



Warszawa, 6.11.2019 r.

Cartoon Network po raz kolejny promuje życzliwość!

„Jesteś w mojej drużynie?” – pyta w najnowszym spocie kampanii Cartoon Network „Bądź kumplem, nie dokuczaj!” Robert Lewandowski. Akcja społeczna propagująca koleżeńskie zachowania wystartowała po raz piąty.



Robert Lewandowski wspiera najmłodszych

Cartoon Network wraz z ambasadorem Robertem Lewandowskim promują ideę równości wśród dzieci i propagują koleżeńskie postawy. Pokazują, że niezależnie od różnic, każdy zasługuje na szacunek i poczucie bezpieczeństwa w swoim otoczeniu.

- Wartości kampanii „Bądź kumplem, nie dokuczaj!” są mi bardzo bliskie, ponieważ moja codzienna praca wymaga gry zespołowej i dobrej komunikacji w drużynie. Problem dokuczania czy cyberprzemocy występuje bardzo często w szkołach lub wśród rówieśników. Nie tylko dzieci nie wiedzą, w jaki sposób sobie z nim poradzić, wsparcia potrzebują również rodzice. Jestem przekonany o tym, że akcja Cartoon Network promuje pozytywne wartości przyjaźni i życzliwości. Cieszę się, że jako Ambasador mogę mieć realny wpływ na ich przekaz. Chciałbym, aby dzieci zobaczyły, że bycie „fair” oznacza nie tylko brak dokuczania, ale również stawanie w obronie osób słabszych – mówi Robert Lewandowski, zawodnik reprezentacji Polski i Bayernu Monachium.



Wszelkie pytania prosimy kierować na adres:
PR.Turner.Polska@turner.com



Partnerzy kampanii „Bądź kumplem, nie dokuczaj”

Jak wynika z badania SW Research przeprowadzonego na zlecenie Cartoon Network dokuczanie jest nadal bardzo realnym problemem wśród dzieci. Jak twierdzą rodzice, w większości są to działania w sferze słownej, rzadziej w fizycznej. Najwięcej uczniów doświadcza ośmieszania, wyśmiewania i poniżania – o tego typu formach dokuczania wspomina aż 45% rodziców dzieci w wieku szkolnym. Coraz poważniejszymi zjawiskami są również cyberprzemoc, hejt i agresja elektroniczna, których doświadcza aż 33% uczniów.

Kampania społeczna Cartoon Network „Bądź kumplem, nie dokuczaj” pod patronatem honorowym Ministerstwa Cyfryzacji i Rzecznika Praw Dziecka Mikołaja Pawlaka ma na celu pomoc rodzicom, dzieciom i nauczycielom w reagowaniu na dokuczanie, poprzez pozytywne promowanie życzliwości i przyjaźni. Akcję wspierają partnerzy merytoryczni: Centrum Edukacji Obywatelskiej, Lifetube, Fundacja Orange oraz Nintu.

Rodzice nie wiedzą, jak reagować na problem dokuczania

- Zjawisko dokuczania wśród dzieci jest jednym z najczęstszych zagadnień poruszanych wśród rodziców, nauczycieli, jak i specjalistów zajmujących się świadczeniem pomocy dzieciom. Z nowych badań przeprowadzonych w ramach kampanii Cartoon Network „Bądź kumplem, nie dokuczaj” wynika, że 70% respondentów wskazuje, że dokuczanie w szkole zdarza się często, a aż 36% rodziców deklaruje, że ich dziecko kiedyś bało się iść do szkoły z powodu opresji lub też złej atmosfery w klasie. Oznacza to, że skala problemu dręczenia jest olbrzymia i dotyka wielu uczniów – mówi Marta Żysko-Pałuba, ekspertka kampanii.

Materiały dla dzieci i nauczycieli

Centrum Edukacji Obywatelskiej przygotowało scenariusze lekcji dla nauczycieli. Wszystkie klasy, które przyłączą się do akcji otrzymają certyfikat „Klubu Kumpli”.

Akcja „Bądź kumplem, nie dokuczaj” potrwa do połowy grudnia i będzie wsparta działaniami w mediach społecznościowych oraz ogólnopolską kampanią. Na antenie Cartoon Network, Boomerang, TNT i w **wybranych kanałach platformy nc+ oraz w Internecie emitowany będzie spot z udziałem Roberta Lewandowskiego.**

Spot kampanii Cartoon Network „Bądź kumplem nie dokuczaj”: <https://youtu.be/IW3LdNHcvWg>

Link do raportu „Jak było w szkole? Problem dokuczania wśród dzieci w wieku szkolnym i świadomość ich rodziców”: <https://badzkumplem.cartoonnetwork.pl/#/czym-jest-dokuczanie>



Link do strony kampanii: <https://badzkumplem.cartoonnetwork.pl/>



O Cartoon Network EMEA

Cartoon Network to kanał dla dzieci wypełniony ekscytującą mieszanką komedii i przygody. Główną grupą docelową stacji są chłopcy i dziewczynki w wieku 6-12 lat. Przepełnione humorem, angażujące i uznane na całym świecie produkcje, które pobudzają wyobraźnię i nawiązują do uniwersalnych motywów przyjaźni, zachęcają dzieci do bycia sobą. Ramówka kanału obejmuje takie kreskówki jak: „Atomówki”, „Niesamowity świat Gumballa”, „Ben 10”, „Między nami, misiami”, „Młodzi Tytani: Akcja!”, „Ninjago: Mistrzowie Spinjitzu”, „Kicia Rożek”, „Craig znad potoku”, „Obóz na wyspie” oraz wielokrotnie nagradzane seriale „Steven Universe”, „Pora na przygodę” oraz „Zwyczajny serial”. Z produkowanych przez kanał treści można również skorzystać dzięki stronie internetowej, a także poprzez gry, wideo na żądanie, urządzenia mobilne i szeroki wachlarz artykułów licencyjnych. Właścicielem marki Cartoon Network jest WarnerMedia.

Biuro prasowe, Plac Trzech Krzyży 10/14, 00-499 Warszawa

Barbara Izowska-Jędrych
Senior Marketing i PR Manager
Eastern Europe & Poland

Emila Rybak
PR Coordinator
Emila.Rybak@turner.com
+48 22 43 86 105

Joanna Hała
Project Manager dotrelations
Joanna.hala@dotrelations.pl
+48 690 995 770



Wszelkie pytania prosimy kierować na adres:
PR.Turner.Polska@turner.com