



# Convenience Advertising



A36

**MASS-MEDIA CAMPAIGN  
ON HASH AND GRASS 1997**  
Concise report

Trimbos-  
instituut  
*Netherlands Institute  
of Mental Health  
and Addiction*





# **MASS-MEDIA CAMPAIGN ON HASH AND GRASS 1997**

**Concise report**

P. Wetser, A. de Jong,  
Trimbos-instituut, Utrecht

april 1998  
VD\d061.98

## **THE MASS-MEDIA INFORMATION CAMPAIGN FOR YOUNG PEOPLE ON HASH AND GRASS, October 1997**

### **Concise report**

*The mass-media drug information campaign 'Hash and grass: what do you know and what don't you know' was the first national campaign on the subject of cannabis specifically targeted at young people. The objective of the campaign was to encourage young people to find out more about hash and grass and the risks involved in using them.*

*The campaign ran from 29 September to 1 November 1997. The Trimbos Institute was commissioned to coordinate the campaign by the Ministry of Health, Welfare and Sport, who also financed it. In addition, the campaign received financial support from the Prevention Fund.*

### **Background**

The campaign was staged for various reasons. In part, it was a continuation of the information campaign on cannabis targeted at parents that was carried out in 1996. The objective of this campaign was to stimulate information-seeking behaviour on the part of parents to enable them to communicate more effectively with their children on this subject. Parents very much appreciated this campaign. Moreover, 95% of the parents indicated that they felt that an additional information campaign for young people was a good initiative, because at the end of the day, they were the ones taking the decisions as to whether they would use cannabis or not.

In addition, the scale of use is such that every young person is confronted with hash or grass at one time or another in their own environment: 30% of young people over 14 years of age have tried smoking cannabis and 15% smoke it regularly. They have a lot of questions about it, something experienced on a daily basis at the Drugs Info Line at the Trimbos Institute. The combination of these factors justifies a mass-media approach.

Finally, the campaign can be viewed as a basis for various other, more intensive prevention activities aimed at specific target groups. One example of this is the project entitled 'The healthy school and stimulants'. The objective of this project is eventually to influence behaviour in a positive way. It is well known that the possession of knowledge is the first step towards behavioural change. A mass-media campaign can make a significant contribution to increasing knowledge in a large population.

### **Campaign development on the basis of research**

Research was given an important role. Firstly, statistics on use from epidemiological research and the evaluation data from the previous campaign were used as background information.

A preliminary study was carried out for the actual development of the campaign. Among other things, the study looked at which media and means of distribution of information were regarded as the most effective among young persons, and how the message could best be formulated and structured. Young persons also made an important contribution during the actual development stage. Various campaign lines

were put forward to the target group and all relevant materials were pre-tested. Finally, the campaign was guided by evaluation studies carried out by the independent research bureau ResCon.

### **Contents of the campaign**

Various media, including television, were used during the campaign to attract the attention of young persons. The communications focused on questions known to be in the minds of young persons. The second step consisted of offering the *factual* information in the most targeted manner possible. The slogan '*Hash and grass: what do you know and what don't you know*' was central in the communications.

For **all young persons**, three *cartoons on television* were used on channels and around programmes targeted at them (TMF, Nederland 1, 2 and 3, RTL4 and 5 and SBS 6). In addition, three different posters were displayed at railway stations, in schools, in discos and in other locations where young people meet. *Advertisements* were also placed, and free publicity organized. All the aforementioned communications referred to a *folder* that was distributed in every secondary school. The boards of the schools had been informed in a letter from the ministers for Public Health and for Education.

In total, 1,000,000 folders were distributed through schools (an extra 200,000 copies were printed in the first week). The company responsible for distribution reported that all schools gave their full cooperation.

The campaign targeted at **young users** was carried out in 600 coffeeshops. Posters in the toilets referred to the *flyer with tips*, which was available in the same coffeeshop. The tips were intended to help the user avoid problems with the use of hash and grass. In addition, business cards for the *Drugs Info Line* were available. Coffeeshop owners reacted positively to the campaign for users via coffeeshops. Of the coffeeshops approached, only 1% indicated that they were unwilling to take part. In this way, 180,000 flyers and 115,000 business cards for the Drugs Info Line were distributed.

As a follow-up to the earlier campaign for parents, this target group was supported with, among other things, the *brochure* entitled '*Your child and drugs*', which was distributed with Libelle magazine in a print run of more than 500,000.

