

1 sierpnia 2007



## **„Szkoła bez przemocy” – kampania społeczna**

„Szkoła bez przemocy” – kampania społeczna dzienników regionalnych i Fundacji Grupy TP - otrzymała główną nagrodę w prestiżowym międzynarodowym konkursie branży public relations IPRA Golden World Awards 2007 w kategorii „Corporate Social Responsibility”.

**„Szkoła bez przemocy” – kampania społeczna dzienników regionalnych i Fundacji Grupy TP -otrzymała główną nagrodę w prestiżowym międzynarodowym konkursie branży public relations IPRA Golden World Awards 2007 w kategorii „Corporate Social Responsibility”.**

Kampania „Szkoła bez przemocy” jest prowadzona przez 16 dzienników regionalnych Polskapresse i Mediów Regionalnych od kwietnia 2006. Współorganizatorem kampanii jest Fundacja Grupy TP. Akcja została przygotowana w odpowiedzi na narastający poziom agresji w polskich szkołach. Głównym celem projektu jest uświadomienie problemu przemocy, pokazanie uczniom, nauczycielom i rodzicom, że nie trzeba się na nią godzić. Oprócz podniesienia świadomości zjawiska, akcja zapewnia szkołom narzędzia oraz wsparcie, dzięki którym same mogą rozpocząć walkę z problemem. Kampania skierowana jest do szerokiej opinii publicznej, szkół – uczniów, nauczycieli i rodziców oraz instytucji związanych ze szkolnictwem – przedstawiceli administracji i organizacji pozarządowych.

Do kampanii przyłączyło się ponad 3000 szkół (10% wszystkich w Polsce). W 16 dziennikach regionalnych prowadzących kampanię ukazało się w sumie (od kwietnia 2006 do czerwca 2007) prawie 2 200 publikacji.

Więcej informacji na temat Kampanii na stronie <http://www.szkolabezprzemocy.pl/>