

Výstup 2.6: Správa o komunikačných a osvetových aktivitách (Slovensko)

Technical Support Instrument

Supporting reforms in 27 Member States



Funded by
the European Union



MINISTRY
OF ENVIRONMENT
OF THE SLOVAK REPUBLIC

Tento dokument bol vypracovaný s finančnou podporou Európskej únie. Za jeho obsah zodpovedá výlučne autor (autori). Názory vyjadrené v tomto dokumente nemožno v žiadnom prípade považovať za oficiálny názor Európskej únie.

Projekt je financovaný Európskou úniou prostredníctvom nástroja technickej podpory, ktorý spravuje Generálne riaditeľstvo Európskej komisie pre podporu štrukturálnych reforiem.

Táto správa bola doručená v októbri 2025 v rámci zmluvy ES č. REFORM/2021/OP/0006 Lot 1 – TSIC-RoC-20036. Bola doručená ako súčasť projektu „Revízia a aktualizácia národnej stratégie adaptácie na zmenu klímy na Cypre a na Slovensku“.

© Európska únia, 2025



The Commission's reuse policy is implemented by Commission Decision 2011/833/EU of 12 December 2011 on the reuse of Commission documents (OJ L 330, 14.12.2011, p. 39 – <https://eur-lex.europa.eu/eli/dec/2011/833/oj>).

Unless otherwise noted, the reuse of this document is authorised under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) licence (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). This means that reuse is allowed, provided that appropriate credit is given and any changes are indicated.

Directorate-General for Structural Reform Support
REFORM@ec.europa.eu
+32 2 299 11 11 (Commission switchboard)
European Commission
Rue de la Loi 170 / Wetstraat 170
1049 Brussels, Belgium

Podrobnosti o zmluve

DG REFORM

Revision and update of the national strategy on adaptation to climate change in Slovakiaa na Slovensku

Referenčné číslo:**Chyba! Nenašiel sa žiaden zdroj odkazov.**

Predložené

Trinomics B.V.

Mauritsweg 44

3012 JV Rotterdam

Holandsko

Kontaktná osoba

Matthew Smith

T: +31 (0)6 1292 9246

E: matthew.smith@trinomics.eu

Dátum: 10. november 2025

Autori

Doris Folasade Trébitsch (AARC Consulting Ltd)

Upozornenie

Informácie a názory uvedené v tejto správe sú názormi autora (autorov) a nemusia nevyhnutne odzrkadľovať oficiálny názor Komisie ani názory príjemcu (Ministerstva životného prostredia Slovenskej republiky). Komisia nezaručuje správnosť údajov uvedených v tejto štúdii. Komisia ani žiadna osoba konajúca v mene Komisie nemôže byť zodpovedná za použitie informácií obsiahnutých v tejto správe.

Trinomics

Rotterdam, 10. november 2025

REFORM/2021/OP/0006 Lot 1 - TSIC-RoC-20036

Revision and update of the national strategy on adaptation to climate change in
Slovakia

V spolupráci s:



Obsah

1. Úvod	7
2. Prístup	8
2.1. Prehľad	8
2.2. Fáza zberu údajov	8
2.2.1. Prehľad literatúry	8
2.2.2. Prieskum	9
2.2.3. Rozhovory	12
2.2.4. Pilotné testovanie súboru nástrojov	14
3. Fáza analýzy	18
3.1. Komunikácia o klíme na Slovensku	18
3.2. Súčasné a predchádzajúce iniciatívy zamerané na zmenu klímy/životné prostredie na Slovensku s komponentmi osvetovej činnosti	18
3.2.1. Vládne programy	18
3.2.2. Špecializované národné (webové) platformy	24
3.2.3. Subnárodné vládne subjekty	26
3.2.4. Mimovládne programy/akcie	27
3.2.5. Významné súkromné osoby / tvorcovia obsahu, ktorí komunikujú o opatreniach v oblasti klímy	28
3.3. Regionálna a lokálna digitálna komunikácia vlády o klíme prostredníctvom Facebooku	32
3.3.1. Poznámky k významným príspevkom, ktoré možno využiť na efektívnu online komunikáciu v oblasti CCA	33
3.4. Audiovizuálna komunikácia o klíme na Slovensku	36
3.4.1. Príklady dobrej komunikácie o klíme z iných krajín/subjektov:	40
4. Zistenia a syntéza	42
4.1. SWOT analýza	42
5. Vyvinuté nástroje	45
6. Komunikačné aktivity a výstupy	47
6.1. Realizované komunikačné aktivity	47
6.2. Príprava a výsledky podujatí	47
6.3. Ďalšia podpora poskytovaná pre podujatia zamerané na verejnosť	49
6.4. Hodnotiaci prieskum	49
7. Komunikácia o klíme v ére umelej inteligencie	50
8. Hodnotiaci rámec pre monitorovanie a meranie komunikácie v oblasti CCA	52
9. Závery a odporúčania	56

1. Úvod

Očakáva sa, že komunikačná činnosť slovenskej vlády v oblasti adaptácie na zmenu klímy (CCA) bude prebiehať v rámci strategického cieľa (SO) 4 revízie Národnej adaptačnej stratégie (NAS),¹ Informovaná a posilnená spoločnosť.

