



Tata od bombowców

Rodzina ■ Zabawa z własnym dzieckiem może być świetnym odpoczynkiem. Czytajcie razem książki, układajcie puzzle, pokazuj mu, jak się wbija gwoździe czy składa ubrania. To o wiele ciekawsze i relaksujące niż godzina bezmyślnego patrzenia w telewizor.

Czy sławni aktorzy, na przykład Andrzej Nejman czy Zbigniew Zamachowski, czytają ładniej niż zwykły tata? Może i tak: potrafią modulować głos, wiedzą, gdzie zrobić efektowną pauzę. Zwykli ojcowie mogą się więc od nich uczyć. Ale choć posłuchać Andrzeja Nejmana i Zbigniewa Zamachowskiego to dla każdego dziecka nie lada frajda, na pewno jednak każde w duchu wołałoby, żeby na miejscu znanego aktora siedział... ich kochany tatuś.

Bo choć jest wielu mężczyzn, dla których pomaganie w domu czy opiekowanie się dziećmi to coś najnormalniejszego w świecie, cały czas są też tacy, których dzieci widzą przede wszystkim nachylonych nad gazetą czy wpatrzonych w telewizor.

Że ta ostatnia postawa nie jest najlepsza i wcale w dłuższej perspektywie się nie opłaca, próbują przekonać wszystkich rodziców realizatorzy Projektu Elastyczny Pracownik – Partnerska Rodzina.

Na T-shirtach i bilbordach

„Mój tata świetnie prasuje bombowce”, „Mój tato umie związać koniec z końcem”, „Mój tato potrafi składać rakiety” i... „Mój facet potrafi zmieścić wszystko z powierzchni ziemi” – takie podpisy były pod zdjęciami: T-shirtu z rakieta, butów z rozwiązanymi sznurówkami, rakiety z klocków i mężczyzny nachylonego nad szufelką i zmiotką. Takie bilbordy zawisły nie tylko w Białymstoku. Bo choć biuro Pro-

Dziennik

Śr. nakład 19000 egz.

Zasięg lokalny



jektu Elastyczny Pracownik – Partnerska Rodzina mieści się w naszym mieście, to realizatorzy kampanii do partnerstwa chcą zachęcić wszystkich Polaków.

Jednak bilbordy i koszulki to nie wszystko. Do promowania partnerstwa w rodzinie dali się namówić też między innymi Jacek Cygan i Adam Sztaba. Razem napisali piosenkę, którą już wkrótce wszyscy usłyszymy.

„Czasem jestem z Tobą... sam. Chociaż żyjesz tuż obok mnie” – to fragment piosenki „Dwoje”, którą wspólnie napisali obaj artyści. W piosence zaśpiewali Marek Kamiński, Piotr Szwedec, Andrzej Nejman, Katarzyna Wilk, Piotr

Cugowski, Bartosz Obuchowicz, Janusz Radek, Adriana Gostkowska-Wilk, Maciej Wilk, a także w chórkach Ewelina Kordy, Ewa Jach i Michał Rudaś. Partie muzyczne nagrali: Marek Napiórkowski (gitara akustyczna), Jacek Królik (gitara elektryczna), Robert Markiewicz (perkusja), Patryk Stachura (bas), a także orkiestra smyczkowa Polskiego Radia. Całość zrealizował Tadeusz Mieczkowski.

Powstał także teledysk, którego scenarzystą i reżyserem jest Andrzej Nejman. Celem piosenki jest niestandardowe wsparcie idei kampanii i stworzenie szerszego kontekstu do dyskusji na temat partnerskich relacji w rodzinie.

Poczytali naszym dzieciom

Pół roku temu Andrzejowi Nejmanowi urodził się synek.

– Nie ma takiej czynności związanej z opieką nad dzieckiem – poza karmieniem piersią – której bym nie umiał wykonać – śmieje się Nejman. – Tyle tylko, że zajmuję się Kubą nieregularnie. Taką mam pracę. Ale gdy jestem w domu, staram się dużo czasu poświęcać dziecku i żonę trochę odciążać. Lubię takie zamienianie się rolami. Czekam, kiedy Kuba podrośnie, kiedy będzie mówił, co go interesuje. To będzie wyzwanie, którego bardzo chętnie się podejmę. Czekam też, kiedy będę mógł czytać mu bajki.

Dlatego Nejman dał się namówić realizatorom kampanii Partnerska Rodzina i przyjechał do Białegostoku poczytać dzieciakom książkę. Wybrał „Świńskie opowiadki” Tomka Sikory. Tę samą książkę dla warszawskich maluchów czytał Zbigniew Zamachowski.

Ideą spotkania, poza wspólnym czytaniem, było przedstawienie kreatywnych form spędzania wolnego czasu z dziećmi.

Spotkania miały za zadanie pokazać rodzicom, że zaaranżowanie ciekawych zabaw z dziećmi wymaga od nich jedynie pomysłowości. Tą zaś sprawić może, że codzienna, banalna – wydawać by się mogło – czynność, dostarcza niezapomnianych wrażeń i staje się źródłem satysfakcji – przekonują realizatorzy Kampanii.

