



Czytanie rozwija mózg – ruszyła tegoroczna odsłona proczytelniczej kampanii: #TataTeżCzyta2026

Czytanie działa na mózg jak trening na ciało. Wspólna lektura rozwija kompetencje językowe, buduje relacje i wspiera rozwój emocjonalny dziecka już od pierwszych miesięcy życia. Właśnie dlatego rusza kolejna odsłona ogólnopolskiej kampanii proczytelniczej #TataTeżCzyta, której tegoroczne hasło brzmi: „**Czytanie rozwija mózg!**”.

Kampania #TataTeżCzyta zachęca mężczyzn do aktywnego włączania się we wspólne czytanie z dziećmi. To szczególnie ważne, gdy – według badań Biblioteki Narodowej – **po książki sięga 47% kobiet i jedynie 34% mężczyzn**. Organizatorzy podkreślają, że budowanie kultury czytania w rodzinie wymaga zaangażowania obojga rodziców.

Pomysłodawcą kampanii jest Wydawnictwo Tatarak, a **realizuje ją Fundacja Powszechnego Czytania**. Każda edycja odbywa się pod nowym hasłem i koncentruje się wokół innego aspektu czytania. W tym roku organizatorzy zwracają uwagę na wpływ wspólnej lektury i towarzyszącej jej rozmowy z dzieckiem na rozwój jego mózgu.

Hasło czwartej edycji „#TataTeżCzyta to: „**bo czytanie rozwija mózg**” znajduje potwierdzenie zarówno w wynikach badań naukowych nad rozwojem dziecka, jak i w codziennych doświadczeniach rodziców. Czytanie działa na mózg podobnie jak trening fizyczny na ciało – regularnie wzmacnia i rozwija jego możliwości – podkreślają organizatorzy kampanii.

Według badań aż 85% objętości mózgu kształtuje się do 3. roku życia. Wspólne czytanie dialogowe z dzieckiem oraz towarzysząca mu interakcja, stymulują połączenia neuronowe w kluczowych obszarach mózgu odpowiedzialnych za język, pamięć i rozumienie. To fundamentalne dla budowania „architektury mózgu”. Obecność, głos i responsywność rodzica

i opiekuna są kluczem do pełnego wykorzystania potencjału rozwojowego młodego człowieka, na wielu poziomach. **Na znaczenie wczesnych doświadczeń czytelniczych od lat zwracają uwagę badacze związani z Harvard University – badania podkreślają kluczową rolę relacji i języka w rozwoju dziecka.**

Wsparcie silnych partnerów

Po raz drugi partnerem strategicznym kampanii jest marka Lajkonik: *Lajkonik od lat towarzyszy codziennym chwilom spędzonym razem. Dlatego tak bliska jest nam idea kampanii #TataTeżCzyta, która pokazuje, że radość może iść w parze z odpowiedzialnością - bo wspólny czas z książką to budowanie relacji, nauka i zabawa. Czytanie to piękny sposób na bycie razem, ale także inwestycja w przyszłość najmłodszych. Cieszymy się, że po raz kolejny możemy wspierać Fundację Powszechnego Czytania i inicjatywę, która realnie wpływa na codzienne wybory rodzin.* – **podkreśla Monika Pawłowska, Brand Manager w Lorenz P. S.A.**

Nowym partnerem wspierającym kampanię została Poczta Polska. W ramach współpracy w tysiącu placówek pocztowych pojawią się ekspozytory i materiały promocyjne, a działania obejmą również oznakowanie wybranych punktów, zaangażowanie listonoszy oraz aktywności wewnętrzne promujące czytanie wśród pracowników i ich rodzin.

