

Tydzień bez Monitora

Wskazówki dla organizatora



Zawartość

Rozdział 1	4
Dlaczego Tydzień bez Monitora?	4
Historia Tygodnia bez Monitora	5
Dziecko przed monitorem	6
Nadmierne korzystanie z urządzeń elektronicznych szkodzi dzieciom	6
Czas przed monitorem szkodzi też uczniom	6
Mniej czasu przed monitorem to więcej czasu na naukę i czytanie	9
Mniej czasu przed telewizorem to mniej reklam skierowanych do dzieci i mniej stresu!	11
Mniej czasu przed monitorem to więcej czasu na kreatywną zabawę i naukę oraz lepsze zdrowie	13
Dzieci muszą się bawić	13
Zabawa na świeżym powietrzu jest ważna bez znaczenia na pogodę	14
Mniej czasu przed monitorem to większa satysfakcja z życia oraz większa troska o środowisko	15
Im więcej czasu dzieci i dorośli spędzają przed monitorami tym większymi materialistami się stają – chcą więcej rzeczy, a gdy nie mogą ich mieć stają się nieszczęśliwi.	15
Materializm i nadmierny konsumpcjonizm ma negatywny wpływ na zdrowie, stan psychiczny i środowisko	15
Im więcej czasu spędzamy przed ekranem, tym mniej dbamy o środowisko - w szczególności ze względu na niekończący się strumień wiadomości handlowych. ...	16
Tydzień bez Monitora to okazja, aby uwolnić się od komercyjnie napędzanej kultury medialnej.	16
Gdy zapytają Cię ... co odpowiadać	17
Czy nie możemy „odłączyć się” tylko na jeden dzień?	17
Czy wszystkie programy telewizyjne są złe?	17
Nie powstrzymamy rozwoju technologicznego. Czy nie lepiej zaakceptować rzeczywistość jaką jest?	17
Czy zamiast zabierać dzieciom monitory, nie powinniśmy uczyć ich jak właściwie z nich korzystać?	17
Czy potępiamy korzystanie z nowoczesnych technologii?	18
Czy decydując się na udział w Tygodniu bez Monitora muszę wyłączyć telefon? Co z korzystaniem z urządzeń multimedialnych w pracy lub przy nauce?	18
Moi najbliżsi nie chcą się włączyć, co wtedy?	18
Potrzebuję trochę ciszy i spokoju, kiedy wracam do domu. Jak mogę zająć dzieci, kiedy przygotowuję kolację lub sprzątam?	18
Czy powinniśmy planować każdy dzień podczas Tygodnia bez Monitora?	19

Czy jest jakiś skuteczny sposób by zachęcić nastolatki do udziału w akcji?	19
Rozdział 2	20
Wskazówki dla organizatorów	20
Jak promować Tydzień bez Monitora	21
Rodzice	21
Prasa	21
Przykładowy list do rodzica z zaproszeniem do uczestnictwa w wydarzeniu	23
Przykładowa informacja prasowa	24
Wskazówki dla liderówTBM	25
Stwórz grupę partnerską	25
Stwórz własną unikalną nazwę dla tego przedsięwzięcia	25
Wskaż korzyści	25
Bądź liderem	25
Zadbaj o promocję	25
Zaproponuj debatę	25
Rodzina się integruje	25

Rozdział 1

Dlaczego Tydzień bez Monitora?

Pierwszym krokiem w organizacji tygodnia bez monitora jest decyzja o podjęciu wyzwania. Organizatorem Tygodnia bez Monitora może być każdy, kto zdecyduje się przez tydzień nie marnować czasu na cyfrową rozrywkę, a zorganizować ten czas w inny – bardziej aktywny i kreatywny sposób.

Niezależnie od tego, czy dzieci korzystają z urządzeń multimedialnych w „dobry” czy w „zły” sposób, to jasne, że cyfrowa rozrywka zdominowała życie zbyt wielu dzieci, zastępując wszelkiego rodzaju inne zabawy, które są integralną częścią zdrowego dorastania.

Zrozumienie dlaczego powstrzymanie się od nadmiernego korzystania z urządzeń cyfrowych jest korzystne dla zdrowia pomoże Ci zainspirować innych i zachęcić ich do włączenia się do akcji.

W tym rozdziale znajdziesz:

- Potwierdzone badaniami dowody na szkodliwy wpływ nadmiernego spędzania czasu przed monitorami na dzieci.
- Wzmianki o tym jak media elektroniczne wpływają na obniżenie się poziomu czytelnictwa a nadmierny czas spędzany przed ekranem jest powiązany ze słabymi wynikami w nauce. Dzieci spędzające dużo czasu przed telewizorem poddawane są działaniu reklam, które promują nadmierny konsumpcjonizm i powstrzymują dzieci od kreatywnej zabawy.
- Odpowiedzi na pytania na które możesz napotkać podczas organizacji wydarzenia.

Historia

Tygodnia bez Monitora

W 1994 roku w Stanach Zjednoczonych Ameryki Henry Labalme i Matt Pawa wpadli na pomysł by stworzyć krajową organizację w celu zmniejszenia czasu korzystania z urządzeń wyposażonych w monitory. Niewielu wierzyło, że to w ogóle problem. Telewizory były uważane za nieszkodliwe i traktowane jako doskonałe opiekunki do dzieci. Zgadzano się wprawdzie, że poprawa jakości niektórych programów telewizyjnych to dobry pomysł, ale ograniczanie czasu spędzanego przed ekranem, niekoniecznie. Inni przyznawali, że Amerykanie mogliby spędzać nieco mniej czasu przed telewizorem. Ale przecież rozwoju telewizji nie da się zatrzymać, więc po co marnować czas na walkę z wiatrakami?

Ale Henry, Matt, i kilka innych osób postanowili nie słuchać sceptyków. I tak od tamtej pory, ScreenFree Week (dawniej TV-Turnoff) jest kontynuowany corocznie na całym świecie.

Gdy ruszyły przygotowania do pierwszej akcji Turnoff w Stanach Zjednoczonych, nikt nawet nie domyślał się, że ScreenFree Week stanie się tak popularny. W pierwszym roku zaledwie 9 organizacji, objęło patronatem wydarzenie, a kilka tysięcy osób zaangażowało się w organizację wydarzenia w swoich społecznościach, a tym samym wciągnęli do akcji około milion osób.

Z każdym kolejnym rokiem popularność ScreenFree Week rosta, coraz więcej organizacji deklaruowało swoją pomoc. Powa-

żne instytucje zajmujące się zdrowiem publicznym takie jak American Academy of Pediatrics oraz American Medical Association, grupy edukacyjne National Education Association, oraz społeczne Big Brothers/Big Sisters włączyły się we wsparcie wydarzenia.

Również media zaczęły interesować się problemem, pojawiły się pierwsze publikacje prasowe w Parade Magazine, setki stacji radiowych na całym świecie rozpowszechniło ScreenFree Week jeszcze bardziej. Od tego pierwszego roku, liczba organizatorów biorących udział w wydarzeniu jako partnerzy lub organizatorzy wzrosła ponad ośmiokrotnie, a kolejne miliony dołączyły w każdym następnym roku.

Jakkolwiek na to spojrzeć szybko stało się jasne, że sceptycy mylili się. Zmniejszenie czasu spędzanego przez dzieci przed ekranem telewizora, monitorem komputera, tabletem czy telefonem stało się w Stanach Zjednoczonych narodowym problemem. Często wspomniano o tym w mediach. Kampania otrzymała wsparcie Prezydenta Obamy oraz organizacji zajmującej się walką z otyłością u dzieci (White House Task Force on Childhood Obesity). Obecnie, na wniosek Henry'ego i Matta, Screen-Free Week zyskał nowe życie jako program Campaign for Commercial-Free Childhood. Razem możemy pomóc dzieciom i dorosłym wyłączyć ekrany i połączyć się z otaczającym światem, zadbać o relacje rodzinne i aktywnie spędzić czas wolny.

Dziecko przed monitorem

American Academy of Pediatrics całkowicie odradza udostępnianie urządzeń elektronicznych dzieciom poniżej 2 roku życia, a dla starszych dzieci zaleca nie przekraczanie 2 godzin dziennie.

Nadmierne korzystanie z urządzeń elektronicznych szkodzi dzieciom

- Jak wynika z badań Kaiser Family Foundation z 2006 roku 40% niemowląt do 3 miesiąca życia² jest regularnie poddawane działaniu monitorów i aż 19% dzieci do ukończenia 1 roku życia ma już telewizor w swoich sypialniach.³
- Nadmierny czas przed monitorem może prowadzić do uzależnienia behawioralnego. Im młodsze dzieci pozostawiane są przed monitorami, tym trudniej im w starszym wieku przerwać korzystanie z urządzeń cyfrowych.⁴
- Spędzanie czasu przez monitorami dla dzieci poniżej 3 roku życia skutkuje zaburzeniami snu⁵ oraz ma negatywny wpływ na rozwój mowy.⁶
- Im więcej czasu dzieci spędzają przed telewizorem czy grają na urządzeniach cyfrowych tym mniej czasu poświęcają na rozmowy z rodzicami.⁷ Nawet jeśli rodzice są obecni podczas czasu przed monitorem mniej ze sobą rozmawiają niż podczas innych aktywności.⁸
- Czas spędzany przed urządzeniami w dzieciństwie naraża dzieci na słabsze wyniki w nauce, gorszy rozwój motoryczny, wiktymizację przez rówieśników⁹ oraz otyłość.¹⁰

- Badania pokazują również, że bezpośrednia ekspozycja na TV w gospodarstwie domowym sprzyja zachowaniom agresywnym we wczesnym dzieciństwie.¹¹

- Im więcej czasu dziecko spędza przed monitorem, tym mniej poświęca na kreatywną⁷, samodzielną i sprzyjającą prawidłowemu rozwojowi społecznemu zabawę fundamentalną¹², sprzyjającą rozwijaniu się umiejętności konstruktywnego rozwiązywania problemów¹³ i zdobywania doświadczeń dotyczących otaczającego świata.

- Do tego podczas oglądania telewizji dzieci oglądają średnio 25 000 reklam, zawierających lokowanie produktów.¹⁴

Czas przed monitorem szkodzi też uczniom

- Dzieci i młodzież pomiędzy 8 a 18 rokiem życia, średnio 4,5 godziny dziennie oglądają telewizję, jednocześnie 1,5 godziny korzystają z komputera i ponad godzinę grają w gry komputerowe.¹⁵

Dzieci w wieku przedszkolnym spędzają średnio aż 32 godziny w tygodniu przed urządzeniami elektronicznymi.

