

Kampania społeczna „Słowa ranią na całe życie”, 2012 r.

Organizator: Fundacja Dzieci Niczyje
Agencja: Publicis
Cel kampanii: wzrost świadomości społeczeństwa nt. konsekwencji przemocy werbalnej wobec dzieci oraz promowanie alternatywnych, pozytywnych metod komunikacji z dzieckiem
Czas trwania: kwiecień–czerwiec 2012 r.
Media: prasa, radio, outdoor, Internet
PRZEMOC WERBALNA – WYZYWANIE, SŁOWNE PONIŻANIE, KRZYK, UŻYWANIE PRZEKLEŃSTW, KRYTYKOWANIE; JEST RODZAJEM PRZEMOCY PSYCHICZNEJ

Fundacja Dzieci Niczyje jest polskim liderem w zakresie organizowania kampanii w obszarze przeciwdziałania przemocy wobec dzieci. Pierwszą medialną akcją dotyczącą tego zakresu — „Dzieciństwo bez przemocy” — zrealizowała w 2001 r. w partnerstwie z Państwową Agencją Rozwiązywania Problemów Alkoholowych i Ogólnopolskim Pogotowiem dla Ofiar Przemocy w Rodzinie „Niebieska Linia”. Od tego czasu, niemal każdego roku, realizowane są działania kampanijne nt. problemu krzywdzenia dzieci. Wiele z nich powtarzanych jest seryjnie — tj. wspomniana kampania „Dzieciństwo bez przemocy” (2 etapy), „Zły dotyk” (2 etapy), „Dziecko – świadek szczególnej troski” (3 etapy) czy „Dziecko w Sieci” (5 etapów).

W 2012 r. FDN realizuje cztery kolejne akcje medialno-edukacyjne. Jedną z nich jest kampania „Słowa ranią na całe życie”, poświęconą problemowi przemocy werbalnej wobec najmłodszych. Jej celem jest zwrócenie społecznej uwagi na konsekwencje jakie niesie za sobą słowna agresja w stosunku do

dzieci, a także promowanie alternatywnych, pozytywnych metod komunikacji z dziećmi. Kampania kierowana jest przede wszystkim do dwóch podstawowych grup odbiorców:

- rodziców/opiekunów dzieci,
- profesjonalistów pracujących z rodzinami (psychologów, pedagogów, nauczycieli szkolnych i przedszkolnych, pracowników socjalnych itp.).

Temat przemocy werbalnej wobec dzieci nie był do tej pory szeroko poruszany w komunikacji społecznej w Polsce. Kampania „Słowa ranią na całe życie” będzie zatem pierwszą akcją poruszającą ten obszar tematyczny. Niesie to wyzwanie, ponieważ ten rodzaj przemocy wydaje się spotykać ze stosunkowo dużą akceptacją społeczną. Przed organizatorami stoi więc zadanie, aby dotrzeć do społeczeństwa z komunikatem, że przemoc werbalna zagraża prawidłowemu rozwojowi i zdrowiu psychicznemu człowieka. Fundacja Dzieci Niczyje planuje docierać do adresatów kampanii za pomocą wielu narzędzi komunikacyjnych i edukacyjnych.

W ramach akcji powstał *key visual* (główny wizerunek kampanii), który będzie wykorzystywany w materiałach drukowanych (billboardach, ogłoszeniach prasowych, plakatach, ulotkach) oraz w Internecie (strona internetowa, bannery, działania na portalach społecznościowych), a także spot przeznaczony do emisji w radiostacjach. Powierzchnie reklamowe — tak jak w przypadku innych kampanii organizowanych przez Fundację — pozyskiwane będą na zasadzie *pro bono*. W tej chwili nie jest znany szczegółowy plan medialny kampanii.

Intencją Fundacji jest dotarcie do rodziców i profesjonalistów poprzez dystrybucję materiałów reklamowych i edukacyjnych na terenie całego kraju, wykorzystując media o zasięgu ogólnopolskim (prasa, radio, outdoor, Internet) oraz angażowanie instytucji i organizacji pracujących z dziećmi/rodzinami. Do kolportażu, głównie w żłobkach, przedszkolach, poradniach psychologiczno-pedagogicznych i ośrodkach pomocy społecznej, zostaną wydrukowane wysokonakładowo plakaty i ulotki kampanii. Zadaniem tych materiałów będzie dostarczenie

informacji nt. tego, czym jest przemoc werbalna wobec dzieci, jakie niesie za sobą konsekwencje i jak pozytywnie komunikować się z dzieckiem.

W ramach kampanii powstanie strona internetowa stanowiąca kompendium wiedzy nt. konsekwencji przemocy werbalnej wobec dzieci oraz pozytywnych metod komunikacji z dzieckiem. Jej adres będzie promowany w materiałach informacyjnych i edukacyjnych, a także poprzez bannery zamieszczone przez współpracujące z FDN portale.

Ważny nurt działalności kampanijnej będą stanowić działania edukacyjne, skoncentrowane wokół wzrostu kompetencji rodziców. Fundacja planuje je realizować w modelu kaskadowym — przygotowując profesjonalistów do bezpośredniej pracy z rodzicami. W ramach akcji powstaną scenariusze zajęć: spotkań i warsztatów dla rodziców nt. konsekwencji agresji słownej oraz pozytywnych metod komunikacji z dziećmi. Materiały zostaną bezpłatnie udostępnione na stronie internetowej, a dodatkowo — zostaną zorganizowane szkolenia dla profesjonalistów nt. wykorzystania tych narzędzi.

praktyka

Jak powstawała kampania?

Przygotowania do realizacji kampanii rozpoczęły się w 2011 r. Fundacja nawiązała współpracę z agencją reklamową Publicis, która zaowocowała opracowaniem przekazu graficznego oraz spotu radiowego na potrzeby kampanii. Główny wizerunek akcji przedstawia kilkuletniego chłopca, na którego czoło — niczym trwała rana — wyryty jest napis „Kretyn“. Grafice towarzyszy główny slogan akcji — „Słowa ranią na całe życie“.



Spot radiowy kampanii rozpoczyna się przewrotną kołysanką śpiewaną czułym, kobiecym głosem:

„Lulilaj, liluli...
Śpij, ofermo, śpij.
Słodko sobie śnij.
Śpij, ty gnoju, śpij debilu.
Lulilaj, lilulilu...”

Po wstępie następuje komentarz lektora: „Wszystko, co słyszymy w dzieciństwie, zostawia w nas ślad. Pomyśl o tym, zanim zranisz dziecko słowem. Słowa ranią na całe życie. Fundacja Dzieci Niczyje.”*

Slogan „Słowa ranią na całe życie” sygnalizuje, że dziecku można wyrządzić krzywdę także bez użycia przemocy fizycznej, zadając mu na długo (na zawsze?) ból i cierpienie psychiczne za pomocą słów. Każdy z materiałów kampanii odsyła na stronę internetową, na której można więcej dowiedzieć się o tym problemie i sposobach jego rozwiązania.

Przekazy kampanii zostaną poddane badaniu fokusowemu w pierwszym kwartale

2012 r. i ew. zmodyfikowane wg uwag zebranych podczas wywiadów.

W pierwszym kwartale 2012 r. FDN przeprowadzi także badania społeczne nt. postrzegania i specyfiki zjawiska przemocy werbalnej wobec dzieci. Raport badawczy zostanie udostępniony na stronie internetowej kampanii (w serwisie fdn.pl), a wnioski z niego zostaną wykorzystane w działaniach komunikacyjnych i edukacyjnych akcji.

Do promocji przekazów kampanii zostaną zaproszone organizacje pozarządowe zrzeszone w koordynowanym przez FDN Krajowym Partnerstwie na rzecz Ochrony Dzieci przed Przemocą:

www.krajowepartnerstwo.fdn.pl.

Wszystkie informacje nt. przebiegu kampanii oraz problemu przemocy werbalnej publikowane będą w serwisie Fundacji Dzieci Niczyje: www.slowarania.fdn.pl.

Opracowała: *Marta Skierkowska*, Fundacja Dzieci Niczyje

The article describes main ideas and goals of the social campaign entitled „Words wound for a lifetime” organized by Nobody’s Children Foundation. The issue of verbal violence against children hasn’t yet found its way into the mainstream of social communication in Poland. The campaign is thus to be the first public awareness initiative to focus on this topic.

* Ostateczna wersja scenariusza spotu radiowego jest w trakcie opracowania podczas pisania artykułu. Nagrany spot zostanie udostępniony na stronie internetowej www.fdn.pl w momencie rozpoczęcia kampanii „Słowa ranią na całe życie”.