

Główne założenia kampanii społecznej

1. Celem kampanii społecznej jest profilaktyka uzależnień u młodych osób. Działania skierowane będą do młodych, nieuzależnionych osób oraz ich rodziców, w celu zwrócenia uwagi na ważną społecznie kwestię kryzysu zdrowia psychicznego wśród młodzieży i rosnącą grupę osób uzależnionych (w tym od środków psychoaktywnych).
2. Nadużywanie używek (w tym alkoholu, środków psychoaktywnych i fentanylu) wśród młodzieży jest coraz większym problemem w województwie mazowieckim. Po okresie pandemii dane dotyczące złego samopoczucia i uzależnień wśród młodych osób są alarmujące. Uzależnienie bardzo często wynika z samotności, braku bliskich relacji z rówieśnikami czy z rodzicami albo z presji otoczenia i chęci przypodobania się znajomym.
3. Kampania ma zwracać uwagę na kwestię zdrowia psychicznego wśród młodzieży i jest skierowana do młodzieży oraz ich rodziców i nauczycieli.
4. Spot ma nawiązywać do głównego hasła kampanii „Nie daj się wymazać”, które odnosi się do „znikania” młodych ludzi z otoczenia, grup rówieśniczych przez zażywanie nie tylko środków psychoaktywnych.
5. Przekaz kampanii ma mieć charakter pozytywny, bez odnoszenia się w sposób bezpośredni do kwestii śmierci. Należy pokazać, że zażywanie używek i środków psychoaktywnych nie jest rozwiązaniem problemów i nie warto sięgać po tego typu substancje. W spocie chcemy pokazać, że używki i środki psychoaktywne to zabójcy marzeń. Przez ich zażywanie możemy stracić co osiągnęliśmy oraz to, co możemy dopiero osiągnąć.
6. Jednym z założeń kampanii jest zaangażowanie osób, które mogą stanowić wzór do naśladowania dla młodych. Aby przyciągnąć większe grono odbiorców zakładamy współpracę z kilkoma znanymi osobami.