "Der blev lovet bod, bedring og politiske initiativer. Lidt skete" (bilag 3, 12). Et argument som chefredaktør for Kristeligt Dagblad Karin Dahl Hansen tilknytter sig i en leder, hvor hun skriver, at der er "UBEGRIBELIGT, at partierne ikke tager skridtet fuldt ud og indfører en enkel og dækkende aldersgrænse på 18 år for alle typer alkohol alle steder i samfundet" (bilag 3, 25). Hertil anfægter hun flertallet bag aftalen for at forsømme "muligheden for endegyldigt at sætte prop-pen i flasken for børn og unge" (bilag 3, 25). Vi ser her hvordan journalister istemmer sig kulturforandringsdiskursens argument i debatten, hvor politikerne holdes ansvarlige for en manglende kulturændring. Også kulturjournalist hos Information Anna Von Sperling fremstiller en kritisk vinkel, hvoraf det kunne tyde på, at kultur og politik er gensidigt påvirkende idet "...at den liberale danske alkoholkultur ikke er meget mere end cirka 50 år gammel, og at ingen regering i nyere tid har turdet udvikle en egentlig alkoholpolitik (bilag 3, 4). Ved at kritisere politikernes tilbageholdenhed ser vi en hentyden hos journalisterne om, at selv det politiske felt, som ellers er der, hvor en reel grænse kan sættes, er under påvirkning af en større kulturel magt.

I den forbindelse bliver det igen relevant at tage fat i industriens potentielle indflydelse på kulturen, for ifølge journalist fra Information Laurits Sandborg er det passende at forholde sig kritisk til måden Bryggeriforeningen har været med til at konstruere et narrativ om vores kultur i den offentlige debat. Han trækker på alkoholforsker Sidsel Eriksens pointe om “at bryggeriinteresser og Bryggeriforeningen er blandet ind i at bibeholde fortællingen om den danske drukkultur, som vi kender den. Og på den måde er befolkningen langsomt blevet lullet ind i, at det er vores kultur” (bilag 3, 44). Et argument der altså peger i retning af, at industrien har været med til at vedligeholde et narrativ om den danske alkoholkultur, som netop knytter an til den liberale frihedsideologi. Journalist Laurits Sandborg tilføjer selv: “Og måske er den succesfulde fortælling om, at mit alkoholforbrug er et resultat af historien og ikke skyldes regulering, det, der gentagne gange har fået mig og garanteret mange andre til at forsvare det høje forbrug af de våde varer med kulturargumentet” (bilag 3, 44). Han problematiserer derfor, hvordan vi som samfund fejlagtigt bruger forestillingen om en historisk kultur som undskyldning for vores alkoholforbrug ud fra hans argument: “Alkoholkulturen stammer ikke fra vikingerne, men fra en succesfuld fortælling om dem” hvortil han slutter artiklen af med “Og selv må jeg jo være et eksempel på, at bryggeriernes fortælling virker” (bilag 3, 44). Han anerkender derfor, at industrien har en stemme i at påvirke vores kulturelle forståelse, og som med tilføjslen af Sidsel Eriksens argument om “alkoholliberalismen” kan understøtte tanken om, at også politiske stemmer i debatten tilslutter sig samme fortælling. En fortælling, som journalisten selv indrømmer, at han har været fanget i: “Jeg har aldrig set noget forkert ved min debut, for jeg hviler i, at jeg jo her trådte ind i en oldgammel drukkultur” (bilag 3, 44). Han fremstiller sig selv som offer for det narrativ, som den tidligere nævnte alliance, med både Bryggeriforening og den såkaldte “alkoholliberalistiske linje”, har skabt, hvorfor han normaliserer tanken om, at enhver ung borger kan have tilpasset sig samme fortælling. En fortælling, vi som samfund binder op på en historisk kultur, men som ifølge flere journalister og sundhedsfaglige eksperter, opretholdes af Bryggerforeningens liberale argumenter, der knytter an til en alkoholpolitik på selvsamme ideologiske linje.

På den måde kan vi se, at mediernes meta-kapital består i at afsløre, hvor udfordrende det er for dem som repræsenterer kulturforandringsdiskursen, på trods af deres stærkt underbyggede sundhedsargumenter, at skabe kulturel forandring, fordi de er oppe imod magtpåvirkning udøvet af disse politiske alliancer og økonomiske interesser. Journalisternes kritiske stemmer kan derfor siges at bidrage til at frihedsdiskursen kan blive mindre legitim, da argumentet om lobbyisme gør, at det kan være svært for alliancen at opretholde et forsvar. Vi ser derfor, hvordan

medierne ikke blot formidler information, men også strukturerer de magtrelationer, der findes mellem politiske aktører og økonomiske interesser. Ved at kombinere vores diskursteoretiske blik sammen med Couldrys begreb kan vi se det sådan, at medierne besidder en meta-kapital, der gør dem i stand til at forholde sig kritisk til de magter, som har indflydelse på den hegemoniske alkoholkulturen. Hvor Hall samt Laclau Mouffe peger på, at hegemoni ofte er usagt og bliver taget for givet som en "selvfølgelighed" i samfundet, kan vi gennem konceptet om mediernes meta-kapital se det sådan, at medierne faktisk er med til at åbne op for en hegemonisk intervention, da de fremhæver ideen om lobbyisme som en måde eksplicit at udfordre de underliggende antagelser. Vi ser derfor tydeligt, hvordan medierne udgør en diskursiv praksis ved at forme en kritisk debat, hvor den hegemoniske diskurs ikke befinder sig i det usagte, men hvor Hækkerup på vegne af industrien er nødsaget til at forsvare sin position.

Vi stiller, som Couldry, spørgsmålsteget ved forholdet mellem politikerne og mediernes respektive meta-kapitaler, og hvordan de hver især konkurrerer om at få lov til at definere de referenc punkter, som vi forbinder med alkoholkulturen (Couldry, 2005, s. 31). Vi betragter i den forbindelse den politiske magt, som den lovning vi ser på alkoholområdet og dens magt til at skabe kulturel forandring over for mediernes magt eller meta-kapital over selvsamme.

