

# UN TANAR INFORMAT ESTE PROTEJAT

Campanie de informare și prevenție adresată tinerilor privind consumul de substanțe și riscurile asociate

## CONTEXT

Consumul de droguri în rândul adolescenților reprezintă o preocupare majoră la nivel european și global. Potrivit European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, aproximativ 31% dintre adulții din Europa au consumat cel puțin o dată droguri ilegale, iar cannabisul rămâne cea mai frecvent utilizată substanță în rândul tinerilor.

Studiile arată că primele experiențe cu droguri apar adesea în adolescență, într-un context social aparent obișnuit, influențat de curiozitate și presiunea grupului. Sondajele realizate de European Commission arată că peste 60% dintre cetățenii europeni consideră consumul de droguri în rândul tinerilor o problemă serioasă în comunitățile lor.

Campania "Tanar informat este protejat" își propune să răspundă acestei nevoi prin activități interactive în școli, utilizând exemple reale și cazuistică pentru a facilita înțelegerea riscurilor asociate consumului de droguri.

## ESENȚA CAMPANIEI

Campania își propune să creeze un cadru de dialog prin metode interactive, urmărind să transforme informarea într-un proces de reflecție și responsabilizare. Contribuim la dezvoltarea unei generații mai conștiente, capabile să recunoască situațiile de risc și să își protejeze sănătatea și viitorul.

### Scopul campaniei:

*Cresterea nivelului de informare și constientizare în rândul adolescenților privind riscurile asociate consumului de droguri și comportamentelor conexe, pentru a sprijini luarea unor decizii sănatoase și responsabile.*

## INSIGHT-UL CREATIV

În centrul campaniei se află experiența reală a adolescentului, trăită în contexte cotidiene, marcate de curiozitate, presiune socială și nevoia de apartenență. Campania porneste de la



realitatea ca majoritatea deciziilor riscante nu apar in contexte extreme, ci in situatii familiare: petreceri, interactiuni de grup sau momente aparent banale.

### **Fiecare poveste devine un instrument educational care:**

- > Ilustreaza dinamica presiunii de grup si a mecanismelor psihologice implicate
- > Evidentiaza modul gradual in care pot aparea comportamentele de risc
- > Oferă repere concrete de actiune si alternative sanatoase
- > Normalizeaza apelarea la sprijin si interventia timpurie

## **OBIECTIVELE CAMPANIEI**

### **Campania "Un Tanar informat este protejat" isi propune:**

- > Sa creasca nivelul de informare privind efectele consumului de substante psihoactive asupra creierului, comportamentului si integrarii sociale.
- > Sa consolideze constientizarea mecanismelor psihologice: presiunea de grup, normalizarea si iluzia controlului.
- > Sa evidentieze legatura dintre consumul de substante si riscurile conexe, inclusiv transmiterea HIV.
- > Sa dezvolte capacitatea adolescentilor de a lua decizii informate si de a manifesta gandire critica.
- > Sa incurajeze interventia timpurie si comportamentele de sprijin intre egali.
- > Sa faciliteze accesul tinerilor la servicii de informare, consiliere si testare.

## **STRATEGIA CAMPANIEI**

Campania se desfasoara printr-o abordare integrata, cu accent pe interactiunea directa cu adolescentii in mediul educational si utilizarea instrumentelor digitale ca suport.

### **COMPONENTA OFFLINE - Interventii educationale in scoli**

- > Presentari dinamice bazate pe exemple reale si cazuistica relevanta
- > Explicarea efectelor consumului de substante asupra creierului
- > Explorarea mecanismelor psihologice (presiunea de grup, normalizarea)
- > Exerciții de reflectie si discutii deschise privind luarea deciziilor

## COMPONENTA INTERACTIVA - Quiz educational online

- > Evaluarea nivelului de intelegere a informatiilor prezentate
- > Stimularea gandirii critice
- > Participare incurajata prin materiale promotionale si premii simbolice

## MATERIALE EDUCATIONALE - Booklet + cod QR

- > Mesaje cheie ale campaniei, formulate clar si accesibil
- > Informatii esentiale despre riscurile consumului de substante
- > Cod QR care directioneaza catre articolul educational extins

Acest articol va integra:

- povești și situații inspirate din cazuri reale, în care adolescenții se pot regăsi;
- exemple concrete de decizii și consecințele acestora;
- informații despre instituții, specialiști și servicii unde pot apela (consiliere, testare, suport);
- recomandări privind intervenția în situații de risc (pentru sine sau pentru colegi).

## ACTIVITATILE DE COMUNICARE

Campania combina continut educational, experiente interactive si resurse digitale pentru implicarea activa a tinerilor.