Z pełnym przekonaniem dołączamy do kampanii #TataTeżCzyta, wspierając inicjatywę budującą relacje i promującą rozwój dzieci poprzez czytanie i dostęp do książek. Dobre historie powinny trafiać do wszystkich, bez wyjątku, szczególnie do najmłodszych. – **mówi Joanna Trzaska-Wieczorek, Rzeczniczka Prasowa i Dyrektor Biura Komunikacji Poczty Polskiej.**

Po raz kolejny do kampanii włącza się także sieć Biedronka. W sklepach pojawią się specjalne ekspozytory z wybranymi książkami dla dzieci, które będą dostępne przez cały miesiąc. Podczas zakupów będzie można także usłyszeć spot radiowy kampanii. *Sklepy Biedronka to w wielu miejscach w Polsce jedyna przestrzeń, która pozwala na stacjonarny zakup książki. Wierzymy, że to jeden z najlepszych prezentów – każde dziecko powinno mieć swoje tytuły, do których wraca i z którymi buduje wspomnienia. Wspieranie czytelnictwa wśród najmłodszych to dla nas inwestycja w młode pokolenie.* – **podkreśla Arkadiusz Mierzwa, Dyrektor ds. Korporacyjnych Jeronimo Martins Polska.**

Do grona wspierających firm dołączyła także marka Pan Tu Nie Stał. *Wspieramy działania społecznie ważne i takie, w które wierzymy, że mają realny wpływ na naszą codzienność. Dlatego zaangażowaliśmy się w kampanię, tworząc limitowaną kolekcję ubrań i dodatków dla wspierania i budowania społeczności czytelników – albo może warto powiedzieć wylęgarni moli książkowych.* – nawiązując do jednego z towarzyszących kampanii gadżetów, podkreśla Justyna Burzyńska, współtwórczyni marki Pan Tu Nie Stał. Koszulki, skarpetki i czapki



przygotowane w ramach współpracy mają zachęcać rodziców do pokazywania, że czytanie to powód do dumy.

Miasta angażują się w budowanie kultury czytania

Jednym z miast najmocniej zaangażowanych w tegoroczną edycję kampanii jest Lublin – Europejska Stolica Kultury 2029. Miasto przygotowało szeroko zakrojone działania angażujące mieszkańców, instytucje, szkoły, przedszkola i środowisko sportowe. W Lublinie dystrybuowane będą broszury, plakaty, notesy i zakładki promujące hasło #TataTeżCzyta. Częsty kontakt z książką i słowem pisanim promować będą miejskie instytucje kultury. Do kampanii włączają się m.in. filie Miejskiej Biblioteki Publicznej, księgarnia Dosłowna funkcjonująca w Centrum Kultury. Szereg działań podejmie też instytucja ESK 2029, której hasło Re:Union odnosi się do wzmacniania relacji i budowania wspólnoty. W działania proczytelnicze zaangażują się także sportowcy – m. in. piłkarze Motoru Lublin, koszykarze PGE Start oraz siatkarze Bogdanki LUK Lublin, a także MOSiR.

Jako Europejska Stolica Kultury 2029 chcemy aktywnie wspierać kulturę czytania oraz zachęcać mieszkańki i mieszkańców do wspólnego spędzania czasu z książką. Dzięki zaangażowaniu środowiska kulturalnego i sportowego Lublina, miejskich instytucji kultury, bibliotek, szkół oraz lubelskich klubów sportowych możemy razem promować czytelność i pokazywać zarówno dzieciom, jak i im rodzicom, że książka może być inspiracją do rozmowy, przyjemnością i sposobem na odkrywanie świata. – mówi Krzysztof Żuk, Prezydent Lublina.

Do inicjatywy dołącza także Gdańsk, który udostępni przestrzeń komunikacji miejskiej na potrzeby promocji kampanii, a także angażuje sportowców – siatkarzy drużyny Energa Trefl Gdańsk.