Anser vi medierne ud fra det syn, at de gennem mediedækningen forsøger at tilegne sig en sådan magt, giver det yderligere belæg for det diskursive billede, vi ser i empirien. Her ser vi, som nævnt, en dominerende moddiskurs, med et kritisk argument mod det politiske organ, som udgør et sundhedsfagligt ræsonnement, bakket op af postulatet om, at lovgivningen er under indflydelse af industrielle interesser. Kaster vi et blik tilbage på gennemgangen af de forskellige repræsentationer som medierne fremlægger, kan et argument for, at vi ser et diskursivt billede, der netop har ovenstående i fokus være, at det er netop disse artikulationer, der er med til at forme den meta-kapital, som medierne stræber efter.

Her argumenterer vi dermed for, at hvis medierne havde valgt at repræsentere de tendenser og problematikker, som vi så gjorde sig gældende for alkoholkultur i litteraturreviewet, ville det ikke give samme anledning for medierne til at problematisere de politiske processer omkring lovgivningen, og hvordan de er under indflydelse af industrielle interesser. Altså ville en større dækning af afholdenhed og sober-curious tendenser blandt de unge, gøre det svært for medierne at opretholde en kritik mod de politiske anliggender, da disse fænomener blot taler ind i en alternativ kulturel forståelse og ikke kan bruges til at problematisere unges alkoholkultur i en større strukturel sammenhæng.

Når Couldry foreslår medierne som de eneste rivaler til den politiske meta-kapital (Couldry, 2005, s. 32), er vi derfor nysgerrige på, hvorvidt medierne i dette speciales kontekst, besidder en såkaldt medie meta-kapital, hvor de er i stand til at yde magt, der overgår den politiske, i henhold til at skabe en kulturel forandring om de unges alkoholkultur. Et internt opgør, som det kan være vanskeligt at sige noget konkret om, i kraft af vores beskæftigelse med udelukkende medierepræsentationer. Dog kan vi med ovenstående sige, at medierne forsøger at redefinere referencepunktet om alkohol til i højere grad at handle om sundhed og en farlig alkoholkultur, som dermed kommer til at stå overfor det politiske referencepunkt, som fortsat knytter an til den hegemoniske diskurs og liberale ideologi om, at de unge skal have ret og frihed til fortsat at kunne købe øl.

Men med tanke for, at alkoholpolitikken, trods legitime sundhedsargumenter, stadigvæk ikke har taget et større skridt mod at beskytte folkesundheden, tyder det på, at der er tale om en større kulturel magt i samfundet, som ikke mediernes meta-kapital alene kan nedbryde fra den ene dag til den anden. En kulturel magtbestemmelse som vi må antage har betydning for den langsomme forandring af unges alkoholkultur, og som mediepraksisser, på baggrund af vores empiri, kun til en vis grad, kan bidrage til at dekonstruere. Som afsluttende note, skal vi ikke glemme, at det med et øjebliksbillede, illustreret gennem det indeværende speciale, tyder på at den kulturelle forandring er undervejs i en langsom og proces, som mediepraksisser diskursivt, forsøger at bidrage aktivt til.

Opsamling

Ovenstående analyse udforsker dermed mediernes rolle i at konstruere og opretholde den hegemoniske diskurs om unges alkoholkultur. Couldrys begreb om meta-kapital hjælper os i den forbindelse til at forstå, hvordan mediernes praksis bidrager til at forme unges alkoholkultur gennem akkumulation af både økonomisk og politisk kapital, som understøtter argumentet hos diskursen om kulturel forandring. En diskurs hvor journalisters kritiske stemmer og eksperternes argumenter udfordrer den hegemoniske diskurs om den liberale tilgang til alkoholforbrug, hvortil industriens indflydelse og politikernes tilsyneladende manglende handling på sundhedsområdet bliver en del af argumentet.

Analysen påpeger ligeledes hvordan der i medierne fremhæves en alliance i debatten, hvor politikere, ungdomsrepræsentanter og Bryggeriforeningen forenes i en frihedsdiskurs, der understøtter hegemonien. Når medierne formidler disse alliancer, kan der diskuteres, om de indtager en position, der styrker Bryggeriforeningens direktør, Nick Hækkerup, ved at tildele ham mediekapital. Dog ser vi også et argument for, at Hækkerup bruges af medierne som et eksempel på de lobbyistiske interesser, de forsøger at skildre, hvilket i højere grad de-legitimerer Hækkerups rolle i debatten. I spørgsmålet om hvorvidt medierne besidder meta-kapital over andre magtpositioner, bliver det klart når medierne, i forsøget på at definere alkoholkulturen ud fra et sundhedsmæssigt perspektiv, fortsat er oppe imod en kulturel magt stadigvæk udøver en betydelig indflydelse på alkoholpolitikken, og at mediernes bidrag kun kan være en del af en langsom og proces mod kulturel forandring.

Konklusion

Afslutningsvis vil vi nu vende tilbage til specialets udgangspunkt og ud fra vores analytiske arbejde tilnærme os en konklusion. Analysen af mediernes repræsentation af unges alkoholkultur i Danmark har gennem anvendelsen af teoretiske perspektiver fra Laclau og Mouffe, Hall samt Couldry afsløret et komplekst diskursiv landskab mellem forskellige forståelser og konstruktioner af alkoholforbrug blandt unge. Et landskab som medierne ydermere bidrager til gennem deres magtfulde position.