Every communication to the distinct target groups referred them to the *Drugs Info Line* (0900 1995) for further information.

### **Support from regional institutions**

Municipal Health Services, addict care institutions, Young Persons' Information Centres and the Street Corner Project supported the campaign in their respective areas. They provided supplementary distribution to schools and coffeeshops, for example, and offered the materials through their own institutions and through other channels, such as clubs and community centres. They were also responsible for publicity through the regional media.

Finally, some of these institutions organized supplementary activities, such as open house evenings in coffeeshops and courses for parents and for users, for example. Also, in many schools involved in the project 'The healthy school and stimulants', extra attention is being paid to the subject of 'hash and grass' at the request of the regional officers supervising and supporting the project in the schools. In this context,

very effective use was made of a live version of Stoney, the character in the campaign.

### **Publicity**

The campaign has received a great deal of attention in the media. The start of the campaign on 25 September by Minister Borst (Health, Welfare and Sport) was covered by all the main news programmes: NOS News, RTL 4 News, RTL 5 in het Land, SBS 6 Hart van Nederland. Current affairs and entertainment programmes also carried items on the campaign (Twee Vandaag, NOVA, Ontbijtshow, Late Night Show).

In addition, a total of more than 30 national and regional radio stations and virtually all national and regional newspapers gave coverage to the campaign.

A number of media actively supported the campaign. The interactive programme The Box, for example, which is very popular with young people, broadcast the advertisements between the video clips. There has also been a great deal of interest in the campaign from abroad, both from the media and from governments and fellow institutions. One example of this is the translation of the folder into German for use in the federal state of Bavaria.

### **Evaluation**

The campaign has been evaluated by ResCon by means of surveys carried out among the target groups referred to, as well as among parents and coffeeshop owners. The surveys focused primarily on the reach of and the appreciation for the various elements of the campaign. The most important results of the evaluation report are listed below.

94% of the target group has a positive opinion of the campaign's message. The slogan 'Hash and grass: what do you know and what don't you know' is appreciated by 92% of the young people.

86% of the young people saw the television advertisements. The distribution of the folder through schools turned out to be the right choice. Whereas government campaigns have an average penetration of 2%, in this campaign 25% took or applied for the folder. Of these, 80% actually read the folder. The form and contents were clearly appreciated.

A survey among coffeeshop visitors revealed that 79% of them had looked at and taken in that part of the campaign targeted at users. The majority was positive about the initiative. Three-quarters of them had read the flyer with tips. The information was considered useful.

Coffeeshop owners were also positive about the campaign. They indicated a willingness to continue to use the materials. They saw them as particularly suitable for younger users.

Parents - who, in the evaluation of a previous campaign had already indicated that they were very much in favour of a campaign targeted at young persons - were positive about the campaign. No less than 92% felt that the campaign could be repeated.

Finally: mass media campaigns are not suitable, in themselves, for directly changing usage behaviour. However, they can make a contribution in the sense of setting conditions and agenda setting. In this context, the following observations are relevant:

- the percentage of young people indicating that they wished to find out where they could go for information about drugs rose from 26% to 56%.
- more than 10,000 telephone calls were received by the Drugs Info Line in October. Most of the questions were related to the subject of hash and grass;
- as a result of the campaign, almost half the young people said that they had spoken to people in their environment (parents, friends and teachers) about the campaign.

Generally speaking, the researchers deemed the campaign successful and effective in terms of penetration. This they attribute primarily to the challenging content on the one hand and the highly targeted distribution to the various target groups on the other.

#### **Follow-up activities**

There is extensive support for this type of campaign, even in the 'industry'. A number of the elements of this campaign will therefore be converted into structural activity. These will be included in a plan on nightlife and drugs that is currently being developed. This plan will also include details of other activities on the other nightlife drugs, ecstasy and speed. The plan will also propose a long-term cohesive prevention approach which provides room for structural activities in combination with mass media campaigns.

Postadres:

Postbus 725, 3500 AS Utrecht

Bezoekadres:

Da Costakade 45, Utrecht

Telefoon +31 (0)30 297 11 00

Fax +31 (0)30 297 11 11

# Trimbos- instituut

*Netherlands Institute  
of Mental Health  
and Addiction*

# T



**1** Hoeveel jongeren hebben wel eens hasj of wiet geprobeerd?

- a** 5%      **b** 10%      **c** 20%

**2** Hasj en wiet noem je samen cannabis.

JUIST OF ONJUIST?