– Chcemy pokazać, w jaki sposób można zaaranżować czas spędzany z rodziną tak, aby nie rezygnując ze wspólnie spędzanych chwil, wygospodarować trochę czasu dla siebie – mówi Anna Augustyn, koordynator Kampanii. ■

Dziennik

Śr. nakład 19000 egz.

Zasięg lokalny



■ **Tato, pobaw się ze mną!**

■ **PORTRETY:** Wykonajmy z dzieckiem portrety bohaterów, o których czytamy. Scenariusze zabawy mogą być różnorodne: wykonywanie portretów bohaterów w trakcie czytania lektury, przed czytaniem lektury – jak dzieci wyobrażają sobie bohatera książki, którą będziemy czytać lub po lekturze. Do dyspozycji pozostaje także wiele technik: od rysowania kredkami czy węglem, przez wyklejanki, aż do lepienia z plasteliny. Alternatywą dla korzystania z materiałów plastycznych mogą być portrety-miny do lusterka lub do siebie nawzajem. Sporo przy tym śmiechu.

■ **PIOSENKA:** W każdej książeczce znajdują się słowa, zdania, wierszyk, który wraz z dzieckiem można zaśpiewać! Na dowolną – znaną wszystkim melodię lub całkiem nową – przed chwilą wymyśloną. Potem zaproponujmy przedstawianie ruchem tego, co się dzieje w tekście piosenki – dzieci będą zachwycone. Chwila wspólnego spontanicznego tańca do własnej piosenki też sprawi im wiele radości. Można robić to w grupie – powtarzanie układu choreograficznego za pomysłodawcą, w parze – trzymając się za ręce, lub indywidualnie. Jak się nie ma ochoty na tańce, można spróbować dołożyć do śpiewanej melodii rytm wystuki-

wany rękami na podłodze lub różnych przedmiotach.

■ **WIERSZYK:** Wspólna deklamacja dowolnego wierszyka to też pretekst do zabawy. Króciutki tekst – np. o znanym i lubianym przez wszystkich ślimaku:
 Ślimak, ślimak wystaw rogi/ Dam ci sera na pierogi/ Na pierogi, naleśniki/ Żebyś nie był taki dziki, można powiedzieć dziecku lub wspólnie z nim na wiele sposobów: powoli lub bardzo szybko, cichutko lub głośno. Dobre mogą okazać się wierszykowe zawody w konkurencjach „najwolniej powiedziany” lub „najszybciej powiedziany”.



Projekt jest realizowany przy udziale środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL.

Dziennik

Śr. nakład 19000 egz.

Zasięg lokalny



ROZMOWA

Szanujmy się



▪ **Kurier Poranny:** Projekt EPPR pokazuje dobre przykłady: artyści czytający dzieciom, plakaty, na których mężczyźni przyznają się, że pomagają w pracach domowych. Co chcecie tym osiągnąć?

Cecylia Sadowska-Snarska, kierownik Projektu: Celem naszej kampanii jest promowanie partnerstwa i większego zaangażowania mężczyzn w życie rodzinne. Znane osoby, które realizują ideę partnerstwa, pomogą nam przekonać ludzi, że taka postawa jest realna i możliwa dla każdego. Myślę, że nic bardziej nie przekonuje, jak dobra praktyka, taki przykład z życia. Oczywiście, nie chcemy też, żeby nasza kampania utożsamiana była z kilkoma osobami, będziemy przekonywali aktorów, muzyków, polityków, no i dziennikarzy do mówienia o partnerstwie i jego znaczeniu.

▪ Przeprowadziliście badania ankietowe wśród mężczyzn, którzy mają rodziny. Wstydzą się przed kolegami ci, którzy pomagają żonom w domu?

– Mężczyzn można podzielić na dwie grupy. Są tacy, którzy pomagają swoim partnerkom i nie wstydzą się tego. Uważają to za coś normalnego, dającego wiele satysfakcji, zadowolenia. Czują się z tym bardzo „męsko”. Bo to nie wyklucza ani tzw. męskich spotkań, np. podczas meczu, ani rezygnacji z hobby. Uważają, iż partnerstwo polega właśnie na tym, że szanujemy potrzeby drugiej osoby. Jest jednak druga, bardzo liczna grupa mężczyzn, która nie angażuje się w prace domowe, opiekę nad dziećmi – mało tego, uważa, że jest to domena kobiet.

▪ Jak namówić męża, by pomagał w domu? Jakich forteli warto użyć?

– Myślę, że warto w pierwszej kolejności szczerze i na spokojnie o tym porozmawiać. Powiedzmy z czym mamy problemy, z czym sobie nie radzimy, co można zmienić w związku, żeby ten układ był bardziej partnerski. Jeśli będziemy używać jakichś forteli, to pewnie nie będzie to w efekcie skuteczne. Chodzi nam w kampanii o to, żeby była to świadoma decyzja, świadome dzielenie się obowiązkami domowymi, opieką nad dziećmi. Bo partnerstwo to umiejętność komunikowania się z drugą osobą, podejmowania wspólnych, przemyślanych decyzji, to umiejętność kompromisu i odpowiedzialności za siebie i innych. W kampanii chcemy pokazać, że taki partnerski układ może być źródłem satysfakcji dla obu stron.

Dziennik

Śr. nakład 19000 egz.

Zasięg lokalny