Ved brug af Laclau og Mouffes diskursteori har vi identificeret to hoveddiskurser: diskursen om kulturforandring og frihedsdiskursen. Diskursen om kulturforandring fokuserer på nødvendigheden af at ændre den nuværende alkoholkultur blandt unge, især set i lyset af folkesundhedens trusler. Denne diskurs, særligt støttet af sundhedsfaglige eksperter og forskere, argumenterer for en strammere regulering af unges adgang til alkohol, herunder forhøjede aldersgrænser og begrænsninger på salg. Argumentet for en kulturændring understøttes af statistikker, der illustrerer de negative sundhedsmæssige konsekvenser af unges alkoholforbrug, og kritikken rettes mod både politiske beslutningstagere og forældre, der anses for at have et ansvar for at beskytte de unge og sikre en sundere fremtid. Denne diskurs meningsudfyldes gennem partikulære momenter, der indgår i en ækvivalensskæde om det samfund, vi står over for, hvis ikke der sker en kulturændring. Diskursen tilskrives desuden mening ved at konstruere den hegemoniske forståelse af de unges alkoholkultur som en trussel mod folkesundheden.

Frihedsdiskursen som repræsenterer den hegemoniske forståelse af alkohol som en integreret del af dansk ungdomskultur, fremhæver de unges ret til personlig frihed og selvbestemmelse. Denne diskurs modsætter sig strammere reguleringer og argumenterer for, at de unge selv skal have ansvaret for deres alkoholforbrug, hvorfor vi ser en diskursiv ækvivalenskæde som knytter sig til det samfund vi ser imod, hvis der sker yderligere reguleringer. Frihedsdiskursen understøttes af liberale og borgerlige stemmer, herunder ungdomspolitikere og Bryggeriforeningen, samt unge borgere, der deler holdningen til regulering som en unødigt indskrænkning af friheden. Laclau og Mouffes begreb om antagonisme hjælper os med at forstå, hvordan disse diskurser står i opposition til hinanden, og skaber en kontinuerlig kamp om hegemonisk dominans, hvor begge diskurser forsøger at vinde legitimitet og støtte fra offentligheden. Diskursernes antagonistiske forhold tydeliggøres yderligere gennem måden, diskurserne hver især anklager hinanden for at have lobbyistiske interesser i debatten.

Analysen identificerer også diskursive åbninger, hvor alternative forståelser af unges alkoholkultur udfordrer den hegemoniske diskurs. Eksempler inkluderer den "sober curious" bevægelse og andre afholdenhedstendenser, som repræsenterer en ny kulturel tendens, der fremmer bevidste og sundhedsorienterede valg blandt unge. Disse bevægelser viser, at populærkulturelle tendenser kan bidrage til at ændre sociale normer og skabe nye diskursive artikulationer, der udfordrer den traditionelle opfattelse af alkohol som en uundgåelig del af ungdomslivet.

Med Halls repræsentationsbegreb har vi yderligere kastet blik på, hvordan medierne konstruerer og formidler billeder af unges alkoholkultur, som bidrager til at forme offentlighedens opfattelse og de sociale normer omkring alkoholforbrug. Halls teori understreger, at repræsentation ikke blot er en refleksion af virkeligheden, men aktivt deltager i skabelsen af den, hvorfor det bliver afgørende, hvilke repræsentationer der er i spil i debatten. Dette bliver tydeligt i måden, hvorpå medierne normaliserer unges alkoholforbrug ved at marginalisere afvigende forståelser, som ikke knytter an til den diskursive ramme, som medierne opstiller. Med reference til litteraturreviewet træder mediernes rolle yderligere i kraft, da vi her ser relevante tematikker, som en stigende interesse for afholdenhed, udfolde sig her, hvortil de kun fremhæves i lav grad i det medierede billede. Halls teori har således hjulpet os med at forstå, hvordan medierne bidrager til at forme sociale normer og forventninger omkring unges alkoholforbrug ved at vælge bestemte repræsentationer og fremhæve bestemte aspekter af virkeligheden.

Fra analysen udleder vi, at medierne udgør et rum for et selektivt diskursivt billede, hvor hovedsageligt to positioner kæmper om at definere virkeligheden. Med Halls blik anser vi derfor

de to diskursive positioner for at være i en ideologisk kamp, hvor moddiskursen forsøger at reartikulere offentlighedens associationer med alkoholkultur, mod en forståelse af dens skadevirkninger og negative konsekvenser, frem for frihed og sociale fællesskaber. Endvidere, ved at anvende Couldrys perspektiv på medier som en social praksis, der former skabelsen af sociale virkeligheder, bliver det klart, hvordan medierne ikke blot formidler, men også aktivt udfordrer og begrænser de diskursive konstruktioner af unges alkoholkultur. Dette illustrerer, hvordan medierne, som en integreret del af bredere sociale praksisser, både påvirkes af og påvirker samfundets politiske, økonomiske og kulturelle dynamikker.

Med begrebet om mediernes meta-kapital har vi kunnet kaste lys over, hvordan enkeltpersoner som Nick Hækkerup, direktør for Bryggeriforeningen, kan udnytte sin medieeksponering til at fremme et liberalt argument for mindre regulering, hvilket gavner alkoholindustriens profit. Dette afspejler, hvordan mediekapital kan manipulere diskursen omkring unges alkoholkultur til at favorisere bestemte økonomiske og politiske interesser. Ved at forbinde Bryggeriforeningen og liberale politikere i en alliance, afslører medierne, hvordan magtfulde stemmer og deres interesser kan begrænse moddiskursen og vedligeholde hegemoni, trods stærke sundhedsmæssige argumenter. Medierne fungerer som en diskursiv praksis, hvor politiske, økonomiske og kulturelle interesser kæmper om dominans og legitimitet. Denne dynamiske proces betyder, at medierepræsentationer konstant påvirker og påvirkes af andre sociale praksisser.