**3** Een andere naam voor wiet is;

- a** blow      **b** snuif      **c** marihuana

**4** Wat hoort niet in het rijtje thuis?

stickie      joint      spacecake      limonade

**5** Als je hasj rookt dan noem je dat:

- a** flippen      **b** blowen      **c** stomen

**6** In hasj en wiet zit een stof die 'Stone-d3-complex' heet.

JUIST OF ONJUIST?

**7** Als je hasj of wiet rookt heb je altijd lol.

JA OF NEE?

**8** Een hasjsigaret is slechter voor je gezondheid dan een gewone sigaret

JUIST OF ONJUIST?

De antwoorden? Z.O.Z.

KUN JE VERSLAAFD  
RAKEN ALS JE VAAK  
STONED BENT?



Back-up  
hard copy for  
you.



Het gebruik van cannabis (hasj en wiet) is in veel culturen eeuwenlang bekend. Cannabis is afkomstig van de hennepplant. Je wordt er vrolijk en ontspannen van. Het effect duurt twee tot vier uur.

Net als bij andere genotmiddelen kan cannabis op een verkeerde manier gebruikt worden. Vandaar 10 tips voor verstandig gebruik.

- 1 Er zijn grote verschillen in soorten cannabis: de ene soort is sterker dan de andere. Een ervaren roker voelt wanneer hij genoeg heeft. Hij kan dan stoppen. Als je voor het eerst blowt, weet je niet goed wat je kunt hebben. Laat je daarom bij de koop goed voorlichten.
- 2 Wanneer je weinig ervaring hebt met cannabis is het onverstandig er alcohol bij te drinken.
- 3 Bij het roken van cannabis komen stoffen vrij (teer en koolmonoxyde) die schadelijk zijn voor je gezondheid. Als je cannabis met tabak rookt, loop je bovendien de risico's die samenhangen met het roken van tabak.
- 4 Door cannabis verandert je concentratievermogen. Gebruik daarom niet op school, op het werk of in het verkeer.
- 5 Als je medicijnen slikt: informeer bij een arts of je daarbij cannabis kunt gebruiken. Gebruik niet wanneer je zwanger bent.
- 6 Als je space-cake wilt nemen, beseft dan dat het wel drie kwartier tot anderhalf uur duurt, voordat het begint te werken. Heb geduld en neem niet nog een stuk. Voor je het weet krijg je teveel binnen.
- 7 Cannabis valt soms slecht. Je voelt je dan ziek of angstig. Zoek een rustige plek en eet of drink iets zoets. Raak niet in paniek, na een uur is het ergste voorbij.
- 8 Gebruik cannabis niet om problemen uit de weg te gaan. Als je elke dag blowt probeer dan eens een paar dagen per week niet te blowen.
- 9 Koop géén cannabis op straat, maar in een coffeeshop waar men bereid is je grondig te informeren.
- 10 Neem geen cannabis mee als je naar het buitenland gaat.

### Tot slot:

Je kunt af en toe blowen voor je plezier. Je kunt dag in dag uit blowen zodat je continu van de wereld bent. En je kunt het niet doen. Of je verstandig met cannabis omgaat, bepaal je uiteindelijk zelf.

Wil je meer weten over cannabis, bel dan de Drugsinfolijn: **0900-1995** of kijk in de openbare bibliotheek.

VRAGEN OVER DRUGS?  
BEL DE DRUGSINFOLIJN  
**0900-1995**  
(20 ct p/m)

Trimbos-  
instituut  
Netherlands Institute  
of Mental Health  
and Addiction

T



**HAS J & WIET**

WAT WEET JE WEL | WAT WEET JE NIET



9

Als je een keer teveel hasj of wiet rookt, dan

- a ga je dood
- b ga je heel erg trillen
- c voel je je ziek

10

Als iemand 'flipt' na het roken van hasj of wiet, dan

- a wil hij alleen nog maar op de flipperkast spelen
- b voelt hij zich geweldig
- c dan is het verkeerd gevallen en voelt hij zich kotsziek

11

Een joint begint te werken

- a na een uur
- b binnen een paar minuten
- c na een half uur

12

De kans dat je ziek wordt van hasj of wiet is groter als je het eet.

JUIST OF ONJUIST?

13

Je kunt goed een proefwerk leren, als je daarbij een joint rookt.

JA OF NEE?

