



Szanowni Państwo,

żyjemy w świecie, który nieustannie przyspiesza. Świecie powiadomień, ekranów, komunikatów, reklam i dźwięków. Każdego dnia jesteśmy bombardowani informacjami. Każdego dnia nasza uwaga jest rozpraszana.

**W takim świecie cisza przestała być czymś oczywistym. Stała się luksusem.**

Badania pokazują, że nadmiar bodźców

- prowadzi do przeciążenia sensorycznego i zmęczenia,
- zwiększa poziom stresu i napięcia,
- utrudnia koncentrację i podejmowanie decyzji.<sup>1</sup>

Co ważne, to nie dotyczy tylko osób neuroatypowych. Eksperymenty pokazują, że **hałas jest jednym z najsilniejszych czynników zwiększających poczucie przeciążenia**, a jego wpływ obserwuje się zarówno u osób bardziej wrażliwych, jak i w populacji ogólnej.<sup>1</sup>

Z kolei badania środowisk zakupowych wskazują, że **nadmiar bodźców** (światło, dźwięk, komunikaty) **prowadzi do tzw. sensory overload**, który obniża przyjemność z zakupów i powoduje, że klienci szybciej chcą opuścić przestrzeń.<sup>2</sup>

To ma realne konsekwencje!

Badania nad przeciążeniem informacyjnym pokazują, że gdy bodźców jest zbyt dużo:

- spada jakość decyzji,
- rośnie frustracja i zmęczenie,
- konsumenci częściej unikają trudnych doświadczeń zakupowych.<sup>3</sup>

To jeden z powodów, dla których coraz więcej osób **wybiera zakupy online, krótsze wizyty lub rezygnuje z przebywania w zatłoczonych przestrzeniach.**

<sup>1</sup> *Journal of Clinical and Experimental Neuropsychology (Volume 46, 2024): The impact of noise exposure, time pressure, and cognitive load on objective task performance and subjective sensory overload and fatigue;*

<sup>2</sup> *Journal of Retailing and Consumer Services (Volume 57, 2020): Sensory overload in a shopping environment: Not every sensory modality leads to too much stimulation;*

<sup>3</sup> *Frontiers in Neuroscience (Volume 15, 2021): How Does Information Overload Affect Consumers' Online Decision Process? An Event-Related Potentials Study*



### Ale można to zmienić.

Ciche Godziny to proste rozwiązanie: przygaszone światło, brak muzyki i komunikatów, spokojniejsza przestrzeń. To niewielka zmiana operacyjna, ale **ogromna zmiana dla człowieka.**

### Dlaczego to ważne?

Przestrzeń publiczna powinna być dostępna dla wszystkich. **Nie tylko fizycznie, ale także sensorycznie.**

Dzieci i dorośli w spektrum autyzmu, osoby z ADHD czy osoby wysoko wrażliwe często są dziś wykluczane przez nadmiar bodźców.

Ale też dlatego, że coraz więcej z nas zaczyna tego doświadczać.

**Zmęczenia. Przeciążenia. Potrzeby ciszy.**

### Co zyskuje biznes?

Wprowadzenie Cichych Godzin to nie tylko odpowiedzialność społeczna.

To także konkretna wartość:

- **większa dostępność** = więcej klientów,
- **lepsze doświadczenie zakupowe** = dłuższy czas i większe zaufanie,
- **mniej stresu** = większa skłonność do powrotu,
- **wyróżnienie marki** jako nowoczesnej i empatycznej.

Badania jasno pokazują, że zbyt intensywne środowisko zakupowe obniża ocenę miejsca i chęć pozostania w nim.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> *Journal of Retailing and Consumer Services (Volume 57, 2020): Sensory overload in a shopping environment: Not every sensory modality leads to too much stimulation;*



**Fundacja Jim**

## **To decyzja, która mówi kim jesteśmy**

Wprowadzenie Cichych Godzin to nie tylko zmiana w funkcjonowaniu sklepu, to komunikat:

**rozumiemy świat, w którym żyją nasi klienci. Dajemy im przestrzeń, której dziś tak bardzo potrzebują. Tworzymy miejsce, w którym można odetchnąć.**

Dlatego zwracamy się do Państwa z prośbą o wprowadzenie cichych godzin w Państwa placówkach.

**To mały krok dla organizacji. Ale ogromny krok dla ludzi.**

Dla tych, którzy bez ciszy nie mogą funkcjonować.

I dla tych, którzy dopiero zaczynają rozumieć, jak bardzo jej potrzebują.

**Bo cisza nie jest przywilejem.**

**Jest potrzebą.**