

Campania „CALUL TROIAN”

Proiect de prevenire a consumului de droguri etnobotanice la elevii clujeni

Raport – modulele I și II

Campania de prevenire a consumului de droguri etnobotanice la elevii clujeni este parte a proiectului ”**Prevenire și consiliere în adicții în comunitatea clujeană**” care se desfășoară în Cluj-Napoca în perioada Ianuarie – Decembrie 2011. Campania se desfășoară cu sprijinul Direcției de Asistență Socială și Medicală, organizată ca serviciu public în subordinea Consiliului local al municipiului Cluj-Napoca.

1. Organizatorii campaniei:

Asociația Preventis (www.preventis.ro) și Fundația Creștină de Ajutorare (www.fcacluj.ro), ambele din Cluj-Napoca.

Implementarea campaniei a fost posibilă datorită sprijinului financiar sau logistic al următorilor **Parteneri:**

- Consiliul Local al Municipiului Cluj-Napoca,
- Inspectoratul Școlar Județean Cluj,
- UBB - Facultatea de Psihologie și Asociația de Psihologia Sănătății,
- Asociația Teen Challenge România.

2. Scop: Campania „CALUL TROIAN” urmărește prevenirea debutului, respectiv încetarea/reducerea consumului de droguri etnobotanice la elevii clujeni aflați la vârsta tranziției gimnaziu-liceu.

3. Perioadă și mod de desfășurare: campania se derulează pe parcursul a 3 module, dintre care primele două s-au desfășurat în perioada Ianuarie – Iunie 2011, iar cea de-a treia este programată pentru perioada Septembrie – Decembrie 2011.

Întâlnirile cu elevii se desfășoară în cadrul orelor de dirigințe. Orarul desfășurării întâlnirilor se stabilește de comun acord cu conducerea școlilor și cu profesorii diriginți ai claselor implicate.

4. Conținutul campaniei:

Campania constă în prezentarea curriculum-ului „**Calul troian**” (3 lecții) fiecărei clase de elevi înscriși în campanie. Campania este construită pe elemente ale legendei calului troian, folosind imaginea unui dar atractiv care ascunde un pericol letal. Această analogie servește scopului campaniei, aceea de a atenționa și combate multiplele mesaje de disimulare care însoțesc promovarea etnobotanicelor.

Cea de-a treia întâlnire cu fiecare clasă de elevi presupune interacțiunea supervizată dintre aceștia și un tânăr fost consumator de droguri, actualmente abstinent, absolvent al programului de postcură al Asociației Teen Challenge (București) și aflat în perioadă de reabilitare și reinsertie socială.

Obiectivele curriculum-ului sunt:

- evaluarea cunoștințelor și atitudinii elevilor față de consumul de etnobotanice înainte de implementarea campaniei
- informarea corectă a elevilor cu privire la conținutul drogurilor etnobotanice
- exersarea abilităților de analiză și gândire critică cu privire la consumul de etnobotanice
- corectarea percepțiilor eronate cu privire la contextul social al consumului de etnobotanice
- conștientizarea și informarea corectă a elevilor cu privire la consecințele consumului de etnobotanice
- formarea/îmbunătățirea abilității de a refuza oferta de consum de etnobotanice
- identificarea de alternative sănătoase care să corespundă funcțiilor consumului
- motivarea la luarea unei decizii ferme privind abținerea față de consumul de etnobotanice
- evaluarea cunoștințelor și atitudinii elevilor față de consumul de etnobotanice la finalul campaniei, precum și a nivelului de satisfacție legată de aceasta

Raportul de mai jos se referă la activitățile derulate în cadrul *primelor două module* ale campaniei, precum și la impactul acestora asupra grupului țintă.

5. Grup țintă: 1.550 elevi (majoritatea între 13-16 ani) din **60 de clase** (VI – X), din **9 școli** din Cluj-Napoca

Școli participante în campanie:

- Modulul I: Liceul Teoretic „Eugen Pora”, Liceul de Arte „Romulus Ladea”, Colegiul Tehnic „Napoca”, Școala „Simion Bărnuțiu” (în total 24 clase, aprox. 650 elevi)
- Modulul II: Liceul cu Program Sportiv, Liceul Pedagogic „Gheorghe Lazăr”, Școala „Emil Isac”, Liceul „Lucian Blaga”, Colegiul Tehnic „Edmond Nicolau” (în total 36 clase, aprox. 900 elevi)

6. Echipa de proiect: stafful Asociației Preventis și al Fundației Creștine de Ajutorare și **24 de voluntari**, după cum urmează:

- 20 voluntari – facilitatori ai interacțiunilor cu elevii, majoritatea studenți în anul II/III la Facultatea de Psihologie, UBB Cluj (practică semestrială)
- 3 tineri foști consumatori de droguri, actualmente abștinenți, absolvenți ai programului postcură al Asociației Teen Challenge România
- 1 voluntar implicat în activități de organizare ale campaniei