- Czas spędzany przed monitorami sprzyja:
 - Otyłości¹⁶
 - Zaburzeniom snu i problemom z zasypianiem¹⁷
 - Zaburzeniom koncentracji uwagi¹⁸
- Dzieci które spędzają więcej niż 2 godziny dziennie przed monitorami są bardziej narażone na zaburzenia w rozwoju psychicznym takie jak hiperaktywność, trudności emocjonalne oraz problemy związane z akceptacją w grupie rówieśniczej.¹⁹

Wśród Amerykańskich dzieci i nastolatków w wieku 8 -18 lat 1 na 4 przyznaje, że czuje się uzależniony od gier komputerowych.²³

- Nastolatki które oglądają telewizję więcej niż 3 godziny dziennie są bardziej narażone na niepowodzenia w nauce, trudności wychowawcze w szkole oraz długofalowe porażki akademickie.²⁰
- Młodzi ludzie, których sypialnie wyposażone są w telewizor są mniej aktywni ruchowo, częściej miewają złe

nawyki żywieniowe, gorsze wyniki w szkole oraz rzadziej spożywają posiłki w gronie rodziny.²¹

- Dzieci mające telewizory w pokojach częściej cierpią z powodu otyłości.²²

Badacze dostrzegają korzyści wynikające z redukcji czasu spędzanego przez dzieci przed monitorem.

- Ograniczanie czasu spędzanego przed telewizorem lub komputerem może chronić dzieci przed otyłością.²⁴
- Dzieci spędzające mniej czasu oglądając telewizję w późniejszych latach lepiej wypadają w nauce, lepiej się odżywiają, są sprawniejsze fizycznie i częściej skłonne do angażowania się w szkolne aktywności.⁹
- Regularne oglądanie telewizji przez małe dzieci sprzyja problemom wychowawczym, ale można temu zapobiec, jeśli ograniczy się je przed ukończeniem przez dziecko 6 roku życia.²⁵
- Ograniczanie czasu spędzanego przed telewizorem dla dzieci do 4 roku życia może sprawić, że będą one mniej zainteresowane takim sposobem spędzania czasu wolnego.⁴

American Academy of Pediatrics rekomenduje rodzicom powstrzymanie się od instalowania telewizora w sypialniach dzieci.

1. The Nielsen Company (2009). TV viewing among kids at an eight-year high. Retrieved July 19, 2010 from http://blog.nielsen.com/nielsenwire/media_entertainment/tv-viewing-among-kids-at-an-eight-year-high/

2. Zimmerman, F., Christakis, D., Meltzoff, A. (2007). Television and DVD/video viewing in children younger than 2 years. *Archives of Pediatric and Adolescent Medicine*, 161 (5), 473-479.

3. Rideout, V. & Hamel, E. (2006) The Media Family: Electronic media in the lives of infants, toddlers, preschoolers and their parents. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation p. 18

4. Christakis, D., Zimmerman, F. (2006). Early television viewing is associated with protesting turning off the television at age 6. *Medscape General Medicine*, 8(2), 63.

5. Thompson, D. A., Christakis, D. (2005). The association between television viewing and irregular sleep schedules among children less than 3 years of age. *Pediatrics*, 116(10), 851-856.

6. Chonchaiya, W., Pruksananonda, C. (2008). Television viewing associates with delayed language development. *Acta Paediatrica*. 97(7), 977-982.
7. Vandewater, E. A., Bickham, D. S., Lee, J. H. (2006). Time well spent? Relating television use to children's free-time activities. *Pediatrics* 117(2), 181-191.
8. Courage, M., Murphy, A., Goulding, S., Setliff, A. (2010). When the television is on: The impact of infant-directed video on 6- and 18-month-olds' attention during toy play and on parent-infant interaction. *Infant Behavior & Development*, 33, 176-188.
9. Pagani, L., Fitzpatrick, C., Barnett, T. A., & Dubow, E. (2010). Prospective associations between early childhood television exposure and academic, psychosocial, and physical well-being by middle childhood. *Archives of Pediatric & Adolescent Medicine*, 164(5), 425-431.
10. Landhuis, E. C., Poulton, R., Welch, D., & Hancox R. J. (2008). Programming obesity and poor fitness: The long-term impact of childhood television. *Obesity*, 16(6), 1457-1459.
11. Manganello, J.A., Taylor, C.A. (2009). Television exposure as a risk factor for aggressive behavior among 3 year-old children. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*. 163(11), 1037-1045.
12. Coolahan, K., Fantuzzo, J., Mendez, J., & McDermott, P. (2000). Preschool peer interactions and readiness to learn: Relationships between classroom peer play and learning behaviors and conduct. *Journal of Education Psychology*, 92(n3), 458-465.
13. Wyver, S. R. & Spence, S. H. (1999). Play and divergent problem solving: Evidence supporting a reciprocal relationship. *Early Education and Development*, 10(4), 419-444.
14. Federal Trade Commission Bureau of Economics Staff Report. (2007, June 1). Children's Exposure to TV Advertising in 1977 and 2004. Holt, D.J., Ippolito, P.M., Desrochers, D.M. & Kelley, C.R. p. 9.
15. Rideout, V. J., Foehr, U. G., Roberts, D. F. (2010). Generation M2: Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds. Kaiser Family Foundation.
16. Danner, FW. A national longitudinal study of the association between hours of TV viewing and the trajectory of BMI growth among US children. (2008). *Journal of Pediatric Psychology*. 33(10), 1100-1107.
17. Paavonen EJ, Pennonen M, Roine M, Valkonen S, Lahikainen AR. (2006). TV exposure associated with sleep disturbances in 5- to 6-year-old children. *Journal of Sleep Research*, 15, 154-61.
18. Swing, E.L, Gentile, D.A., Anderson, C.A., Walsh, D.A. (2010). Television and video game exposure and the development of attention problems. *Pediatrics*. 126(2), 214-221.
19. Page, A.S., Cooper, A.R., Griew, P., Jago, R. (2010). Children's screen viewing is related to psychological difficulties irrespective of physical activity. *Pediatrics*. 126(5), 1011-1017.
20. Johnson, J., Brook, J., Cohen, P., Kasen, S. (2007). Extensive television viewing and the development of attention and learning difficulties during adolescence. *Arch Pediatr Adolesc Med*. 161(5), 480-486.
21. Barr-Anderson, D.J., van den Berg, P., Neumark-Sztainer, D., Story, M. (2008). Characteristics associated with older adolescents who have a television in their bedrooms. *Pediatrics*, 121(4), 718-724.
22. Adachi-Mejia AM, Longacre MR, Gibson JJ, Beach ML, Titus-Ernstoff LT, Dalton MA (2007). Children with a TV in their bedroom at higher risk for being overweight. *Int J Obes (Lond)*. 31(4), 644-651.
23. Harris Interactive (2007). Video Game Addiction: Is it real? Retrieved October 1, 2010 from <http://www.harrisinteractive.com/NEWS/allnewsbydate.asp?NewsID=1196>.
24. Epstein LH, Roemmich JN, Robinson JL, Paluch RA, Winiewicz DD, Fuerch JH, Robinson TN. (2008). A randomized trial of the effects of reducing television viewing and computer use on body mass index in young children. *Arch Pediatr Adolesc Med*. 162(3):239-45.
25. Mistry KB, Minkovitz CS, Strobino, DM, Borzekowski, DLG. (2007). Children's television exposure and behavioral and social outcomes at 5.5 years: Does timing of exposure matter? *Pediatrics*, 120, 762-769.

Mniej czasu przed monitorem to więcej czasu na naukę i czytanie

„Jest jedna rzecz, nie wymagająca nakładów finansowych, którą rodzice mogą zrobić, aby pomóc swoim dzieciom uczyć się: zabraniać im oglądania telewizji w dniach szkolnych.” –

PRESIDENT BARACK OBAMA

W dzisiejszych czasach dzieci spędzają więcej czasu z monitorami niż w szkole, czy bawiąc się z rówieśnikami, rodzinom czy śpiąc. Czas, który dzieci marnują na przebywanie z urządzeniami multimedialnymi to czas, który powinny poświęcić na odrabianie lekcji, czytanie czy zabawę z rówieśnikami. Prezydent Obama zarządził limity na niektóre rodzaje cyfrowej rozrywki ze względu na ich negatywne oddziaływanie na proces uczenia się, nalegając jednocześnie na rodziców, by poświęcili ten czas na czytanie dzieciom.¹

Telewizja jest powszechnie dostępna znacznie dłużej niż inne urządzenia umożliwiające korzystanie z cyfrowej rozrywki, dlatego większość wyników badań dotyczących wpływu czasu przed monitorem na dzieci koncentruje się właśnie na telewizji.

Wyniki badań jednoznacznie dowodzą, że godziny spędzane przed monitorami mają negatywny wpływ na osiągnięcia szkolne.

- Ilość czasu spędzanego przed telewizorem przed ukończeniem 3 roku życia powiązana jest z trudnościami w nauce czytania, problemami czytania ze zrozumieniem oraz umiejętności zapamiętywania cyfr w wieku 6 lat.²

- Dzieci, które we wczesnym dzieciństwie spędzają mniej czasu przed telewizorem lepiej radzą sobie w szkole, mają zdrowsze nawyki żywieniowe i lepiej radzą sobie ze szkolnymi obowiązkami.³

- Nastolatki, które spędzają przed telewizorem więcej niż 3 godziny dziennie gorzej radzą sobie z obowiązkami domowymi oraz szkolnymi, częściej sprawiają kłopoty wychowawcze, są gorzej oceniane i mają słabsze wyniki w szkole, a także słabiej radzą sobie na studiach.⁴

- Chłopcy, grający często w gry komputerowe, poświęcają mniej czasu na naukę, przez co gorzej czytają oraz mają słabsze wyniki w pracach pisanych.⁵

Dodatkowo, niepokojącym zjawiskiem jest brak standardów dla gier i programów telewizyjnych dla najmłodszych, które znakowane są jako edukacyjne. Udowodniono jednoznacznie, że żadne materiały DVD, mimo reklamowania ich jako edukacyjne, skierowane do niemowląt i dzieci nie wspomagają rozwoju mowy⁶, a mogą go hamować lub zaburzać⁷.

