

Hałas zabija po cichu! Minimalizuj hałas w przestrzeni publicznej - kampania społeczna „Ciche Sąsiedztwo”

Zanieczyszczenie hałasem to drugie, zaraz po smogu największe zagrożenie środowiskowe dla zdrowia i życia człowieka. Według badań Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) problemy ze zdrowiem i złym samopoczuciem wynikające z nadmiernej ekspozycji na hałas dotyczą prawie co drugiego Europejczyka. Odpowiedzią na problem jest kampania społeczna Husqvarna CICHE SĄSIEDZTWO, z hasłem przewodnim „Umówmy się na ciszę”, zainaugurowana w Międzynarodowym Dniu Świadomości Zagrożenia Hałasem 25 kwietnia. Świadomość zagrożeń nadmiernej ekspozycji na hałas, działania firm i indywidualne inicjatywy każdego z nas pomogą w walce z wszechobecnym hałasem w najbliższym otoczeniu.

Rozwój gospodarczy i postępujący wraz z nim dynamiczny wzrost infrastruktury transportowej i przemysłowej, wyeliminowały ciszę z naszego najbliższego otoczenia. Hałas jest już nie tylko naszym wiernym towarzyszem w przestrzeni publicznej, ale także w domu, w naszych ogrodach, w pracy, w szkole czy na wakacjach. Niewidzialna kakofonia dźwięków, z którą stykamy się każdego dnia na ulicach miast, jest przyczyną zachorowań ponad 100 milionów Europejczyków rocznie.

Hałas w parkach

Z powodu nadmiernej, codziennej ekspozycji na hałas mieszkańcy miast poszukują do odpoczynku ciszy w parkach, na skwerach czy na własnych osiedlach mieszkaniowych. Niestety coraz trudniej znaleźć taką przestrzeń. Niemal każdy z nas spotkał się w parku, czy na osiedlu mieszkaniowym otoczonym zielenią, z głośnymi maszynami spalinowymi do pielęgnacji terenów zieleni. Maszyny te mogą emitować hałas na poziomie 96-98 dB. Dla porównania nisko przelatujący lub startujący samolot odrzutowy emituje dźwięk w okolicach 100-150 dB. Firmy i instytucje dbające o estetykę i pielęgnację roślin w parkach, na osiedlach mieszkaniowych czy innych przestrzeniach publicznych mają wpływ na kształtowanie się hałasu.

- Hałas jest zdecydowanie niepożądanym zjawiskiem. Zwyczajowo termin ten oznacza poziomy dźwięków, które negatywnie wpływają na zdrowie i kondycję człowieka. Hałas może uszkadzać słuch, ale ma też niekorzystne poza słuchowe skutki. Oprócz bezpośredniego

PATRONI MEDIALNI KAMPANII:



PARTNER KAMPANII:



działania na ucho środkowe i wewnętrzne, w sposób pośredni hałas wpływa destrukcyjnie na układ nerwowy oraz inne narządy. Nadmierny hałas objawia się zaburzeniami snu, koncentracji, zmniejszoną wydolnością intelektualną, rozdrażnieniem, bólami głowy, niepokojem, zaburzeniami orientacji przestrzennej. U dzieci wywołuje zagubienie, lęk, niepokój i płacz. Stresogenne działanie hałasu sprzyja powstawaniu chorób układu pokarmowego (np. choroba wrzodowa), układu krążenia (np. nadciśnienie tętnicze) oraz zaburzeń psychosomatycznych. Hałas jest w dzisiejszym świecie zjawiskiem „wszędobylskim”. Występuje jako hałas przemysłowy, środowiskowy, związany z rekreacją. Uszkodzenie słuchu może być spowodowane jednorazową ekspozycją na duży hałas. Mówimy wtedy o urazie akustycznym. Długotrwałe działanie hałasu lub częsty z nim kontakt nie potrzebuje z reguły tak wysokich poziomów ciśnienia akustycznego, żeby trwale uszkodzić słuch. W obecnej dobie nie ma efektywnych farmakologicznych prewencji i terapii zaburzeń słuchu wywołanych hałasem. Jedynym sposobem zapobiegania skutkom negatywnego działania hałasu na narząd słuchu jest ograniczenie jego ekspozycji, czyli używanie ochronników na uszy. Metoda ta nie jest jednak pozbawiona skutków ubocznych. Jednym z nich może być pojawienie się szumów usznych – dr n. med. Grażyna Bartnik, otolaryngolog, specjalista audiolog i foniatra.