Vores analyse viser, at medierne kan fungere både som arena for hegemoniske diskurser og moddiskurser og som aktør i den diskursive antagonisme, hvilket understreger deres centrale rolle i den langsomme og ofte konfliktfyldte proces mod kulturel forandring i unges alkoholkultur. Det tyder på, at et større kulturelt narrativ, støttet af politiske alliancer og økonomiske interesser, dominerer vores forståelse af unges alkoholkultur. Dog er medierne til en vis grad med til at udfordre denne forståelse, ved at give en betydelig plads til det sundhedsfaglige argument præsenteret af diskursen om kulturel forandring, som vinder stærkt indpas i debatten. Ved ligeledes at repræsentere alternative forståelser om afholdenhed, kan det potentielt siges at være starten på en langsom proces om at overvinde kulturens magt. Mediernes evne til at udfordre disse magtfulde narrativer er begrænset, men de spiller en vigtig rolle i at skabe rum for de diskurser, hvor alternative synspunkter kan få fodfæste.



LITTERATURLISTE



Litteraturgrundlag

Advocat, J., & Lindsay, J. (2015). To drink or not to drink? Young Australians negotiating the social imperative to drink to intoxication. *Journal of Sociology*, 51(2), pp. 139–153. [15]

Alfayad, K., Murray, R. L., Britton, J., & Barker, A. B. (2022). Content analysis of Netflix and Amazon Prime Instant Video original films in the UK for alcohol, tobacco and junk food imagery. *Journal of Public Health*, 44(2), pp. 302–309. [8]

Antonsich, M. (2010). Searching for Belonging – An Analytical Framework. *Geography Compass*, 4(6), pp. 644–659. [16]

Armstrong, E. M., Carpenter, D. P., & Hojnacki, M. (2006). Whose Deaths Matter? Mortality, Advocacy, and Attention to Disease in the Mass Media. *Journal of Health Politics, Policy and Law*, 31(4), pp. 729–772. [44]

Atkinson, A. M., Meadows, B. R., Nicholls, E., & Sumnall, H. R. (2023). ‘Some days I am a lunatic that thinks I can moderate’: Amalgamating recovery and neo-liberal discourses within accounts of non-drinking among women active in the ‘positive sobriety’ community on Instagram in the UK. *International Journal of Drug Policy*, 112. Scopus, pp. 1-12. [12]

Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (Red.) (2020) *Kvalitative metoder: en grundbog*. Hans Reitzels Forlag, pp. 377-425, 15-23, 377-404. [85]

Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press, pp. 373-617. [245]

Bærndt, M. F., & Frank, V. A. (2023). Dilemmas of belonging: Young Muslim women in the Danish youth alcohol culture. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, 40(1), pp. 22–39. [18]

Bærndt, M. F., & Kolind, T. (2021). Drinking and partying among young Muslim women: Exclusion in the context of a normalized youth drinking culture. *The International Journal of Drug Policy*, 93, pp. 1-9. [9]

Carah, N., & van Horen, A. (2011). Drinkwise, Enjoy Responsibly: News Frames, Branding and Alcohol. *Media International Australia*, 141(1), pp. 5–16. [12]

- Clark, L. S. (2013). Nick Couldry: Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice. London: Polity. 2012. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 29(54), pp. 1-4. [4]
- Collin, F. (2003). *Konstruktivisme*. Frederiksberg: Samfundslitteratur, Roskilde Universitetsforlag, pp. 11-32 [21]
- Collin, F. (2017). *Videnskabsteori for humanistiske fag*. (1. udgave. 1. oplag.). Hans Reitzels Forlag. pp. 281-300. [15]
- Conroy, D., & de Visser, R. (2013). ‘Man up!’: Discursive constructions of non-drinkers among UK undergraduates. *Journal of Health Psychology*, 18(11), pp. 1432–1444. [13]
- Couldry, N. (2003). Media meta-capital: Extending the range of Bourdieu’s field theory. *Theory and society*, 32, pp. 653-677. [25]
- Couldry, N (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Polity Press pp. 33-108, 134-155. [96]
- Couldry, N. (2004). Theorising media as practice. *Social semiotics*, 14(2), pp. 115-132. [18]
- Couldry, N. & Hepp, A. (2016). *The Mediated Construction of Reality*. Polity Press. pp. 15-34, 213-224. [32]
- Davey, C. (2023). Sober Women’s Feminist Resistance to Alcohol Marketing and Cultural Representations of Women’s Drinking Practices. *Journal of International Women’s Studies*, 25(8), pp. 1–15. [15]
- Demant, J., & Järvinen, M. (2011). Social capital as norms and resources: Focus groups discussing alcohol. *Addiction Research & Theory*, 19(2), pp. 91–101. [11]
- Demant, J., & Krarup, T. M. (2013). The structural configurations of alcohol in Denmark: Policy, culture, and industry. *Contemporary Drug Problems*, 40(2), pp. 259-289. [31]
- Dempster, S. (2011). I drink, therefore I’m man: Gender discourses, alcohol and the construction of British undergraduate masculinities. *Gender and Education*, 23(5), pp. 635–653. [19]
- Drotner, K. (2021). Cultural Studies. I Mortensen, M., & Eskjær, M. F. (Red.), *Klassisk og moderne medieteorier*. Hans Reitzels Forlag. pp. 275-29). [23]