14

Computergames waarbij reactiesnelheid heel belangrijk is, win je met gemak als je net hasj of wiet hebt gerookt.

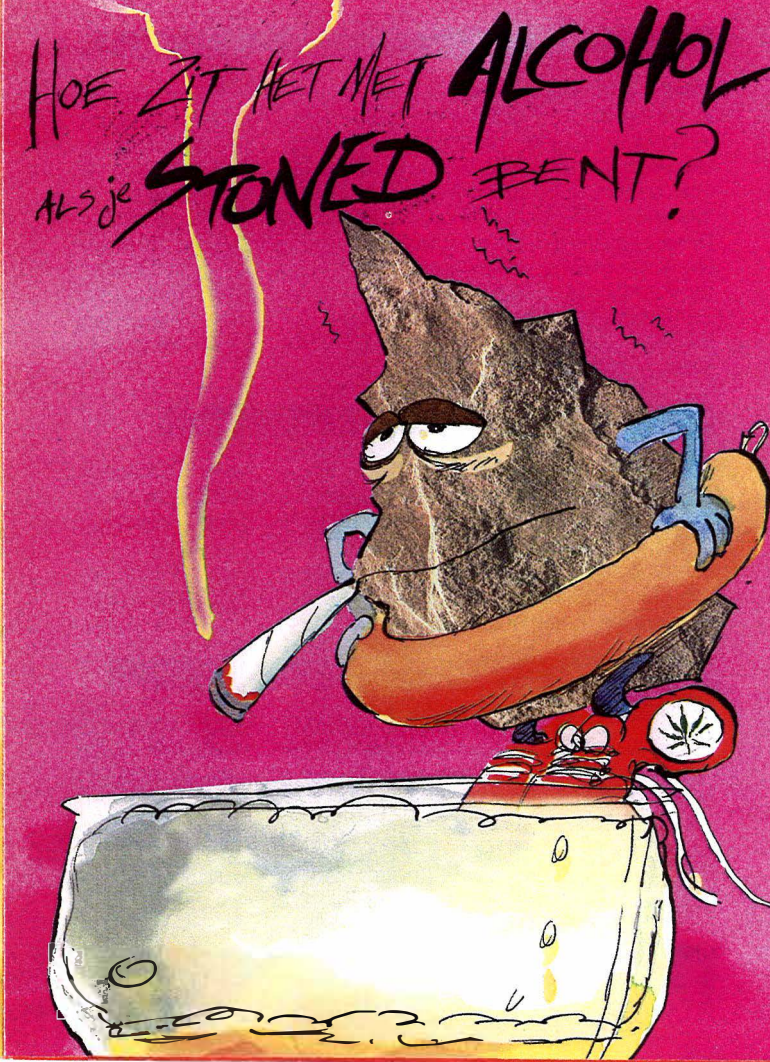
JA OF NEE?

15

Aan hasj en wiet kun je verslaafd raken.

JA OF NEE?

De antwoorden? Z.O.Z.





**16** Problemen lossen vanzelf op als je hasj of wiet rookt.

JA OF NEE?

**17** Iemand die hasj of wiet gebruikt grijpt sneller naar andere, zwaardere drugs.

JA OF NEE?

**18** Als ik niet meeblow met mijn vrienden, dan raak ik ze kwijt.

JA OF NEE?

**19** Als je hasj of wiet tegelijk gebruikt met alcohol, dan

- a voel je geen verschil
- b word je giga-misselijk
- c denk je dat je heel mooi kunt zingen