Nowy spot i szeroka obecność w mediach

Twarzą nowego spotu kampanii został Zbigniew Boniek, który zachęca do czytania, które pomaga odnosić życiowe sukcesy: *Książka uczy wielu rzeczy – daje wiedzę, poszerza horyzonty myślowe, rozwija inteligencję. A im człowiek jest inteligentniejszy – tym łatwiej w życiu.* Spot zrealizowany ponownie według koncepcji agencji kreatywnej Brain, wyprodukowany przez OTO.Film i Orka Film, w tegorocznej odsłonie wyreżyserowany przez Macieja Kowalczyka, będzie emitowany w telewizji, kinie oraz radiu. **Premiera nowego spotu odbędzie się 19 maja.** Kampania pojawi się również w Internecie, mediach tradycyjnych oraz przestrzeni publicznej – między innymi na wielkoformatowych ekranach na dworcach PKP, partnera inicjatywy.

Ambasadorowie z różnych środowisk

Tegoroczną odsłonę kampanii wspierają ambasadorowie reprezentujący różne środowiska i profesje – naukowcy, sportowcy, aktorzy, pisarze, twórcy internetowi i popularyzatorzy nauki. Organizatorzy podkreślają, że czytanie jest dla wszystkich i każdy może być ważnym czytelniczym wzorem dla innych.

Do grona ambasadorów dołączyli w tym roku m.in. Piotr Kniola (PigOut), Łukasz Orbitowski, Tomasz Rożek, Adam Mirek oraz instagramowy twórca „Tata na macierzyńskim”. Kampanię ponownie wspiera także Anna Dereszowska oraz Tomasz Majewski.

Czytanie rozwija mózg dziecka i buduje kompetencje, które zostają z nami na całe życie – podkreśla Tomasz Rożek. Kiedy czytamy, w mózgu aktywują się obszary odpowiedzialne za wyobraźnię, język i emocje. To jeden z najlepszych treningów dla rozwijającego się mózgu – dodaje Adam Mirek.

O innym aspekcie wspólnego czytania mówi **Anna Dereszowska, aktorka jako jedna z kobiet – ważnych ambasaderek kampanii:** *Nic nie zastąpi bliskości drugiego człowieka w wychowywaniu dziecka. Dlatego tak ważne jest, by czytali oboje rodzice. Do tegorocznego hasła odwołuje się wybitny sportowiec, Tomasz Majewski: Czytanie dla mózgu jest tym, czym sport dla ciała – regularnym treningiem, którego wszyscy potrzebujemy. Uczmy najmłodszych dobrych nawyków – powinniśmy dbać o ich sprawność, także umysłową, aby, mogli osiągać jak najlepsze wyniki, rozwijać swój pełen potencjał. A to właśnie daje czytanie.* – podkreśla Tomasz Majewski.

Czytanie rozwija nie tylko wiedzę, ale przede wszystkim człowieka. Uczy rozumienia emocji, pomaga lepiej dochodzić do porozumienia z ludźmi i patrzeć na świat z różnych perspektyw. W sporcie, jak i w życiu, liczy się charakter, konsekwencja i umiejętność współpracy, a książki pomagają rozwijać te cechy – uczą empatii, wyobraźni i budowania relacji. Panowie czytajcie – sobie i dzieciom! – przekonuje Tomasz Smokowski, dziennikarz sportowy i muzyczny.

Tomasz Rusek, twórca profilu „Tata na macierzyńskim” zwraca uwagę na znaczenie urlopów ojcowskich i codziennego budowania relacji z dzieckiem. *Warto wykorzystać wspólny czas na czytanie. To prosty sposób na budowanie więzi i obecność w życiu dziecka od pierwszych miesięcy. To nam zaprocentuje w przyszłości. Kampania #TataTeżCzyta promuje rodzinne czytanie i pokazuje, że szerokie zaangażowanie ojców, dziadków, starszych braci, wujków, a także trenerów, bliskich autorytetów, dziecięcych idoli, sprawi, że sięganie po książki stanie się naturalnym elementem codziennego życia.*

Setki bibliotek i szkół w całej Polsce

Do kampanii oddolnie włączają się setki placówek edukacyjnych i bibliotek w całej Polsce, organizując wydarzenia i angażując społeczności na wiele sposobów. Organizatorzy zachęcają do zapraszania lokalnych bohaterów do wspólnego czytania, łączenia kampanii z bieżącymi miejscowymi działaniami, tworzenia specjalnych półek lub regałów „dla mężczyzn”, które ułatwią im wybór i zaproszą do czytania sobie i dzieciom. Dzięki współpracy z wydawnictwem Nowa Era do szkół trafią także broszury informacyjne.