- Esmark, A., Laustsen, C. B., & Andersen, N. Å. (2005). *Poststrukturalistiske analysestrategier*. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag. pp. 7-39 [33]
- Frank, V. A., Herold, M. D., Schrøder, S., Bjønness, J., & Hunt, G. (2020). Legitimizing and negotiating abstinence: Young adults' narratives about practicing situational and long term abstinence in Denmark. *International Journal of Drug Policy*, 81, 102655, pp. 1-8. [8]
- Griffin, C., Bengry-Howell, A., Hackley, C., Mistral, W., & Szmigin, I. (2009). "Every Time I Do It I Absolutely Annihilate Myself": Loss of (Self-)Consciousness and Loss of Memory in Young People's Drinking Narratives. *Sociology*, 43(3), pp. 457–476. [20]
- Goldkuhl, G. (2012). Pragmatism vs interpretivism in qualitative information systems research. I: *European Journal of Information Systems*. pp. 135-146. [11]
- Hall, S. (1980). "Cultural Studies: Two Paradigms", in *Media, Culture and Society: A Critical Reader*, edited by Richard Collins et al. Sage Publications. pp. 57-72 [16]
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London: Sage Publications. pp. 1-68. [68]
- Hall, S. (1985). Signification, Representation and Ideology: Althusser and the post-structuralist debates, *Critical studies in mass communication*, 2:2, pp. 91-114. [24]
- Hall, S. (1982). The rediscovery of 'ideology': Return of the repressed in media studies. In J. Storey, *Cultural theory and popular culture a reader*, Longman Publishing Group. pp. 111–141. [31]
- Hall, S. Critcher, C. Jefferson, T. Clarke, J. (1978). *Policing the crisis*, London & Basingstoke: Macmillan. pp. 53-115 [62]
- Hall, S., Evans, J., Nixon, S. (2013). *Representation*, Sage Publications. pp. 1-46, 335-378. [90]
- HANSEN, A., & GUNTER, B. (2007). CONSTRUCTING PUBLIC AND POLITICAL DISCOURSE ON ALCOHOL ISSUES: TOWARDS A FRAMEWORK FOR ANALYSIS. *Alcohol and Alcoholism*, 42(2), pp. 150–157. [8]

Henderson, L., & Hilton, S. (2018). The media and public health: Where next for critical analysis? *Critical Public Health*, 28(4), pp. 373–376. [4]

Hendriks, H., Putte, B. V. den, Gebhardt, W. A., & Moreno, M. A. (2018). Social Drinking on Social Media: Content Analysis of the Social Aspects of Alcohol-Related Posts on Facebook and Instagram. *Journal of Medical Internet Research*, 20(6), pp. 1-13. [13]

Herold, M. D., & Kolind, T. (2022). Young people's alcohol use is still strongly related to social inclusion. *Addiction*, 117(5), pp. 1216–1217. [1]

Hilton, S., Wood, K., Patterson, C., & Katikireddi, S. V. (2014). Implications for alcohol minimum unit pricing advocacy: What can we learn for public health from UK newsprint coverage of key claim-makers in the policy debate? *Social Science & Medicine*, 102, pp. 157–164. [8]

Jørgensen, M. W. & Phillips, L. (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. Roskilde: Roskilde Universitetsforlag/ Samfundslitteratur. 1. udgave. [201]

Järvinen, M., & Gundelach, P. (2007). Teenage Drinking, Symbolic Capital and Distinction. *Journal of Youth Studies*, 10(1), pp. 55–71. [17]

Kolind, T. (2011). Young people, drinking and social class. Mainstream and counterculture in the everyday practice of Danish adolescents. *Journal of Youth Studies*, 14(3), pp. 295–314. [20]

Kolind, T., Demant, J., & Hunt, G. (2013). Studies in youth, drug and alcohol consumption at the Centre for Alcohol and Drug Research. *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 20(6), pp. 457–464. [8]

Laclau, E., & Mouffe, C. (2002). *Det radikale demokrati: diskursteoriens politiske perspektiv* (1st ed.). Samfundslitteratur Press. pp. 37-100 [63]

Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy*. Verso. [195]

Lawhon, M., & Herrick, C. (2013). Alcohol Control in the News: The Politics of Media Representations of Alcohol Policy in South Africa. *Journal of Health Politics, Policy & Law*, 38(5), pp. 987–1021. [35]

Lunnay, B., Nicholls, E., Pennay, A., MacLean, S., Wilson, C., Meyer, S. B., Foley, K., Warin, M., Olver, I., & Ward, P. R. (2022). Sober Curiosity: A Qualitative Study Exploring Women's

Preparedness to Reduce Alcohol by Social Class. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(22), pp. 1-17. [17]

McCreanor, T., Lyons, A., Griffin, C., Goodwin, I., Moewaka Barnes, H., & Hutton, F. (2013). Youth drinking cultures, social networking and alcohol marketing: Implications for public health. *Critical Public Health*, 23(1), pp. 110–120. [11]

Miles & Huberman (1994), *Qualitative Data Analysis*, Thousand Oaks, London & New Delhi: Sage. pp. 55-75 [21]

Moreno, M. A., Briner, L. R., Williams, A., Walker, L., & Christakis, D. A. (2009). Real Use or “Real Cool”: Adolescents Speak Out About Displayed Alcohol References on Social Networking Websites. *Journal of Adolescent Health*, 45(4), pp. 420–422. [3]

Nicholls, E. (2021). Sober Rebels or Good Consumer-Citizens? Anti-Consumption and the ‘Enterprising Self’ in Early Sobriety. *Sociology*, 55(4), pp. 768–784. [17]

Niland, P., Lyons, A. C., Goodwin, I., & Hutton, F. (2013). “Everyone can loosen up and get a bit of a buzz on”: Young adults, alcohol and friendship practices. *International Journal of Drug Policy*, 24(6), pp. 530–537. [8]

Pietracatella, R. J., & Brady, D. (2016). Drink wisely Australians, but keep drinking: Does the alcohol industry in Australia frame the discourse on alcohol to maintain hegemony? *Media International Australia*, 160(1), pp. 53–66. [14]

Regeringen. (2023). Aftale mellem regeringen (Socialdemokratiet, Venstre og Moderaterne), Socialistisk Folkeparti, Danmarksdemokraterne, Det Konservative Folkeparti og Alternativet om: *En forebyggelsesplan målrettet børn og unge - tobak, nikotin og alkohol*. <https://www.regeringen.dk>

Ridout, B., Campbell, A., & Ellis, L. (2012). ‘Off your Face(book)’: Alcohol in online social identity construction and its relation to problem drinking in university students. *Drug and Alcohol Review*, 31(1), pp. 20–26. [7]

Sarrionandia, M. P., & Peña, A. S. (2024). Alcohol, tobacco, junk food and sport in series and films of Netflix: Content analysis and its possible impacts in society. *Revista Latina de Comunicación Social, English Ed.*, 82, pp. 1–20. [20]