- Operowanie myszą podczas czytania na komputerze wymaga w dużej mierze zaangażowania funkcji wykonawczych (w większym zakresie niż obracanie stron książki) dlatego większość dzieci nie jest

w stanie jednocześnie operować myszą i czytać ze zrozumieniem.⁸

- Kiedy rodzice wraz z dziećmi korzystają z elektronicznych książek na konsolach są mniej skłonni do porozumiewania się całymi zdaniami. Rodzice częściej wydają polecenia dotyczące zachowania np. „Możesz kliknąć tutaj”, niż sprawdzające zrozumienie tekstu jak np. „Co słoń powinien teraz zrobić?”⁹

- Poza tym, gdy dzieci korzystają z książek na konsolach więcej czasu spędzają na operowaniu myszką niż czytaniu ze zrozumieniem historii, w rezultacie gorzej identyfikują bohaterów, nie rozumieją czytanego tekstu. Tracą na tym również relacje między rodzicami a dziećmi.¹⁰

Istnieją dowody na to, że niektóre programy edukacyjne rzeczywiście mogą wspierać umiejętności uczenia się i czytania wśród dzieci. Niestety, istnieją również dowody na to, że korzystanie z urządzeń cyfrowych zwiększa ryzyko odbioru przez dzieci na treści zawierające przemoc i promujące agresję, co może skutkować problemami wychowawczymi¹¹ oraz słabszymi wynikami w nauce.¹²

Jednak bez znaczenia na treści, nadmierne spędzanie czasu przed monitorami jest szkodliwe dla dzieci. Dlatego też uczestnictwo w Tygodniu bez Monitora jest doskonałą okazją, by więcej czytać dzieciom na głos, wspierać je w samodzielnym czytaniu, spędzać więcej czasu na kreatywnej zabawie lub po prostu spędzać razem więcej czasu, rozmawiać, bawić się poza domem.

Propozycje wspierające czytelnictwo podczas Tygodnia bez Monitora lub na cały rok:

- Czytanie, przeglądanie książek.
- Odwiedziny w bibliotece lub księgarni.
- Wspólne jedzenie posiłków i rodzinne rozmowy podczas obiadu.
- Gra w planszówki wspierające czytanie lub budowanie opowiadań.
- Tworzenie ilustracji do opowiadań.
- Zachęcanie dzieci do tworzenia samodzielnych opowieści.
- Czytanie wierszy lub rymowanek.
- Samodzielne tworzenie wierszy lub rymowanek.
- Pisanie piosenek.

1. Obama to parents: School nights for homework, not TV (2010, Feb. 16). *Chicago Tribune*. Retrieved February 7, 2011 from <http://www.chicagotribune.com/news/politics/obama/ct-talk-obama-kids-television-0217-20100216,0,1883059.story>.

2. Zimmerman, F. & Christakis, D. (2005). Children's television viewing and cognitive outcomes: A longitudinal analysis of national data. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*. 159(7): 619-625.

3. Pagani, L., Fitzpatrick, C., Barnett, T. A., & Dubow, E. (2010). Prospective associations between early childhood television exposure and academic, psychosocial, and physical well-being by middle childhood. *Archives of Pediatric & Adolescent Medicine*, 164(5), 425-431.

4. Johnson, J., Brook, J., Cohen, P., & Kasen, S. (2007). Extensive television viewing and the development of attention and learning difficulties during adolescence. *Arch Pediatr Adolesc Med*. 161(5), 480-486.

5. Weiss, Robert & Cerankosky, Brittany C. (2010) Effects of video-game ownership on young boys' academic and behavioral functioning: A randomized, controlled study. *Psychological Science* 21(4) pp. 463-470.

6. DeLoache, J. S., Chiong, C., Sherman, K., Islam, N., Vanderborght, M., Troseth, G. L., Strouse, G. A., & O'Doherty, K. (2001, Nov.). *Psychological Science*, 21(11), pp. 1570-1574.

7. Zimmerman, F. J., Christakis, D. A., & Meltzoff, A. N. (2007). Associations between media viewing and language development in children under age 2 years. *The Journal of Pediatrics*, 151(40), pp. 364-368.

8. Lauricella, A. R., Barr, R. F., & Calvert, S. L. (2009). Emerging computer skills: Influences of young children's executive functioning abilities and parental scaffolding techniques in the US. *Journal of*

Children and Media, 3, pp. 217-233.; Golinkoff, R. M. & Hirsh-Pasek, K. (2008). How toddlers begin to learn verbs. *Trends in Cognitive Science*, 12, pp. 397-403

9. Lauricella, A. R., Barr, R. F. & Calvert, S. L. (2009). Emerging computer skills: Influences of young children's executive functioning abilities and parental scaffolding techniques in the US. *Journal of Children and Media*, 3, pp. 217-233.; Golinkoff, R. M. & Hirsh-Pasek, K. (2008). How toddlers begin to learn verbs. *Trends in Cognitive Science*, 12, pp. 397-403

10. Golinkoff, R. M. & Hirsh-Pasek, K. (2008). How toddlers begin to learn verbs. *Trends in Cognitive Science*, 12, pp. 397-403

11. Consensus statement from the Institute for Media and the Family's 2006 Summit on Video Games, Youth, and Public Policy. Retrieved March 25, 2008, from <http://www.mediafamily.org/press/20061031.shtml>.

12. Sharif, I., Wills, T. A., & Sargent, J. D. (2001). Effect of visual media use on school performance: A prospective study. *Journal of Adolescent Health* 46 (1) pp. 52-61.

Mniej czasu przed telewizorem to mniej reklam skierowanych do dzieci i mniej stresu!

Jedną ze znaczących szkód nadmiernego czasu przed ekranem jest ekspozycja dzieci na treści reklamowe i marketing bezpośrednio skierowany do dzieci. W rzeczywistości najlepszym sposobem na ochronienie dzieci przed szkodliwymi skutkami ekspozycji na treści reklamowe jest ograniczanie czasu spędzanego przed ekranami telewizorów, monitorami komputerów i innych urządzeń. W samej tylko telewizji dzieci mogą zobaczyć więcej niż 25.000 reklam każdego roku! ¹ Poza tym dzieci bombardowane są innymi rodzajami marketingu, w tym:

- Przekazywanie licencji między korporacjami – postacie z bajek sprzedawane są jako lalki, zestawy klocków, widnieją na ubraniach czy opakowaniach żywności, aby zachęcić dzieci do posiadania konkretnego produktu.
- Lokowanie produktu - produkty często przeplatają się w programach dla dzieci jako rekwizyty lub nawet elementy fabuły.

- Gry reklamowe - gry budowane wokół marek, tak aby, dzieci spędzały dużo czasu na oglądaniu produktów, takich jak: słodczyce czy niezdrowe przekąski.

- Targetowanie behawioralne - firmy wykorzystują programy śledzące zachowanie dziecka w Internecie, aby kierować do nich reklamy konkretnych produktów.

Komercjalizacja mediów cyfrowych skierowanych do dzieci jest związana wieloma niekorzystnymi zjawiskami, jak:

- Dziecięca otyłość² – przeciętne dziecko podczas oglądania telewizji zjada 167 kalorii na godzinę. ³ Jedna 30 sekundowa reklama oglądana przez 2 letnie dziecko może wpłynąć na jego preferencje żywieniowe. ⁴

- Zaburzenia odżywiania⁵ – kiedy na Fidżi wprowadzono telewizję, w ciągu zaledwie kilku miesięcy zauważono znaczne zwiększenie się przypadków zaburzeń odżywiania (bulimia, anoreksja) wśród młodych dziewcząt. Skrajnie chude kobiety z telewizji zastąpiły rodzime standardy

piękna. Jeden z pediatrów skomentował to zjawisko jako zachowanie adaptacyjne dziewcząt, które oglądają zbyt dużo telewizji. Bulimia to jedyny sposób, żeby modelki mogły konsumować fast foody, które reklamują i nie tyć.⁶

- Nieodpowiedzialne i przedwczesne zachowania seksualne⁷ – dzieci uczą się z mediów cyfrowych nieprawdziwych definicji czym jest seks i seksualność oraz co to oznacza być kobietą, a co mężczyzną. Reklamy telewizyjne i zabawki promują stereotypowe role płciowe i podkreślają przedmiotowe wizerunki dziewcząt i kobiet.

- Przemoc wśród młodzieży⁹ – obrazy przemocy skierowane do nastolatków i dorosłych bardzo często są dostępne dla dzieci w wieku wczesnoszkolnym.¹⁰ Przemoc prezentowana w mediach negatywnie wpływa na zachowania dzieci, ich postrzeganie przemocy w rzeczywistym życiu, oraz empatię wobec ofiar przemocy.¹¹

Czas przed ekranem i oddziaływanie reklam, którym poddawane są dzieci często powoduje napięcia i konflikty w rodzinie.¹² Korporacje i koncerny planując swoje kampanie marketingowe często korzystają z wiedzy psychologicznej, by tworzyć przekaz efektywnie

trafiający do dzieci.¹³ Dzieci często po obejrzeniu reklamy wymuszają na rodzicach zakup określonych produktów i są w tym bardzo efektywne. Jedna na 3 wizyty w restauracjach typu Fast Food ma miejsce w wyniku wymuszania przez dziecko.¹⁴ Poza tym, starsze dzieci po obejrzeniu reklamy, średnio od 7 do 12 razy namawiają rodziców na kupno danego przedmiotu, a najbardziej wytrwałe potrafią nawet 50 razy upominać się o zakup wymarzonej zabawki.¹⁵

Główną przyczyną tak silnego oddziaływania reklam telewizyjnych na dzieci jest nie umiejętność samokontroli, co skutkuje natychmiastową chęcią posiadania atrakcyjnego przedmiotu. Po drugie dzieci na całym świecie większość czasu przeznaczonego na odpoczynek spędzają przed telewizorem lub monitorem.¹⁶ Jedną z zalet Tygodnia bez Monitora jest właśnie spędzanie czasu wolnego bez reklam – czytając, gotując, bawiąc się na świeżym powietrzu czy w ogrodzie. Ten czas wolny od reklam może zmniejszyć ilość konfliktów i nieporozumień między rodzicami a dziećmi. Tydzień bez monitora może być doskonałą okazją do zapoczątkowania szczęśliwszego i zdrowszego życia!

1. Federal Trade Commission Bureau of Economics Staff Report. (2007, June 1). Children's Exposure to TV Advertising in 1977 and 2004. Holt, D. J., Ippolito, P. M., Desrochers, D. M. & Kelley, C. R. p. 9.

2. World Health Organization (WHO), Diet, Nutrition, and the Prevention of Chronic Diseases, WHO Technical Report Series 916 (Geneva, Switzerland: 2003).

3. Weicha, J., Peterson, K., & Ludwig, D. (2006). When children eat what they watch: Impact of television viewing on dietary intake in youth. *Arch Pediatr Adolesc Med.*, 160(4), pp. 436-42.

4. Borzekowski, D. et al. (2001). The 30-Second effect: An experiment revealing the impact of television commercials on food preferences of preschoolers, *J. Am. Dietetic Ass'n* 42, pp. 42-46.

5. A. E. Becker et al. (2002). Eating behaviors and attitudes following prolonged exposure to television among ethnic Fijian adolescent girls," *British Journal of Psychiatry*, vol. 180, pp. 509-14.

6. Dietz, W. H. (1990). You are what you eat – what you eat is what you are. *Journal of Adolescent Health Care* 11, pp. 76-81.

