
Campania „NĂSCUT SĂ FII LIBER” – etapa II
Proiect de prevenire a consumului de marijuana și ecstasy
la adolescenții clujeni

RAPORT

I. DATE GENERALE DESPRE CAMPANIE

Organizatori:

- Asociația Caritas Eparhial Greco-Catolic Cluj – Departamentul Antidrog
- Asociația Preventis, Cluj-Napoca

Parteneri:

- Teen Challenge România,
- UBB Cluj – Facultatea de Psihologie,
- Inspectoratul Școlar Județean Cluj,
- Consiliul Județean Cluj

Perioadă de desfășurare: noiembrie 2009 – martie 2010

Loc de desfășurare: 2 școli generale și 4 licee din Cluj-Napoca (clasele VII – X):

- Școala „Emil Isac”, Școala „Nicolae Iorga”,
- Liceul Teoretic „Onisifor Ghibu”,
- Colegiul Tehnic de Construcții „Anghel Saligny”,
- Colegiul Tehnic de Comunicații „Augustin Maior”,
- Colegiul Tehnic de Transporturi „Transilvania”

Grup țintă:

- beneficiari direcți: **1.135** elevi cu vârste între 13-17 ani, din 43 clase VII–X;
- beneficiari indirecti: 24 de voluntari, studenți anul II la Facultatea de Psihologie - UBB Cluj, care au desfășurat practica semestrială în cadrul campaniei și au fost

implicați în calitate de facilitatori ai programului pentru elevi; comunitatea din Cluj-Napoca.

II. CONTEXTUL REALIZĂRII CAMPANIEI

▪ Etapa II a intervenției preventive concepută în urma evaluării tip FG din 2008

Campania a reprezentat a **doua intervenție preventivă** universală a consumului de droguri în general și marijuana și ecstasy în special, la elevii clujeni cu vârste cuprinse între 13-17 ani, apărută ca răspuns la observațiile și recomandările furnizate de studiul de cercetare de tip Focus grup cu titlul „*Factori de risc și de protecție pentru consumul de droguri la elevii clujeni de școală generală și liceu*” realizat de Asociația Caritas Cluj în 2008. Prima intervenție generată de studiu s-a desfășurat în martie - iunie 2009.

Recomandările studiului pe baza cărora a fost concepută campania au fost:

1. Necesitatea desfășurării de campanii de prevenire în școlile de periferie;
2. Necesitatea abordării elevilor în perioada tranziției gimnaziu-liceu;
3. Necesitatea abordării specifice a consumului de marijuana și ecstasy, ca fiind cele mai consumate droguri în Cluj;
4. Necesitatea îmbunătățirii abilității elevilor de a refuza consumul de droguri oferite de anturaj;
5. Necesitatea includerii în campanii a mărturiilor de viață reală a unor foști consumatori de droguri;
6. Necesitatea informării și educării antidrog a părinților.

▪ Context social particular – magazinele cu „plante etnobotanice”

În perioada desfășurării actualei campanii, piața a fost inundată de exacerbarea activității a numeroase „magazine de vise” care comercializau substanțe psihotrope sub denumirea generică de „plante etnobotanice”. În acest context social, consumul de droguri a crescut considerabil, fapt susținut de creșterea numărului de solicitări de consiliere pentru tineri consumatori adresate Asociației Preventis, atât prin intermediul psihologilor școlari, cât și direct din partea consumatorilor. Totodată, facilitatorii campaniei s-au confruntat cu o atitudine prodrug crescută în rândul participanților la campanie și cu o rezistență crescută la mesajul antidrog. Considerăm că acest context social a avut o influență semnificativă asupra rezultatelor campaniei, biasînd mesajul antidrog și ducând la scăderea impactului acestuia asupra elevilor.

