



# Rodzicu, zadbaj o dziecięcy mózg! Wprowadź Domowe Zasady Ekranowe.

Wychowujemy pokolenie dzieci urodzonych w epoce urządzeń ekranowych i nowych technologii. Ponad 40 proc. rocznych i dwuletnich dzieci korzysta z tabletów lub smartfonów, a niemal co trzecie dziecko w tym wieku korzysta z tych urządzeń codziennie lub prawie codziennie. Ekranów dają wiele możliwości i mogą pozytywnie stymulować mózg, ale używane nadmiernie mogą negatywnie wpływać na rozwój i zdrowie dziecka oraz relacje rodzinne.

Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę wraz z partnerami, Fundacją Orange oraz Facebook Polska startują z kampanią „Zadbaj o dziecięcy mózg” i promują domowe zasady ekranowe.

Mózg dziecka to niezwykle plastyczny organ, wysoce podatny i wrażliwy na warunki zewnętrzne. Do prawidłowego i harmonijnego rozwoju potrzebuje doświadczeń bogatych w różne bodźce, bliskości i uwagi dorosłych oraz możliwości poznawania świata wszystkimi zmysłami. Dlatego niezwykle ważne jest, aby dziecko miało szansę swobodnej eksploracji otoczenia. Ograniczanie pola działania dziecka, rekompensowanie dziecku braku rodzicielskiej uwagi przez udostępnianie ekranów i brak uważności na jego potrzeby może mieć negatywny wpływ na rozwój struktur neuronowych jego mózgu.

## Domowe Zasady Ekranowe w zgodzie z dziecięcym mózgiem

Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę rozpoczęła kampanię „Zadbaj o dziecięcy mózg”, której celem jest zwrócenie uwagi rodziców na potrzebę zachowania równowagi w korzystaniu z urządzeń ekranowych przez dzieci oraz uważnego towarzyszenia dziecku i spędzania z nim czasu bez zbędnych rozpraszaczy w postaci ekranów. Fundacja proponuje rodzicom wprowadzenie do codziennego życia tzw. **Domowych Zasad Ekranowych**, czyli zbioru reguł dotyczących sposobów i czasu korzystania z ekranów. Zasady pomagają zadbać o prawidłowy rozwój mózgu dziecka, uczą uważności i równowagi między aktywnościami online i offline oraz mogą pozytywnie wpłynąć na relacje rodzinne.

Na potrzeby kampanii powstał film przedstawiający historię dziecięcego mózgu, który niepostrzeżenie wchodzi w fascynującą relację z ekranami, która z czasem okazuje się szkodliwa.

*Główny bohater filmu, czyli dziecko, jest jednocześnie personifikacją mózgu. Osiągnęliśmy ten efekt przy wykorzystaniu szczególnych możliwości filmowych. Dzięki temu widz będzie doświadczał tego, jak mózg reaguje na ekran i co czuje w danej sytuacji. Chcieliśmy w emocjonalny sposób pokazać mechanizm budowania swoistej zależności pomiędzy urządzeniami ekranowymi, a dziećmi i uwrażliwić rodziców na to, co się dzieje, kiedy pozwolimy, żeby ekrany zdominowały życie dziecka kosztem relacji rodzinnych – mówi Łukasz Wojtasik z Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę. Puenta filmu pokazuje, co każdy rodzic powinien zrobić i na co zwrócić uwagę, aby jego dziecko nie wpadło w pułapkę nadmiernego korzystania z ekranów. Pokazujemy, że ekrany nie są złe, ale zbyt wcześnie udostępniane dzieciom i wykorzystywane bez umiaru mogą być zagrożeniem dla ich rozwoju i zdrowia – dodaje Wojtasik.*

*Nie nadmiar, a umiar. Szczególnie w czasie pandemii, kiedy wiele aktywności przenosi się do Internetu, warto dbać o zdrową równowagę w używaniu technologii. Oby ta kampania pomogła nam zatrzymać się na chwilę refleksji, przyjrzeć się naszym nawykom, rozmawiać o cyfrowych aktywnościach w rodzinie. Jej przekaz zachęca nie tylko do ustalania zasad i granic, ale po prostu wzajemnej uważności na to, kiedy technologie są niezbędne, kiedy wzbogacające, a kiedy warto odłożyć smartfony – mówi Konrad Ciesiołkiewicz z Fundacji Orange.*

Platformę kampanii stanowi strona [domowezasadyekranowe.fdds.pl](https://domowezasadyekranowe.fdds.pl), na której rodzice znajdą szczegóły na temat zasad korzystania z ekranów w rodzinie oraz porady, jak je wprowadzić w życie. W serwisie znajdują się również materiały wideo, grafiki oraz szereg

eksperckich artykułów i podcastów dotyczących m.in.: wpływu nadużywania ekranów na rozwój mózgu dziecka, sposobów zapobiegania uzależnieniu od ekranów czy sposobów budowania relacji z dzieckiem.

Komunikacja kampanii „Zadbaj o dziecięcy mózg” obejmuje 3-minutowy film, 30-sekundowy spot telewizyjny, 8-sekundowe spoty do Internetu oraz materiały graficzne, które wykorzystywane będą w social mediach i działaniach PR. Kampania realizowana będzie od 27 sierpnia do 8 października 2020 roku.