



Správna voľba



Nasadíme si červené nosy a poďme sa spolu smiať

Lidl a zdravotní klauni z Červeného nosa chcú priniesť deťom a seniorom stovky hodín radosti

Charlie Chaplin povedal, že deň bez smiechu je stratený. Hovorí sa tiež, že smiech lieči. Preto nesmú radosť a smiech byť výsadou mladých a zdravých, nárok na dobrú náladu má predsa každý. Takto by sa dala popísať základná myšlienka profesionálnych zdravotných klaunov z občianskeho združenia ČERVENÝ NOS Clowndoctors. Jeho poslaním je už dvadsať rokov prinášať prostredníctvom klaunského umenia radosť a smiech tým, ktorí to potrebujú. Sedemdesiat profesionálnych zdravotných klaunov pravidelne navštevuje vyše päťdesiat nemocníc a úsmev vyčarujú aj na tvárach seniorov.

Úsmev je superschopnosť, ktorou disponujeme úplne všetci. Ide o jednu z najjednoduchších činností ľudského tela, stačí naň totiž súhra 17 svalov, kým na zamračenie sa treba takmer trojnásobok. A ak by sa človek obával svalovice na tvári, usmievať sa dá aj očami. Úsmev pritom topí ľady, otvára srdcia a zaháňa strach. Kvalitne rozdávať radosť to však nie je len tak! Našťastie na to máme naslovovzatých odborníkov s najvyššou možnou kvalitou. Napr. doktor Trubka, sestrička Lulu Pištíková, doktor Hugo Huspenina, vrchná sestra Lila a mnohé i mnohí ďalší z klaunského tímu Červeného nosa. Ich misiu šíriť radosť, smiech a nádej môžete teraz ľahko podporiť aj vy. Od 27. mája až do 9. júna si môžete v ktoromkoľvek Lidli zakúpiť základnú pracovnú pomôcku zdravotných klaunov – červený penový nos.

„Veľmi si vážime rozhodnutie spoločnosti Lidl podporiť misiu nášho združenia a vytvoriť v predajniach po celom Slovensku priestor na predaj penových červených nosov. Hoci je červený nos najmenšia maska na svete, naši zdravotní klauni po jeho nasadení dokážu aj na miestach, kde by ste to nečakali, veľkú vec – vyvolať radosť a smiech. A netreba veľa, aby sa k tomu zapojili aj zákazníci Lidla – keď si kúpia v ktorejkoľvek predajni penový červený nos, urobia radosť sebe, či svojmu blízkeму a zároveň svojím 1 eurom prispievajú aj oni k šíreniu radosti a smiechu na detských oddeleniach nemocníc po celom Slovensku,“ vysvetlila Katarína Kouřilová, riaditeľka pre darcovstvo a strategickú komunikáciu OZ ČERVENÝ NOS Clowndoctors.

Hlavnou tvárou kampane „Hrdo nos nos“ je Miroslav Noga. Známy herec sa rozhodol, že chce, aby sa mu pre jeho nos smiali všetci, úúúplne všetci, a preto si ochotne nasadil červený penový nos. *„Humor je vážna vec a u kolegov zdravotných klaunov to platí dvojnásobne, preto ich úprimne obdivujem. Zdravie sa nedá kúpiť, ale smiech dokáže zázraky, lieči a predlžuje život. Doprajme ho teda aj deťom na nemocničných lôžkach, ktoré čakajú na kúsok nádeje a radosti zo života,“* odkázal M. Noga.

Cieľ je jasný – získať prostriedky na organizáciu 365 klauniád. A čo to vlastne klauniáda je? Ide spravidla o klaunskú návštevu, ktorú realizuje od izby k izbe dvojica zdravotných klaunov na jednom alebo viacerých oddeleniach nemocnice alebo v seniorskom zariadení. 1 klauniáda trvá štandardne približne 2-3 hodiny. Pri špeciálnych programoch pod klauniádou rozumieme napr. 1 návštevu domácnosti s chorým dieťaťom, 1 dopoludnie venované odprevádzaniu detí na operácie, 1 deň návštevy s deťmi pri programe Cirkus Paciento a pod. Tristošesťdesiatpäť klauniád teda znamená stovky hodín radosti!

„Radosť pre nás znamená naozaj veľa, pretože s úsmevom je život úplne iný a práca ide od ruky. O smiech a dobrú náladu sa chceme podeliť aj s našimi zákazníkmi a zákazníkmi, preto sa veľmi tešíme z tejto skvelej spolupráce. Prajeme si nech si čo najviac ľudí nasadí červené nosy, ktoré sú ešte silnejšie než čarodejnícke paličky – úspech je totiž garantovaný,“ uzavrel Tomáš Bezák, vedúci úseku komunikácie Lidl Slovenská republika.