



Министерство на
младешта и спорта

НАЦИОНАЛНА ПРОГРАМА ЗА ПРЕВЕНЦИЯ И ИНФОРМИРАНОСТ (2026–2030)



Не поемай на сляпо

ПАКЕТ „ОТВОРИ ОЧИТЕ“ • РОЛЕВАТА ЛАБОРАТОРИЯ

СЦЕНАРИЙ 5 • ДИСКУСИОНЕН ФОРМАТ

„ОФЕРТАТА В ЧАТА“

Тема: Синтетични билкови смеси и онлайн предлагане на нови вещества

Дискусионен формат за младежи на 15–19 години:

анализ на онлайн оферти • разпознаване на червени флагов • не отговаряй → блокирай → докладвай

Проект „Не поемай на сляпо“ се реализира с финансовата подкрепа на Министерството на младежта и спорта по Национална програма за превенция и информираност (2026–2030).

Проектът е с входящ номер НППИ-ТОЗ-016/2026 и номер на договора 25-00-24/30.06.2026 година.

Изпълнител: Сдружение „Обществен КОМПАС“



Паспорт на упражнението

Цел	Разпознаване на маркетинговите трикове в онлайн оферти за „билкови смеси“ и нови вещества; изграждане на автоматична реакция „не отговаряй → блокирай → докладвай“; спиране на веригата на препращане.
Упражнявани умения	Критичен анализ на онлайн съдържание; разпознаване на червени флагове; практически действия за защита; разговор с приятел, който препраща оферта.
Формат	Дискусионен — анализ на реконструирани материали в малки екипи. Не е ролева игра: онлайн натискът се учи най-добре „на маса“, с примера пред очите.
Възраст	15–19 години
Продължителност	35–40 минути: 5 мин. подготовка • 10 мин. анализ по екипи • 15 мин. обща дискусия • 5–10 мин. практикум „Три хода“
Участници	Цялата група, разделена на екипи по 2–3 души
Материали	Разпечатани Екземпляри 1–3 (стр. 3), Онлайн трик-листата (стр. 4) и Приложението (последна страница). Трик-листата се раздава ЕДВА СЛЕД самостоятелния анализ.



Защо дискусионен формат

Онлайн натискът е различен от този на живо: няма лице, няма тон, няма група около теб — има съобщение на екрана, което изглежда безобидно и „идва от познат“. Затова тук не разиграваме сцена, а поставяме самото съобщение на масата и го разглобяваме на части. Целта е следващия път, когато подобна оферта светне на телефона, младежът да я разпознае от пръв поглед — както се разпознава спам.

ВАЖНО: Екземплярите по-долу са РЕКОНСТРУИРАНИ обучителни примери — сглобени са от типични похвати, без реални профили, платформи, цени или контакти. Целта на сесията е разпознаване и защита, а НЕ каталог. Ако участник започне да изброява реални профили или източници — прекъсни меко и върни разговора към триковете.



Работни материали (за разпечатване — по един комплект на екип)

Всеки екип получава трите екземпляра и въпросите под тях. Трик-листата се раздава по-късно.



ЕКЗЕМПЛЯР 1 — съобщение, препратено в групов чат

Здрасти 😊 вижте какво намерих → БИЛКОВ МИКС relax edition 🌿 100% НАТУРАЛНО, без химия! Легално си е, няма никакъв проблем. ПРОМО само днес 🕒 Пишете на [профил — заличен] за дискретна доставка 📦 Никой няма да разбере 😊 Препратете на когото трябва!

Въпроси към екипа:

- Колко отделни трика откривате в това съобщение? Подчертайте всеки.
- „100% натурално, без химия“ — какво всъщност представлява една синтетична билкова смес? Кое на кое противоречи?
- Защо „дискретна доставка“ и „никой няма да разбере“ са в офертата като ПЛЮС? Какво издават?
- Защо съобщението завършва с молба да го препратиш? Кой печели от препращането?



ЕКЗЕМПЛЯР 2 — публикация в социална мрежа

РЕЛАКС по естествен път 🌿 Ново поколение ароматни смеси ✨ (Не е за консумация 😊😊) Пробвай и няма да съжаляваш! Реални отзиви: „Топ качество, пристигна за ден!“ — М. • „Взимам за втори път, супер е“ — анонимен. Пиши на лично за цени 💬

Въпроси към екипа:

- „Не е за консумация“ + намигващо емоджи — какво съобщава този надпис в действителност и защо изобщо го има?
- Кой пише „реалните отзиви“? По какво личи?
- Какво ЛИПСВА в тази обява, което има във всяка легитимна оферта за продукт? (Фирма, състав, адрес, отговорност, условия за връщане.)
- Защо цените са „на лично“, а не публични?