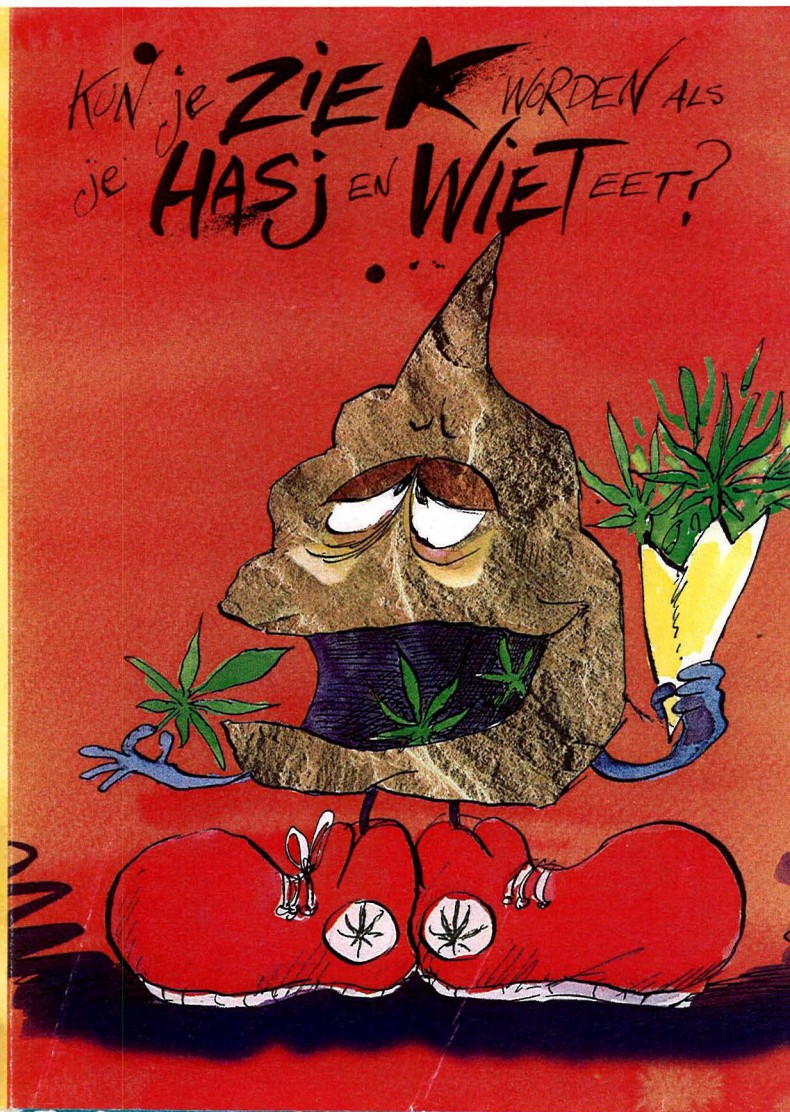
**20** Als je met hasj of wiet door de politie aangehouden wordt en je bent onder de 18, dan

- a krijg je een flinke boete
- b moet je meteen mee naar het bureau
- c waarschuwen ze je ouders

**21** Wat kun je doen als je vragen hebt over drugs?

- a je bedenkt zelf het antwoord
- b je vraagt het aan een politieagent
- c je belt de Drugsinfolijn 0900-1995

De antwoorden? Z.O.Z.





**Bijna iedereen heeft wel eens iets gehoord over hasj of wiet. 20% van de jongeren heeft ooit hasj of wiet geprobeerd. Wat weet jij eigenlijk van hasj en wiet? Wat is waar en wat is niet waar? En: wat doe je, als vrienden je hasj of wiet aanbieden?**

**Wat is het verschil tussen hasj en wiet?**

Hasj en wiet zijn afkomstig van de hennepplant. Hasj is gemaakt van het hars dat de hennepplant afscheidt. Het kan lichtbruin tot diepzwart zijn. Wiet wordt gemaakt van de gedroogde bloemtoppen en is groen-bruin. Wiet wordt ook wel marihuana genoemd. Als je de namen stuff, weed, nederwiet, shit of skunk hoort, dan gaat het over hasj of wiet. De sjeke naam voor hasj en wiet is cannabis, genoemd naar de Latijnse naam voor de hennepplant.

