

AVON, JWT И ЦЕНТР «АННА» РАССКАЗАЛИ, КАК УМИРАЕТ ЛЮБОВЬ



В апреле десятки тысяч москвичей обнаружили «любовь» в мусорных контейнерах города. Акция «Любовь умирает после 1 удара», организаторами которой выступили Национальный центр по предотвращению насилия «Анна», компания Avon и рекламное агентство J. Walter Thompson Russia, стала наглядным призывом против домашнего насилия.

Десятки конструкций в виде слова «любовь» были разложены на площадках для мусора в густонаселенных спальных и центральных районах города. Местные жители, которые приходили сюда, чтобы выбросить мусор, видели красивое слово «любовь» в пластиковом пакете с наклейкой «Любовь умирает после 1 удара». Многочисленные фотографии несчастной «любви» разошлись сотнями тысяч постов по социальным сетям. Организаторы акции использовали этот яркий образ, чтобы привлечь внимание горожан к проблеме насилия в семье, которое сегодня становится все более массовым.

«При помощи этой социальной кампании мы пытались наглядно показать, что в семьях, где есть насилие, нет места для любви. Чтобы донести сообщение о недопустимости домашнего насилия, мы использовали простую и понятную всем идею «Любовь умирает после 1 удара». И судя по реакции соц сетей, она нашла живой отклик», - комментирует **Марат Новиков, исполнительный креативный директор агентства J. Walter Thompson Russia.**

«В настоящее время проявление насилия в семье в различных его формах приобрело угрожающие масштабы, – подчеркивает **Марина Писклакова-Паркер, руководитель Национального центра по предотвращению насилия «АННА», член Консультативного совета по гендерным проблемам при Министерстве труда и социальной защиты РФ, эксперт социальной программы Avon «Скажем нет домашнему насилию».** – По данным опроса Росстата, почти 40% женщин в России подвергались вербальному насилию, а каждая пятая – физическому¹. При этом актуальным остается миф о том, что домашнее насилие – не преступление, а семейное дело, в которое не принято вмешиваться. Это глубокое заблуждение, которое во многом препятствует решению проблемы. Мы рады, что нам удалось привлечь внимание общественности к этой теме таким нестандартным способом. Только объединяя усилия, мы можем изменить сложившуюся ситуацию».

¹ Опрос Росстата, 2014. Исследование было проведено среди 10 тыс. женщин из 60 регионов РФ. <http://ria.ru/society/20140708/1015163136.html#ixzz3jGJGmLOU>

Согласно исследованию Всемирной организации здравоохранения², каждая третья женщина в современном мире становится жертвой домашнего насилия. Одна из основных причин проблемы – ее скрытый характер. По статистике, только 10% пострадавших женщин обращаются за помощью в правоохранительные органы³. И даже они впоследствии нередко отзывают свои заявления.

Цель акции «Любовь умирает после первого удара» – призвать россиян не закрывать глаза на проблему домашнего насилия, особенно если беда коснулась семьи или близких. Как показывает международный опыт, деятельность общественных организаций в целом и подобные просветительские кампании в частности позволяют сформировать в обществе атмосферу нетерпимости к домашнему насилию, что является важной составляющей решения проблемы.

«В 2010 году компания Avon запустила в России социальную программу «Скажем нет домашнему насилию». В самом названии этой инициативы заложен наш призыв к женщинам и их близким: об этой проблеме нужно говорить. Ни у кого нет права совершать насилие над членами семьи. Молчать о домашнем насилии – значит подвергать женщин смертельной опасности, – **говорит Елена Старкова, генеральный директор Avon в России.** – «Первый шаг, который каждый может сделать в борьбе с домашним насилием, – рассказать о проблеме и обратиться за помощью».

Если вы или ваши близкие столкнулись с проблемой домашнего насилия, звоните на **Всероссийскую бесплатную горячую линию 8-800-700-0600**. Служба работает с 07:00 до 21:00, кроме выходных и праздничных дней. По телефону женщины и их родственники могут получить индивидуальную консультацию психолога, а также узнать о ближайших убежищах и кризисных центрах для жертв домашнего насилия.

О ЦЕНТРЕ «АННА»

Центр «АННА» является лидером российского движения против насилия в отношении женщин и детей с 1993 года. Организация представила насилие в отношении женщин как серьезную социальную проблему, основала первый телефон доверия для женщин, подвергающихся домашнему насилию, и открыла Кризисный центр для женщин.

О JWT

J. Walter Thompson Russia – российское подразделение международной сети JWT, организованное на базе одного из первых и самых награждаемых российских агентств РАВИ. Деятельность J. Walter Thompson Russia строится на принципах бизнес - философии эффективных решений, которые применяются в том числе и для работы над социальными проектами.

Узнайте больше о JWT на сайте www.jwt.com/ru/russia

ОБ AVON

На протяжении 130 лет компания AVON работает ради красоты, инноваций, оптимизма и, прежде всего, ради женщин. Продукция AVON представлена такими известными и любимыми брендами, как Avon Color, Avon Care, Skin-So-Soft и Advance Techniques. Благодаря 6 миллионам Представителей продукция Avon ежедневно радует покупателей в 70 странах по всему миру. Узнайте больше об AVON на сайте www.avon.ru

За дополнительной информацией, пожалуйста, обращайтесь:

Богачева Ольга
Olga.Bogacheva @brain-box.ru
8-916-175-80-03

Раков Максим
maxim.rakov@avon.com
8-915-072-33-35

²Отчет Всемирной организации здравоохранения. Женева, 2013.

http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2013/violence_against_women_20130620/en/

³ Репродуктивное здоровье населения России – 2011. Итоговый отчет. М., «Статистика России», 2013. С.250-253. В рамках исследования было опрошено более 10 тыс. женщин.