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.

**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/lW3LdNHcvWg**](https://youtu.be/lW3LdNHcvWg)

**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**](https://badzkumplem.cartoonnetwork.pl/#/czym-jest-dokuczanie)

**Link do strony kampanii:** [**https://badzkumplem.cartoonnetwork.pl/**](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 wyobraźnie 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 ManagerEastern Europe & Poland | **Emila Rybak**PR CoordinatorEmila.Rybak@turner.com+48 22 43 86 105 | **Joanna Hała**Project Manager dotrelationsJoanna.hala@dotrelations.pl +48 690 995 770 |