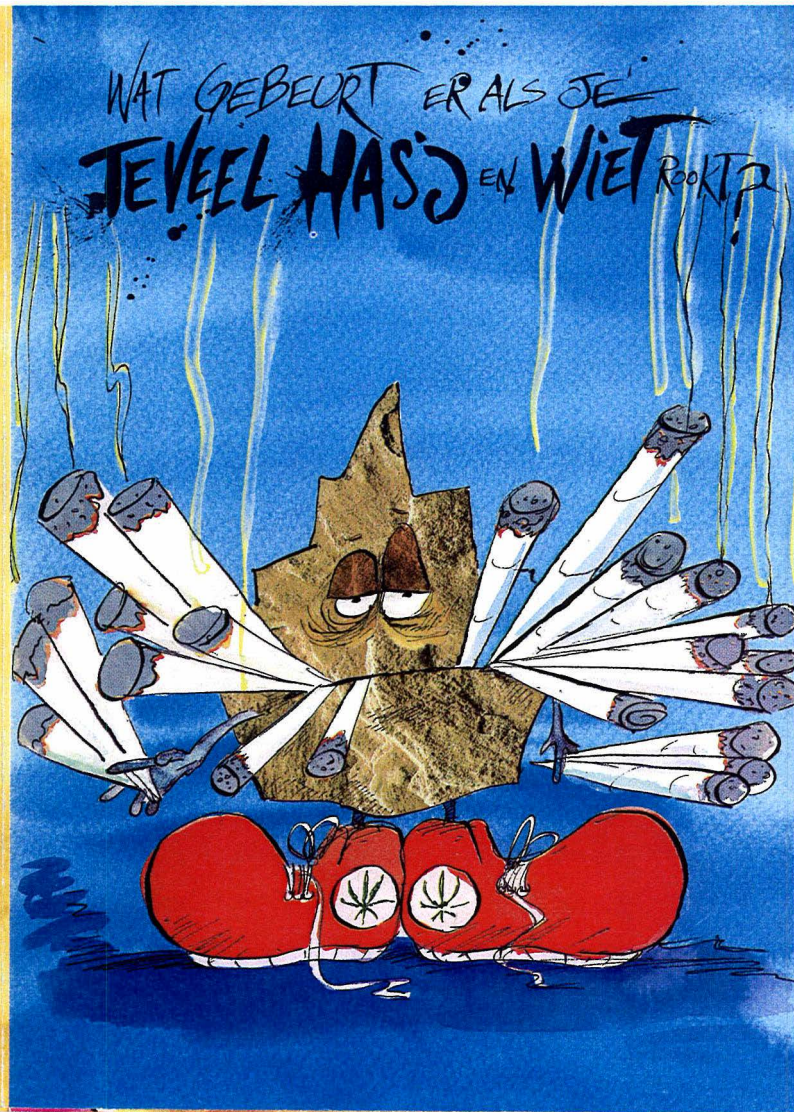
**Hoe wordt hasj en wiet gebruikt?**

Hasj of wiet wordt meestal gerookt. Het wordt vermengd met shag en in een vloeitje gerold tot een 'stickie' of een 'joint'. Het roken van zo'n joint wordt 'blowen' genoemd. Je herkent het aan de sterke geur. Hasj of wiet wordt ook wel gegeten. Het spul wordt verwerkt in een cake, 'spacecake' genaamd, of in een bonbon. Sommigen zetten er thee van.

**Wat voel je als je hasj of wiet gebruikt?**

In hasj en wiet zit een stof die TetraHydroCannabinol heet, afgekort THC. Wat die stof met je doet verschilt per persoon. Heel belangrijk is in wat voor bui je bent. Voel je je tof, dan wordt alles mooi en goed, je voelt je prettig. Voel je je al depri of moe, dan wordt dat gevoel vaak nog sterker. Iemand die hasj of wiet gebruikt wordt meestal 'stoned'. Dat wordt zo genoemd omdat je het gevoel hebt dat je armen en benen zo zwaar zijn als steen. Kleuren en geluiden worden intenser waargenomen en er gebeuren allerlei dingen in de fantasie. Sommige mensen krijgen de slappe lach en anderen willen ineens de hele koelkast leeg eten. Maar je kunt ook plotse-ling heel bang worden. Je hart gaat sneller slaan, je mond wordt droog en je ogen worden rood.