7. Rezultate/impact realizat în cadrul modulelor I și II:

Câteva date cantitative legate de interacțiunile directe cu elevii la clasă:

- S-au desfășurat **175 de ore** la clasă
- Fiecare echipă de câte 2 studenți – facilitatori a susținut în medie **21 de lecții**
- Cei 3 invitați și-au prezentat mărturia de consum de aprox. **15 ori** fiecare

Pentru a măsura impactul campaniei, a fost solicitată părerea elevilor vis-a-vis de consumul de etnobotanice, atât la începutul campaniei cât și la finalul ei. Evaluarea a urmărit trei dimensiuni: nivelul de *informații* deținut de elevi în ceea ce privește etnobotanicele, *atitudinea* anti sau pro etnobotanice și intenția *comportamentală* cu privire la consum după încheierea campaniei. Toate cele trei dimensiuni au implicații importante în ceea ce privește prevenirea antidrog.

Elevii participanți la evaluare s-au distribuit astfel:

Evaluare inițială: N = 1.042 elevi, din care 41% băieți și 59% fete

Evaluare finală: N = 745 elevi, din care 42% băieți și 58% fete

Nivelul de informații cu privire la drogurile etnobotanice a fost evaluat pe dimensiunile prezentate mai jos, înregistrându-se creșteri importante ale numărului de elevi care au dat răspunsuri corecte la sfârșitul campaniei comparativ cu începutul ei:

- | | |
|---|------------------------|
| ▪ Etnobotanicele sunt 100% naturale: | 81,15% → 94,00% |
| ▪ Deoarece etnobotanicele sunt legale, nu sunt dăunătoare: | 94,80% → 97,60% |
| ▪ Nimeni nu a pățit nimic grav după ce a consumat etnobotanice: | 95,50% → 98,25% |
| ▪ Etnobotanicele sunt droguri: | 91,80% → 92,20% |
| ▪ Dacă știi cum să ieși etnobotanice, nu vei avea neplăceri: | 79,45% → 93,10% |
| ▪ Etnobotanicele produc dependență: | 88,90% → 96,55% |
| ▪ Poți renunța oricând la consumul de etnobotanice, trebuie doar să vrei acest lucru: | 39,40% → 45,85% |

Datele de mai sus relevă îmbunătățiri la nivelul informațiilor deținute de elevi cu privire la drogurile etnobotanice pe toate dimensiunile evaluate. A crescut cu aprox. 13% procentul elevilor care au înțeles că drogurile etnobotanice nu sunt 100% naturale și tot cu atât al celor care au înțeles că nu există un mod de a le consuma lipsit de riscuri. De asemenea se înregistrează creșteri semnificative la informațiile care vizează faptul că renunțarea la consumul de etnobotanice implică multă voință, dar și ajutor specializat atunci când se ajunge la dependență.

Atitudinea antidrog a fost evaluată atât la începutul cât și la finalul campaniei, folosind următoarea întrebare: „*Dacă ai afla că un prieten a încercat de câteva ori etnobotanice, ce ai gândi?*” Procentele alăturate arată evoluția atitudinii antidrog a elevilor:

- Își riscă viața și sănătatea: **69,10% → 83,55%**
- S-a distrat puțin dar nu o să ajungă dependent: **8,15% → 3,70%**
- E ok, fiecare are dreptul să experimenteze ce dorește: **16,40% → 7,80%**
- Etnobotanicele sunt ok, dar să nu încerce droguri mai periculoase: **3,30% → 0,70%**
- Altceva: **3,05% → 4,30%**

Dacă la începutul campaniei doar 69% dintre elevi considerau că atunci când cineva consumă etnobotanice își riscă viața și sănătatea, la sfârșitul ei procentul a crescut cu peste 13%. De asemenea, dacă la început 16,4% dintre elevi considerau că fiecare este liber să experimenteze ce dorește, inclusiv etnobotanice, la sfârșit mai puțin de jumătate dintre ei mai aveau această atitudine, înțelegând că alegerile celor din jurul nostru pot avea impact și asupra noastră. Semnificativ este și faptul că dintre cei care au declarat la începutul campaniei că etnobotanicele sunt ok în comparație cu alte droguri (3,3%), la sfârșit doar 0,7% au mai fost de acord cu acest lucru, arătând o creștere a numărului elevilor care au dobândit o atitudine anti etnobotanice. Procentul celor care minimalizau riscurile consumului s-a redus la aproape o treime, de la peste 8% la 3,7%.

La secțiunea ”Altceva” majoritatea elevilor care au răspuns au scris că ar dori să-și ajute prietenul să renunțe la consum, adăugându-se procentual celor care declară o atitudine antidrog.

