



# Communicatie-richtlijnen voor netwerkpartners

**We zijn drugs steeds normaler gaan vinden en daardoor lijkt het gebruik ook toe te nemen. Net zoals bijvoorbeeld de criminaliteit, de (verkeers) veiligheid en de milieudelicten die hier mee samenhangen. Met SKIP willen we hier in de regio Oost-Brabant iets aan doen.**

Het communiceren over drugs brengt wel dilemma's met zich mee, bijvoorbeeld:

- Communiceren over drugsgebruik kan ook onbedoeld gebruik in de hand werken. 'Alles wat je aandacht geeft, groeit', maar dat willen we nu juist niet hebben.
- We willen drugsgebruik ontmoedigen maar niet 'het wijzende vingertje gebruiken' en zeker niet het gebruik criminaliseren of stigmatiseren.

Het is daarom belangrijk om bij het opstellen van communicatie rondom SKIP of drugs in zijn algemeenheid, de volgende richtlijnen te hanteren.



## **TIP 1** Doelgroepgericht

Het communiceren over drugs kan ervoor zorgen dat juist de interesse voor drugs wordt aangewakkerd. Zorg ervoor dat de communicatie zo gericht mogelijk wordt ingezet om te voorkomen dat jongvolwassenen onbedoeld tot gebruik worden verleid.. Breng de doelgroep voor wie de communicatie bedoeld is gericht in kaart, stem de boodschap op die doelgroep af en gebruik de communicatiekanalen waarbij je deze specifieke doelgroep bereikt.

## **TIP 2** Communiceer de gewenste norm

Richt je in de communicatie over drugs(preventie) primair op het versterken van niet-gebruik. Dat wil zeggen dat je in de boodschap aandacht hebt voor het gewenste gedrag (...% van de jongeren vindt het gebruik van drugs niet normaal). Dit betekent dat we het positieve alternatief voorop stellen.





### **TIP 3** Niet stigmatiseren

Pas op dat je in de communicatie niet veroordelend bent over gebruik van drugs. Hiermee draag je bij aan mogelijke stigmatisering en criminalisering van diegene die drugs gebruikt. Dit kun je doen door in je communicatie alert te zijn op woordkeuze, spreek liever van 'iemand die drugs gebruikt' dan van de 'drugsgebruiker' of 'iemand die last heeft van verslaving' in plaats van 'de verslaafde'.

### **TIP 4** Versterken niet-gebruik

Aanvullend op de boodschap van de gewenste norm en niet stigmatiseren. Ondersteun je communicatie uitingen met beelden waarop gezonde, vrolijke jonge mensen te zien zijn waarop niet gebruik positief gelabeld wordt.



## project SKIP

In onze communicatie over het project SKIP, gericht op doelgroepen, professionals, ouders, is het (soms) van belang dat we de urgentie voor het project in beeld brengen door dit te staven met feiten en cijfers van het gebruik en een toenemende normalisering. In onze communicatie zijn we ons er altijd van bewust dat onze boodschap geen verdere normalisering teweeg moet brengen. Een goede afweging van het gebruik van cijfers (urgentie maar niet dramatiseren) is hierbij altijd van belang. Als ook een gerichte benadering van de doelgroep. (Wie spreek ik aan, wat wil ik bereiken).

Twijfel je en wil je graag overleggen over je communicatiebericht of uitingen? Neem gerust contact op met de werkgroep communicatie van SKIP via onderstaande gegevens.

**e.** [info@skipdietrip.nl](mailto:info@skipdietrip.nl)

**i.** [www.skipdietrip.nl](http://www.skipdietrip.nl)

