

<https://www.kuratorium.waw.pl/pl/dyrektor-i-nauczyciel/informacje-biezace/19412,Glos-dziecka-w-rol-glo-wnej-Wystartowala-ogolnopolska-kampania-spoleczna-Rzeczni.html>
23.12.2025, 14:16

Głos dziecka w roli głównej. Wystartowała ogólnopolska kampania społeczna Rzeczniczki Praw Dziecka

22.12.2025

„Dzieci i ryby głosu nie mają” – to powiedzenie wciąż funkcjonuje w Polsce nie tylko jako językowy relikw, ale jako realna społeczna postawa. Choć brzmi niewinnie, w praktyce oznacza przyzwolenie na ignorowanie dziecięcych opinii, emocji i potrzeb. Dlatego Rzeczniczka Praw Dziecka rozpoczęła ogólnopolską kampanię społeczną „Głos dziecka w roli głównej”, której celem jest wzmacnianie podmiotowości dzieci i pokazanie, że mają prawo być zawsze wysłuchane.

Spot kampanii osiągnął ponad 500 tysięcy wyświetleń na YouTube, ponad 250 tysięcy wyświetleń na Facebooku, w niespełną dobę od publikacji pokazując, jak silnie temat słuchania dzieci rezonuje społecznie.

<https://www.youtube.com/watch?v=4tEcAOwM3lQ>

Postawy dorosłych wobec głosu dzieci

Skala problemu marginalizowania dzieci znajduje odzwierciedlenie w postawach dorosłych Polaków. Z badania zrealizowanego na zlecenie Biura RPD wynika^[1], że **44 proc.** badanych **uważa, że dzieci zbyt rzadko mają możliwość wyrażania swojego zdania.** Jednocześnie **28 proc.** respondentów **uważa, że głos dorosłego powinien być ważniejszy niż głos dziecka,** a jedynie **4 proc.** ankietowanych **twierdzi, że to zdanie dziecka powinno mieć pierwszeństwo.**

Te postawy przekładają się na codzienność: przerywanie dzieciom, bagatelizowanie ich emocji, odkładanie rozmowy „na później” czy traktowanie dziecięcej perspektywy jako mniej wiarygodnej. Skutek bywa prosty i bolesny – dzieci przestają mówić, wycofują się, tracą zaufanie do dorosłych i poczucie, że są bezpieczne i ważne.

Kampania, która przypomina, że dzieci mają głos

- Wysłuchanie się w głos dziecka jest jednym z najpiękniejszych i najbardziej odpowiedzialnych gestów, jakich może dokonać dorosły. To zaproszenie do relacji opartej na bliskości, zaufaniu i szacunku. Jako Rzeczniczka Praw Dziecka każdego dnia słyszę od dzieci ich ogromną potrzebę bycia autentycznie wysłuchanymi. Nie „przy okazji”, nie w pośpiechu, nie z góry przyjętą odpowiedzią – ale z uważnością, która mówi: widzę Cię, słyszę Cię, Twoje zdanie jest dla mnie ważne. Dlatego rozpoczynamy kampanię „Głos dziecka w roli głównej” – by przypomnieć, że to wielkie wyróżnienie i zaszczyt, gdy dziecko chce podzielić się z nami swoimi emocjami, potrzebami – mówi Monika Horna-Cieślak, Rzeczniczka Praw Dziecka.

- Pokazanie, że my, młodzi ludzie, mamy głos, który naprawdę się liczy, to jedna z najważniejszych rzeczy, jakie mogą nam dać dorośli. Gdy otrzymujemy przestrzeń do wyrażania swoich pomysłów, jesteśmy wysłuchani, a nasze propozycje są realnie wdrażane, czujemy, że mamy wpływ na otaczający nas świat. To buduje pewność siebie i poczucie sprawczości – bo nasze zdanie naprawdę może wiele zmienić – mówi Franciszek Papciak, 16-letni przedstawiciel inicjatywy Pokolenie Zmiany.

