

## **Alcohol- en drugsector wil nauwer samenwerken met de media voor een betere verslaggeving**

**Brussel, 26 november 2012 – Op de jaarlijkse studiedag van de Vereniging voor Alcohol- en andere Drugproblemen vzw (VAD) werd in het Vlaams parlement vorige vrijdag een vurig pleidooi gehouden voor een betere samenwerking tussen de media en de alcohol- en drugsgezondheidssector. In de media wordt vaak weinig rekening gehouden met de impact die een artikel of nieuwsitem heeft op de betrokken partijen, op mensen met een alcohol- of drugprobleem of op de werking van de verslavingszorg. Tegelijkertijd zijn in de alcohol- en drugsgezondheidssector heel wat interessante verhalen te vinden, waarmee de sector nog te weinig naar buiten treedt. Met een open overleg wint dus iedereen.**

De VAD-studiedag werd afgesloten met het debat "Alcohol en andere drugs in de media. Wat is de impact?" Vier vertegenwoordigers van de alcohol- en drugsgezondheidssector (vanuit beleid, hulpverlening, onderzoek en preventie) kaartten er de belangen en risico's aan van berichtgeving over alcohol en drugs in de pers. Inge Ghijs, chef binnenland van De Standaard, vulde dat aan met de noden en interesses van de media.

### **Getuigen of niet getuigen?**

Er was heel wat discussie over het in de media brengen van getuigenissen en ervaringsdeskundigen. Dit is een immer aanwezige vraag van de media. Soms is het zelfs een voorwaarde om een bepaald onderwerp aan bod te laten komen. Voor de (ex)gebruiker en zijn of haar omgeving kan zo'n getuigenis nochtans verstrekkende en dramatische gevolgen hebben. Zonder veel voorbereiding worden zeer persoonlijke en kwetsbare levensverhalen op het publieke forum gebracht en dan is er geen weg terug. "We begrijpen dat een journalist een alcohol- of drugverhaal van de menselijke, herkenbare kant wil laten zien," zegt Marijs Geirnaert, directeur van VAD, "maar we pleiten ervoor om met een omweg te werken. Door die zo gegeerde levensverhalen via 'neutrale' tussenpersonen te brengen, blijft de context en de anonimiteit van de gebruiker gegarandeerd." Bekende Vlamingen, die sowieso al in de spotlights staan, kunnen wel een uitzondering op de regel vormen. Een BV die worstelt met zijn of haar middelengebruik kan rechtstreeks in de pers komen, maar ook dan is nuance belangrijk. Door niet alleen zijn of haar neergang, maar ook het succes achteraf te brengen, kunnen dergelijke verhalen ondersteuning bieden voor mensen in vergelijkbare situaties.

### **Een vertekend beeld**

Meer in het algemeen is ook de toon van de berichtgeving over alcohol of drugs erg belangrijk. De woordkeuze is nu al te vaak stigmatiserend (vb. junk, comazuipen, heroïnehoertje...) of banaliserend (pintje, jointje, bubbels...), wat objectieve informatieverstrekking in de weg staat. Ook de keuze van de druggereleerde onderwerpen in de pers zorgt voor een vertekend beeld. Sensationele berichten uit de internationale pers, over bizarre manieren van gebruik of opvallende nieuwe producten, duiken vaak ook in de

## Persbericht

Belgische kranten op. Die producten of gebruiken worden dan voorgesteld als nieuwe, gevaarlijke hypes die ook hier bestaan. Nochtans gaat het in de realiteit meestal om marginale, vaak zelfs onbestaande trends in België. Dit werkt niet alleen contraproductief – jonge experimenterende gebruikers worden zo geprikkeld over alweer een nieuwe drug – het draagt ook bij tot een vertekend beeld van de problematiek.

### Positieve verhalen

Van de andere kant liet Inge Ghijs van De Standaard tijdens het debat weten dat de media ook van de alcohol- en drugsgezondheidssector een aantal initiatieven zouden weten te appreciëren. De media zijn namelijk niet enkel geïnteresseerd in cijfers en negatieve berichtgeving. De sector zou ook sterke verhalen over preventie-initiatieven en nieuwe hulpverleningsvormen proactief naar buiten moeten brengen, want nu blijven die vaak buiten het bereik van de journalisten. Ghijs wees ook op het belang van 'experts' in de redactie: in het ideale geval krijgen journalisten de kans zich in te werken in een thematiek. In realiteit moet vaak telkens een andere journalist over een alcohol- of drugitem berichten, waardoor de nuance soms zoek raakt. Het is sowieso niet gemakkelijk voor een journalist, expert in het thema of niet, om zich in onderzoeksrapporten te verdiepen. Daarvoor ontbreekt vaak de nodige tijd. Het is dus ook de taak van de alcohol- en drugsector om boodschappen en cijfers duidelijk en overzichtelijk te brengen.

### Dialogoog

Via een dialoog tussen sector en media kunnen dus veel meer kansen worden gecreëerd. Zo kan de alcohol- en drugproblematiek op een open en constructieve manier aan bod komen. Voor de sector biedt dit broodnodige kansen om de taboes te doorbreken en om het nodige maatschappelijke draagvlak te creëren voor een constructief alcohol- en drugbeleid. Voor de media opent dit mogelijkheden om meer sterke verhalen van eigen bodem te brengen. VAD roept de media op om samen aan de tafel te zitten en van gedachten te wisselen over mogelijke afspraken over de manieren waarop het thema alcohol en drugs in de media wordt gebracht (naar analogie met vb. suicide). Dit debat vraagt in elk geval om verdere opvolging.

\*\*\*

### **Voor bijkomende informatie**

Marijs Geirnaert, Directeur VAD

[marijs.geirnaert@vad.be](mailto:marijs.geirnaert@vad.be)

Tel: +32 (0) 2 423 03 35

Gsm: +32 (0) 495 36 76 79

### **Over VAD/De DrugLijn**

*VAD, de Vereniging voor Alcohol- en andere Drugproblemen vzw, overkoepelt het merendeel van de Vlaamse organisaties die werken rond de thematiek van alcohol, illegale drugs, psychoactieve medicatie en gokken. De vereniging wil vanuit een gezondheids- en welzijnsperspectief de Vlaamse bevolking in het algemeen en intermediairs in het bijzonder deskundiger maken in het omgaan met alcohol en andere drugs. VAD is de partnerorganisatie van de Vlaamse overheid in het kader van het preventiebeleid van alcohol- en andere drugproblemen. De DrugLijn is de publieksservice van VAD.*