Met financiële steun van het ministerie van VWS en het Praeventiefonds



**Vragen over drugs? 0900-1995**



### Wat zijn de nadelen voor je lichaam?

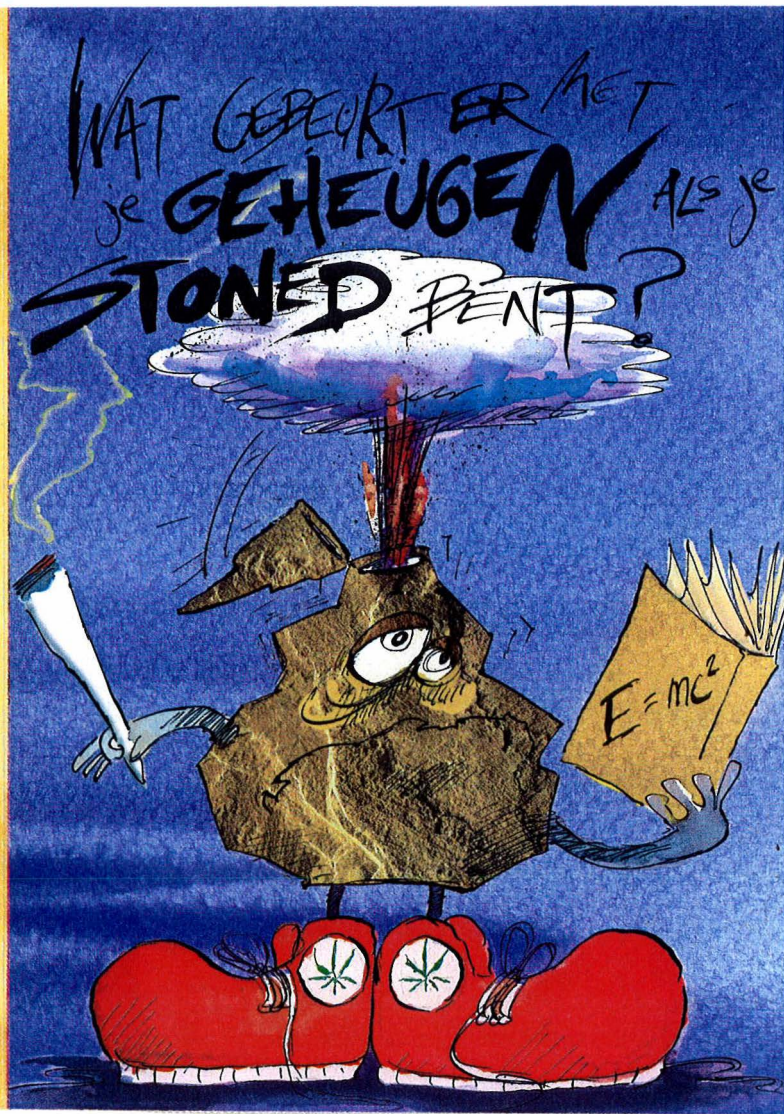
Roken is slecht voor je gezondheid. Dat weet iedereen. Het roken van hasj en wiet is extra slecht omdat er een grotere hoeveelheid kankerverwekkende stoffen in zit. Iemand die te veel hasj of wiet in één keer of op een verkeerd moment gebruikt kan behoorlijk ziek worden. Je kunt heftig bang of depri, duizelig en misselijk worden en je kunt zelfs in paniek raken en flauwvallen. Dit verkeerd vallen van hasj of wiet wordt 'flippen' genoemd. De kans op flippen is groter bij het eten van hasj, omdat je dan niet direct door hebt hoeveel je binnenkrijgt. Spacecake begint namelijk pas na een uur te werken. En het werkt 5 tot 12 uur door. Een joint werkt binnen een paar minuten en dat duurt ongeveer 2 à 3 uur. Je kunt dus op tijd stoppen met blowen, als je voelt dat het niet goed valt. Met spacecake kan dit niet, want dat ligt dan al lang en breed in je maag te dobberen.

### Wat gebeurt er met je geheugen?

Als de stof THC door blowen in je bloed zit, kun je niet meer helder nadenken. Je raakt eerder de draad kwijt en je reageert langzamer. Dingen die net gezegd of gebeurd zijn worden vergeten. Het kan moeilijk zijn de verhalen te volgen van iemand die stoned is. Iemand die onder invloed is van hasj of wiet, kan een gevaar zijn in het verkeer. Ook het maken van je huiswerk of proefwerk geeft problemen, want je kunt je aandacht niet goed vasthouden.

### Kun je verslaafd raken aan hasj en wiet?

Als je hasj of wiet langere tijd gebruikt en je stopt daarmee, dan voelt je lijf geen enkel verschil. Dat betekent dat het niet lichamelijk verslavend is. Ook heb je er niet steeds meer van nodig om er iets van te voelen. Maar als iemand zich alleen nog maar prettig kan voelen door te blowen, dan is dat iets anders. Dan is die persoon geestelijk afhankelijk van hasj of wiet en dat lijkt toch een beetje op verslaving. Dit kan je overkomen als je het elke dag rookt of als je blowt om je problemen te ontvluchten. Als het uitgewerkt is, dan zijn je zorgen er nog steeds. Je kunt natuurlijk blijven blowen om in een roes te blijven, maar vaak haken je vrienden en familie dan af. Zij hebben geen zin om met een zombie om te gaan. En onder invloed interesseert het jou eigenlijk ook niet meer. Problemen los je dus niet op met het opsteken van een joint.