Kampania społeczna Ciche Sąsiedztwo

Firma Husqvarna - podmiot społecznie odpowiedzialny, pragnie zwrócić uwagę społeczeństwa, firm, instytucji, władarzy miast i mediów na problem zanieczyszczenia hałasem, a zachęcając wszystkich do używania w pracach pielęgnacyjnych zieleni maszyn akumulatorowych - redukować hałas. Zrównoważony rozwój jest dla Husqvarna bardzo ważny. Poprzez kampanię społeczną Ciche Sąsiedztwo i jej hasło przewodnie „Umówmy się na ciszę”, firma chce pokazać, że mamy wpływ na to w jakim otoczeniu żyjemy, pracujemy i odpoczywamy. Część zanieczyszczeń hałasem możemy w prosty sposób zredukować lub wyeliminować. W ramach kampanii i tzw. umowy społecznej „Umówmy się na ciszę” Husqvarna zachęca zarówno właścicieli przydomowych ogrodów jak i firmy, instytucje zarządzające profesjonalną pielęgnacją zieleni do prac na terenach zieleni z wykorzystaniem maszyn akumulatorowych. - *Przyłączenie się do tej inicjatywy z pewnością obniży poziom hałasu w miastach. Wierzimy, że w prywatnych ogrodach, jak i na terenach zieleni miejskiej można pracować w dowolnym czasie, bez zakłócania spokoju rodzinie, sąsiadom, mieszkańcom osiedli mieszkaniowych, osobom wypoczywającym w miejskich parkach, na skwerach, czy ośrodkach wypoczynkowych. Pamiętajmy, że to my o tym decydujemy. Wybierajmy więc zrównoważone ogrodnictwo z zastosowaniem cichych, wygodnych i niezawodnych narzędzi – mówi Marcin Andrzejczyk, Regionalny Manager Marketingu na Europę Wschodnią Husqvarna.*

Jeśli każdy z nas w ramach swoich możliwości będzie redukował czy eliminował czynniki nadmiernego hałasu to wspólnie jesteśmy w stanie wiele zdziałać, zyskując cichą, komfortową przestrzeń do odpoczynku.

- *Husqvarna podejmuje również wiele starań biznesowych w ramach kampanii „Umówmy się na ciszę”. Już kolejny rok, przy zakupie: traktorów ogrodowych, riderów i kosiarek*

PATRONI MEDIALNI KAMPANII:



PARTNER KAMPANII:



automatycznych dajemy w gratisie podkaszarkę akumulatorową (wraz z ładowarką i akumulatorem), zachęcając tym samym naszych Klientów do pracy maszynami zasilanymi zieloną energią, nie emitującymi spalin i przede wszystkim cichymi. W ubiegłym roku zrealizowaliśmy dla właścicieli przydomowych ogrodów pilotażowy program testerski kosiarek automatycznych Husqvarna Automower®. Inicjatywa 90-dniowych testów robotów wzbudziła bardzo duże zainteresowanie, zebrała mnóstwo pozytywnych opinii i będzie kontynuowana w ramach kampanii Ciche Sąsiedztwo już w maju 2019 r. – dodaje Marcin Andrzejczyk, Regionalny Manager Marketingu na Europę Wschodnią Husqvarna.

Hałas hałasowi nierówny

Nie każdy hałas jednakowo oddziałuje na organizm człowieka. To, że nakładające się na siebie dźwięki miasta wywierają negatywny wpływ na nasze zdrowie, nie oznacza, że dźwięk wodospadu czy fal nad morzem wpływa na nas tak samo. Dźwięki naturalne są harmonijne i często mają wpływ zbawienny na nasze zdrowie i samopoczucie. Takich dźwięków natomiast musimy szukać daleko poza miejskimi aglomeracjami.

Dźwięki towarzyszą nam przez całe życie, słuchamy jeszcze przed urodzeniem, słyszymy bez przerwy, bo nawet przez sen. Uszu nie da się zamknąć. Warto zacząć myśleć o dźwiękach towarzyszących naszemu życiu w kategoriach ekologicznych. Warto uczyć się słuchać i rozumieć dźwięki, które nas otaczają. Nauka takiego uważnego świadomego słuchania to długotrwały proces, ale warto zacząć już dziś od samego siebie. Miejsc całkowicie dźwiękowo dziewiczych i zrównoważonych prawie już na Ziemi nie ma, zaś audiosfera centrum wielkich miast jest zazwyczaj zanieczyszczona, chaotyczna i nieprzyjemna. Zdominowana przez dźwięki pochodzenia mechanicznego. Przyroda jest za to wbrew pozorom akustycznie zharmonizowana, nastrojona i uporządkowana, choć nie zawsze bywa cicha. Dlatego obcowanie z dźwiękami natury działa na nas pozytywnie i kojąco. To tak jak byśmy słuchali dobrze „zestrojonej” orkiestry - „Wielkiej Orkiestry Natury” – Krzysztof Topolski, artysta dźwiękowy.