### 1. Activare in Scoli - Experienta directa

- > Participarea la discutii ghidate bazate pe situatii reale
- > Reflectii asupra deciziilor personajelor prezentate
- > Identificarea propriilor reactii in contexte de presiune sociala

### 2. Activare Digitala - Quiz si distribuire

- > Accesarea quiz-ului online si distribuirea in randul colegilor
- > Distribuirea scorului sau experientei pe retele sociale

### 3. Mesaje-Cheie pentru Tineri

*Nu tot ce e normal in grup e sigur pentru tine.*

*Curiozitatea e normala. Riscul nu trebuie sa fie.*

*Ai optiuni. Ai dreptul sa alegi altfel.*

*A cere ajutor este un semn de curaj.*

#### 4. Implicarea Comunitatii Educationale

- > Profesorii si consilierii scolari faciliteaza discutiile dupa sesiuni
- > Promovarea resurselor catre elevi
- > Crearea unui spatiu sigur de dialog

## Activități de comunicare

Componenta de comunicare a campaniei „Tânăr informat este protejat” va pune accent pe implicarea activă a tinerilor și pe transmiterea mesajelor prin formate accesibile, relevante și apropiate de realitatea acestora.

Campania va combina conținut educațional, experiențe interactive și resurse digitale, încurajând atât participarea directă, cât și diseminarea mesajelor în rândul comunității.

### 1. Activare în școli – experiență directă

În cadrul sesiunilor desfășurate în instituțiile de învățământ, elevii vor fi implicați activ prin:

- >participarea la discuții ghidate bazate pe situații reale;
  - reflecții asupra deciziilor personajelor prezentate;
  - identificarea propriilor reacții în contexte de presiune socială.

Îndemn pentru participanți:

- „A spune ‘nu’ nu te face diferit. Te face conștient.”
- Nu ești singur. Dacă tu sau un prieten treceți printr-o perioadă dificilă, există oameni care vă pot ajuta.
- Unele decizii durează 5 minute. Consecințele pot dura ani.

### 2. Activare digitală – Quiz + distribuire

Participanții vor fi încurajați să acceseze quiz-ul online și să îl distribuie în rândul colegilor.

Sugestii de implicare:

- finalizează quiz-ul și provoacă un prieten să facă același lucru;
- distribuie scorul sau experiența pe rețele sociale;
- discută răspunsurile în grup.

### 3. Conținut digital – mesaje scurte și articole de informare

Vor fi dezvoltate conținuturi pentru social media, bazate pe situații reale și dileme frecvente ale adolescenților.

Tematici sugerate:

- „Un moment. O decizie. Ce alegi?”
- „Toți fac asta. Dar tu?”

- „Nu pare periculos... până când este.”
- „3 lucruri pe care trebuie să le știi înainte să spui DA”
- „Ce nu îți spune nimeni despre presiunea de grup”
- „Cum începe, de fapt, o situație de risc?”

#### 4. Promovarea bookletului și a resurselor (QR code)

Bookletul va fi promovat ca un instrument practic și accesibil, iar codul QR va facilita accesul la informații extinse.

Îndemnuri sugerate:

- „Ia informația cu tine. S-ar putea să ai nevoie de ea.”
- „Scanează. Citește. Înțelege înainte să alegi.”
- „Unele decizii nu pot fi luate de două ori. Informează-te.”
- „Scanează. Informează-te. Protejează-te.”

#### 5. Mesaje-cheie pentru tineri

Comunicarea campaniei va include mesaje simple, directe și relevante:

- „Nu tot ce e normal în grup e sigur pentru tine.”
- „Curiozitatea e normală. Riscul nu trebuie să fie.”
- „Un moment poate schimba mai mult decât crezi.”
- „Ai opțiuni. Ai dreptul să alegi altfel.”
- „A cere ajutor este un semn de curaj.”

#### 6. Promovarea resurselor de suport

Campania va integra constant informații despre unde pot apela tinerii în situații de risc.

Mesaje sugerate:

- „Nu ești singur. Există oameni care te pot ajuta.”
- „Vorbește cu cineva de încredere. Contează.”
- „Sprijinul există. Trebuie doar să faci primul pas.”

#### 7. Implicarea comunității educaționale

Profesorii și consilierii școlari vor fi încurajați să susțină mesajele campaniei prin:

- facilitarea discuțiilor după sesiuni;
- promovarea resurselor către elevi;
- crearea unui spațiu sigur de dialog.

Această componentă de comunicare transformă campania dintr-o simplă acțiune de informare într-o experiență participativă, în care mesajele sunt înțelese, asumate și transmise mai departe în comunitatea tinerilor.

**Un tânăr informat este protejat** | IP. Centrul Social Regional Renasterea