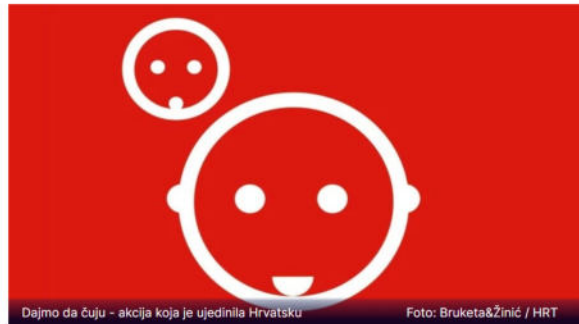


Akcija koja je ujedinila Hrvatsku

03.09.2025. | 09:35 | Autor: Mirjana Grahovac/HRT

PODIJELI



Dajmo da čuju - akcija koja je ujedinila Hrvatsku

Foto: Bruketa&Žinić / HRT

Ništa tog prosinca 2001.godine nije moglo zaustaviti val zajedništva i dobrote koji je nosio Hrvatsku do cilja. Cilja humanitarne akcije "Dajmo da čuju" kojom su se prikupljala novčana sredstva za kupnju umjetnih pužnica za trideset i četvero gluhih djevojčica i dječaka, djece hrvatskih branitelja, koji su se uz još pedesetero djece nalazili na listi čekanja za ugradnju pužnica.

Cilj je postignut, nadmašen, fascinant i teško ponovljiv u svim kasnijim humanitarnim kampanjama.

Prikupljeno je 17 milijuna tadašnjih kuna kojima su kupljene umjetne pužnice za svu gluhu djecu koja su prošla kriterije dijagnostike za ugradnju pužnica. I ne samo to. Kupljena su još i 42 aparata otoakustičke emisije za sveobuhvatni probir novorođenčadi na oštećenje sluha u svim rodilištima u Republici Hrvatskoj.

➤ Život koji (više) nije okružen tišinom



Akcija je imala izniman utjecaj, jer se promijenio pristup problematiki gluhoće kod djece u našoj zemlji.

Od tada se prva sumnja na oštećenje sluha kod djece postavlja već u rodilištu, što je od 2006.godine i zakonska obaveza.

Upravo zahvaljujući akciji "Dajmo da čuju" danas u Hrvatskoj djeca imaju pravo na ugradnju dviju umjetnih pužnica na trošak HZZO-a.



Ivanka Bušić, voditeljica Službe za očuvanje i promicanje vrijednosti Domovinskog rata u Ministarstvu hrvatskih branitelja

Foto: Privatni album / HRT

Od "Anamarija u svijetu zvukova" do "Dajmo da čuju"

Akciju „Dajmo da čuju“ pokrenule su, osmislile i dale nemjerljiv doprinos njezinoj organizaciji i provedbi Ivanka Bušić i Andreja Pavlović.

- Bilo je to poslijeratno razdoblje kada se velik broj ljudi okupio oko istog cilja, svi su željeli biti dio te priče, svi su htjeli pridonijeti i zato nas uspjeh akcije "Dajmo da čuju" nije iznenadio. Iznenadila nas je veličina uspjeha, bile smo uvjerenе da ćemo nešto napraviti, naravno, da to nismo mogle same, mi smo samo zakotrijale stvar, ističe **Ivanka Bušić**, voditeljica Službe za očuvanje i promicanje vrijednosti Domovinskog rata u Ministarstvu hrvatskih branitelja.

Sve je počelo na konferenciji za medije u Ministarstvu branitelja, na kojoj

Najnovije Najčitanije



prije 2 dana **Hajduk i Dinamo na Poljudu za vrh ljestvice**

prije 2 dana **Rusija napala zapadnu Ukrajinu, Poljska poslala zrakoplove**



prije 2 dana **Nazor: Vukovar usporio agresora i spriječio plan o brzom okupaciji RH**



prije 2 dana **Alcaraz i Menšik za vodstvo Europe 3-1 nakon prvog dana Laver Cupa**