Seuri, O., Katainen, A., & Toivanen, P. (2023). Blurring boundaries of expert knowledge and stakeholder agenda – News media as a knowledge broker in the Finnish alcohol policy debate. *SSM - Qualitative Research in Health*, 4, pp. 110-116. [7]

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, pp. 333–339. [10]

Steers, M.-L. N., Strowger, M., Tanygin, A. B., & Ward, R. M. (2024). Do you ‘like’ problems? The linkage between college students’ interactions with alcohol-related content on social media and their alcohol-related problems. *Drug and Alcohol Review*, 43(1), pp. 75–85. [11]

Steers, M.-L. N., Ward, R. M., Neighbors, C., Tanygin, A. B., Guo, Y., & Teas, E. (2021). Double Vision on Social Media: How Self-Generated Alcohol-Related Content Posts Moderate the Link between Viewing Others’ Posts and Drinking. *Journal of Health Communication*, 26(1), pp. 12–18. [7]

Stormhøj, C., (2006). *Poststrukturalismer : videnskabsteori, analysestrategi, kritik* (1. udgave.). Samfundslitteratur. pp. 13-107 [95]

Thompson, K., DeWolf, D., MacDonald-Spracklin, R., Frank, D., & Cooper, S. (2023). #Cheers: An Examination of User-Generated Alcohol Advertising on Instagram. *Substance Use & Misuse*, 58(2), pp. 204–210. [7]

Wong, G., Greenhalgh, T., Westhorp, G., Buckingham, J., & Pawson, R. (2013). RAMESES publication standards: Meta-narrative reviews. *BMC Medicine*, 11(1), pp. 1-15. [15]

Yuval-Davis, N. (2006). Belonging and the politics of belonging. *Patterns of Prejudice*, 40(3), pp. 197–214. [18]

Sider i alt: 2011



BILAG



BILAG 1: Litteraturgodkendelse



Mette Marie Roslyng

I går, 22:29

Kære Simone og Emma

Jeres litteraturgrundlag er godkendt.

Mange hilsner
Mette Marie

Mette Marie Roslyng

Associate Professor | Department of Communication

Mob: (+45) 6114 5676

Email: mmroslyng@ikp.aau.dk

Aalborg University | A. C. Meyers Vænge 15 | 2450 Kbh S

BILAG 2: Søgestrengene for litteraturreview

Med vores problemformulering i betragtning, identificerede vi nogle nøgleord som grundlag for vores søgning. Eksempelvis ord som: “alcohol culture”, “media” og “drinking”. Herefter gjorde vi brug af citation pearl growing metoden, hvor nye søgeord løbende bliver tilføjet med inspiration fra de allerede fundne artikler (Rowley & Slack, 2004, s. 35). Heriblandt ord som: "young adults", “non-drinking”, “abstinence” og “exclusion”, da vi gennem artikellæsningen blev gjort bekendt med, at vi med fordel kunne søge på nogle mere opponerende ord, for at finde frem til relevante artikler. Ydermere fandt vi frem til brugbare forskningsartikler ved at se på, hvilke referencer artiklerne hver især gjorde brug af. Disse har vi markeret med ‘snowball’ i det følgende overblik. Eksempelvis fandt vi frem til artiklen *Legitimizing and negotiating abstinence: Young adults’ narratives about practicing situational and long term abstinence in Denmark* af Frank et al., (2020) gennem en reference fra artiklen *Drinking and partying among young Muslim women: Exclusion in the context of a normalized youth drinking culture* af Bærndt og Kolin (2021).

Vi gjorde i søgningen primært brug af Aalborg Universitetsbiblioteks database Primo samt databasen Scopus. Særligt Scopus blev nyttig i vores søgning, da det var muligt at afgrænse søgning til et specifikt felt. Da vores søgninger omhandler alkohol, var det derfor en fordel, at vi kunne afgrænse os fra medicinske journaler i søgningen. Ydermere afgrænsede vi søgningen til udelukkende at inkludere peer-reviewed artikler, med formålet om at sikre reviewets kvalitet. Nedenstående ses et overblik over alle de respektive søgestrengene som blev brugt til at fremsøge forskningsartikler:

Database	Søgestreng	Resultat	Dato	Udvalgte artikler
Google Scholar	*alcohol* OR *alcohol culture* AND *social media*	2.850.000	01.02.24	0
	media representation AND *alcohol* siden 2020	16.900	01.02.24	1
				Snowball 2
Primo	*online* AND *identity* AND *alcohol*	1.211	07.02.24	1
	alcohol AND *drinking* AND	896	07.03.2024	2

	exclusion			Snowball 2
				Snowball 1
	alcohol AND *drinking* *belonging*	29	07.03.2024	0
	alcohol AND *drinking* AND *intersectionality*	7	07.03.2024	0
	drinking AND *discourse*	45	09.03.2024	2
				Snowball 1
	drinking AND *social media*	28.245	06.02.24	2
	non-drinking AND *social media*	46	05.03.24	2
	alcohol AND *marketing* AND *social media*	1.633	23.02.24	2
				Snowball 2
	alcohol AND *abstinence* AND *non-drinking*	65	07.03.24	2
				Snowball 2
				Snowball 1
Scopus/Elsivier	*alcohol culture* AND *Denmark*	2	01.03.24	1
				Snowball 1
	alcohol AND *media* AND *young people* OR *youth*	16.576	01.03.24	2
				Snowball 1
	alcohol OR *alcohol culture* AND *media* AND *discourse*	138	02.03.24	2
				Snowball 2

	alcohol OR *alcohol culture* AND *media* AND *popular culture*	85	04.03.24	0
	alcohol AND *culture* AND *media* AND *denmark*	23	05.03.24	1
	alcohol OR *alcohol culture* AND *news* AND *media*	85	04.03.24	2
				Snowball 1
				Snowball 1