Nowa odsłona poradnika – Co? Jak? I dlaczego warto czytać z dzieckiem?

W ramach tegorocznej kampanii przygotowano odświeżoną wersję poradnika „Supermoc Książek #TataTeżCzyta”. Publikacja zawiera praktyczne wskazówki dotyczące wspólnego czytania, informacje o wpływie książek na rozwój mózgu najmłodszych oraz rekomendacje książkowe podzielone według wieku. *Dobór książek ma ogromne znaczenie. Książka nie powinna nudzić ani dziecka, ani rodzica. Warto zwracać uwagę na zainteresowania najmłodszych i wspólnie je rozwijać. Warto też wybrać się i poczytać gościnnie w przedszkolu czy szkole naszych dzieci.* – **podkreśla Mikołaj Foks, autor, bloger, który także dołączył do grona ambasadorów kampanii.**

Luka edukacyjna między płciami zaczyna się wcześniej. Tymczasem chłopcy czytają mniej i mają słabsze umiejętności czytania ze zrozumieniem już w szkole podstawowej. Czytanie dla przyjemności to fundament sukcesów, dlatego podsuwajmy chłopcom to, co ich interesuje. Poza tym chłopcy rzadko widzą czytających mężczyzn. Uczenie przez przykład to rola dla ojców. Dlatego wspólne czytanie z dziećmi ma ogromne znaczenie: buduje więź, wspiera rozwój i pokazuje, że czytanie w oczach dziecka staje się oczywistą czynnością dla mężczyzny. – **mówi Michał Gulczyński, autor książki „Mężczyźni”, prezes Stowarzyszenia na rzecz Chłopców i Mężczyzn, które wspiera kampanię #TataTeżCzyta.**

W tegorocznej odsłonie biorą udział aż 44 wydawnictwa i 15 dystrybutorów, w tym nowi partnerzy: Smyk, Matfel, Bookland i Natuli. Wśród polecanych tytułów znalazło się wiele książek z tatą w tytule, książki o emocjach, publikacje popularnonaukowe oraz trzy komiksy.

Kampania potrwa do 23 czerwca

Tegoroczna odsłona #TataTeżCzyta oficjalnie rozpoczyna się 11 maja i potrwa do 23 czerwca. Termin kampanii nie jest przypadkowy – obejmuje Dzień Matki, Dzień Dziecka i Dzień Ojca, przypominając, że książka może być doskonałym prezentem i pretekstem do wspólnego spędzania czasu.

Kampania ma otwartą formułę. Na stronie www.tatatezczyta.pl dostępne są bezpłatne materiały, w tym poradnik w wersji e-bookowej, rekomendacje książkowe oraz wskazówki dla bibliotek, szkół, przedszkoli, miast, księgarń, wydawców i firm. Organizatorzy zachęcają do działań lokalnych i wspólnego budowania kultury czytania – zarówno w rodzinach, jak i w społecznościach, instytucjach oraz miejscach pracy. *Warto być czytającą rodziną, czytającym miastem i czytającą firmą. Czytanie naprawdę rozwija mózg – i zmienia przyszłość dzieci. Będziemy o tym nieustająco przekonywać i zapraszamy wszystkich do wspólnego działania. Razem możemy więcej.* – **podsumowuje Maria Deskur, prezeska Fundacji Powszechnego Czytania.**

Więcej informacji o kampanii #TataTeżCzyta oraz pełna lista partnerów dostępna jest na stronie: www.tatatezczyta.pl