7. American Psychological Association, Task Force on the Sexualization of Girls, report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls (Washington, DC: 2007), p. 3

8. See Levin, D. & Kilbourne, J. (2008). *So Sexy So Soon: The New Sexualized Childhood and What Parents Can Do to Protect Them*. New York: Ballantine Books; Lamb, S., Brown, L. M. & Tappan, M. (2009).

Packaging Boyhood: Saving Our Sons From Superheroes, Slackers and Other Media Stereotypes. New York: St. Martin's Press.

9. "Joint Statement on the Impact of Entertainment Violence on Children," Congressional Public Health Summit, 26 July 2000, at www.aap.org/advocacy/releases/jstmtevc.htm.

10. Federal Trade Commission Report to Congress (2009, December). Marketing Violent Entertainment to Children: A Sixth Follow-Up Review of Industry Practices in the Motion Picture, Music Recording & Electronic Game Industry. Leibowitz, J., Harbour, P. J., Kovacic, W. E. & Rosch, J. T. pp. 2-18.

11. "Joint Statement on the Impact of Entertainment Violence on Children," Congressional Public Health Summit, 26 July 2000, at www.aap.org/advocacy/releases/jstmtevc.htm; "Consensus statement from the Institute for Media and the Family's 2006 Summit on Video Games, Youth, and Public Policy." Retrieved March 25, 2008, from <http://www.mediafamily.org/press/20061031.shtml>.

12. Buijzen, M. & Valkenburg, P. (2003). The effects of television advertising on materialism, parent-child conflict, and unhappiness: A review of research. *Applied Developmental Psychology* 24: 437-456.

13. Morales, E. (2000, March). The Nag Factor: Measuring Children's Influence. *Admap*, 35-37.

14. Western Media International, "The Fine Art of Whining: Why Nagging Is a Kid's Best Friend," *Business Wire*, 11 August 1998.

15. Center for a New American Dream (2002, May). Thanks to Ads, Kids Won't Take No, No, No, No, No, No, No, No, No for an Answer. Tacoma Park, MD.

16. Singer, D. G. et al., "Children's Pastimes and Play in Sixteen Nations: Is Free-Play Declining?" *American Journal of Play*, Winter 2009, pp. 283-312.

Mniej czasu przed monitorem to więcej czasu na kreatywną zabawę i naukę oraz lepsze zdrowie

Dzieci muszą się bawić

Zabawa jest konieczna dla prawidłowego rozwoju dzieci. W konwencji o prawach dziecka ONZ znajdziemy zapisy o tym jak ważna dla prawidłowego rozwoju i zdrowia dzieci jest zabawa. Jednym z najważniejszych powodów przemawiających za ograniczaniem czasu przed monitorem przez dzieci jest zwiększenie dzięki temu czasu do samodzielnej, twórczej zabawy.¹

Zalety kreatywnej zabawy:

- daje upust fantazji,
- pomaga wypracować konstruktywne wyrażanie uczuć i emocji,
- poczucie sprawstwa,
- przyjmowanie różnych ról,

- doskonalenie praktycznych umiejętności.²

Zabawa wpływa korzystnie na:

- rozwój umysłowy, emocjonalny, społeczny i ruchowy,
- rozwój zainteresowań,
- wyrównywanie drobnych opóźnień rozwojowych,
- przygotowanie do nauki w szkole,
- umiejętność krytycznego myślenia oraz konstruktywnego rozwiązywania problemów,³
- rozwój i doskonalenie umiejętności samokontroli.⁴

Wraz ze wzrostem ilości czasu spędzanego przed monitorem zmniejsza się ilość czasu

samodzielnej, konstruktywnej zabawy.⁵ Poza tym im młodsze dziecko zaczyna korzystać z urządzeń multimedialnych tym trudniej je od tego odzwyczaić w starszym wieku.⁶ Oprócz tego, telewizja nie sprzyja rozwijaniu umiejętności twórczej zabawy w przeciwieństwie do innych mediów, takich jak książki lub radio.⁷

Zabawki sprzedawane przez telewizję lub poprzez Internet wyposażone związane z popularnymi programami dodatkowo hamują naturalną kreatywność dzieci podając im gotowy schemat wykorzystania zabawki.⁸ Multimedialne zabawki nie zachęcają dziecka do wykorzystania ich w świecie dziecka a ograniczają zabawę do wciskania przycisków.

Zabawa na świeżym powietrzu jest ważna bez znaczenia na pogodę

Według zaleceń Prezydenta Stanów Zjednoczonych Ameryki dotyczących zapobiegania otyłości u dzieci, potrzebują one co najmniej 60 minut aktywnej i energicznej zabawy dziennie. Jednym z najprostszych i najprzyjemniejszych sposobów na osiągnięcie tego celu są gry lub zabawy na świeżym powietrzu.⁹ Otyłość u dzieci staje się poważnym problemem społecznym coraz bardziej dostrzegalnym, także w Polsce, z tego też powodu długość czasu spędzanego przed ekranem niewątpliwie sprzyja problemom

zdrowotnym. Dzieci w wieku od 10 do 16 lat spędzają teraz średnio tylko 12,6 minuty dziennie na energicznej aktywności fizycznej, a 10,4 godzin dziennie nieruchomo – podczas lekcji w szkole, przed ekranem telewizora, komputera, telefonu czy tabletu.¹⁰ Ponadto, badania pokazały, że nawet 86% dzieci mieszkających w centrach miast ma ograniczone umiejętności motoryczne, takie jak bieganie, skakanie, rzucanie czy łapanie.¹¹

Podczas gdy zwolennicy technologii promują urządzenia do gry z kontrolerami ruchu, badania pokazują, że mimo wszystko podczas takiej gry spalamy mniej kalorii niż podczas prawdziwej aktywności fizycznej.¹²

Tydzień bez Monitora może być okazją do doświadczenia przez dzieci i ich rodzin przyjemności płynących z :

- zabawy materiałami plastycznymi
- zabawy instrumentami muzycznymi
- zabawy klockami
- zabawy kartami lub gramiami planszowymi
- aktywności na świeżym powietrzu i w domu
- poznawania możliwości swojej wyobraźni
- uprawiania sportu
- bycia częścią grupy
- doświadczania swoich możliwości

A gdy Tydzień bez Monitora się skończy można kontynuować zabawę...

1. Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights. (1989, November 20). Convention on the Rights of the Child: General Assembly Resolution 44/25. Retrieved April 11, 2007, from www.unhchr.ch/html/menu3/b/k2crc.htm

2. Linn, S. (2008). *The Case for Make Believe: Saving Play in a Commercialized World*. New York: The New Press. p. 2.

3. Levin, D. (1998). *Remote Control Childhood?: Combating the Hazards of Media Culture*. Washington, DC: National Association for the Education of Young Children.

4. Whitebread, D., Coltman, P., Jameson, H., & Lander, R. (2009). Play, cognition and self-regulation: What exactly are children learning when they learn through play? *Educational and Child Psychology*, 26(2), pp. 40-52.

5. Barros, R. M., Silver, E. J., Stein, R. E. K. (2009). School recess and group classroom behavior. *Pediatrics*, 123(2), pp. 431-436.

6. Certain, L. K. & Kahn, R. S. (2002). Prevalence, correlates, and trajectory of television viewing among infants and toddlers. *Pediatrics*, 109(4), pp. 634–642.
7. Valkenberg, P. (2001). Television and the child's developing imagination, in D. G. Singer and J. L. Singer, eds., *Handbook of Children and the Media*. Pacific Oaks, CA: Sage Publications, pp. 121–34.
8. Greenfield, P. M. et al. (1993). The program-length commercial. *Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World*, G. Berry and J. K. Asamen, eds. Newbury Park, CA: Sage Publications. pp. 53-72.
9. White House Task Force on Childhood Obesity. Retrieved January 10, 2011 from <http://www.letsmove.gov/outside/index.html>.
10. Strauss, R. S., Rodzilsky, D., Burack, G., & Colin, M. (2001). Psychosocial correlates of physical activity in healthy children. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 155(8), pp. 897-902.
11. Goodway, J. D., Robinson, L. E., & Crowe, H. (2010). Gender differences in fundamental motor skill development in disadvantaged preschoolers from two geographical regions. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 81(1), pp. 17-24.
12. Graves, B. L., Stratton, G., Ridgers, N. D., & Cable, N. T. (2007). Sport comparison of energy expenditure in adolescents when playing new generation and sedentary computer games: cross sectional study. *British Medical Journal*, 335, pp. 1282-1284.

Mniej czasu przed monitorem to większa satysfakcja z życia oraz większa troska o środowisko

Im więcej czasu dzieci i dorośli spędzają przed monitorami tym większymi materialistami się stają¹ – chcą więcej rzeczy, a gdy nie mogą ich mieć stają się nieszczęśliwi.

Telewizja i Internet bombarduje widzów reklamami produktów, których posiadanie ma ich uszczęśliwić. Niestety jak pokazuje doświadczenie efekt tych działań jest zwykle odwrotny – presja posiadania i kupowania sprawia, że ludzie są bardziej nieszczęśliwi.²

Materializm i nadmierny konsumpcjonizm ma negatywny wpływ na zdrowie, stan psychiczny i środowisko.

Dzieci, które przywiązują większą wagę do rzeczy niż ich rówieśnicy:

- mają niższą samoocenę i gorzej wypowiadają się na temat swoich rodziców³
- są mniej radosne, bardziej depresyjne, lękliwe i częściej chorują psychosomatycznie⁴
- są mniej skłonne do tego by się dzielić z innymi⁵
- słabiej angażują się w działania na rzecz środowiska naturalnego, są mniej skłonne do segregowania śmieci czy oszczędzania wody podczas kąpieli⁶

Jak wynika z badań psychologa Tim'a Kasser'a dotyczących relacji między kupowaniem a dobrym samopoczuciem „Zdrowie psychiczne dziecka może ulec pogorszeniu, jeśli zostanie uwikłane w kulturę konsumpcjonizmu. Natomiast dzieciom z problemami emocjonalnymi mogłoby pomóc zabranie ich ze świata

jaki przekazują im korporacje i koncerny za pośrednictwem reklam." ⁷

Im więcej czasu spędzamy przed ekranem, tym mniej dbamy o środowisko - w szczególności ze względu na niekończący się strumień wiadomości handlowych. ⁸

Dzieci oglądają średnio 25 tysięcy reklam rocznie, nie licząc programów, w których lokowane są produkty oraz gier i bajek w których popularne zabawki występują jako postacie rysunkowe. ⁹ Nawet jeśli dzieci nie oglądają tradycyjnych reklam – telewizja i Internet nieustannie sprzedaje im różnego rodzaju produkty. Większość popularnych programów, aplikacji czy stron internetowych przeznaczonych dla dzieci zarabia na sprzedaży zabawek, ubrań, żywności czy akcesoriów dla dzieci, udzielając licencji ich producentom.