**Is het zo dat je eerder aan de zwaardere drugs gaat doordat je hasj of wiet gebruikt?**

Nee, het roken van een joint maakt niet dat je zwaardere drugs wilt gebruiken. En iemand die in een coffeeshop hasj of wiet koopt, komt op die manier niet snel in aanraking met zwaardere drugs.

**En als je vrienden blowen?**

Doe je dan mee of niet? Doe je het omdat je het zelf wilt of omdat je er anders niet bijhoort? Bij echte vrienden kun je natuurlijk altijd weigeren, ...even goeie vrienden!

**Blowen en alcohol, gaat dat samen?**

Van de combinatie van hasj of wiet met alcohol kunnen mensen zich goed beroerd voelen. Dit kan vrij plotseling opkomen en behoorlijk hard aankomen. Je trekt wit weg, je wordt kotsmisselijk en duizelig en je kunt zelfs flauwvallen.

**Wat doet de politie als iemand hasj of wiet bij zich heeft?**

Het bij je hebben van hasj of wiet of het kweken van hennepplanten is altijd strafbaar. Maar als je 18 jaar of ouder bent, dan doet de politie meestal niets als het om een klein beetje gaat: niet meer dan 5 gram of 5 planten.

Als je onder de 18 bent en je hebt hasj of wiet bij je of je kweekt planten, dan kun je een flinke boete krijgen. Ook al heb je maar een héél klein beetje. Let op: in veel andere landen verdwijnt je meteen een paar jaar achter de tralies, ook bij het in bezit hebben, het gebruik of het kweken van kleine hoeveelheden.

**Hoe kan ik meer te weten komen over hasj en wiet?**

De **0300-1335** de Drugs Infolijn.  
Je kunt ook terecht bij een Jongeren Informatie Punt (JIP) of de GGD (Gemeentelijk GezondheidsDienst) bij jou in de buurt. Ook de instelling voor verslavingszorg (ook wel CAD genoemd) in jouw regio kan je informatie geven.



**HASJ & WIET**

**WAT WEET JE WEL WAT WEET JE NIET**

**T** Trimbos-instituut

The properties of cannabis (hashish and weed) have been known in many cultures for centuries. Cannabis is made of a plant called hemp. It makes you feel cheerful and relaxed. The effect of cannabis lasts for two to four hours. Just like other stimulants, however, cannabis can be misused. That's why the following 10 tips for sensible use are important.

- 1** There are big differences between the various types of cannabis; some are stronger than others. Experienced smokers feel when they've had enough, and are able to stop at that moment. When you smoke for the first time you don't know your limits yet. That's why it is important to ask for information when you buy cannabis.
- 2** If you have little experience with cannabis, it's inadvisable to drink alcohol at the same time.
- 3** When cannabis is burnt, substances are released which are harmful to your health (tar and carbon monoxide). Moreover, when you smoke cannabis with tobacco, you also run the risks associated with smoking tobacco.
- 4** Cannabis influences your power of concentration. Don't use it at school, at work or on the road.
- 5** If you take medicine, it is important to ask a doctor whether you can also smoke cannabis. Don't use cannabis when you're pregnant.
- 6** If you want to try space-cake, mind that it takes 45 minutes to an hour and a half before it starts to produce an effect. Be patient and don't take another piece, because when you realize you've had too much, it's too late.
- 7** Sometimes the effect of cannabis turns out rather badly. It can make you feel sick or frightened. Withdraw to a quiet place and eat or drink something sweet. Don't panic; you'll be past the worst in an hour.
- 8** Don't use cannabis to avoid problems. If you smoke every day, try to do a few days a week without.
- 9** Don't buy cannabis from street dealers. Go to a coffee shop where you can get good information.
- 10** Don't take any cannabis with you when you go abroad.

### Final remark:

You can smoke cannabis on and off just for fun. You may even smoke every day, permanently losing touch with reality. Or you may decide not to. In the end it's up to you whether you deal with cannabis in a sensible way or not.

If you want to know more about cannabis, call the Drugs Info Line: **0900-1995** or go to the public library.



KUN JE VERSLAAFD  
RAKEN ALS JE NIET  
STONED BEAT?





**HAS J & W I E T**

**WAT WEET JE WEL**

**WAT WEET JE NIET**

**VOOR EXTRA KAARTJES  
BEL HET CAD**