Symbol, który mówi więcej niż słowa

Centralnym elementem kampanii jest poruszający spot wideo oparty na metaforze powiedzenia „dzieci i ryby głosu nie mają”. Jego bohaterką jest dziewczynka, która – dosłownie i symbolicznie – staje się „złotą rybką”: obecną i widoczną, ale niesłyszaną. W codziennym pośpiechu dorosłych jej próby zabrania głosu i wyrażenia swoich potrzeb giną w hałasie poranka, rozmów i spraw uznanych za ważniejsze. Dopiero szkolne przedstawienie staje się momentem przełomu, w którym dziecko po raz pierwszy mówi głośno o swojej potrzebie bycia wysłuchaną.

- To jeden z tych projektów, przy których ma się poczucie, że robi się coś naprawdę ważnego – i czuje się z tego powodu dużą odpowiedzialność. Jako rodzic bardzo osobiście przeżyłem pracę nad tym spotem. Tekst „złotej rybki” ze sceny jest także do mnie i myślę, do wielu rodziców. Praca z dziećmi na planie tylko wzmocniła to doświadczenie – ich szczerość i energia przypominały, jak ważne jest uważne bycie tu i teraz. W zabieganym świecie łatwo zgubić to, co najważniejsze w budowaniu relacji z dzieckiem – mówi Maciej Bartosz Kruk, współautor scenariusza i reżyser spotu.

Edukacja, która uczy uważności

Dopełnieniem spotu są krótkie filmiki edukacyjne publikowane w mediach społecznościowych, w których występują dzieci znane z kampanijnego wideo. Odpowiadają one na pytania dotyczące bycia słuchanymi i rozumianymi, a ich wypowiedziom towarzyszy komentarz ekspercki, pokazujący dorosłym, jak w praktyce budować uważny dialog z dzieckiem.

Integralną częścią kampanii są również materiały edukacyjne dla dorosłych, których celem jest wspieranie uważnego słuchania dzieci oraz budowania relacji opartych na uważności, szacunku i dialogu. Materiały przygotowała Małgorzata Musiał, pedagogka, autorka bloga Dobra Relacja. Wszystkie materiały edukacyjne dostępne są na stronie: glosdziecka.brpd.gov.pl.

Ambasadorzy i Ambasadorki wspierający głos dzieci

W kampanię „Głos dziecka w roli głównej” zaangażowali się znani i cenieni przedstawiciele świata kultury, mediów i edukacji, którzy od lat podkreślają, jak ważna jest uważność na potrzeby dzieci. Wśród nich są: **Anna Dereszowska** – aktorka i mama, od lat wspierająca inicjatywy budujące podmiotowość dzieci i kulturę dialogu w rodzinie; **Marek Kamiński wraz z synem Kayem** – polarnik i podróżnik, zaangażowany w działania wzmacniające sprawczość młodych ludzi; **Tomasz Bilicki** – pedagog, psychoterapeuta i interwent kryzysowy pracujący z młodzieżą; **Małgorzata Musiał** – pedagogka, specjalistka w komunikacji opartej na empatii; **Kasia Węsierska** – dziennikarka radiowa i telewizyjna; **Oczekując.pl** – Marysia i Kuba, twórcy rodzinnego bloga.

Kampania „Głos dziecka w roli głównej” obejmuje emisję spotów wideo i radiowych, a także szerokie działania w mediach społecznościowych, w tym na platformie YouTube. Jej elementem jest również dedykowana strona internetowa glosdziecka.brpd.gov.pl, na której dostępne są materiały kampanii oraz treści edukacyjne skierowane do dorosłych. Wszystkie działania tworzą spójny przekaz, którego celem jest dotarcie do rodziców, opiekunów i nauczycieli tam, gdzie na co dzień podejmują decyzje i rozmowy z dziećmi.





Data publikacji 22.12.2025

Osoba wytwarzająca/odpowiadająca za informację:
Rzeczniczka Praw Dziecka

Osoba udostępniająca informację:
Marta Kopka