BILAG 3: Empirioversigt

Artikel nummer	Reference	Medie	Dato for udgivelse
1	Westborg, O. (2023) Forældre tager fejl og bør tage ansvar: Lær ikke teenagerne at drikke alkohol, <i>Avisen Danmark</i> .	Avisen Danmark	19/12/2023
2	Rasmussen, L. (2023). De helt unge drikker ikke for nydelse, men voldsom beruselse. De drikker hjernen ud, <i>Politiken</i> .	Politiken	19/11/2023
3	Post, B. (2023). Debat: Etikpanelet Hvorfor i alverden forbyder vi ikke børn at købe alkohol?, <i>Kristeligt Dagblad</i> .	Kristeligt Dagblad	27/11/2023
4	Sperling, A. (2023). Problemet med alkohol, <i>Information</i> .	Information	15/11/2023
5	Housgaard, J. (2024). Debat: Danske unge drikker langt mere end unge i andre lande: Stop salget af alkohol til unge under 18 år, <i>Jyllands-Posten</i> .	Jyllands Posten	22/01/2024
6	Schack, A. (2023). Når unge skal med ambulancen, skyldes det ofte alkohol, <i>Politiken</i> .	Politiken	15/11/2023
7	Kehlet, K. & Vester, T. (2023). Influencer anmeldt for at smagsteste alkohol for åbent	Berlingske	18/11/2023

	kamera, <i>Berlingske</i> .		
8	Drivsholm, L. (2023). Ny forebyggelsesplan kritiseres for at forsømme de mest effektive tiltag mod unges druk og røg, <i>Information</i> .	Information	15/11/2023
9	Hylleberg, E. (2023). Debat: Gymnasieelev svarer Sørine Gottfredsen: Vi drikker ikke alle, til vi segner, <i>Kristeligt Dagblad</i> .	Kristeligt Dagblad	23/11/2023
10	Stokholm, H. (2024). Debat: Hvor mange gange skal vi miste et ungt menneske til druk?, <i>Kristeligt Dagblad</i> .	Kristeligt Dagblad	19/01/2024
11	Agger, J. (2023). Forbyd salg af alkohol til unge under 18, <i>Information</i> .	Information	01/12/2023
12	Rasmussen, L. (2023). Unges druk vil fortsætte: Politikerne ønsker ikke at genere for mange, <i>Politiken</i> .	Politiken	15/11/2023
13	Schmidt, A. (2023). Nick Hækkerup bryder næsten ud i sang i sit forsvar for, at 16-årige skal have ret til at købe øl og Breezere, <i>Politiken</i> .	Politiken	26/11/2023
14	Nørgaard, S. (2023) Kontrolmanien med ungelivet har taget overhånd, <i>Politiken</i> .	Politiken	16/11/2023
15	Andersen, A. (2023).	Ekstra Bladet	15/11/2023

	KRÆFTENS BEKÆMPELSE: IKKE GODT NOK, <i>Ekstra Bladet</i> .		
16	Winkler, A. (2024). Debat: DRUK: Vi gør os så umage for at passe på vores børn. Lige indtil vi går i Netto og køber Breezers til 14-årige, <i>Politiken</i> .	Politiken	07/02/2024
17	Moos, M. (2023). Debat:Dansk alkohol-U-kultur, <i>Berlingske</i> .	Berlingske	27/11/2023
18	Nygaard, E. (2023).Et opgør med alkohol, <i>Kristeligt Dagblad</i> .	Kristeligt Dagblad	22/12/2023
19	Becker, U. (2023). Kronik: Det handler ikke om hegn og natteravne. Men om en totalt tosset alkoholkultur, <i>Jyllands-Posten</i> .	Jyllands-Posten.	17/11/2023
20	Andersen, T. (2024). Holder du " hvid januar"? Hvorfor?, <i>Kristeligt Dagblad</i> .	Kristeligt Dagblad	05/01/2024
21	Jensen, N. (2023). Unge må fremover nøjes med øl og Breezers, <i>Avisen Danmark</i> .	Avisen Danmark	15/11/2023
22	Hækkerup, N. (2023). Forbud skaber ikke en ansvarlig alkoholkultur, <i>Information</i> .	Information	06/12/2023
23	Hækkerup, N. (2023). Debat: TAG UNGE ALVORLIGT, <i>Politiken</i> .	Politiken	14/12/2023

24	Rosenkrands, T. (2023). Debat: Unge drikker, fordi vi drikker, <i>Jyllands-Posten</i> .	Jyllands-Posten	24/11/2023
25	Hansen, K. (2023). Forsidehenvi- sning: Debat: Unges drukkultur er bagsiden af dansk frisind, <i>Kristeligt Dagblad</i> .	Kristeligt Dagblad	15/11/2023
26	Rathcke, C. (2023). Sundhed. Den forsømte forebyggelse mod unges tobak-og alkoholforbrug, <i>Avisen Danmark</i> .	Avisen Danmark.	23/11/2023
27	Gotfredsen, S. (2023). Debat: Mediekommentar Alkoholdebatten skal ind i de voksnes række, <i>Kristeligt Dagblad</i> .	Kristeligt Dagblad	16/11/2023
28	TEENAGEOPRØR: Boas, A. (2023). GENERATION BANGEBUKS, <i>Weekendavisen</i> .	Weekendavisen	29/12/2023
29	Bræstrup, C. (2024). DAGENS: Debat: De danske voksne alkoholkultur er ikke ligefrem forbilledlig, <i>Berlingske</i> .	Berlingske	11/02/2024
30	Knudsen, A. & Østergaard, F. (2024). Debat: FARLIG ALKOHOLKULTUR?, <i>Politiken</i> .	Politiken	12/01/2024
31	Sørensen, L. (2024). Venstres Ungdom: Lyt ikke til Sundhedsstyrelsens råd - du skal lære dit barn at drikke, <i>Berlingske</i> .	Berlingske	09/01/2024
32	Sivertsen, V. (2023).	Berlingske	22/11/2023

