



О телевизионном ролике

Для повышения уровня информированности молодежи Центральной Азии относительно риска заражения ВИЧ/СПИД через инъекционное употребление наркотиков, DDRP создала и запустила в 2005 году рекламный ролик на телевидении. Этот ролик транслировался на национальном канале и на местных телевизионных каналах в «горячих» точках распространения ВИЧ в Узбекистане, Таджикистане и Кыргызстане. К созданию телевизионного ролика привлекались молодые люди из целевой группы, а также взрослые, представители государственных организаций и местные религиозные лидеры во всех трех странах.

Телевизионный ролик побуждает молодых людей задуматься и вспомнить «первых» людей и события, сыгравшие важную роль в их жизни: например, первого друга, первого учителя, первую любовь. Как только внимание аудитории привлечено этими позитивными воспоминаниями, рекламный ролик призывает молодых людей никогда не пробовать «первую инъекцию», так как большинство людей, живущих с ВИЧ в Центральной Азии, инфицировалось через потребление инъекционных наркотиков. Ролик заканчивается на позитивной ноте напоминанием молодым людям о том, что им предстоит создать будущие воспоминания: первый автомобиль, первый шаг своего ребенка.

Показанный ролик был высоко оценен местными и международными экспертами по проблемам наркомании за эффективное просвещение в вопросе риска потребления наркотиков, поданное в позитивном ключе. Часто кампании против наркотиков не могут установить результативный контакт с молодежью, потому что в них используется чрезмерно негативная подача информации о рисках потребления наркотиков. Исследование, проведенное среди молодежи Центральной Азии, показало, что молодые люди устали от такого негативного освещения проблемы. Более того, кампании против наркотиков, использующие лишь негативную информацию, рискуют сделать потребление наркотиков привлекательным для некоторой части молодых людей, ищущих возможности неподчинения. Такого рода кампании против наркотиков, на самом деле, могут увеличить риск вовлечения некоторых молодых людей в потребление наркотиков.

Первая волна телевизионной кампании транслировалась с октября по декабрь 2005 года. В 2006 году DDRP планирует еще две волны кампании на телевидении, за которыми последуют аналогичные кампании на радио, а также реклама на билбордах, установленных в целевых регионах Программы.