III. CONTINUTUL CAMPANIEI

- Curricullum-ul „Născut să fii liber!”- 3 întâlniri cu fiecare clasă de elevi inclusă în campanie. Subiectele abordează consumul de marijuana și ecstasy, precum și întărirea abilității de a rezista presiunii negative a anturajului. Întâlnirile s-au desfășurat în cadrul orelor de Dirigenție/Consiliere și orientare, fiind facilitate de studenții voluntari;
- Interacțiunea controlată a elevilor cu 4 tineri foști consumatori de droguri, actualmente aflați în proces de reabilitare și reintegrare socială în cadrul Centrului rezidențial Teen Challenge București – 1 întâlnire cu fiecare clasă de elevi;
- Producerea și distribuirea de materiale promoționale, respectiv educaționale cu mesaj antidrog pentru adolescenți (Angajamentul „Eu aleg să fiu liber!”)



IV. REZULTATELE CAMPANIEI

Rezultatele campaniei au fost evaluate pe două dimensiuni: *impactul* mesajului antidrog asupra elevilor și nivelul de *satisfacție* al acestora față de campania propriu-zisă. Evaluarea impactului a vizat următoarele aspecte: îmbunătățirea nivelului de informații deținute de elevi cu privire la marijuana și ecstasy, întărirea atitudinii antidrog (atât cu privire la droguri în general cât specific față de marijuana și ecstasy) și influențarea intenției comportamentale a elevilor referitor la consumul de droguri.

Înainte de începerea campaniei a fost realizată o *evaluare inițială* a nivelului de informații și a atitudinii antidrog a elevilor participanți, iar la încheierea campaniei s-a realizat o *evaluare finală* care a vizat măsurarea noului nivel de informații, a atitudinii față de droguri, intenția comportamentală declarată, precum și gradul de satisfacție cu privire la

campanie în ansamblul ei. Rezultatele comparative ale celor două evaluări realizate sunt prezentate succint în cele ce urmează:

Descrierea elevilor participanți la evaluarea finală a campaniei:

Din nr. total de 1.135 de elevi participanți la campanie, a fost evaluat la final un eșantion de 540 de elevi, dintre care aprox. 2/3 erau băieți și peste 75% erau liceeni.

N	Sex		Vârstă					
	F	B	13 ani	14 ani	15 ani	16 ani	17 ani	18 ani
540	188	352	57	77	135	164	78	11
	34,8%	65,2%	10,5%	14,3%	28,3%	30,4%	14,4%	2,1%

Din punctul de vedere al repartiției elevilor pe școli, au predominat liceenii din Colegiul Tehnic de Construcții „Anghel Saligny”, urmași de Colegiul Tehnic de Comunicații „Augustin Maior”.

Repartiția elevilor/școli	Ghibu	Isac	Iorga	Telecom	Transporturi	Saligny
Număr elevi	92	66	41	144	44	155
% elevi	17%	12,2%	7,6%	26,6%	8,1%	28,6%

Nivelul de informații a fost evaluat solicitând elevilor să răspundă cu „adevărat” sau „fals” la câteva afirmații privitoare la marijuana și ecstasy. Compararea procentului de răspunsuri corecte obținute *înainte* și *după* desfășurarea campaniei arată o îmbunătățire a cunoștințelor elevilor privind informațiile vizate cu valori între **0,9% și 15,2%**.

De remarcat că afirmația la care s-a înregistrat îmbunătățirea cea mai mare („Poți renunța oricând la consumul de droguri, trebuie doar să vrei acest lucru”) este foarte valoroasă în termeni de prevenire antidrog.

Atitudinea față de consumul de droguri a fost evaluată solicitând elevilor să aleagă una dintre variantele de răspuns oferite la următoarea situație: „Dacă ai afla că un prieten a încercat de câteva ori marijuana, ecstasy sau alte droguri, ce ai gândi?” Rezultatele evaluării *înainte* și *după* desfășurarea campaniei arată o creștere a atitudinii *antidrog* la

7% dintre elevi și o scădere la cei care prezentau o atitudine inițială *prodrug* cu 2%. Procentul elevilor neutri față de consumul de droguri s-a redus cu 5%.

Intenția comportamentală vis a vis de consumul de droguri, declarată de elevi la sfârșitul campaniei, arată că **83%** dintre aceștia vor refuza oferta de a consuma, chiar dacă aprox. 1/3 dintre ei se simt tentați spre consum. Rămâne un procent de 12,5% dintre elevi care sunt deschiși să încerce o dată sau declară că ar dori să experimenteze drogurile slabe.

Evaluarea **nivelului de satisfacție** al elevilor cu privire la campanie este pozitiv per ansamblu, fiind apreciate atât activitățile interactive cât și interacțiunea cu o persoană care a consumat droguri și care poate furniza informații „din viața reală”. Oferim mai jos câteva dintre feedback-urile elevilor la finalul campaniei:

- Mă bucur pentru campania asta și mi-am dat seama că gândeam greșit. (f, 14)
- Eu zic că această campanie a meritat, mulți am înțeles ce e bine și ce nu. (m, 14)
- Este o campanie care cred că a ajutat multe persoane să se gândească ce să facă cu viața lor. Cel puțin pe mine m-a făcut să mă gândesc la aceasta. (f, 14)
- Această campanie este bună pentru că ne învață despre riscurile drogurilor. (f, 15)
- Părerea mea e una bună fiindcă am învățat să nu folosim nici un fel de drog. (f, 14)
- Este o campanie destul de bună ... am învățat că îți strică viața dacă devii dependent. (m, 16)
- Această campanie e bună deoarece ne ajută să aflăm cum să procedăm dacă cineva ne oferă droguri. (m, 15)
- Această campanie ne ajută să luăm hotărâri importante pentru noi în legătură cu consumul de droguri. (f, 16)
- Această campanie este OK, deoarece încurajează persoanele să nu consume droguri, indiferent că sunt legale, ilegale, periculoase sau mai puțin periculoase. (m, 15)
- Foarte bine, felicitări! Am învățat foarte multe lucruri, s-au făcut jocuri interesante, bine gândite. Cel mai mult m-a impresionat povestea lui Ionuț (fost consumator). Vă mulțumesc. (f, 18)
- Această campanie ne-a deschis ochii și ne-a ajutat să cunoaștem mai bine drogurile. Viața lui Ionuț ne-a impresionat foarte mult și văzând greutățile prin care a trecut, am

făcut un angajament: nu vom încerca niciodată drogurile. Vă mai așteptăm să reveniți. (f, 15)

- Mulțumesc campaniei antidrog, acum sunt sigură că nu voi face asta niciodată. (f, 15)

- Este o lecție la care nu te plictisești și înveți lucruri care îți vor fi de folos în viață. (f, 13)



- Mi-a plăcut foarte mult cum ne-au povestit băieții (foști consumatori) și vreau să ne mai facă o vizită. (f, 14)
- Am o impresie foarte OK despre campanie, ceea ce am auzit este ceva nou pentru mine și m-ar putea salva de la consum. (f, 13)
- Trebuie să avem mare grijă de noi, să fim atenți la anturajul în care suntem. (f, 14)
- Mi-a plăcut mult campania și cred că experiența tinerilor foști consumatori ar trebui împărtășită la cât mai mulți oameni. (m, 14)
- Este foarte OK campania, m-a ajutat foarte mult să înțeleg ce înseamnă consumul de droguri și m-a învățat că nu trebuie să încerc niciodată. (m, 16)
- Cred că este foarte important ca cineva să ne explice aceste lucruri legate de droguri, și dacă am încercat, să găsim o cale de ieșire din dependență. (f, 16)
- Impresia mea despre campanie este bună, deoarece s-au făcut activități foarte frumoase, iar mărturia băieților a fost minunată. (f, 15)

V. CONCLUZIE ȘI RECOMANDĂRI

Etapa a doua a intervenției preventive a atins un număr mare de elevi clujeni și a reușit să influențeze pozitiv atitudinea antidrog a acestora. Disponibilitatea crescută a drogurilor pe piața locală, precum și creșterea comparativ cu etapa I a procentelor de tineri care declară că ar dori să consume droguri dacă ar avea ocazia, impun necesitatea repetării intervențiilor într-un mod consecvent și adaptat noilor tendințe.