

Założenia kampanii społecznej „Twój głos jest kluczem w walce z przemocą”

Twórcy kampanii:

Kampania jest wspólnym przedsięwzięciem Biura UNICEF ds. Reagowania na Potrzeby Uchodźców w Polsce i Ministerstwa Sprawiedliwości. Za współfinansowanie kampanii odpowiada Fundusz Sprawiedliwości.

Odbiorcy kampanii:

Kampania jest skierowana głównie do polskich i ukraińskich dzieci doświadczających przemocy, a także do świadków przemocy, rodziców i nauczycieli z Polski i Ukrainy.

Cele kampanii:

- Uświadomienie czym jest przemoc i jak rozpoznać jej różne rodzaje (fizyczna, emocjonalna, na tle seksualnym, cyberprzemoc, bullying)
- Zachęcenie dzieci doświadczających przemocy oraz świadków przemocy do jej zgłaszania i szukania pomocy
- Ułatwienie dostępu do różnych form wsparcia

Uzasadnienie koncepcji kreatywnej:

Dziecko, które było świadkiem przemocy lub doznało przemocy często próbuje ukryć się za zamkniętymi drzwiami, ponieważ mówienie prawdy jest dla niego bardzo trudne, a nawet przerażające. Autorzy kampanii postanowili pokazać przemoc jako potwora, który powstrzymuje dziecko przed mówieniem o problemie. Dajemy jednak dzieciom doświadczającym przemocy i świadkom klucz – pomagamy im zabrać głos bez poczucia zagrożenia, tak aby potwór zniknął, a każdy, kto znajdzie siłę, by opowiedzieć o przemocy stanie się kluczową postacią w walce z nią.

Hasła przewodnie:

- dzieci: „**Twój głos jest kluczem w walce z przemocą**”
- świadkowie: „**Jesteś kluczową osobą w walce z przemocą**”

Przebieg kampanii:

Kampania jest realizowana w języku polskim i ukraińskim zarówno w przestrzeni publicznej, jak i online tak, aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców.

Termin realizacji: 2024 rok

Proponowane kanały komunikacji:

- Kampania digital (m.in. w kanałach społecznościowych Spilno)
- Materiały drukowane (w tym odrywane plakaty z numerami telefonów infolinii)
- Reklama zewnętrzna (np. billboardy, komunikacja miejska, digital)

- Media przeznaczone dla dzieci (w tym zakładki, naklejki na szafkach szkolnych i/lub w toaletach, hasła do Wi-Fi jako numery infolinii, filtry Tik-Tok)
- Wydarzenia podnoszące świadomość w szkołach, centrach Spilno , MOPS itp.