Tym sposobem dzieci oglądając program czy korzystając z Internetu otrzymują jasny przekaz, że aplikacja czy kreskówka jest niewystarczająca, aby być szczęśliwym

muszą kupić zabawkę, koszulkę czy batonik z wizerunkiem ulubionej postaci. Presja posiadania prowadzi do nieustannego kupowania kolejnych przedmiotów z wizerunkami postaci, a później wyrzucania ich by zrobić miejsce na kolejne i tak w nieskończoność nie osiągając satysfakcji bo zawsze można mieć coś lepszego, nowszego.

Tydzień bez Monitora to okazja, aby uwolnić się poza komercyjnie napędzaną kulturę medialną.

- Można pomajsterkować i zrobić coś samemu
- Nauczyć się robić na drutach
- Posadzić roślinkę
- Zrobić podwórkowy sklep i pozbyć się nieużywanych od dawna rzeczy
- Uszyć ubranka dla lalek
- Upiec ciasto
- Udać się na pieszą wycieczkę
- Zrobić piknik

Zorganizować zabawę w podchody dla całego sąsiedztwa i przy okazji poznać lepiej okolicę.

1. Schor, J. (2004). *Born to Buy: The Commercialized Child and the New Consumer Culture*. New York: Scribner, p.167; Nairn, A. & Ormrad, J. (2009). *Watching, Wanting and Well Being: Exploring the Links*. National Consumer Council: London, England.

2. Kasser, T. (2002). *The High Price of Materialism*. Cambridge, MA: MIT Press.

3. Nairn, A. & Ormrad, J. (2009). *Watching, Wanting and Well Being: Exploring the Links*. National Consumer Council: London, England.

4. Schor, J. (2004). *Born to Buy: The Commercialized Child and the New Consumer Culture*.

5. Ibid.

6. Ibid.

7. Kasser, T. (2005). Psychometric development of brief measures of frugality, generosity, and materialism for use in children and adolescents. In: K. Moore & L. Lippman (Eds.) *Conceptualizing and Measuring Indicators of Positive Development: What do children need to flourish?* New York: Kluwer/Plenum. pp. 357-373.

8. Good, J. (2007). Shop 'til we drop? Television, materialism and attitudes about the natural environment. *Mass Communication and Society*, 10(3), pp. 365–383.

9. Federal Trade Commission Bureau of Economics Staff Report (2007, June 1). *Children's Exposure to TV Advertising in 1977 and 2004*. Holt, D. J., Ippolito, P. M., Desrochers, D. M. & Kelley, C. R. p. 9.

Gdy zapytają Cię o Tydzień bez Monitora jak odpowiadać

Czy nie możemy „odłączyć się” tylko na jeden dzień?

Wyłączenie monitorów lub choćby ograniczenie korzystania z nich na 7 dni pomaga uświadomić sobie, że życie bez nich jest możliwe i może być nawet fajne. Cały tydzień to wystarczająco dużo czasu by doświadczyć więcej zajęć i aktywności bez monitora i rozwinąć satysfakcjonujące nawyki. Jednodniowe wyłączenie urządzeń cyfrowych jest łatwiejsze, ale nie daje wystarczająco dużo czasu na odpoczynek od hałasu i uświadomienie sobie jaki wpływ na nasze życie mają te urządzenia.

Czy wszystkie programy telewizyjne są złe?

Jednym z celów Tygodnia bez Monitora jest powstrzymanie się od oceniania, które programy są złe lub dobre, a skoncentrowanie się na odkrywaniu, tworzeniu, samodzielnym kreatywnym działaniu, od którego powstrzymują nas programy i urządzenia. Niezależnie od jakości mediów, nie ma wątpliwości, że dla większości dzieci, czas spędzony przed ekranem paraliżuje wszelkie inne działania i rekreację. Co jest niewątpliwie szkodliwe dla ich prawidłowego rozwoju, a wyłączenie tych urządzeń na kilka dni, może być katalizatorem do doświadczenia i korzystania z otoczenia.

Nie powstrzymamy rozwoju technologicznego. Czy nie lepiej zaakceptować rzeczywistość jaką jest?

Technologia, niewątpliwie, w wielu przypadkach ułatwia nam życie, ale to nie

znaczy, że dzieci mają spędzać ponad 7 godzin dziennie beczynnie siedząc wpatrując się w poruszające obrazki lub beczynnie klikając w ekran tabletu. Nasze dzieci będą zdrowsze i szczęśliwsze, jeśli spędza mniej czasu przed telewizorem, gramy wideo, smartfonem czy tabletem. Jednak musimy im pokazać, że można robić coś więcej niż beczynnie siedzieć, przyłączając się całą rodziną i powstrzymując się od korzystania z urządzeń multimedialnych.

Czy zamiast zabierać dzieciom monitory, nie powinniśmy uczyć ich jak właściwie z nich korzystać?

Tydzień bez Monitora jest właśnie częścią doskonalenia sprawności we właściwym korzystaniu z technologii – czyli umiejętności i wiedzy kiedy należy urządzenia te wyłączyć. Nie można powiedzieć, że ktoś umie właściwie korzystać z mediów jeśli nie potrafi powstrzymać się od korzystania z nich nawet na kilka dni na rzecz doświadczenia otaczającego go świata. Osoby najefektywniej korzystające z mediów to takie, które mają szerokie zainteresowania i doświadczenia, a komputery i inne urządzenia wykorzystują do analizowania, interpretowania lub przekazywania wiedzy o tym co widzą lub słyszą. Zamiast udawać, że godziny spędzane przed monitorami dają umiejętność sprawnego poruszania się w świecie technologii, dajmy dzieciom szansę bawić się i grać w grupie, nawiązywać i budować relacje, testować swoje możliwości. Wszystko to pomoże im dołączyć do grona osób lepiej wykształconych,

bardziej świadomych konsumentów – a tym samym wzbogaci ich umiejętności korzystania z mediów.

Czy potępiamy korzystanie z nowoczesnych technologii?

Nie jest tak, że potępiamy wszystkie technologie. Sami z nich korzystamy i wiemy, że mogą pomagać w pracy, nauce czy organizacji pracy. Chodzi nam tylko o czas

i nawyki jakich uczą się dzieci korzystając nadmiernie z mediów cyfrowych i konsekwencje do jakich nadmierne korzystanie z urządzeń prowadzi. Otyłość, trudności z koncentracją uwagi czy słabe wyniki w nauce w większości dotyczą dzieci, które swój wolny czas spędzają przez ekranami urządzeń cyfrowych. Jak pokazują badania ograniczanie czasu spędzanego przed monitorami na rzecz aktywności na świeżym powietrzu ma bardzo pozytywny wpływ na zdrowie i rozwój społeczny oraz emocjonalny dzieci.

Czy decydując się na udział w Tygodniu bez Monitora muszę wyłączyć telefon? Co z korzystaniem z urządzeń multimedialnych w pracy lub przy nauce?

W żadnym wypadku nie namawiamy nikogo do rezygnacji z pracy, nauki czy zaprzestania rozmów telefonicznych. Głównym celem Tygodnia bez Monitora jest zrezygnowanie z używania urządzeń multimedialnych jako rozrywki lub sposobu spędzania czasu wolnego zamiast zabawy poza domem. Otaczające nas urządzenia są już na tyle wplecione w nasze życie, że ciężko rozróżnić kiedy używamy je do pracy, a kiedy traktujemy jako rozrywkę. Tydzień bez Monitora ma być okazją do tego, by zastanowić się nad wpływem czasu przed ekranami i urządzeniami elektronicznymi na nasze życie, czy nie zakłóca to naszego życia rodzinnego (łącznie z posiłkami).

Moi najbliżsi nie chcą się włączyć, co wtedy?

Uczestnictwo w Tygodniu bez Monitora jest dobrowolne i ma być przyjemnością, a nie obowiązkiem, dlatego też odradzamy zmuszanie kogokolwiek do uczestnictwa. Warto zaproponować najbliższemu podjęcie takiego wyzwania ponieważ założenie jest takie, by był to czas spędzony z rodziną. Jednak jeśli Twoi bliscy nie są na to gotowi uszanuj ich wybór być może po jakimś czasie dostrzegą zalety wyłączenia monitorów. Ważne jest by była to ich własna decyzja.

Potrzebuję trochę ciszy i spokoju, kiedy wracam do domu. Jak mogę zająć dzieci, kiedy przygotowuję kolację lub sprzątam?

Najlepszym sposobem na to jest zlecić dzieciom zadania polegające na pomocy Tobie w kuchni lub przy porządkach. Jeśli nie możesz w taki sposób zająć dzieci to poproś je, by opowiedziały Ci jak minął im dzień lub przeczytały fragment lektury w czasie gdy pracujesz. Angażowanie dzieci w pomoc przy pracach domowych ma pozytywny wpływ zarówno na Ciebie (mniej spraw musisz zrobić sama) jak i na Twoje dzieci, ponieważ uczą się one dbania o swoje otoczenie i wykonywania prac, które niewątpliwie przydadzą się w życiu.

Okolica w której mieszkam nie jest bezpieczna. Czy nie jest lepiej, gdy moje dzieci będą siedzieć bezpiecznie przed monitorem w domu?

Wszystkie dzieci powinny mieć dostęp do bezpiecznych plac zabaw na świeżym powietrzu. Wszystkim rodzicom powinno zależeć na tym by to zmienić. Może przy okazji Tygodnia bez Monitora warto było by spróbować połączyć się z sąsiadami i porozumieć się z władzami miasta lub miejscowości, z której pochodzisz by wspólnie stworzyć takie bezpieczne dla lokalnej społeczności miejsce. Poza tym

oprócz zabaw poza domem można czytać, grać w gry planszowe, piec, robić projekty artystyczne i wiele innych.

Czy powinniśmy planować każdy dzień podczas Tygodnia bez Monitora?

Niektórzy organizatorzy wolą zaplanować zróżnicowane działania na każdy dzień, podczas gdy inni wolą planować tylko kilka zorganizowanych zajęć. Każde podejście może być zadowalające. W szkole jest możliwość zaplanowania wielu działań. Jednak organizatorzy zgadzają się, że dobrze jest mieć przynajmniej jeden zaplanowany dzień dla rodziny w ciągu tygodnia.

Czy jest jakiś skuteczny sposób by zachęcić nastolatki do udziału w akcji?

Postaraj się by zajęcia podczas Tygodnia bez Monitora były zabawne i atrakcyjne dla dzieci. Można zachęcić nastolatków do potraktowania akcji jako wyzwania.