Intenția comportamentală a fost evaluată doar la finalul campaniei prin următoarea întrebare: „*Dacă cineva ți-ar oferi să încerci etnobotanice, cum crezi că vei reacționa?*” Procentele de mai jos indică răspunsurile oferite de elevi:

- Cred că voi fi tentat/ă, dar voi refuza: **22,6%**
- Nu voi fi tentat/ă și voi refuza categoric să consum: **65,25%**
- Aș vrea să încerc doar o dată: **2,30%**
- Voi consuma: **0,25% (2 pers.)**
- Nu știu: **4,9%**
- Altele: **4,7%**

Este îmbucurător faptul că deși 22,6% dintre elevi cred că vor fi tentați să consume, totuși declară că ar refuza oferta de consum. Cei care declară că nici nu vor fi tentați și categoric vor refuza sunt în procent de peste 65%. Aceste două categorii care declară că intenționează să nu consume etnobotanice, însumează aproape 90% dintre elevii participanți la campanie. La aceștia se adaugă și marea majoritate (peste 83%) dintre elevii care au răspuns cu „Altele”, dar din ale căror comentarii reiese clar intenția de a refuza categoric consumul.

Rămâne totuși un procent de aproape 5% dintre elevi care nu știu ce vor face și încă 2,55% care declară fie că ar dori să încerce o dată, fie că vor consuma.

Un procent între 80-90% dintre elevi au ales ca la sfârșitul campaniei să semneze un angajament că nu vor consuma droguri. O parte dintre aceștia au solicitat mai multe angajamente pentru a-și motiva frații/surorile sau prietenii să facă aceeași alegere. Acest gest arată nu doar că ei au dobândit o puternică atitudine împotriva etnobotanicelor, ci vor exercita o presiune pozitivă asupra anturajului lor, contribuind la eforturile preventive.

În ce privește **satisfacția elevilor cu privire la campanie**, am extras doar câteva din sutele de feedback-uri pe care aceștia le-au formulat în chestionarul de la finalul campaniei:

- *„Această campanie m-a motivat puternic să nu consum și să nu mă las influențat.”*
- *„Campania este foarte bună, în plus am învățat câteva lucruri pe care nu le știam și sunt mai hotărâtă acum să nu consum droguri niciodată.”*
- *„Am învățat din greșelile altora și această campanie ne-a învățat lucruri eficiente pentru viața noastră personală.”*
- *„Foarte bună campania și folositoare pentru că ne ajută să știm cum să refuzăm și să ne argumentăm decizia de a nu consuma droguri.”*
- *„E o campanie bună, care m-a ajutat foarte mult pentru că m-a învățat o lecție importantă despre cât de rele sunt drogurile.”*
- *„Această campanie mi-a lăsat o impresie bună pentru că dă sfaturi foarte bune... Eu am încercat o dată iar acum categoric voi spune NU!”*
- *„Eu cred că această campanie este una “jos pălăria”. Bine că cineva prezintă plusurile și minusurile etnobotanicelor și astfel oricine poate să afle ce se poate întâmpla cu el.”*
- *„Eu cred că această campanie este foarte folositoare, deoarece pe mulți dintre noi ne-a convins din ce în ce mai mult să nu consumăm etnobotanice.”*
- *„Spun categoric NU drogurilor. Viața e mai importantă decât distracția pe moment.”*

Feedback-uri referitoare la mărturiile tinerilor foști consumatori:

- *„În primul rând mi-a plăcut că ni s-a explicat despre droguri concret și pe înțeles, iar mărturia d-lui Tibi a fost super. Îi mulțumesc că a venit să ne povestească despre viața lui!”*
- *„Este o campanie bună, din care ai ce învăța. Mi-a schimbat mult părerea și mai ales m-a impresionat povestea d-lui Tommy. Deci gândul de a mă droga, îl voi lăsa în urmă.”*
- *„Este o campanie foarte folositoare, cel puțin pe mine m-a impresionat... și în special povestea d-lui Marius.”*

- *„Am învățat multe lucruri pe care nu le știam și sunt plăcut impresionată de povestea tânărului fost consumator. Mi-a plăcut cum ați explicat tot ce e rău și bine pe moment atunci când consuma droguri.”*
- *„Impresiile mele sunt bune, pe mine chiar m-au impresionat acești doi baieti și îmi pare bine că au putut să se lase. Niciodată nu o să consum chiar dacă voi fi tentat.”*
- *„Sunt întru totul de acord cu realizarea și prezentarea acestei campanii. Sunt de părere că sunteți un model pentru noi, mai ales pentru faptul că voi ați reușit să scăpați de dependență. Mult noroc și țineți-o tot așa.”*
- *„Mi-a plăcut faptul că am văzut și am ascultat foști drogați cu istorii îngrozitoare. Nici nu eram de acord cu drogurile, dar acum cu atât mai mult.”*
- *„Vă respect foarte mult pentru că ne ajutați să înțelegem ce rele sunt drogurile.”*

În concluzie, campania ”Calul Troian” a avut efecte pozitive asupra elevilor, și-a atins obiectivele și exprimăm mulțumirile și aprecierea noastră, în calitate de organizatori, tuturor celor implicați direct sau care au sprijinit în vreun fel această inițiativă.

Coordonator proiect
Dr. Tabita Cernica

22 iunie 2011