**ЕКЗЕМПЛЯР 3** — лично съобщение от непознат профил

Непознат профил: „Ей, видях, че си в групата на [събитие — заличено]. Имам нещо ново за уикенда 🌿 Първата е от мен 😊“

Въпроси към екипа:

- „Първата е от мен“ — щедрост ли е това? Ако не, какво е?
- Откъде непознатият знае в коя група си? Какво говори това за публичните групи и профили?
- Какви са ТОЧНИТЕ ти три хода при такова съобщение? (Ще ги сверим в практикума.)
- Трябва ли изобщо да отговориш — дори с „не“? Защо отговорът, какъвто и да е, е ход в полза на продавача?



Онлайн трик-листата (раздава се СЛЕД самостоятелния анализ)

Екипите сверяват откритото със списъка. Всичко, което са намерили сами, ще запомнят двойно по-добре от това, което им е казано.

Трик	Какво крие всъщност
„100% натурално / билково“	Билките са само носител — ефектът идва от напръскана върху тях синтетика с неизвестен състав. „Натурално“ тук е лъжа по конструкция.
„Легално е / не е забранено“	Надписът „не е за консумация“ и постоянната смяна на състава са начин да се заобиколи законът — не доказателство за безопасност.
Фалшиви отзиви	„Топ качество!“ от анонимен профил пише самият продавач. Няма фирма, състав, отговорност, връщане.
„Дискретно / никой няма да разбере“	Тайната се продава като услуга, а е червен флаг: продукт, който трябва да се крие, сам ти казва какво е.
Спешност и дефицит	„Промо само днес“, „последни бройки“ — целта е да решиш, преди да си помислил.
Кодови думи и емоджита	Използват се, за да заобиколят модерацията на платформите. Самото кодиране издава: съдържанието не издържа на светлина.
„Препрати на когото трябва“	Офертата се маскира като приятелска препоръка и те превръща в безплатен разпространител на веригата.
„Първата е от мен“	Не е щедрост, а инвестиция на продавача — салам-техниката в онлайн вариант.



Ход на упражнението (за водещия)

- 1. Подготовка (5 мин.).** Раздели групата на екипи по 2–3 души. Раздай на всеки екип трите екземпляра С въпросите, но БЕЗ трик-листата. Кратко въведение: „Това са сглобени обучителни примери за истински похвати. Задачата ви е да ги разглобите.“
- 2. Анализ по екипи (10 мин.).** Екипите работят самостоятелно: подчертават трикове, отговарят на въпросите под всеки екземпляр. Обикаляй и подслушвай, но не подсказвай — само насочвай с контравъпроси („А защо мислите, че го пише това?“).
- 3. Обща дискусия (15 мин.).** Всеки екип докладва по един екземпляр. Групата допълва. Едва сега раздай трик-листата за сверка — нека екипите отбележат какво са хванали сами и какво им е убягнало. Завърши с въпросите за дискусия по-долу.
- 4. Практикум „Три хода“ (5–10 мин.).** Изведи с групата трите хода: НЕ ОТГОВАРЯЙ → БЛОКИРАЙ → ДОКЛАДВАЙ. После всеки участник намира на собствения си телефон бутоните за блокиране и докладване в приложението, което ползва най-често — упражнението приключва, когато всеки ги е видял с очите си. Обсъдете и четвъртия, човешкия ход: ако офертата идва препратена от приятел — говориш с приятеля, не препращаш нататък.



Въпроси за общата дискусия

За разпознаването

- Кой трик ви подведе най-лесно — кой изглеждаше почти убедително?

- По какво едно истинско продуктово предложение се различава от тези екземпляри? Направете списък на липсите.
- Защо продавачите използват кодови думи и емоджита вместо истинските имена? Какво издава самото кодиране?

За средата

- Получавали ли сте подобни съобщения или сте виждали подобни публикации? (Без имена, профили и източници — интересува ни само похватът.)
- Защо „препратено от познат“ действа по-силно от реклама от непознат? Как офертата използва приятелствата ви като канал?

За реакцията

- Защо първият ход е „не отговаряй“ — какво става, когато отговориш, дори с отказ или подигравка?
- Кога е моментът да кажеш на възрастен, на когото вярваш? (Подсказка: ако съобщенията продължават, ако идват от съученик, ако някой около теб вече е поръчал.)
- Какво казваш на приятел, който ти е препратил такава оферта — как да е разговор, а не конфликт?



Ключови послания

Водещият ги извежда ОТ дискусията, а не ги изнася като лекция. Ако групата сама е стигнала до тях — само ги потвърди.

1. **„Натурално“ върху тези продукти е лъжа по конструкция.** Билките са само носител — ефектът идва от синтетично вещество, напръскано отгоре, с неизвестен състав и неравномерна доза. Зеленият цвят и листенцето в емоджито са опаковка, не съдържание.
2. **Тайната е червеният флаг номер едно.** „Дискретно“, „никой няма да разбере“, кодови думи, цени „на лично“ — продукт, който трябва да се крие и кодира, сам ти казва какво представлява. Легитимните неща не молят за тишина.
3. **Отзивите в такива обяви не са информация.** Пише ги продавачът. Няма фирма, няма състав, няма отговорност, няма къде да се оплачеш. Единственото „гарантирано“ е, че никой не гарантира нищо.
4. **Три хода: не отговаряй → блокирай → докладвай.** Всеки отговор — дори „не“ — потвърждава, че профилът ти е активен. И не препращай „на когото трябва“: препращането те прави брънка от веригата на разпространение. Ако офертата идва от приятел — говори с приятеля.



