

Kampania społeczna „Melanż. Oczekiwania vs. rzeczywistość”

Włączasz filmik na YouTube i zamiast reklamy pojawia się obraz świetnego melanżu, który w ostateczności okazuje się tragicznym złudzeniem. Piękne, atrakcyjne nimfy w zderzeniu z brudnym przejściem podziemnym... Plastikowy kasownik zamiast czułego kochanka... Raperskie flow w kontraście do żenującego bełkotu. W ten innowacyjny sposób Główny Inspektorat Sanitarny chce zwrócić uwagę młodzieży na negatywne skutki korzystania z używek. Właśnie wystartowała ogólnopolska kampania „Melanż. Oczekiwania vs. rzeczywistość”.

W ramach kampanii powstało 10 spotów – antybohaterem każdego z nich jest narkotyk bądź używka, najpopularniejsze wśród młodzieży. Spoty przedstawiają skrajnie kontrastowe obrazy, pokazujące, jak rzeczywistość bezwzględnie weryfikuje oczekiwania wobec używek. W jednym z nich dziewczyna pije piwo, tańczy i śpiewa karaoke. Chwilę później widzimy tę samą bohaterkę tyle, że ledwo stojącą na nogach, roznegliżowaną, bełkoczącą do mikrofonu. Obok rozbawiony kolega nagrywa filmik z pijaną nastolatką w roli głównej. Inny obraz- chłopak zażywa amfetaminę, jest na imprezie, wydaje się świetnie się bawić. Parę sekund materiału później dobry melanż okazuje się być samotnością przed klubem, gdzie na oczach innych uczestników imprezy ochroniarz przytrzymuje bohatera spotu, kompletnie nie panującego nad sobą. Obie wizje – ułuda dobrej zabawy vs zachowania w „w realu”, pokrywają się ze sobą. Kontrastujące ze sobą obrazy skłaniają do refleksji.

Cześć kampanii jest także internetowa www.melanz.tv. Jej głównym elementem jest test „Jakim typem melanżowicza jesteś?” utrzymany w konwencji popularnych quizów rozrywkowych. Lekki język z elementami młodzieżowego slangu sprawia, że informacje o działaniu poszczególnych używek i negatywnych skutkach ich używania z pewnością łatwiej trafią do młodzieży. Kampania ma przekonać młodzież, że nie warto sięgać po narkotyki i używki. Ale jest także adresowana do rodziców, opiekunów i pedagogów, dla których przygotowano serię artykułów pomagających m.in. zrozumieć, jak rozmawiać z nastolatkami o używkach oraz jak rozpoznać pierwsze oznaki uzależnienia.

Kampania realizowana jest przez Główny Inspektorat Sanitarny w ramach Projektu „Profilaktyczny program w zakresie przeciwdziałania uzależnieniu od alkoholu, tytoniu i innych środków psychoaktywnych” (www.zdrowiewciazy.pl). Jej głównym celem jest zwrócenie uwagi młodzieży na negatywne skutki korzystania z używek. Kampania potrwa do końca marca 2017 r.

Projekt jest współfinansowany przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi członkami Unii Europejskiej. Partnerem merytorycznym kampanii jest Fundacja Edukacji Społecznej. Więcej informacji można znaleźć na stronie: www.melanz.tv.

Katarzyna Miszczuk

w tekście wykorzystano materiały promocyjne <http://gis.gov.pl/>

Spoty: