



Magiczny
Kraków

Trwa kampania #TataTeżCzyta2024

2024-05-31

Dlaczego każdy regularnie czytający rodzic to fundament przyszłości dziecka? Jak rodzinne czytanie buduje poczucie wolności i sprawczości? W jaki sposób wzmacnia autentyczne partnerstwo i buduje głęboką relację mężczyzna-dziecko? Po jakie lektury sięgać, by wspólne czytanie było wspaniałą przygodą? I dlaczego to takie ważne, by tata, wujek czy opiekun też czytał? Na te pytania odpowiada kampania #TataTeżCzyta2024 organizowana przez Fundację Powszechnego Czytania i wydawnictwo Tatarak.

Głównym celem kampanii jest zachęcenie mężczyzn, a w szczególności ojców i opiekunów do czytania dzieciom. Organizatorzy zaplanowali szereg działań promocyjnych mających na celu popularyzację akcji. Kampanii towarzyszy publikacja – poradnik dla rodziców i opiekunów [„Supermoc książek #TataTeżCzyta2024”](#). Ambasadorem akcji #TataTeżCzyta2024 zostali m.in. Łukasz Dominiak, Łukasz „Juras” Jurkowski, Kamil Nowak, Marcin Perfuński i Wiesław Nowobilski, Katarzyna Zielińska, Anna Dereszowska, Magda Kordaszewska i Joanna Flis. Akcję wsparli również Anna i Robert Lewandowscy.

Dlaczego #TataTeżCzyta?

Jak wynika z najnowszych badań czytelnictwa przeprowadzonych przez [Bibliotekę Narodową](#), panowie sięgają po lekturę zdecydowanie rzadziej niż kobiety (odpowiednio 36% i 50%). Podobnie rozkłada się stosunek emocjonalny do tej czynności – 53% kobiet lubi lub bardzo lubi czytać, w przypadku mężczyzn zaś odsetek ten wynosi 36%. Przyglądając się bliżej związkowi stosunku emocjonalnego i praktyki, warto odnotować, że w przypadku kobiet jest on silniejszy – aż 88% czytelniczek deklaruje pozytywny stosunek do lektury, w przypadku czytelników odsetek ten wynosi 74%. – Różnicę w postawach widzimy bardzo wyraźnie jako wydawcy książek dla dzieci. Olbrzymia większość osób, które widzimy na targach czy spotkaniach autorskich, to kobiety. Nasze obserwacje znalazły odzwierciedlenie w badaniach Biblioteki Narodowej i tak powstał pomysł, by wysłać zaproszenie do Panów – mówi Monika Wróbel-Lutz, właścicielka wydawnictwa Tatarak i inicjatorka kampanii.

Jak czytamy w raporcie, różnice między postawami czytelniczymi kobiet i mężczyzn nie zależą tylko od poziomu wykształcenia czy czasu poświęconego na jego zdobywanie. – Kluczowe znaczenie mają też różne modele socjalizacji do czytania w środowisku rodzinnym. Ukształtowane w dzieciństwie i wczesnej młodości postawy w tej dziedzinie rzutują na zachowania w okresie dorosłości. Brak męskiego czytającego wzorca to jedna z przyczyn porzucania czytelnicznych nawyków przez chłopców po okresie edukacji – podkreśla dr Tomasz Makowski, dyrektor Biblioteki Narodowej. Aktywne zaangażowanie mężczyzn w socjalizację czytelniczną w środowisku rodzinnym sprzyja wyrobieniu i utrwaleniu czytelnicznych postaw, zwłaszcza wśród chłopców. Organizatorzy kampanii #TataTeżCzyta podkreślają, że jest to supermoc, którą warto wykorzystać do budowania relacji z dzieckiem.

Jednocześnie zaangażowanie czytelnicze w polskich rodzinach nie jest bardzo intensywne. Z badań „Family Power 2” przeprowadzonych przez Grupę IQS wynika, że 41% rodziców uważa czytanie książek za wartość wartą przekazywania dzieciom. To niestety niski odsetek. Przełożenie tej teorii na



**Magiczny
Kraków**

praktykę pokazuje zaangażowanie jeszcze niższe od deklarowanej wartości: jedynie 38% kobiet i 30% mężczyzn potwierdziło, że czyta swojemu dziecku.

Dane pochodzą z badania syndykatowego Family Power 2, realizowanego przez IQS, którym objęte są rodziny bez dzieci oraz rodziny z dziećmi w wieku 2-18 l. Pełen proces ilościowo-jakościowy. Termin realizacji: czerwiec-październik 2023 r.

Czytanie daje wolność!

Hasło tegorocznej kampanii #TataTeżCzyta zwraca uwagę na różne obszary, które dzięki czytaniu są rozwijane. Istnieją dziesiątki badań z różnych ośrodków i dziedzin, które łącznie udowodniły, że czytanie książek od małego buduje na poziomie indywidualnym nasze zdrowie psychofizyczne i sukces życiowy, co przekłada się, na poziomie społecznym, na sukces naukowo-gospodarczy i kapitał społeczny zbiorowości. Czytanie wyposaża nas w kompetencje, które sprawiają, że rozumiemy wybory, których dokonujemy, że potrafimy szukać opcji, odpowiedzi, analizować otaczającą nas rzeczywistość. Czytanie to sprawczość i przedsiębiorczość, czyli... wolność!

DLACZEGO warto czytać dzieciom i JAK to robić najlepiej

Dzieci, którym rodzice regularnie czytają, już w wieku trzech lat rozumieją dwa razy więcej słów niż ich rówieśnicy! Czytanie wpływa na rozwój, stymuluje życiowe sukcesy. Pozwala zrozumieć siebie i innych; zdystansować się wobec trudów dorastania. Daje wiedzę, która idzie w parze ze sprawczością. Czytanie jest dla mózgu tym, czym sport dla ciała i dlatego powinno być promowane jako zdrowa forma spędzania czasu, atrakcyjna i uprawiana niezależnie od płci, wieku i zawodu czy zainteresowań.

W ramach kampanii #TataTeżCzyta2024 powstał poradnik dla rodziców i opiekunów **„[Supermoc książek #TataTeżCzyta2024](#)”** autorstwa Marii Deskur i Edyty Plich, z ilustracjami Joanny Rusinek. To kompendium wiedzy o tym, dlaczego warto czytać dzieciom. Autorki poradnika, podpierając się badaniami i bogatą bibliografią, podpowiadają co daje czytanie dziecku na poszczególnych etapach rozwoju i rekomendują, jakie lektury będą adekwatne do wieku. W wersji drukowanej (nakład 55 000 egzemplarzy) publikacja będzie dostępna gratisowo w wybranych księgarniach, bibliotekach publicznych, przedszkolach, szkołach, i instytucjach kultury miast partnerskich. Poradnik można również pobrać nieodpłatnie w pliku PDF ze strony **[TataTeżCzyta.pl](#)**.

Warto podkreślić, że w zależności od wieku dziecka, wspólne czytanie się zmienia i spełnia różne funkcje. W pierwszych miesiącach życia książka jest tylko pretekstem do kontaktu, bo to kontakt z dzieckiem jest najważniejszy. A warto go budować poprzez czytanie, bo doskonale stymuluje mózg. Dla dzieci w wieku przedszkolnym wspólne czytanie (i rozmawianie o tym, co przeczytaliśmy) jest świetnym ćwiczeniem przygotowawczym do życia społecznego. – W pierwszych klasach szkoły podstawowej dziecko uczy się czytać, aby potem czytać samodzielnie, by się uczyć. Czytanie jest najważniejszym i niezastąpionym narzędziem umożliwiającym całą późniejszą edukację. – mocno dodaje Edyta Plich, współautorka poradnika, prezeska Fundacji Edico. W wieku przed nastoletnim i nastoletnim nadal warto czytać razem na głos, ponieważ wspólne czytanie to wspólne sprawy i okazja



**Magiczny
Kraków**

do rozmowy. Czytanie dzieciom w tym wieku to wejście w relację, oswajanie emocji, dbanie o więź.

