Kampania #TataTeżCzyta2024

Kategoria: Polityka Społeczna
Opublikowano: piątek, 17, maj 2024 07:38
Tomasz Smaś
Odsłony: 758

15 maja wystartowała kampania #TataTeżCzyta, której głównym celem jest zachęcenie mężczyzn, a w szczególności ojców i opiekunów do czytania dzieciom. Organizatorzy: Fundacja Powszechnego Czytania i Wydawnictwo Tatarak, zaplanowali szereg działań promocyjnych mających na celu popularyzację akcji. Kampanii towarzyszy publikacja – poradnik dla rodziców i opiekunów „Supermoc książek #TataTeżCzyta2024" autorstwa Marii Deskur i Edyty Pilch, z ilustracjami Joanny Rusinek.

Patronami honorowymi kampanii są: Narodowy Program Rozwoju Czytelnictwa 2.0, Bibliotek Narodowa, Narodowe Centrum Kultury. W gronie ambasadorów akcji znalazło się wiele znakomitych osobistości w tym czytający ojcowie i aktorki, m.in. Łukasz Dominiak, Łukasz „Juras: Jurkowski, Kamil Nowak, Marcin Perfuński i Wiesław Nowobilski, Katarzyna Zielińska, Anna Czartoryska-Niemczycka, Anna Dereszowska, Magda Kordaszewska, Joanna Flis. Akcję wsparli również Anna i Robert Lewandowscy.

Tegoroczna kampania potrwa 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. Bibliotekarzy, nauczycieli szkół podstawowych i przedszkoli zachęcają do organizowania akcji #TataTeżCzyta w bibliotekach.

-Narodowy Program Rozwoju Czytelnictwa 2.0 stawia sobie za cel między innymi docieranie do rodzin z mocnym przekazem o wartości czytania. Dlatego wspieramy kampanię #TataTeżCzyta – jest ważne, by ojcowie, dziadkowie czy bracia byli zaangażowani w rodzinne rytuały , a wspólne czytanie jest niewątpliwie jednym z takich pozytywnych nawyków budujących więzi rodzinne – komentuje profesor Rafał Wiśniewski, zastępca dyrektora Narodowego Centrum Kultury, który wziął udział w spotkaniu inaugurującym kampanię w Warszawie.

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%. Olbrzymia większość osób, które widzimy na targach czy spotkaniach autorskich, to kobiety.

Źródło: NCK

Phoca PDF