



WIST-JE-DAT...

zomer 2020

- 1. Er vooralsnog geen impact te lijkt te zijn in Nederland van de coronamaatregelen op de *prijzen, beschikbaarheid of samenstelling* van de meest gangbare illegale drugs?**

Dat blijkt uit [onderzoek](#) van het Trimbos-instituut (Harm Reduction Netwerk en het Drugs Informatie en Monitoring Systeem), Stichting Mainline en de Belangenvereniging Druggebruikers MDHG van begin juni.

- 2. Desalniettemin bij bijna de helft van de jongeren die meededen aan een [onderzoek](#) (uitgevoerd door Team Alert) het drugsgebruik tijdens de coronacrisis toegenomen is?**

De toename wordt vooral verklaard doordat jongeren meer tijd hebben door de coronacrisis. Daarnaast lijkt het erop dat jongeren die nieuwe drugs uitproberen vooral tripmiddelen willen uitproberen. De onderzoekers geven aan dat een verklaring hiervoor kan zijn dat er op festivals voornamelijk 'uppers' worden gebruikt, terwijl de thuisomgeving zich beter leent voor tripmiddelen. Het Trimbos Instituut neemt momenteel de veranderingen in het drugsgebruik door/tijdens corona mee in lopend onderzoek^[1]. Deze resultaten zijn nog niet gepubliceerd.

- 3. Voorlichtingscampagnes met als doel veiliger gebruik of stoppen met het gebruik van drugs niet in alle gevallen het gewenste effect hebben?**

Zo blijkt uit onderzoek dat bij zogenaamde 'angstboodschappen' 1) *de uitvoerbaarheid* van de beschermende maatregel moet worden benadrukt, 2) *de ernstige gevolgen van het risicogedrag niet te sterk moeten worden aangezet* en dat er 3) *persoonlijk relevante informatie aanwezig moet zijn* die de individuele kwetsbaarheid voor het gevaar aantoont.

Daarom is het belangrijk om bij de totstandkoming van voorlichtingscampagnes goed na te denken over de werkende mechanismen. Het is dan ook van belang om bij de totstandkoming van voorlichtingscampagnes goed na te denken over de werkende

^[1] <https://www.trimbos.nl/kennis/corona/drugs-en-corona/corona-en-middelengebruik>

mechanismen. Het Trimbos Instituut heeft [een toetsingskader](#) ontwikkeld dat toegepast kan worden bij *harm reduction interventies*: interventies die tot doel hebben om gezondheidsschade door een bepaald gedrag te beperken, zonder daarbij per se het gedrag zelf te willen verminderen.

4. Niet alleen 'what works', maar vooral 'who works' van belang is om de kloof tussen risicojongeren en professionals te dichten?

Daarom heeft de praktijk niet alleen kennis nodig over *wat werkt* in diverse integrale aanpakken rondom risicojongeren, maar ook over *wie werkt*. Nienke de Wit en Jan Dirk de Jong deden [onderzoek](#) naar waarom het bepaalde professionals wel lukt om een gewenst omgang met risicojongeren te realiseren en anderen niet. In de tabel zijn de werkzame elementen te zien.

Ontmoeting	Omgang	Onrust
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Jongeren vinden</i> • Erop-af mentaliteit • Echt zijn • Normaal benaderen • <i>Contact uitbouwen</i> • Gevoel van veiligheid creëren • Gelijkwaardige basis contact leggen 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Een band opbouwen en behouden</i> • Straight zijn • Oprecht betrokken zijn • Bereikbaar zijn • Menselijk zijn • <i>Aansluiten bij een cliënt</i> • Cliënt als specialist van zichzelf zien • Cliënt positief bekrachtigen • Eigen woorden vertalen naar taal/logica cliënt • Kansen niet standaardiseren 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Boosheid</i> • Boosheid uit een goede plek • <i>Elkaars boosheid begrijpen</i> • Reflecteren op (eigen) boosheid • Boosheid rechtvaardig inzetten

5. Jonge HIC-delinquenten veel aan misdaad gerelateerd materiaal via social media ontvangen, zenden en delen? Dat blijkt uit [een onderzoek](#) naar de invloed van media-uitingen op het delict gedrag van plegers van high impact crimes.

De onderzoekers onderscheidden zes verschillende wisselwerkingen tussen mediaprikkels en potentieel delictgedrag:

- 1) Inspiratie = de straat. Veel jongeren worden geïnspireerd door rappers met een crimineel imago die staan voor een rauw straatleven.
- 2) Normaal = buiten de orde. Vrijwel alle respondenten vinden heftige, aan misdaad gerelateerde mediacontent 'normaal'.
- 3) Dissen van fatsoen. Respondenten juichten delictgedrag dat hen via (sociale) media onder ogen kwam, vaak toe.
- 4) Marktplaats. Respondenten gebruiken sociale media als een uithangbord voor hun eigen delictgedrag.
- 5) Ervaring leert. Aan misdaad gerelateerde mediacontent maakt je wijzer: dingen doen of nalaten, leren of afleren.
- 6) Kan ik dat ook? De (HIC-)delinquenten bleken meteen te reflecteren op wat zij beter of anders zouden doen in die situatie. Daar kwam zelden een morele afweging aan te pas.

Verder geven de onderzoekers tips over communicatieboodschappen: wat leren deze bevindingen ons over hoe we deze doelgroep kunnen bereiken?

Voor meer achtergrondinfo of de publicaties, mail naar anne.boer@riec-mn.nl of s.adjiembaks@riec-mn.nl



Samen effectief voor een veilig Midden-Nederland