	Debat:Folketinget vil hellere lave love end løsninger, <i>Berlingske</i> .		
33	Møller, S. (2023). Nemt at omgå nye alkoholregler, siger elever, <i>TV2</i> .	TV2	14/11/2023
34	Andersen, A. & Harbo, M. (2023). Stor stigning i antallet af unge, der kommer i behandling for alkoholproblemer. Marie Thrane er en af dem, <i>TV2</i> .	TV2	29/12/2023
35	Klinge, T. (2024). Læserne sendte 895 forskellige ord for at være fuld - her er de mest populære, <i>DR</i> .	DR	22/02/2024
36	Sørensen, S. (2023). Alkohol på jobbet er både et kollegialt bindemiddel og socialt ekskluderende, <i>Kristeligt Dagblad</i> .	Kristeligt Dagblad	25/11/2023
37	Hækkerup, N. (2024). Debat: Sundhedsparnasset er stadig sur, <i>Jyllands-Posten</i> .	Jyllands-Posten	25/02/2024
38	Andersen, S. & Kristensen, R. Social ulighed gennemsyrrer danskernes helbred, <i>Ritzau</i> .	Ritzau	06/02/2024
39	Olsen, V. (2024) Debat: Ungdommen bør indlede en borgerlig værdikamp, <i>Jyllands-Posten</i> .	Jyllands-Posten	06/01/2024
40	Skaaning, J. (2024). Skål for en ny	Zetland	11/01/2024

	afholdsbevægelse. Det er, som om tiden vil være ædru, <i>Zetland</i> .		
41	Olsen, J. (2023) Ingen drikker som danskerne. Det vil regeringens afrusningsplan næppe lave om på, <i>Zetland</i> .	Zetland	15/11/2023
42	Laue, A. S. (2023) Gymnasirektor: Forældre må tage ansvar for unges druk, <i>Berlingske</i> .	Berlingske	03/12/2023
43	Ambrosius, T. (2023) Regeringen: 16-17-årige skal fortsat kunne købe en ramme guldøl, <i>B.T.</i>	B.T.	14/11/2023
44	Sandborg, L. (2023) Alkoholkulturen stammer ikke fra vikingerne, men fra en succesfuld fortælling om dem, <i>Information</i> .	Information	23/12/2023

BILAG 4: Kodeliste over empiri

Kode 1: Kritik af ny regulering.

Tekststykker som forholder sig kritisk overfor den danske lovgivning vedrørende aldersgrænsen for køb af alkohol. Herunder kritik af politikernes nyeste fremførte forebyggelsesplan med en regulering der hedder at 16-17 årige unge må købe op til 6% frem for 16,5 %. Denne kode valgte vi med formålet om at til at danne os et overblik over forholdet mellem debattens positioner, og hvem der var henholdsvis kritiske og positive over for den nye regulering.

- Artikel 1
- Artikel 2
- Artikel 4
- Artikel 5
- Artikel 8
- Artikel 9
- Artikel 10
- Artikel 11
- Artikel 15
- Artikel 16
- Artikel 19
- Artikel 21
- Artikel 25
- Artikel 26
- Artikel 32
- Artikel 36
- Artikel 39
- Artikel 44

Kode 2: En del af kulturen.

Tekst som i større eller mindre grad beskriver alkohol som en del af den danske kultur som ung/voksen. Dette kan både relatere sig til alkoholkultur fra historisk perspektiv og hvordan det har haft betydning for os gennem generationer, samt artikler der ser på alkohol i en social kontekst og den betydning det har for vores sociale relationer. Denne kode afspejler vores opfattelse af den hegemoniske forståelse om alkohol, hvorfor koden er valgt.

- Artikel 1
- Artikel 4
- Artikel 6
- Artikel 7
- Artikel 8
- Artikel 10
- Artikel 12
- Artikel 16
- Artikel 17
- Artikel 19
- Artikel 21
- Artikel 24
- Artikel 25
- Artikel 29
- Artikel 30
- Artikel 34
- Artikel 36
- Artikel 40
- Artikel 42
- Artikel 43
- Artikel 44

Kode 3: Europamestrene

Tekst som i forskellige kontekster laver sammenligning med Europa når det gælder alkoholforbrug hos de danske unge. Artikler der nævner europarekorden i formålet om at adressere, at de danske unge har en førsteplads i alkoholindtag.

- Artikel 1
- Artikel 2
- Artikel 3
- Artikel 4
- Artikel 5
- Artikel 8
- Artikel 10
- Artikel 13
- Artikel 15
- Artikel 16
- Artikel 17
- Artikel 19
- Artikel 25
- Artikel 29
- Artikel 41
- Artikel 43
- Artikel 44

Kode 4: Nick Hækkerup

Tekster i debatten som Nick Hækkerup selv er afsender på eller hvor Bryggeriforeningen eller Hækkerups rolle som direktør. Denne kode afspejler et gennemgående tema i empirien, hvor industrien italesættes i flere artikler, hvorved vi betragter koden som relevant for undersøgelsen.

- Artikel 2
- Artikel 3
- Artikel 10
- Artikel 11
- Artikel 13
- Artikel 19
- Artikel 22
- Artikel 23
- Artikel 27
- Artikel 37
- Artikel 44

Kode 5: Ansvar

Tekster som med forskellige udgangspunkter skriver om ansvar i forbindelse med unges alkoholkultur. Koden relaterer sig til, hvorvidt der skal pålægges ansvar i forbindelse med debatten om alkoholkultur for de unge. Dertil artikler som har fokus på ansvar for alkoholkulturen som noget de unge selv må tage.

- Artikel 1
- Artikel 2
- Artikel 3
- Artikel 5
- Artikel 9
- Artikel 14
- Artikel 17
- Artikel 19
- Artikel 22
- Artikel 23
- Artikel 29
- Artikel 31