Vezani sadržaj

Zdravstveni odgoj od listopada u svim osnovnim školama Grada Rijeke



Riječke osnovne škole uskoro uvode Zdravstveni odgoj i obrazovanje



Nakon 60 godina u Hrvatskoj se pojavio orijentalni stršljen



Rekreacija

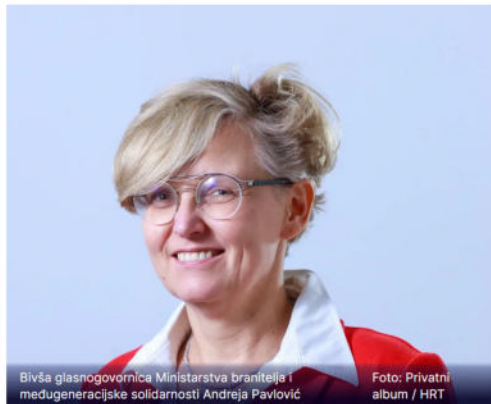


je objavljeno da su sredstva predviđena za dijagnostičke pakete dječih hrvatskih branitelja prenamijenjena za kupnju umjetnih pužnica dječim oštećenjem sluha. Vijest nije privukla medije i prošla je bez većeg odjeka. Tada su njih dvije odlučile da to ne smije tako završiti.

- Ljudi su tada snažno osjećali potrebu da kroz čin davanja naprave nešto dobro, a ta akcija im je to omogućila. Društvo je bilo iscrpljeno teškim desetljećem i mi smo ni ne sluteći odgovorili na tu temeljnu potrebu. Ključan je bio pokretački impuls, stvarna emocija i potreba da se jedna gesta prepozna kao vrijedna i društveno važna, prisjeća se tadašnja glasnogovornica Ministarstva branitelja i međugeneracijske solidarnosti **Andreja Pavlović**.

Osmišljena je akcija u čijem je središtu bila Anamarija, dijete hrvatskog branitelja kojoj je među prvima ugrađena umjetna pužnica. Akcija je dobila naziv "Anamarija u svijetu zvukova".

- U prvi plan stavljena je visoka cijena pužnice (40.000 tadašnjih njemačkih maraka) što ju je činilo nedostupnom za većinu obitelji, nedostatak sustavnog probira sluha kod novorođenčadi i premalo centara za rehabilitaciju. Iz te konkretne priče razvila se akcija Dajmo da čuju, ističe Pavlović.



Akcija se širila postupno, ali postojano, uključujući sve veći broj ljudi iz različitih dijelova Hrvatske. Prikupljala su se sredstva za kupnju umjetnih pužnica za svu gluhu djecu.

- Pisale smo svima, dijelile informacije na sve strane, kucale na sva vrata, obilazile razne evente. Dobile smo prostor na Jesenskom zagrebačkom velesajmu gdje su štand s promotivnim materijalima akcije posjetili tadašnji premijer, predsjednik države i gradonačelnik Zagreba. Dobili smo u tom trenutku vidljivost, a mediji su nam postali saveznici, ističe Bušić.

- Ponosna sam što je akcijom prikupljeno 17 milijuna kuna, čime je omogućeno da svako dijete kojem je umjetna pužnica potrebna - i čiji roditelji to žele, da ju i dobije. Posebice sam ponosna na trenutak iz 2003. godine, kada sam rodila kćer Stellu i u knjižici dobila potvrdu da ima dobar sluh. Sjećam se toga kao da je bilo jučer, osmehnula sam se i rekla u sebi: vrijedilo je. Neizmjereno sam zahvalna Ivanki Bušić i **Branki Šindiji** iz SUVAG-a. Ono što nas je tada povezalo ostavilo je trag - i ostaje trag u beskraj, poručuje Pavlović.

Akcija je imala veliku potporu udruga iz Domovinskog rata.

- U skladu s geslom "Zajedno u ratu, zajedno u miru" branitelji su se prvi put nakon rata okupili oko jednog cilja. Osim kupnje umjetnih pužnica, akcija je promijenila pristup gluhoći kod djece. Ostalo je novca za kupnju uređaja za rani probir sluha za sva rođilišta koja su imala više od 100 poroda na godinu. U cijeli proces bili su uključeni stručnjaci iz SUVAG-a, kao i ORL specijalisti, i svima je bio zajednički cilj da se pitanje gluhoće kod djece riješi na sveobuhvatni način, što je trajna zasluga akcije "Dajmo da čuju", kaže Bušić.