Бележки за водещия: рискови моменти

- **Сесията не бива да се превърне в „каталог“.** Екземплярите са реконструирани и заличени нарочно. Не искай и не допускай участниците да споделят реални профили, канали, платформи или места — при опит прекъсни меко: „Без адреси — интересува ни трикът, не източникът.“
- **Ако участник каже, че получава такива съобщения.** Вероятно ще са неколцина. Нормализирай получаването: „Не си направил нищо лошо, за да те открият — тези съобщения се разпращат на сяло.“ Фокусът е върху реакцията, не върху това кой е бил „набелязан“.

■ **Ако се окаже, че участник е препращал подобни оферти.** Без срам и без персонално обвинение. Разгледай „препращането като брънка от веригата“ по принцип, на общо ниво — целта е оттук нататък веригата да спира в тях.

■ **Ако участник сподели личен опит с употреба.** Не реагирай със стрес и не коментирай оценъчно пред групата. Кратко: „Благодаря, че сподели — това иска смелост.“ Върни разговора към материалите. След края потърси участника насаме, спокойно и без обвинения; при нужда насочи към педагогическия съветник или към ресурсите от секция „Потърси помощ“ на платформата „Новите капани“.

■ **Не демонизирай интернет.** Същите платформи са каналът и на превантивната кампания на проекта. Посланието не е „мрежите са лоши“, а „разпознавай кой и защо ти говори“. Разликата между кампания и оферта е прозрачността: кой стои зад съобщението и какво иска от теб.

■ **Практикумът е задължителен, не бонус.** Знанието „трябва да докладвам“ без реално намерените бутона се изпарява за седмица. Отдели време всеки да открие блокирането и докладването на собствения си телефон — това е най-трайният резултат от сесията.



Приложение: Речник на манипулациите и Репертоар за отказ

Общо за всички сценарии от „Ролевата лаборатория“. В този дискуссионен формат Речникът служи за сверка: повечето онлайн трикове са същите манипулации — само че написани, вместо изречени.

А. Речник на манипулативните техники

Назоваването на техниката в момента, в който я разпознаеш, само по себе си отнема силата на натиска.

Техника	Как звучи	Какво цели
Нормализиране	„Всички го правят.“	Отказът да изглежда като изключение и аутсайдерство
Омаловажаване	„Това е нищо. Само пара е.“	Да свали усещането за риск без реална информация
Предизвикателство	„Да не те е страх?“	Отказът да стане загуба на престиж пред групата
Фалшива спешност	„Сега или никога.“	Да отнеме времето за размисъл
Гилт-трип (вина)	„Значи не ми вярваш?“	Отказът да стане предателство към приятелството
Фалшив авторитет	„Брат ми разбира от тия неща.“	„Някой каза да замести проверената информация
Салам-техника	„Само подръж го. Само едно дръпване.“	Придвижване към употребата на малки „безобидни стъпки

Б. Репертоар за отказ

Няма един „правилен“ начин да откажеш. Има репертоар — избираш какво пасва на твоя стил и на ситуацията. Онлайн към него се добавят трите хода: не отговаряй → блокирай → докладвай.

- 1. Краткият отказ.** „Не, мерси.“ — казано спокойно, без обяснения. Нямаш дълг да се аргументираш.
- 2. Развалена плоча.** Повтаряш същия отказ със същия тон, колкото пъти е нужно. Натискът се изтощава, ти — не.
- 3. Отказ + причина по избор.** „Не, имам тренировка утре.“ Причината е за твое улеснение, не защото я дължиш.
- 4. Смяна на темата.** „Не. Ей, гледахте ли мача снощи?“ — отказ без драма, разговорът продължава.
- 5. Хумор.** „Не, пазя си дробовете за издухване на свещички.“ — когато искаш да откажеш, без да сменяш атмосферата.
- 6. Назоваване на техниката.** „Това беше ли ‘всички го правят’? Класика.“ — показва, че виждаш играта.
- 7. Излизане от ситуацията.** Имаш право просто да си тръгнеш. Онлайн еквивалентът: затваряш чата, без да отговаряш.
- 8. Съюзник.** Уговорка с приятел предварително: „ако някой от нас иска да се измъкне, казва кодовата дума“. Отказът е по-лесен по двама.



**Не поемай
на сляпо**



**Министерство на
младешта и спорта**

Проект „Не поемай на сляпо“ се реализира с финансовата подкрепа на Министерството на младежта и спорта по Национална програма за превенция и информираност (2026–2030).
Проектът е с входящ номер НППИ-ТОЗ-016/2026 и номер на договора 25-00-24/30.06.2026 година.

Изпълнител: Сдружение „Обществен КОМПАС“