Zachęć uczniów do dyskusji na temat znaczenia i wpływu mediów na życie dzieci i całych rodzin. Zorganizuj debatę, podziel uczniów na grupy, które przedstawią przeciwstawne poglądy. Użyj gotowych pomysłów na lekcje, by pobudzić dyskusję na temat kwestii czasu spędzanego przed telewizorem i takiej formy spędzania czasu wolnego. Możesz zmotywować swoich podopiecznych przyznając dodatkowe punkty dla uczestników, którzy zdecydują się prowadzić dziennik i opisać swoje doświadczenia w ciągu tygodnia. Organizatorzy Tygodnia bez Monitora mogą zachęcić do udziału lokalnych przedsiębiorców (księgarnie, kręgielnie itp.) do zaoferowania zniżki dla studentów, rodzin i osób, które przedstawią podpisaną Kartę udziału w Tygodniu bez Monitora. Konkursy i sportowa rywalizacja może również skutecznie zmotywować nastolatków.

Rozdział 2

Wskazówki dla organizatorów

W tym rozdziale znajdziesz:

- Jak promować Tydzień bez Monitora wśród rodziców oraz w mediach
- Jak zachęcić innych do udziału
- Jak się dobrze bawić

Jak promować Tydzień bez Monitora

Rodzice

Pierwszą grupą, do której warto dotrzeć przy okazji promocji Tygodnia bez Monitora są rodzice dzieci, które miałyby uczestniczyć w tej inicjatywie.

Po pierwsze warto włączyć promocję poprzez Newsletter. Wysyłanie informacji, artykułów na temat korzyści funkcjonowania „bez monitorów” mogłyby przypominać rodzicom o tej inicjatywie. Tego typu informacje pomogłyby również w zrekrutowaniu wolontariuszy, którzy mogliby pomóc w organizacji tej inicjatywy.

Po drugie, promocja może odbywać się na portalach społecznościowych, np. Facebooku. Poprzez społeczną wymianę można podzielić się z innymi informacjami na temat tego, jak długo zamierza się zredukować obecność „monitorów”, jakimi środkami chce się to osiągnąć itp. Tutaj jest parę sugestii dotyczących tego jak wykorzystywać do tych celów Facebooka albo Twittera:

- Zostań fanem Tygodnia bez Monitora www.facebook.com/TydzienBezMonitora na portal Facebook. Możesz dzięki temu komunikować się z organizatorami tego wydarzenia
- Stwórz swój własny profil Bez Monitora, dzięki temu będziesz mógł zaprosić swoich znajomych do zaangażowania się w wydarzenie, tworzyć wydarzenia, na które znajomi będą mogli się zapisywać itp.
- Jeśli w ramach tego tygodnia planujesz jakieś szczególne wydarzenia, to utwórz dla każdego z nich osobne wydarzenie i zapraszaj znajomych

- Stwórz grupę tego wydarzenia i koordynuj aktywności w ramach wydarzenia na poziomie lokalnym

Również na Twitterze jest możliwość promocji inicjatywy – możesz np. użyć hash-tagu #tydzienbezmonitora.

Prasa

Drugą grupą, do której można dotrzeć, jest prasa. Zazwyczaj prasa lokalna ma w zwyczaju publikowanie listów czytelników. I ty możesz napisać do wybranej gazety taki list, w odpowiedzi na jakiś problem społeczny dotyczący dzieci i młodzieży. Pamiętaj, aby list miał mniej niż 250 słów i zawierał twoje dane, miejsce zamieszkania, numer telefonu i afiliację. Studenci, którzy piszą do redakcji, mogą podać kierunek studiów i rok studiów.

Ważne jest, aby promować wydarzenie w mediach poprzez przesyłanie konkretnym gazetom gotowych informacji na temat tego wydarzenia. Należy pamiętać, aby ta informacja miała dobry, chwytliwy tytuł, np. "Studenci dzięki odrzuceniu elektroniki mają czas na aktywność fizyczną!". Pamiętaj też, aby twoja informacja prasowa odpowiadała na te pytania:

- Do kogo kierujesz swoją akcją promocyjną?
- Na czym właściwie polega Tydzień bez Monitorów?
- Dlaczego ważne jest to, aby ograniczyć korzystanie z elektroniki?
- Kiedy odbędzie się wydarzenie?

W informacji powinieneś zawrzeć kontakt do siebie, stronę www wydarzenia itp. Przesyłaj informację do mediów: gazet lokalnych, radia, telewizji. Pamiętaj, aby mieć na uwadze:

- Co chcesz osiągnąć? Np. czy chcesz aby reporter o tym napisał? Spotkał się z tobą? Był obecny na tym wydarzeniu?
- Bądź klarowny w swojej informacji, zrezygnuj ze zbędnych rzeczy.

- Przedstaw swoje formy dodatkowej pomocy, np. że mógłbyś być ekspertem medialnym z jakiegoś zakresu w zamian za publikację.
- Bądź szczery. Jeśli czegoś nie wiesz, odeślij na stronę:
www.bezmonitora.klubrodzica.com.

Przykładowy list do rodzica z zaproszeniem do uczestnictwa w wydarzeniu

Drogi Rodzicu,

W dniu, klasa Pani/ Pana dziecka będą uczestniczyć w Tygodniu bez Monitora, ogólnopolskiej imprezie organizowanej przez Fundację Pegaz.la we współpracy z Campaign for Commercial-Free Childhood. Akcja organizowana jest przez szkoły, rodziny i inne grupy społeczne i środowiskowe każdego roku. Podczas wydarzenia miliony dzieci i dorosłych powstrzymuje się od spędzania czasu wolnego przed monitorem komputera czy ekranem telewizora. Zamiast tego spędzają czas aktywnie na świeżym powietrzu, czytają książki, planują i rozmyślają, wykonują ćwiczenia fizyczne, starają się spędzać więcej czasu z rodziną i przyjaciółmi.

Badania pokazują, że dzieci, które oglądają mniej telewizji, lepiej czytają i są bardziej sprawne fizycznie oraz mają lepsze relacje z rodziną. Faktem jest, że każdego tygodnia polskie dzieci spędzają więcej czasu przed monitorem niż w szkole! Tydzień bez Monitora to świetny sposób, aby zachęcić je do czytania, uczenia się, i aktywnej zabawy. Jest to także świetna zabawa! Ten rodzaj wsparcia jest najlepszą rzeczą, jaką można zrobić aby upewnić się, że dziecko będzie mieć udane dzieciństwo.

Jeśli chcieliby Państwo uzyskać więcej informacji na temat skutków nadmiernego czasu spędzanego przy korzystaniu z urządzeń elektronicznych, proszę o kontakt. Możesz również dowiedzieć się więcej odwiedzając www.bezmonitora.klubrodzica.com.

Proszę o informację, czy Pani/Pana dziecko będzie uczestniczyć w wydarzeniu.

Z poważaniem,

Zgoda na uczestnictwo

Imię i nazwisko ucznia:

Imię i nazwisko nauczyciela:

Proszę zaznaczyć odpowiedni punkt:

- ☐ Całą rodziną będziemy uczestniczyć w akcji.
- ☐ Tylko dziecko będzie uczestniczyć w akcji, ale będziemy je wspierać.
- ☐ Wyrażam chęć wsparcia akcji.
- ☐ Dziękuję, ale nie będziemy uczestniczyć w Tygodniu bez Monitora.

Przykładowa informacja prasowa

Dzisiejsza data:.....

Kontakt: (Imię i nazwisko, telefon i e-mail)

PROŚBA O PUBLIKACJĘ

Nadchodzi Tydzień Bez od Monitorów!

Tydzień bez Monitora odbędzie się w dniach 23-29 maja 2016 i stanowi ogólnopolską kampanię społeczną organizowaną przez Fundację Pegaz.la we współpracy z Campaign for a Commercial-Free Childhood. Do włączenia się w tę inicjatywę społeczną zapraszamy dzieci i rodziców, rodziny, placówki edukacyjne, inne instytucje i organizacje, grupy społeczne, a także wolontariuszy.

Głównym jej celem jest zwrócenie uwagi na problem coraz częstszych uzależnień od urządzeń elektronicznych oraz promocja aktywnego spędzania wolnego czasu w gronie rodzinnym.

Propagowana przez nas inicjatywa powstała w 1994 roku w Stanach Zjednoczonych Ameryki. Od tamtego czasu liczne organizacje i instytucje na całym świecie włączają się w tę akcję. Wspiera ją nawet Prezydent Barack Obama.

Podczas Tygodnia Bez Monitora miliony dzieci i dorosłych na całym Świecie deklarują, że przez siedem dni powstrzymają się lub w znacznym stopniu ograniczą korzystanie z urządzeń z monitorem. Oznacza to, że na ten czas nie tylko ograniczą korzystanie z komputerów, smartfonów i tabletów, ale przede wszystkim, że będą w tym czasie czytać, bawić się, rozmyślać, tworzyć, spędzać czas na świeżym powietrzu, uprawiać sport i a przede wszystkim zadbać o relację z rodziną i przyjaciółmi.

Badania pokazują, że dzieci, które mniej korzystają z komputerów i urządzeń takich jak tablety czy smartfony lepiej czytają i są bardziej sprawne fizycznie. Ponadto, wyłączenie tych urządzeń pozwala na wartościowe spędzenie czasu z rodziną. Statystyki donoszą, że każdego tygodnia dzieci spędzają porównywalną, a nawet większą ilość czasu przed monitorem, bądź telewizorem niż w szkole. Dlatego Tydzień Bez Monitora jest świetną okazją na pokazanie ciekawych alternatyw spędzania wolnego czasu, jak kreatywne zdobywanie wiedzy, czytanie i zabawy związane z aktywnością fizyczną. Przy okazji może to sprawić wielką frajdę i być okazją do spędzenia czasu z najbliższymi w satysfakcjonujący i kreatywny sposób!

Placówki i organizacje biorące udział w kampanii otrzymają od nas bezpłatne materiały edukacyjno-informacyjne z ciekawymi pomysłami na zorganizowanie zajęć oraz certyfikaty po zakończeniu akcji.

Tydzień Bez Monitora to doskonała okazja, aby zwiększyć naszą niezależność od cyfrowej rozrywki. To szansa dla dzieci i dorosłych na poprawę wspólnych, szczególnie zaniedbywanych w dzisiejszych czasach, relacji rodzinnych i międzyludzkich.

Do tej pory naszą akcję objęli patronatem honorowym Rzecznik Praw Dziecka Marek Michalak oraz Prezydent Miasta Gdańska Paweł Adamowicz.

Zapraszamy na stronę poświęconą akcji: www.bezmonitora.klubrodzica.com

Wskazówki dla liderów Tygodnia bez Monitora

Stwórz grupę partnerską

Warto byłoby zwerbować do akcji lekarzy, przychodnie, szkoły, nauczyciel, środowisko lokalne, Uniwersytety, biblioteki i inne osoby i instytucje, którym zależy, by dzieci czytały, a nie oglądały TV czy grały w gry komputerowe.