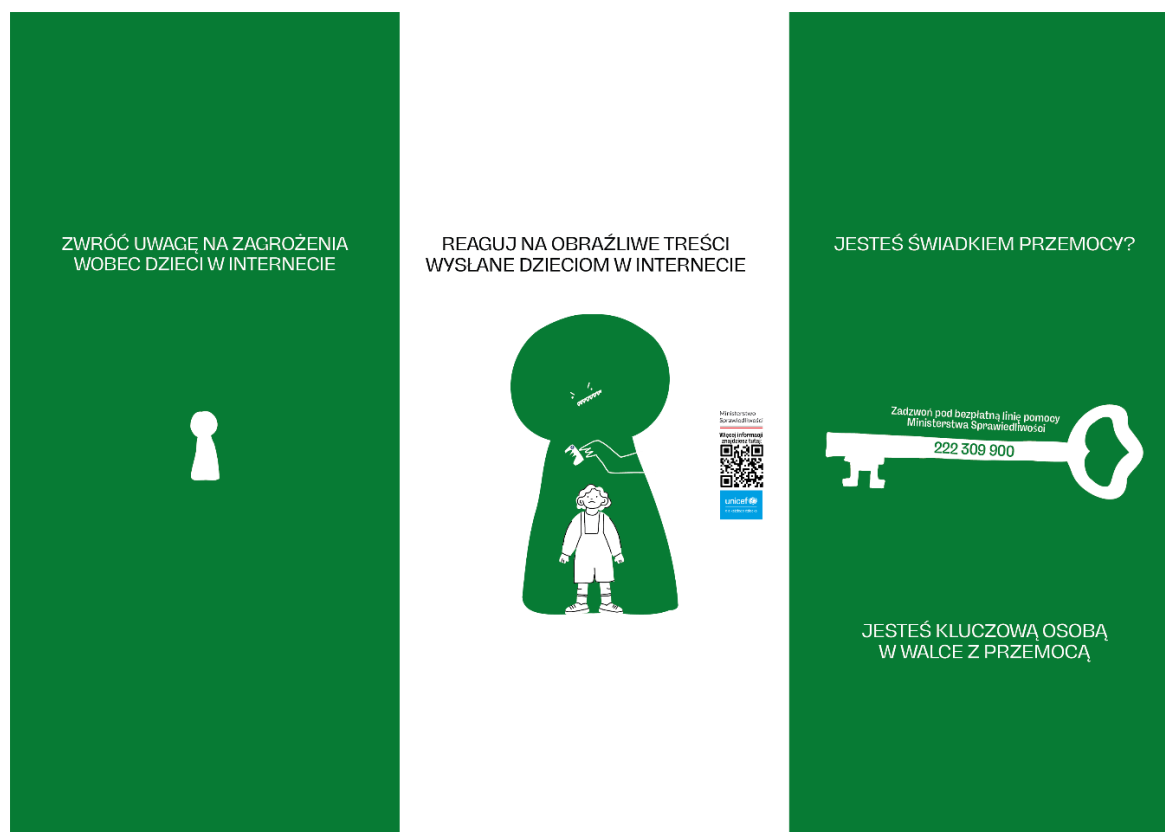
Oczekiwane rezultaty: dotarcie do 250 000 osób i zaangażowanie 35 000 osób

Oczekiwana zmiana zachowania: zwiększona świadomość na temat przemocy, częstsze zgłaszanie przemocy za pośrednictwem gorących linii

Partnerzy: Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę , gminy, organizacje społeczeństwa obywatelskiego, ale otwarte na inne partnerstwa

Materiał graficzny: przygotowany i udostępniony przez twórców kampanii (*poniżej przykładowe formy graficzne*)

Całościowy budżet kampanii społecznej: 79 000 zł brutto



NIE PRZYMYKAJ OCZU NA PRZEMOC
ROWIEŚNICZĄ



ZAREAGUJ JEŚLI JESTEŚ
ŚWIADKIEM



NĘKANIA DZIECKA W SZKOLE!

JESTEŚ ŚWIADKIEM PRZEMOCY?



JESTEŚ KLUCZOWĄ OSOBĄ
W WALCE Z PRZEMOCĄ

ZAREAGUJ JEŚLI DZIECKO JEST
WYSTRASZONE W OBECNOŚCI
PEWNYCH OSÓB



UPOKARZANIE I GROŹBY ZE STRONY
RODZICÓW



TO FORMA PRZEMOCY
EMOCJONALNEJ!

ZAREAGUJ JEŚLI JESTEŚ ŚWIADKIEM
PRZEMOCY!



JESTEŚ KLUCZOWĄ OSOBĄ
W WALCE Z PRZEMOCĄ

ZWRÓĆ UWAGĘ NA NIEPOKOJĄCE
SYGNAŁY: SINIAKI, OBRZĘKI I ŚLADY
UGRYZIEN



REAGUJ NA PRZEMOC FIZYCZNĄ
WOBEC DZIECI!



JESTEŚ ŚWIADKIEM PRZEMOCY?

Zadzwoń pod bezpłatną linię pomocy
Ministerstwa Sprawiedliwości

222 309 900



JESTEŚ KLUCZOWĄ OSOBĄ
W WALCE Z PRZEMOCĄ