

Warszawa, maj 2026



## Zbigniew Boniek zdradza sekret mistrzów: Czytaj dziecku, nauczysz je życia! Trwa IV edycja ogólnopolskiej kampanii #TataTeżCzyta

W Muzeum Gazowni Warszawskiej odbyła się inauguracja IV edycji ogólnopolskiej kampanii proczytelniczej #TataTeżCzyta, organizowanej przez Fundację Powszechnego Czytania. Wydarzenie poprowadził Szymon Jachimek, a część naukową gościnnie przygotowali Adam Mirek oraz Dorota Ossowska z Fundacji Poznawczej. Podczas spotkania premierowo zaprezentowano spot tegorocznej odsłony kampanii, która ma potrwać do 23 czerwca.

**Tegoroczne hasło brzmi: „bo czytanie rozwija mózg”.** Kampania zachęca mężczyzn, przede wszystkim ojców, ale też wszystkich, którzy mogą stać się męskimi wzorcami do aktywnego włączania się we wspólną lekturę z dziećmi – i pokazuje, że czytanie w rodzinie buduje

zarówno kompetencje poznawcze, jak i trwałe relacje. Partnerem strategicznym kampanii jest marka Lajkonik.

### Nowy spot już dostępny – zobacz i udostępnij.

Podczas wydarzenia odbyła się **premiera tegorocznego spotu z udziałem Zbigniewa Bońka**, który wspiera inicjatywę. Były piłkarz i trener na planie w Big Book Cafe spotkał się z grupą dzieci, przy okazji dnia zdjęciowego nie zabrakło wspólnego czytania i rozmów. Spot zrealizowany został ponownie według koncepcji agencji kreatywnej Brain, wyprodukowany przez OTO.Film i Orka Film, w tegorocznej odsłonie wyreżyserowany przez Macieja Kowalczuka, będzie emitowany w telewizji, kinie oraz radiu.



Spot dostępny jest także online: [Oficjalny spot kampanii #TataTeżCzyta2026.](#)

### Różne środowiska, jeden przekaz

Tegoroczną edycję wspiera szerokie grono ambasadorów – i właśnie ta różnorodność jest **sygnałem: czytanie nie jest dla wszystkich**. Kampanię reprezentują m.in. Tomasz Majewski, Anna Dereszowska, Łukasz Orbitowski, Tomasz Rożek, Tomasz Smokowski, Wojciech i Marcin Mannowie, Łukasz Stanek oraz Michał Gulczyński. Sportowcy, ludzie kultury, naukowcy, ojcowie z mediów społecznościowych – każdy z nich, kobiety także, są doskonałymi przykładami i mówią do innej grupy odbiorców.



### Dlaczego tata TEŻ czyta?

Kampania pokazuje jak, co i dlaczego warto czytać z dzieckiem. Zwraca też uwagę na konieczność budowania męskich czytających wzorców – bo zaangażowani ojcowie spędzają czas z dziećmi na różnych aktywnościach – uprawiają sport, bawią się, robią wiele ciekawych rzeczy, ale też czytają. Organizatorzy chcą, aby było to widoczne, a samo czytanie stawało się naturalnym elementem życia codziennego. Wczesne sięganie po książkę rozwija mózg, buduje

**Fundacja Powszechnego Czytania**

ul. Przyokopowa 33, 01-208 Warszawa, NIP 7010891702 KRS 0000756841

**adres korespondencyjny:** ul. Krakowskie Przedmieście 87/89, 00-309 Warszawa

Wpłać darowiznę na cele pożytku publicznego na konto: **42 1600 1462 1871 2526 2000 0001**

[www.fpc.org.pl](http://www.fpc.org.pl) [sekretariat@fpc.org.pl](mailto:sekretariat@fpc.org.pl)

relacje, kształtuje nawyki. Badania pokazują też, że ojcowie podczas wspólnego czytania znacznie częściej wychodzą poza tekst, odnoszą historię do doświadczeń dziecka, zadają pytania otwarte, inicjują dyskusję, kłócą się z bohaterami, improwizują, performują głosem, skłaniają dziecko do myślenia abstrakcyjnego i interpretacji<sup>i</sup>. Wprowadzają tym samym, własny, nieco inny styl – i dlatego właśnie ważne jest, aby to oboje rodzice czytali.

### **Kampania, którą już zna co siódmy Polak**

#TataTeżCzyta odbywa się co roku, na przełomie maja i czerwca, kiedy obchodzimy Dzień Mamy, Dzień Dziecka i Dzień Ojca – doskonale okazje, które warto wykorzystać do wręczania książkowych prezentów do wspólnego czytania i budowania domowych biblioteczek. Według badań, osoby ze średnim wykształceniem dorastające w domach, gdzie było minimum 80 książek, mają takie same kompetencje, jak absolwenci studiów wyższych z domów, gdzie książek było niewiele<sup>ii</sup>.

**Dzięki trzem dotychczasowym edycjom kampania zbudowała już rozpoznawalność na poziomie 14% w skali całego kraju** – to wynik, który plasuje ją wysoko wśród inicjatyw proczytelniczych w Polsce.

### **Dołącz – każdy głos się liczy**

Kampania ma otwartą formułę – mogą dołączać do niej szkoły, biblioteki, księgarnie, rodzice, firmy. Chodzi o to, aby zaprosić wszystkich do tego, żeby w maju i czerwcu mówić w swoim otoczeniu głośno – że czytamy codziennie, bo naprawdę warto.

Podczas inauguracji wystartowało też wyzwanie online do bycia offline. **Organizatorzy przygotowali gotowe grafiki do pobrania i wykorzystania w postach oraz stories z hasłem: „Nie ma mnie tu. Czytam [dziecku]. A Ty?”** Paradoks jest zamierzony – social media jako narzędzie do zachęcenia innych, żeby na chwilę je odłożyli. Bo najlepsza odpowiedź na to pytanie brzmi: też czytam. I jest zdjęcie na dowód. Bezpłatne materiały i poradnik wraz z poleceniami książkowymi są dostępne na: [www.tatatezczyta.pl](http://www.tatatezczyta.pl)

*Organizator: Fundacja Powszechnego Czytania.*

*Partner strategiczny: Lajkonik*

*Partner wspierający: Poczta Polska*

*Patron honorowy: Biblioteka Narodowa*

*Pomysłodawca kampanii: Wydawnictwo Tatarak*

*Pełna lista partnerów i szczegółów kampanii dostępne na: [www.tatatezczyta.pl](http://www.tatatezczyta.pl)*





---

<sup>i</sup> Badania: Elisabeth Duursma (*First Language*, 2016); Korat, Ron i Klein z Bar-Ilan University (2008)

<sup>ii</sup> Joanna Sikora, M.D.R.Evans, Jonathan Kelley, Scholarly Culture

---

**Fundacja Powszechnego Czytania**  
ul Przyokopowa 33, 01-208 Warszawa, **NIP 7010891702 KRS 0000756841**  
**adres korespondencyjny:** ul. Krakowskie Przedmieście 87/89, 00-309 Warszawa  
Wpłać darowiznę na cele pożytku publicznego na konto: **42 1600 1462 1871 2526 2000 0001**  
[www.fpc.org.pl](http://www.fpc.org.pl)    [sekretariat@fpc.org.pl](mailto:sekretariat@fpc.org.pl)