Stwórz własną unikalną nazwę dla tego przedsięwzięcia

To da całej grupie poczucie przynależności i zaktywizuje ją.

Wskaż korzyści

Edukuj i pokaż zgubny wpływ elektroniki na dzieci i młodzież. Pokaż zamienne metody spędzania wolnego czasu - sztuka, sport, dawne pasje (np. szydełkowanie, robienie na drutach, gra w krykieta). Ukaż zagrożenia związane z używaniem komputera i elektroniki (obciążenia poznawcze, nadpo-budliwość psycho-ruchowa, opóźnienia w rozwoju mowy, trudności społeczne, problemy z koncentracją uwagi, bierność fizyczna i umysłowa, spadek motywacji wewnętrznej)

Bądź liderem

Miej cechy dobrego lidera dla grupy – działaj stanowczo, jasno komunikuj

polecenia, zachęcaj, przekonuj, ale nie zmuszaj!

Zadbaj o promocję

Przekaż informatory i ulotki o akcji do przychodni, szkół, bibliotek, rozdaj je rodzicom na placach zabaw. Zapytaj w księgarniach o eventy np. godziny czytania bajek albo darmowe wejścia do muzeów na czas trwania akcji.

Zaproponuj debatę

Warto, by każdy z uczestników Twojej akcji na nowo przededefiniował znaczenie komputerów w jego życiu. Zastanowił się ile czasu spędza dziennie przed monitorem i jakie to ma dla niego znaczenie.

Rodzina ma się integrować

Gdy rodzice wyłączają tv i komputery dzieci sięgają do swojej naturalnej kreatywności i za jej pomocą budują swój własny świat, odnajdują swoją tożsamość. Grunt to edukacja odnośnie zagrożeń, ale również pokazywanie konkretnych przykładów spędzania wolnego czasu np. może zorganizować zajęcia jogi dla dzieci, pokazać eventy, na które warto się wybrać, zostawić w księgarniach artykuły o wpływie komputerów na ludzi i o całej akcji.

Rozdział 4

Przygotowanie dzieci i rodzin do Tygodnia bez Monitora

Idea włączenia się do akcji Tygodnia bez Monitora może być niezrozumiała lub nawet przerażająca dla dzieci i ich rodzin. Dlatego ważne jest, aby pomóc im przygotować się do udziału z wyprzedzeniem. Niektóre rodziny nie będą miały problemu, aby włączyć się do akcji i zorganizować ten czas na aktywnościach w gronie rodziny. Jednak niektóre będą potrzebowały większego wsparcia, wskazówek i edukacji na temat tego, czemu zmniejszanie czasu ekranowego jest tak ważne dla prawidłowego rozwoju dzieci.

W przypadku szkół ważne jest, by zaaranżować zajęcia i zadbać o prawidłową edukację rodziców, by chcieli zobowiązać się do udziału w Tygodniu bez Monitora.

W tym rozdziale przygotowaliśmy szereg gotowych propozycji dla klasy z podziałem na grupy wiekowe - dla przedszkolaków, uczniów szkół podstawowych i gimnazjum, przy czym niektóre z propozycji są uniwersalne i mogą być wykorzystane w każdej grupie dlatego też proponujemy łączenie ich według własnej wygody.

Wiedza na temat działania mediów i edukacja uczniów w zakresie ich oddziaływania to ważny element działań jakim powinniśmy poświęcić czas szczególnie w przypadku uczniów klas 4-6 oraz gimnazjum. Tydzień bez Monitora to czas, w którym powinniśmy pomóc uczniom

zidentyfikować i rozbudować ich wiedzę na temat tego w jaki sposób oddziałują na nich media i jaki ich potrzeby są przez media zaspokajane. Nauczyć ich rozróżnienia między uzależnieniem a korzystaniem w sposób zrównoważony z telewizji, komputera czy smartfona.

Dzisiaj, gdy w procesie badania wiedzy wykorzystuje się wystandaryzowane testy, nauczyciele mają mniej czasu na poznanie swoich podopiecznych. Jednym z rozwiązań jest burza mózgów z innymi nauczycielami na temat sposobu włączenia wiedzy na temat szkodliwości nadmiernego korzystania z ekranów i urządzeń cyfrowych do lekcji matematyki, języków, w-fu i innych zajęć.

Przygotowaliśmy też gotowe karty które mogą pomóc w zmotywowaniu i zaangażowaniu uczniów i ich rodzin w udział w akcji Tydzień bez Monitora.

W tym dziale znajdują Państwo:

- Propozycje zajęć dla przedszkolaków i uczniów pierwszych klas szkół podstawowych.
- Propozycje zajęć ze starszymi uczniami szkół podstawowych.
- Zajęcia dla uczniów gimnazjum.
- Wykres śledzenia reklam.
- Przewodnik dla rodzin
- Karta zobowiązania się do udziału dla uczestników.

Przygotowanie do Tygodnia bez Monitora Przedszkole i klasy 1-3 SP

Aby zachęcić dzieci do udziału w Tygodniu bez Monitora po pierwsze należy wzbudzić w nich ekscytację, opisując atrakcyjne zabawy przygotowane na ten czas, by potraktowały to jako wydarzenie wyjątkowe i szansę na dobrą zabawę.

Warto zachęcić je do rozmowy i fantazjowania na temat tego, co mogłyby robić zamiast grania na komputerze czy siedzenia przed telewizorem. Małe dzieci mają naturalną skłonność do fantazjowania, dlatego też pozwólmy im na najbardziej dziwaczne pomysły i potraktujmy wszystkie (nawet te dotyczące supermocy i lotu w kosmos) jako słuszne i ważne.

Możesz przy okazji:

- Poprosić dzieci by narysowały lub opisały jedną czynność/zabawę bez urządzeń elektronicznych
- Z wykonanych prac stwórzcie książeczkę
- Zawieście długą listę zabaw i działań wymyślonych przez dzieci na tablicy w klasie (będziecie później mogli je realizować)

W klasie, nauczyciele wraz z uczniami mogą przygotowywać skecze, śpiewać lub czytać wybrane wiersze o tym, jak można bawić się w domu lub poza nim – może stare gazety z lat 80-90 przeznaczone dla dzieci pomogą w wymyśleniu zabaw czy gier, o których współczesne maluchy już nie wiedzą. Przed rozpoczęciem Tygodnia bez Monitora, wychowawca może zorganizować dzień gier planszowych lub zajęcia w terenie (np. podchody). Może to pomóc rodzinom zainteresować dzieci zabawami „bez monitora” w ciągu tygodnia. Przekaż rodzicom informacje i ulotki na temat Tygodnia bez Monitora. Dołącz propozycje zawierające sugestie co mogą zrobić w domu i pomysły na działania lokalne dla rodziny, w których mogą wziąć udział.

Niech dzieci wiedzą, że po zakończonym z powodzeniem Tygodniu bez Monitora uczcie to wspólnie z klasą.

Jak oddziałują na nas media?

Zajęcia dla uczniów szkół podstawowych

Przed Tygodniem bez Monitora warto spędzić trochę czasu z uczniami, aby pomóc im dowiedzieć się i zrozumieć więcej o tym, co oglądają na ekranach i jaki ten przekaz ma cel oraz znaczenie. Działania te mogą prowadzić do zaangażowania się w ważne rozmowy z dziećmi. Poniżej przekazujemy Państwu propozycję lekcji jakie można przeprowadzić z uczniami szkół podstawowych.

Lekcja 1: Potrzebuję czy chcę?

Zadanie dla uczniów: zrób listę potrzeb, rzeczy które są niezbędne do przeżycia, bez których nie przeżyłbyś dnia. Następnie spis listę przedmiotów, które chciałbyś mieć, które mogą ułatwić Ci życie, ale można bez nich przeżyć.

Po tym wraz z uczniami przedyskutujcie i spiszcie jak dowiadujecie się o rzeczach, które znalazły się na drugiej liście – rzeczy, które chcielibyście mieć.

W ciągu jednego dnia spisz wszystkie reklamy jakie widziałeś w telewizji, słyszałeś w radiu lub widziałeś. Zastanów się ile z tych reklam stara się przekonać Cię do tego, że potrzebujesz reklamowanych przedmiotów?

Przedyskutujcie:

- Dlaczego jest tak, że po zobaczeniu reklamy, zaczynasz nabierać przekonania, że chcesz mieć nowy przedmiot?

- Spośród reklam, które widzisz na co dzień, jak wiele z nich reklamuje rzeczy, które naprawdę potrzebujesz?

- Jakie reklamy lepiej zwracają Twoją uwagę? Jak myślisz jakie metody stosują producenci reklam, by przekonać Cię do kupna reklamowanych przedmiotów?

Twórcy reklam posługują się tzw. językiem perswazji. Poszukaj wraz z uczniami informacji na ten temat i stwórzcie listę określeń, które wpisują się w definicję tego terminu.

Lekcja 2: Bądź detektywem!

Wciel się w rolę detektywa, którego poproszono, aby rozwiązał tajemnicę ile reklam jest ukrytych wewnątrz programów telewizyjnych i gier elektronicznych.

Następnym razem podczas oglądania programu telewizyjnego lub grania w gry, oglądaj je uważniej niż zwykle.

Sprawdź:

Czy w programach, filmach lub grach występują produkty z etykietami stojących przed kamerą? Jak np. puszki z napojami, widoczne są nazwy sklepów czy logotypy znanych firm.

Policz, ile ukrytych reklam zawiera się wewnątrz programu lub gry i podziel się z klasą tym, co zauważyłeś.

Lekcja 3: Co się dzieje z rzeczami, których nie używasz?

Czy kiedykolwiek zdarzyło Ci się kupić coś, a po powrocie do domu zorientowałeś się że wcale tego nie potrzebujesz lub już Ci się nie podoba? Napisz opowiadanie lub narysuj ilustracje, o tym jak to się stało. Czy kupiony przedmiot różnił się od tego co widziałeś w reklamie? Jak myślisz co się dzieje z niechcianymi przedmiotami, które ludzie kupują?

Dowiedz się co dzieje się z przedmiotami które ludzie wyrzucają. Obejrzyj program o utylizacji śmieci lub wybierz się do firmy,

która zajmuje się przetwarzaniem przedmiotów zgromadzonych po tzw. wystawkach.

Pojęcia wartę omówienia:

Środowisko: Nasze otoczenie naturalne, które wpływa na ludzi, rośliny i zwierzęta.

Zrównoważony rozwój: Model ten zakłada odpowiednie i świadomie ukształtowane relacje pomiędzy wzrostem gospodarczym, dbałością o środowisko (nie tylko przyrodnicze, ale także sztuczne – wytworzone przez człowieka) oraz jakością życia (w tym zdrowiem człowieka).