Marija Nemčić, PJ Program HRT-a

Foto: HTV / HRT

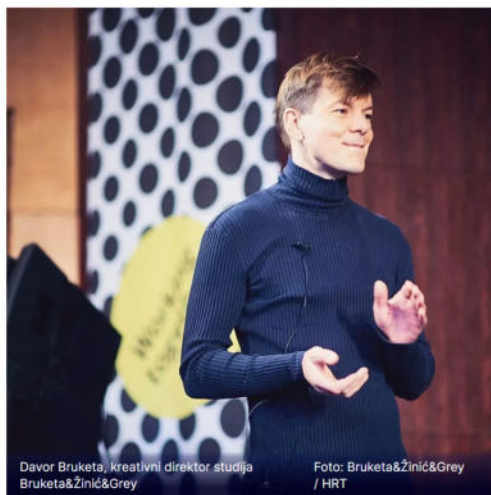
Velika uspješna akcija i za HRT

Bila je to prva velika humanitarna akcija koju je Hrvatska radiotelevizija radila nakon 90-ih godina. HRT je bio jedan od nositelja akcije "Dajmo da čuju", a voditeljica tog projekta na javnom servisu bila je **Marija Nemčić**, danas ravnateljica PJ Program HRT-a.

- Nitko nije tada očekivao da će akcija imati takav odjek i takav uspjeh, to je sigurno najjača humanitarna kampanja po prikupljenim novčanim sredstvima. Ono što je posebnost akcije bio je taj nevjerovatan odaziv ljudi. Bio je održan i veliki koncert 21.12.2001. u zagrebačkom Domu sportova i možemo slobodno reći da za to vrijeme kada je organiziran da je to bio nevjerovatan događaj, prisjeća se Nemčić.

HRT je podnio najveći teret organizacije takvog događaja u kojem su se stekla dragocjena iskustva za buduće humanitarne akcije.

- Bilo je to zahtjevno organizirati, jer nismo znali što nas čeka, prvi put smo radili iskorake u produkciji jedne humanitarne kampanje, gledali smo kako to vani rade, i zapravo je uspjeh bio izniman. Bilo je izazovno u svakom pogledu, pomno se sve planiralo, trebalo je voditi računa o brojnim detaljima. Poslije smo radili humanitarne akcije u kojima je HRT također sudjelovao, ali ova zauzima posebno mjesto. Još uvijek držim plakat "Dajmo da čuju" u svojoj sobi jer mi je to bila prva takva akcija i nevjerovatno draga, ističe Marija Nemčić.



Davor Bruketa, kreativni direktor studija Bruketa&Žinić&Grey

Foto: Bruketa&Žinić&Grey / HRT

Poziv na akciju

Za izradu vizualnog identiteta, čiji plakat u svom uredu na Prisavlju i danas čuva Marija Nemčić, te za osmišljavanje imena i komunikacijsku kampanju bila je zadužena agencija Bruketa&Žinić. Iza njih su prestižne domaće i međunarodne nagrade i priznanja, mnogobrojni projekti i kampanje- Ali, samo je jedna "Dajmo da čuju".

- Meni je to jedan od najdražih projekata, jer kao i većina hrvatskih građana uživam u trenucima kada naša zajednica pokaže zajedništvo i brigu za najranjivije članove, kaže **Davor Bruketa**, kreativni direktor studija Bruketa&Žinić&Grey.

- Akcija je predstavljala mnogo više od pomoći djeci s teškoćama sluha. Njezina najveća vrijednost bila je u tome što je pokazala da naše društvo, unatoč postojećim podjelama, može djelovati složno, učinkovito i uspješno kada su u pitanju važna društvena pitanja, ističe Bruketa.

Otkriva kako je nastao vizualni identitet akcije "Dajmo da čuju".

- Cilj je bio oblikovati masovnu akciju i platformu koja potiče zajedništvo, omogućavajući svakom pojedincu sudjelovanje u rješavanju problema prema vlastitim mogućnostima. Kao prva takva inicijativa, identitet je trebao biti suvremen, jasan, jednostavan i svima razumljiv. Ime kampanje istovremeno je predstavljalo poziv na akciju, dok je vizualni identitet prikazivao stiliziranu dječju glavu prije i nakon provedene akcije, kaže Bruketa.





