

Algab kolmas “Ära löö last” kampaania

Eesti Lastekaitse Liit korraldab jaanuari alguses koostöös reklaamibürooga Zoom kolmandat korda heategevusliku meediakampaania “Ära löö last”. Korraldajad loodavad juhtida tähelepanu laste vastu suunatud füüsilisele ja vaimsele vägivallale. Kampaania läheb maksma üle 200 000 krooni.

“Sageli kasutavad tööpinges vanemad koju jõudes last oma probleemide piksevardana,” sõnas Zoomi juhataja Kaur Hanson. “Vihapurseteks võivad olla täiesti tühised põhjused. Kampaania peaks tegema vanematele selgeks, et laps on parim, kes neil on, ja teda tuleb hästi hoida.”

Sõnumi edasiandmiseks kasutatakse välimeediat ehk suuri plakateid; telereklaami, kus karu tuuseldab endast oluliselt pisemat isa, ning ajakirjades-ajalehtedes ilmuvat reklaami. “Ära löö last” kampaania töötas välja Priit Isok ning loovdisainer on Asko Künnap. Meediakanalid toetavad kampaaniat tasuta reklaamipinna ja eetriaaja andmisega. Lisaks valmistatakse hulk kleebiseid jms ning internetis on selleteemaline kodulehekülj aadressil <http://www.laps.ee>.

EMORi uuringute kohaselt muutus pärast eelmist kahte kampaaniat eelkõige noorte lastevanemate hoiak: 6 protsenti ehk 20 000 küsitletuist muutis oma arvamust laste füüsilise karistamise suhtes. Kuigi üle 90 protsendi eestlastest on ise lapsena füüsilist vägivalda tunda saanud, ei pea 24 protsenti neist seda õigeks. Seekord puudutab kampaania mitte ainult füüsilist, vaid ka vaimset vägivalda. “Sihtrühm on kitsam, keskendudes kuni 12-aastaste laste vanematele ehk neile, kellelt võib mingit meelearandust loota,” sõnas Zoomi müügijuht Toomas H. Liiv. **Piret Tali**