

Nie przescrolluj życia. Kampania Fundacji Orange przypomina, by dbać o relacje z innymi

Informacja prasowa, 19 grudnia 2024



Każdego dnia przewijamy na ekranach smartfonów, tabletów i komputerów dziesiątki metrów treści. Fundacja Orange w kampanii „Nie przescrolluj życia” zwraca uwagę, że intensywne korzystanie z internetu może powodować zaniedbywanie relacji z innymi. Na stronie nieprzescrolluj.pl przygotowano porady o tym, jak dbać o równowagę i zdrowe nawyki cyfrowe. Fundacja wspiera w edukacji na ten temat szkoły i przedszkola.

Dorośli i dzieci coraz więcej czasu spędzają online, a internet stał się ważną częścią ich życia. Trudno jest zachować umiar i dbać o równowagę w obliczu licznych powiadomień, newsów i niekończących się atrakcji online. Dodatkowo, algorytmy wielu aplikacji i mediów cyfrowych analizują aktywność użytkowników(czek), dobierają i podsuwają im treści tak, aby na długo utrzymać ich uwagę. Godzinami przewijamy więc ekrany naszych urządzeń – scrollujemy.

Relacje z ludźmi w erze smartfona

Z raportu higieny cyfrowej Polek i Polaków wynika, że jedynie 14,3% badanych osób kontroluje swój czas ekranowy, 21,9% ogranicza liczbę powiadomień w telefonie/komputerze[i]. Jedną z konsekwencji nadmiernego korzystania z technologii może być zaniedbywanie relacji z innymi. Ignorowanie ich na rzecz patrzenia w ekran ma już swoją nazwę – to phubbing (czyt. fabing).

„Żyjemy w czasach, kiedy kompetencje społeczne, empatia i obdarowywanie innych uwagą nabierają szczególnego znaczenia. Dom, przedszkole, szkoła, najbliższe

otoczenie dziecka to ważne przestrzenie kształtowania tych umiejętności. Do tego nawiązuje właśnie nasza kampania” – mówi Anna Kowalik-Mizgalska, Prezeska Fundacji Orange.

„Nie przescrolluj życia”

Kampania społeczna „Nie przescrolluj życia” zwraca uwagę na potrzebę dbania o higienę cyfrową i zachęca do refleksji o tym, jakie miejsce w naszym życiu zajmują technologie. Fundacja szczególnie kieruje ją do osób dorosłych. To, w jaki sposób korzystają z urządzeń ekranowych, wpływa na dzieci i młodzież i daje im przykład.

Spot "Nie przescrolluj życia" znajdziesz [tutaj](#).

Spot filmowy opowiada historię ojca, który, spędzając dużo czasu online, traci ważne momenty z życia swojego syna. Każda scena pokazuje upływ czasu – syn dorasta, ojciec się starzeje, a motyw scrollowania ekranu „przewija” kolejne etapy.



Higiena cyfrowa na ratunek

Higiena cyfrowa to nie tylko kontrola ilości czasu, ale też świadomość tego, jaki wpływ mają na nas różne cyfrowe aktywności. To chronienie się przed zagrożeniami, nieodpowiednimi treściami online, przed przeciążeniem informacyjnym i stresem.

Na stronie <https://www.nieprzescrolluj.pl/> Fundacja Orange zamieściła krótkie porady o tym, jak dbać o nawyki cyfrowe. Wśród nich: monitorowanie czasu, nieużywanie urządzeń ekranowych przed snem, przy jedzeniu, troska o kontakt z bliskimi i z naturą. W dbaniu o balans znaczenie ma też dobór odpowiednich treści, z którymi mamy kontakt w internecie – ważne, by były adekwatne do wieku, bezpieczne, nie powodowały niepokoju czy porównywania się z innymi, prowadząc

do obniżenia nastroju czy samooceny. Na stronie dostępne są też materiały dodatkowe np. broszury o nadużywaniu urządzeń ekranowych przez dzieci i młodzież, artykuły o FOMO i e-uzależnieniach czy test higieny cyfrowej od Fundacji Instytut Cyfrowego Obywatelstwa.

Chroń i ucz dzieci

Dzieci, bardziej niż dorośli, narażone są na zachwianie równowagi codziennych zajęć. Dlatego warto interesować się ich cyfrową aktywnością, towarzyszyć, rozmawiać, pytać, co je w internecie śmieszy, co jest trudne, czego się tam dowiadują. Warto też dbać o wspólny czas bez urządzeń i po prostu dawać młodym osobom dobry przykład.

Odpowiednią edukację mogą prowadzić też placówki. Na stronie kampanii można sprawdzić, do jakich bezpłatnych programów Fundacji mogą przystępować szkoły, przedszkola oraz nauczyciele(lki), aby poszerzać swoje kompetencje i lepiej rozumieć wyzwania powodowane cyfrowym rozwojem. Nabór zgłoszeń do kilku z nich ruszy już w marcu.

W spocie filmowym „Nie przescrolluj życia” nie są widoczne twarze osób poniżej 18 roku życia w sposób możliwy do ich rozpoznania zgodnie z polityką Fundacji o niepublikowaniu wizerunków dzieci.

Kampanię społeczną dla Fundacji Orange przygotował zespół Orange Polska we współpracy z agencją GONG. Produkcję i postprodukcję spotu Orange powierzył domom Tyrka i Miło Posproduction, za reżyserię odpowiadał Tomasz Knittel. Media zaplanował dom mediowy Value Media.

[i] Bigaj, M. (red.), Woynarowska, M. (red.), Ciesiołkiewicz, K., Klimowicz, M., Panczyk, M. (2023). Higiena cyfrowa dorosłych użytkowników i użytkowników internetu w Polsce. Warszawa: Wydawnictwo Newslane. → <http://www.higienacyfrowa.pl/> Badanie przeprowadzono metodą CAWI na grupie 1067 respondentów reprezentatywnej dla osób powyżej 18 r.ż. mieszkających w Polsce i używających internetu

Źródło: blog Orange Polska <https://biuroprasowe.orange.pl>