Dlatego starajmy się jak najczęściej wsłuchiwać w dźwięki natury i w miarę możliwości ograniczać zarówno długotrwałą ekspozycję na hałas, jak i jego emitowania. Szczególnie w naszym najbliższym otoczeniu. To pozytywnie wpłynie na zdrowie nas wszystkich. Zapraszamy do przyłączenia się do kampanii społecznej Husqvarna Ciche Sąsiedztwo „Umówmy się na ciszę” i w swoim najbliższym otoczeniu używajmy do pielęgnacji zieleni w parkach, na skwerach, w miejskich ogrodach, na osiedlach mieszkaniowych czy ośrodkach wypoczynkowych maszyn akumulatorowych.

* * *

Kampania społeczna CICHE SĄSIEDZTWO pn.: „Umówmy się na ciszę” – kampania społeczna firmy Husqvarna, mająca na celu zwiększenie świadomości społeczeństwa, instytucji, firm i osób na problem hałasu w najbliższym otoczeniu oraz w przestrzeni publicznej, jego negatywnych skutków na zdrowie i życie człowieka. Celem kampanii jest również zachęcenie władarzy miast, instytucji, firm zarządzających profesjonalną pielęgnacją zieleni i właścicieli przydomowych ogrodów do używania maszyn akumulatorowych. Aby niwelować skutki

PATRONI MEDIALNI KAMPANII:



PARTNER KAMPANII:



nadmiernego zanieczyszczenia hałasem, by żyło nam się wszystkim lepiej musimy zmieniać to, na co każdy z nas, indywidualnie ma wpływ i może zmienić w swoim najbliższym otoczeniu czy miejscu pracy. Hasło przewodnie kampanii społecznej Ciche Sąsiedztwo „Umówmy się na ciszę” to niepisana umowa społeczna, zachęcająca do używania podczas prac pielęgnacyjnych zieleni w przestrzeni publicznej jak i w przydomowych ogrodach maszyn akumulatorowych, z akumulatorem, który może być dzielony pomiędzy wszystkimi maszynami Husqvarna. W ramach kampanii Ciche Sąsiedztwo w 2019 r. będzie również kontynuowany ubiegłoroczny, pionierski program testerski kosiarek automatycznych Husqvarna Automower®.

* * *

Dr n. med. Grażyna Bartnik - otolaryngolog, audiolog i foniatra z wieloletnim doświadczeniem zawodowym. Od ponad 20-tu lat zajmuje się zaburzeniami narządu słuchu w szerokim tego słowa znaczeniu. Doktorat z szumów usznych obroniła w 2001 r. Przez prawie 20 lat pracowała w Instytucie Fizjologii i Patologii Słuchu w Warszawie będąc przez większość tego czasu kierowniczką Kliniki Szumów Usznych. Prowadziła w tym czasie działalność kliniczną, naukową i szkoleniową w kraju i zagranicą. Obecnie zajmuje się głównie pacjentami z problemami audiologicznymi, a szczególnie osobami cierpiącymi na zaburzenia słyszenia, szumy uszne i obniżoną tolerancję na dźwięki.

* * *

Krzysztof Topolski - artysta dźwiękowy, perkusista. Autor projektów z dziedziny muzyki i sztuki dźwięku. Zajmuje się field recordingiem, akustyczną ekologią i krajobrazem akustycznym. Tworzy artystyczne instalacje dźwiękowe. Interesuje go poszukiwanie w sferze perkusji oraz muzyka improwizowana i elektroakustyczna, komponuje przy użyciu komputera. Organizuje prezentacje i wykłady poświęcone muzyce współczesnej, akustycznej ekologii i sztuce dźwięku oraz prowadzi warsztaty. Prezentował swoją muzykę i sztukę w wielu krajach Europy oraz w USA.

* * *

Spółka Husqvarna® - największy światowy producent wysokiej klasy maszyn, urządzeń i akcesoriów do pielęgnacji terenów zieleni w parkach, lasach i w ogrodach takich jak m.in.: kosiarki samojezdne, kosiarki automatyczne Automower®, wykaszarki, podkaszarki, pilarki. Husqvarna Group jest także europejskim liderem w dziedzinie systemów nawadniania jak i światowym liderem w produkcji maszyn i urządzeń tnących oraz narzędzi diamentowych.

Dodatkowe informacje o firmie dostępne na: www.husqvarna.pl

Kontakt do Biura Prasowego Husqvarna:



Marta Winiarek-Miętus
RZECZNIK PRASOWY FIRMY
HUSQVARNA
tel. 601 145 133
marta.winiarek-mietus@mwmpr.pl

Dominik Desperak
BIURO PRASOWE HUSQVARNA
tel. 531 676 595
dominik.desperak@mwmpr.pl

PATRONI MEDIALNI KAMPANII:



PARTNER KAMPANII:

