



„Bicie, czas z tym skończyć” - rusza kampania społeczna Rzecznika Praw Dziecka

W Międzynarodowym Dniu Zapobiegania Przemocy Wobec Dzieci (19 listopada) i w przeddzień Ogólnopolskiego Dnia Praw Dziecka (20 listopada) rusza kampania społeczna RPD „Bicie, czas z tym skończyć”. Z badań przeprowadzonych na zlecenie RPD wynika, że ponad połowa Polaków aprobuje uderzanie dziecka, a co trzeci akceptuje bicie dzieci w wychowaniu.

Celem kampanii jest nagłośnienie problemu przemocy wobec dzieci oraz zmiana postaw społecznych, przede wszystkim obniżenie poziomu agresji i aprobaty dla stosowania jakichkolwiek form bicia. Jak wynika z badań „Przemoc w wychowaniu w opinii społecznej oraz relacji rodziców”, przeprowadzonych przez agencję TNS Polska w 2015 r. na zlecenie Rzecznika Praw Dziecka, 58 proc. Polaków wyraża aprobatę klapsów, a 26 proc. uznaje bicie dzieci za skuteczną metodę wychowawczą.

- Taka informacja zobowiązuje do podjęcia kolejnych intensywnych działań. Kampanią „Bicie, czas z tym skończyć” chcemy głośno powiedzieć, że lanie i klaps są jedynie wyrazem frustracji i braku cierpliwości, nie właściwą metodą wychowawczą – podkreśla **Rzecznik Praw Dziecka Marek Michalak**.

- W Polsce potrzebna jest dalsza szeroka edukacja społeczna o przemocy w wychowaniu i o prawach dziecka. Z badań przeprowadzonych na zlecenie Rzecznika Praw Dziecka wynika, że jedynie co trzeci Polak wie o prawnym zakazie bicia dzieci, zapisanym w polskim prawie w 2010 r. – zwraca uwagę **prof. Ewa Jarosz z Uniwersytetu Śląskiego**.

Kampania społeczna „Bicie, czas z tym skończyć” jest kolejną przygotowaną przez RPD i odwołującą się do społecznej akceptacji przemocy w wychowaniu. W poprzedniej kampanii, zatytułowanej „Bicie uczy, ale tylko złych rzeczy”, wykorzystano diaboliczny wizerunek Jerzego Radziwiłowicza. Tym razem przekaz jest bardziej emocjonalny - bohaterką spotu jest starsza pani, która z perspektywy czasu żałuje, że podnosiła rękę na własne dzieci. - Biciem niczego się nie nauczy, strach nie jest sposobem na wychowanie – przyznaje. Spot wyreżyserował Jan Komasa, znany z takich filmów jak „Sala Samobójców” czy „Miasto 44”. Kreację przygotowała agencja Telescope.

Spot wyprodukowała Papaya Films. Będzie on emitowany na antenach stacji telewizyjnych i radiowych, a także przed seansami kinowymi. W kilku miastach zaplanowano również kampanię outdoor.

Wszystkie informacje o kampanii, spot oraz pełne wyniki badań „Przemoc w wychowaniu w opinii społecznej oraz relacji rodziców” dostępne są na stronie internetowej www.niedlabicia.pl.



Akcja będzie promowana również poprzez kanały społecznościowe Rzecznika Praw Dziecka.

„Bicie, czas z tym skończyć” to kolejna kampania społeczna Rzecznika Praw Dziecka Marka Michalaka. W ostatnich latach najbardziej rozpoznawalnymi przedsięwzięciami społecznymi były: wspomniana „Bicie uczy, ale tylko złych rzeczy”, „Jestem mamy i taty”, „Odwaga ratuje życie” oraz „Reaguj! Masz prawo”.

["Przemoc w wychowaniu w opinii społecznej oraz w relacjach rodziców" Raport Rzecznika Praw Dziecka](#)

