

Kampania Rzecznika Praw Dziecka „Jestem mamy i taty”

17.03.10_kampania.jpg unknown *Cierpię kiedy obrażasz moją mamę, ranisz mnie kiedy szydzisz z mojego taty* - te słowa padają z ust dzieci, bohaterów spotu, promującego drugą odsłonę kampanii Rzecznika Praw Dziecka „Jestem mamy i taty”,

która ma zwrócić uwagę społeczeństwa na problem wikłania dziecka w sprawy rozwodowe rodziców oraz stawiania go w sytuacji konfliktu lojalnościowego wobec nich. Przekaz ma także przypomnieć opiekunom, że odbieranie dziecku możliwości kontaktu z którymkolwiek rodzicem, uderza bezpośrednio w sferę emocjonalną najmłodszych.

Z perspektywy dziecka największym problemem podczas rozvodu rodziców są towarzyszące mu destrukcyjne zachowania dorosłych. Skłócenie rodzice, czy opiekunowie nie przebiegają w środkach walki między sobą. Dziecko mimowolnie staje się uczestnikiem wielu sytuacji, które poważnie naruszają jego poczucie bezpieczeństwa. W rezultacie chaos spowodowany rozstaniem sprawia, że prawa dziecka schodzą na dalszy plan. Skalę problemu widać bardzo dobrze na przykładzie spraw wpływających do Biura Rzecznika Praw Dziecka. Szczególnie alarmujące są dane za rok 2013, gdzie blisko połowa spośród ok. 50 tys. podjętych spraw dotyczy kwestii okołorozwodowych.

Chcąc zwrócić uwagę społeczeństwa na ten problem Rzecznik Praw Dziecka w marcu br. zainauguował kampanię pod hasłem „Jestem mamy i taty”. Jej celem jest przypomnienie dorosłym, że dzieci należy traktować podmiotowo, a jednym z najważniejszych praw, które posiadają, jest prawo do kontaktów z każdym z rodziców. Przyszłość dziecka, a zwłaszcza jego stabilność emocjonalna, zależy w dużej mierze od tego, czy rodzice potrafią dojść do porozumienia w trakcie rozvodu i już po nim.

- Dorośli mają prawo do rozstania, ale powinni pamiętać, że nic nie zwalnia ich z bycia odpowiedzialnym rodzicem. Niezależnie od tego, co się między nimi wydarzy, dla swoich dzieci zawsze pozostaną mamą i tatą, tego szlachetnego tytułu nikt im nie odbierze, tak samo jak nikt nie może odebrać dziecku prawa do kontaktu z obojgiem rodziców – mówi Marek Michalak.

W drugiej odsłonie kampanii, która rozpocznie się pod koniec maja, przekaz jest mocniejszy, dużo bardziej poruszający i emocjonalny. To działanie ma na celu wstrząsnąć każdym, kto świadomie wikła dziecko we własne konflikty, wykorzystując je do osiągnięcia własnych celów lub też traktuje dzieci jako „kartę przetargową”.

Kampania „Jestem mamy i taty” wystartowała w marcu br. i potrwa do końca czerwca. Promują ją dwa spoty telewizyjne oraz radiowe, działania w prasie, TV i Internecie. Materiały związane z kampanią trafią także do ośrodków pomocowych w całej Polsce, które odpowiedzialne są za szeroko rozumianą pomoc rodzinom w zakresie przezwycięzania trudnych sytuacji życiowych.