Jak oddziałują na nas media? Zajęcia dla uczniów gimnazjum

Poniżej przygotowaliśmy pomysły na lekcje skierowane do uczniów gimnazjum, które mamy nadzieję pomogą wam zainteresować wydarzeniem Tygodnia bez Monitora.

Lekcja 1: Rozszyfruj ukrytą wiadomość

Zadanie dla uczniów: Za chwilę zostanie Ci przydzielone specjalne zadanie. Musisz dowiedzieć się jakie komunikaty ukryte są w reklamach które oglądasz? Czasami są one bardzo oczywiste, a innym razem nie. Wybierz reklamę (niektóre z nich są zamieszczone na YouTube) i obejrzyj wnikliwie, by później przygotować odpowiedzi na poniższe pytania:

1. Kto zapłacił za tą reklamę i dlaczego?

2. Do kogo jest ona skierowana? (zastanów się dokładnie kto ma być odbiorcą danej reklamy – kobiety, mężczyźni, może dzieci, osoby w jakim wieku, itd.)
3. Zastanów się co widzisz i słyszysz - obrazy, dialogi, muzyka, itp. Wyjaśnij, jakie wiadomości są prezentowane (na przykład, jakie informacje są kierowane do jakiej grupy odbiorców, w jaki sposób stara się nas przekonać? Jakie stereotypy są prezentowane?)
4. Czy istnieją „dobre” i „złe” reklamy? Jeśli tak, znajdź przykład na każdą z nich.

5. Rozważ jaki wpływ na środowisko, mają sprzedawane przedmioty.
6. Po przeanalizowaniu kilka reklam, rozpocznij przeglądanie programów telewizyjnych, teledysków, gier pod kątem odpowiedzi na te pytania. Jakie cechy charakterystyczne udało Ci się znaleźć?

Pojęcia warte omówienia:

Stereotyp: konstrukcja myślowa, zawierająca komponent poznawczy, emocjonalny i behawioralny, zawierająca pewne uproszczone przeświadczenie dotyczące różnych zjawisk, w tym innych grup społecznych. Mogą być stosowane przez grupy dominujące, by utrzymać przewagę.

Wartości: Przekonania, według których postępujemy i z którymi jesteśmy zgodni.

Lekcja 2: Śledzenie reklam

Oszacuj, a następnie zapisz, ile godzin spędzasz przed ekranem i ile reklam, w tym czasie możesz. Wykonuj takie obserwacje przez kilka dni. Możesz być kreatywnym i stworzyć swój własny system śledzenia lub skorzystać z naszego przykładu poniżej.

Zlicz łączną liczbę godzin jaką spędzasz przed ekranem, a następnie oblicz całkowitą liczbę minut dla długości reklam.

Przekonwertuj godzin do minut lub odwrotnie. Teraz obliczyć procent czasu spędzonego patrząc na reklamy poprzez podzielenie czasu reklamowego przez całkowity czas jaki spędzasz przez ekranem.

Przedyskutuj:

- Czy odkryłeś coś wyjątkowego?
- Policz ile reklam pojawia się w ciągu 30 minutowego programu telewizyjnego, a ile w ciągu godziny?
- Podczas jakich programów lub w jakich godzinach można zobaczyć najwięcej reklam?
- Czy zobaczyłeś reklamę w miejscu, w którym się jej w ogóle nie spodziewałeś?
- Jakie reklamy najbardziej przyciągały Twoją uwagę?

Pojęcia warte omówienia:

Lokowanie produktu: Jedno z narzędzi marketingowych służące promocji produktów i usług. Mechanizm polega na nawiązywaniu do produktu w środku przekazu mediowego w taki sposób, żeby przemawiał on do podświadomości odbiorcy i zachęcał go do produktów lub usług bez przekazywania oczywistej i otwartej reklamy np. aktor pijący popularny napój (jak Coca-Cola) w filmie.

Tabela śledzenia reklam, przykład

Imię:		Data:	
Jaki rodzaj reklamy widziałeś?	Czego to była reklama?	Gdzie widziałeś tą reklamę?	Jak długo trwała reklama?
<i>Reklama telewizyjna</i>	<i>Szampon do włosów</i>	<i>TVP1</i>	<i>30 sek.</i>
<i>Facebook</i>	<i>Ubrania</i>	<i>Na swojej stronie FB</i>	<i>60 sek.</i>
Czas trwania reklamy			
Całkowity czas spędzony przed monitorem			

Lekcja 3: Jaka jest Twoja rzeczywistość?

Poświęć chwilę, aby opisać swoją własną rzeczywistość. Jakie rzeczy w Twoim życiu są ważne? Co sprawia, że jesteś szczęśliwy i dlaczego? Jak sądzisz co będzie dla Ciebie ważne w ciągu następnych kilku lat? Co jest ważne dla Twoich znajomych? Teraz porównaj Twoje myśli z wydarzeniami i przykładami z telewizyjnych Reality Show.

Zadanie w grupach:

1. Wybierzcie jedno ulubione Reality Show.
2. Wybierz z jakiegoś odcinka najbardziej charakterystyczny fragment, przedstawiający skandaliczne zachowanie, wymianę zdań między uczestnikami lub monolog jednego z nich.
3. Stwórz zapis takiej rozmowy, a następnie usuń z niego części wypowiedzi i pozostaw puste pola.
4. Przekaż tak przygotowany do uzupełnienia zapis osobie, która nie zna tego programu lub nie widziała danego odcinka i poproś o uzupełnienie pustych pól.

5. Porównaj uzupełnione wersję z oryginalnym zapisem rozmowy. Zastanów się jakie stereotypy prezentują te dialogi i jaki jest ich przekaz.

Pojęcia wartę omówienia:

Stereotyp: konstrukcja myślowa, zawierająca komponent poznawczy, emocjonalny i behawioralny, zawierająca pewne uproszczone przeświadczenie dotyczące różnych zjawisk, w tym innych grup społecznych. Mogą być stosowane przez grupy dominujące, by utrzymać przewagę.

Myślenie krytyczne: To postawa wyrażająca się w gotowości do rozpatrywania w przemyślany sposób problemów i przedmiotów, które wchodzą w zakres doświadczenia, znajomość logicznych metod rozumowania i dociekania, pewna wprawa w stosowaniu tych metod. Postawa krytycznego myślenia wymaga nieustającego wysiłku rewidowania każdego przekonania czy innej przypuszczalnej formy wiedzy w świetle dowodów ją wspierających i dalszych konkluzji, do których ona prowadzi. (definicja Edwarda Glasera pochodzi ze strony <http://www.criticalthinking.pl/czym-jest-krytyczne-myslenie/>)

ZOBOWIĄZANIE

Ja
Uroczyscie przysięgam, że w ciągu trwania
Tygodnia bez Monitora w dniach
będę używać urządzeń multimedialnych tylko
i wyłącznie gdy będą mi one potrzebne do szkoły,
a nie będę **1)** oglądać telewizji **2)** grać w gry na
tablecie, komputerze lub konsolach do gier **3)**
korzystać z sieci społecznościowych **4)** surfować
po necie.

Zamiast tego będę:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Zachęć znajomych do przyłączenia się do akcji
www.BezMonitora.KlubRodzica.com



ZOBOWIĄZANIE

Ja
Uroczyscie przysięgam, że w ciągu trwania
Tygodnia bez Monitora w dniach
będę używać urządzeń multimedialnych tylko
i wyłącznie gdy będą mi one potrzebne do szkoły,
a nie będę **1)** oglądać telewizji **2)** grać w gry na
tablecie, komputerze lub konsolach do gier **3)**
korzystać z sieci społecznościowych **4)** surfować
po necie.

Zamiast tego będę:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Zachęć znajomych do przyłączenia się do akcji
www.BezMonitora.KlubRodzica.com



ZOBOWIĄZANIE

Ja
Uroczyscie przysięgam, że w ciągu trwania
Tygodnia bez Monitora w dniach
będę używać urządzeń multimedialnych tylko
i wyłącznie gdy będą mi one potrzebne do szkoły,
a nie będę **1)** oglądać telewizji **2)** grać w gry na
tablecie, komputerze lub konsolach do gier **3)**
korzystać z sieci społecznościowych **4)** surfować
po necie.

Zamiast tego będę:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Zachęć znajomych do przyłączenia się do akcji
www.BezMonitora.KlubRodzica.com



ZOBOWIĄZANIE

Ja
Uroczyscie przysięgam, że w ciągu trwania
Tygodnia bez Monitora w dniach
będę używać urządzeń multimedialnych tylko
i wyłącznie gdy będą mi one potrzebne do szkoły,
a nie będę **1)** oglądać telewizji **2)** grać w gry na
tablecie, komputerze lub konsolach do gier **3)**
korzystać z sieci społecznościowych **4)** surfować
po necie.

Zamiast tego będę:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Zachęć znajomych do przyłączenia się do akcji
www.BezMonitora.KlubRodzica.com





Spisuj czynności, które wykonywałeś/-aś podczas Tygodnia bez Monitora. Pod koniec dnia wypisz wszystko co zrobiłeś sam, co z przyjaciółmi, a co z rodziną. Jeśli zdecydujesz się na prowadzenie takiego dziennika będziesz zaskoczony jak wiele udało Ci się zrobić, gdy nie marnowałeś czasu przed ekranem.

DZIENNIK ZAJĘĆ

	Poniedziałek	Wtorek	Środa	Czwartek	Piątek
Sam					
Z przyjaciółmi					
Z rodziną					



Spisuj czynności, które wykonywałeś/-aś podczas Tygodnia bez Monitora. Pod koniec dnia wypisz wszystko co zrobiłeś sam, co z przyjaciółmi, a co z rodziną. Jeśli zdecydujesz się na prowadzenie takiego dziennika będziesz zaskoczony jak wiele udało Ci się zrobić, gdyż nie marnowałeś czasu przed ekranem.

DZIENNIK ZAJĘĆ

Sobota

Niedziela

Sam

Z przyjaciółmi

Z rodziną

Narysuj lub napisz historię, o tym co najbardziej podobało Ci się podczas Tygodnia bez Monitora.



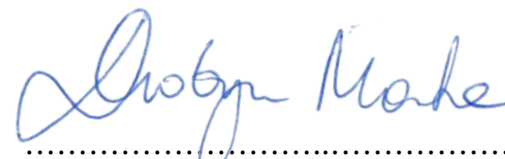


ZAŚWIAADCZENIA UKOŃCZENIA TYGODNIA BEZ MONITORA

.....
Powstrzymał/-a się od nadmiernego korzystania z urządzeń cyfrowych
podczas Tygodnia bez Monitora

.....
Podpis organizatora

.....
Data

.....

Marta Drobysz
Prezes Fundacji Pegaz.la