Autorytety też czytają i zachęcają do czytania

Tegoroczną edycję kampanii wspierają nie tylko znani tatusiowie i dziadkowie, ale też panie – mamy i partnerki – które podpisują się pod inicjatywą Fundacji Powszechnego Czytania i wydawnictwa Tatarak i zgodnie zachęcają: niech #TataTeżCzyta! Ambasadorkami kampanii zostały: aktorki Katarzyna Zielińska, Anna Czarторыska-Niemczycka oraz Anna Dereszowska, Magda Kordaszewska – terapeutka, twórczyni portalu Zabawkowicz.pl i organizatorka plebiscytu „Zabawka Roku” oraz Joanna Flis – psycholożka, autorka podcastu „Madame Monday”. Wśród panów wspierających akcję znaleźli się m.in.: Jan Dąbrowski, youtuber znany jako JDabrowsky, Kamil Nowak – twórca bloga Blogojciec.pl i pedagog; Marcin Perfuński – dziennikarz, redaktor, autor bloga Supertata.tv; Łukasz „Juras” Jurkowski – dziennikarz i komentator sportowy, zawodnik MMA i taekwondo, dr Kamil Janowicz – psycholog, pracownik naukowy, autor bloga Father_ing, Łukasz Dominiak – tata instagramer (Who’s Your Daddy); Wiesław Nowobilski – szef ekipy remontowej programu „Nasz nowy dom” i Maciej Pertkiewicz – architekt, członek ekipy programu „Nasz nowy dom”.

#TataTeżCzyta w bibliotece, outdoorze, radiu i Internecie

Organizatorzy kampanii #TataTeżCzyta zaprosili do współpracy czołowych polskich dystrybutorów i wydawców. Dzięki ich wsparciu poradnik dla rodziców i opiekunów „Supermoc książek #TataTeżCzyta2024” w wersji drukowanej trafi do wybranych księgarni i bibliotek na terenie całej Polski. Partnerzy dystrybucyjni i wydawcy również aktywnie angażują się w promocję akcji w swoich kanałach w mediach społecznościowych.

W ramach akcji, Fundacja Powszechnego Czytania i wydawnictwo Tatarak, zachęcają także bibliotekarzy, nauczycieli szkół podstawowych i przedszkoli do organizowania akcji #TataTeżCzyta w Bibliotece. Na stronie [TataTeżCzyta.pl](https://tatatezczyta.pl) zamieszczone zostały m.in. scenariusze zajęć dla dzieci, które można wykorzystać podczas lekcji. Odbył się też ekspercki webinar przeznaczony dla bibliotekarzy i nauczycieli.

Kampanii #TataTeżCzyta towarzyszy spot z udziałem ambasadorów akcji, który będzie emitowany m.in. na nośnikach reklamowych w pociągach PKP, CTV i serwisach Grupy WP. Dodatkowo akcję będzie promować kampania outdoor, emisja spotów reklamowych w radiu, kampania w social mediach oraz influencer marketing.

Tegoroczna kampania trwa do 23 czerwca, kiedy obchodzony jest Dzień Ojca. Czas kampanii nie jest przypadkowy – w tym okresie przypadają także Dzień Mamy oraz Dzień Dziecka, którym często towarzyszą wydarzenia skierowane do najmłodszych, z udziałem rodziców i opiekunów, które mogą stać się doskonałą okazją do promocji czytania. Formuła kampanii jest całkowicie otwarta. Każdy może się włączyć! Organizatorzy zapraszają do udziału, a także pobierania i wykorzystywania materiałów dostępnych na stronie [TataTeżCzyta.pl](https://tatatezczyta.pl) W pierwszą edycję kampanii #TataTeżCzyta w roku ubiegłym zaangażowało się wiele instytucji, mediów, influencerów i samorządów. Użytkownicy portali społecznościowych w ramach otwartej formuły akcji sami chętnie współtworzyli treści – pod hashtagem #TataTeżCzyta opublikowano ponad 2000 postów. Liczba wyświetleń materiałów



**Magiczny
Kraków**

związanych z kampanią przekroczyła 5 000 000, a broszura „[Supermoc książek: TataTeżCzyta](#)” została rozdystribuowana w nakładzie 35 000 egzemplarzy.