Svi su zvali

Akcija je utjecala i na one koji tada nisu ni slutili da će se jednoga dana i sami baviti umjetnim pužnicama. Prof. **Marijana Tuta Dujmović**, voditeljica Centra za umjetnu pužnicu i ranu rehabilitaciju slušanja u SUVAG-u prisjeća se kako je za "Dajmo da čuju" doznala slučajno.

- Došla sam iz škole, a na televiziji je bio promotivni spot akcije. Čini mi se da je bila neka rečenica: "... kad uključimo zvuk, oni i dalje čuju samo tišinu". Moram priznati da me spoznaja da postoje osobe s tako teškim oštećenjem sluha dosta pogodila, a s druge strane, činjenica da im se nekako može pomoći, nevjerovatno me razveselila.

- Bez puno razmišljanja sam uzela telefon i krenula zvati. Naravno, kao svaki pravi tinejdžer, kasnije sam starijeg brata okrivila za visok telefonski račun. O nevjerovatnoj uspješnosti akcije govori i činjenica da većini ljudi koji nemaju veze s umjetnim pužnicama još uvijek, kad im kažem čime se bavim, prvo padne na pamet "Dajmo da čuju". Jasno, svi su zvali, ističe prof. Tuta Dujmović.

Svi su zvali i svi su pridonijeli dotad neviđenu uspjehu akcije koje se prisjećamo nakon gotovo 25 godina. (P)ostala je jedan od onih nezaboravnih trenutaka urezanih u kolektivno sjećanje jedne nacije.

Tekst je objavljen uz financijsku potporu Agencije za elektroničke medije, iz Programa poticanja novinarske izvrsnosti.

#Zdravlje

Vijesti HRT-a pratite na svojim pametnim telefonima i tabletima putem aplikacija za iOS i Android. Pratite nas i na društvenim mrežama Facebook, Twitter, Instagram, TikTok i YouTube!

— Pročitajte više



Izložba mačaka u zagrebačkom Family mallu



I legenda i čovjek



Zadar - grad na 15 minuta



Osam glavatih želvi vraća se u more iz pulskog Aquariuma

| Od istog autora



Život koji (više) nije okružen tišinom



Trut: Stanje je kontrolirano, nije bilo problema tijekom noći

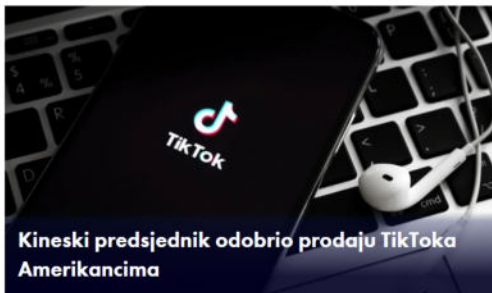


Žigman: Mirovinski fondovi stabilni su i otporni



Trogrić: Milanović igra bitnu oporbenu ulogu, ali smanjuje vlastitu

| Vijesti



Kineski predsjednik odobrio prodaju TikToka Amerikancima



Infobip pokreće digitalno F1 iskustvo za navijače



Obiteljska tvrtka iz Daruvara najbolji poslodavac za osobe s invaliditetom



Trump uvodi naknadu od 100 000 dolara godišnje za radne vize

| Sport



"Ni papa me ne bi mogao natjerati"



Hajduk i Dinamo na Poljudu za vrh ljestvice



na promjenu igre



**Alcaraz i Menšik za vodstvo Europe
3-1 nakon prvog dana Laver Cupa**



**Španjolki Perez drugo zlato u Tokiju:
Najsretnija sam žena na svijetu**



Autorska prava - HRT © Hrvatska radiotelevizija.
Sva prava pridržana.
hrt.hr nije odgovoran za sadržaje eksternih izvora

O HRT-u
Organizacija
Dokumenti
Karijere
Kontakti
Impressum

Pristojba
Prodaja
Nabava
Zaštita privatnosti
Povjerenik za korisnike
Pravo na pristup informacijama

Javni pozivi i rasprave
Neovisni proizvođači AV djela
Distribucija programa
Moblne aplikacije
RSS
Uvjeti korištenja