Zvyšovanie povedomia je základným procesom verejnej komunikácie. Slúži ako základ pre inšpirovanie k činom a ovplyvňovanie postojov a správania v súvislosti s adaptáciou na zmenu klímy (CCA). Podľa iniciatívy EÚ Climate ADAPT¹¹ „verejné povedomie je dôležité pre zvýšenie entuziazmu a podpory, stimulovanie sebamobilizácie a konania a mobilizáciu miestnych znalostí a zdrojov“. Stratégia EÚ v oblasti adaptácie z roku 2021² považuje „miestnu úroveň za základ adaptácie, preto musí podpora EÚ pomáhať zvyšovať miestnu odolnosť“.³

Komunikácia o zmene klímy () zo strany slovenských verejných subjektov na národnej, regionálnej a miestnej úrovni sa od prijatia Stratégie adaptácie Slovenskej republiky na nepriaznivé vplyvy zmeny klímy v roku 2014 postupne stala bežnou súčasťou života širokej verejnosti.⁴ Ďalšími aktérmi v oblasti komunikácie o klíme na Slovensku sú médiá, mimovládne organizácie (MVO), akademické a výskumné inštitúcie, podniky súkromného sektora a fyzické osoby. Slovenské orgány zvyčajne spolupracujú s kombináciou týchto aktérov na realizácii projektov súvisiacich so zmenou klímy (životným prostredím) (a tým aj na komunikácii) s rôznymi zainteresovanými stranami. Komunikácia o zmene klímy zo strany slovenskej vlády sa preto zvyčajne uskutočňuje v rámci formálnych, časovo ohraničených projektov a s nimi súvisiacich cieľov a udalostí.

Podľa stratégie EÚ na prispôsobenie sa zmene klímy do roku 2021 musí komunikácia o zmene klímy byť systematickejšia a štruktúrovanejšia na všetkých úrovniach verejnej správy.⁵ Vzhľadom na toto odporúčanie na vysokej úrovni sa relevantná hlavná otázka, ktorá sa vynorila v tejto výskumnej správe, týkala existujúceho systému: Sú základné komunikačné systémy a inštitucionálne koordinačné mechanizmy orgánov, ktoré sú príjemcami pomoci, dostatočné na podporu zvyšovania povedomia o CCA / NAS v Slovenskej republike?

¹ NAS bude predložená na schválenie vládou Slovenskej republiky.

² Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Forging a climate-resilient Europe - the new EU Strategy on Adaptation to Climate Change, COM/2021/82 final

³ Európsky dvor auditorov. Osobitná správa 15/2024: Prispôsobenie sa zmene klímy v EÚ, s. 25

⁴ Ministerstvo životného prostredia (2014). Stratégia adaptácie Slovenskej republiky na nepriaznivé dôsledky zmeny klímy. https://climate-laws.org/documents/strategy-of-adaptation-of-the-slovak-republic-to-the-unfavorable-consequences-of-climate-change_55de?id=national-adaptation-strategy-resolution-of-the-slovak-government-no-148-2014_05e4

⁵ Stratégia EÚ pre adaptáciu na zmenu klímy 2021

2. Prístup

2.1. Prehľad

Táto správa bola vypracovaná ako súčasť výstupu 2.6. (D2.6) v rámci projektu „Revízia a aktualizácia národnej stratégie adaptácie na zmenu klímy na Slovensku“. Cieľom správy je poskytnúť analýzu verejnej komunikácie o adaptácii na zmenu klímy na Slovensku, identifikovať nedostatky/medzery, zhrnúť poskytnutú podporu a hlavné získané poznatky. Prehľad úloh v rámci D2.6 je uvedený v tabuľke nižšie.

Výstup 2.6: Správa o komunikačných a osvetových aktivitách (Slovensko)	
Cieľ	Poskytnúť analýzu verejnej komunikácie o adaptácii na zmenu klímy, vypracovať vhodné nástroje, otestovať ich prostredníctvom osobných podujatí a poskytnúť príjemcovi analyticky podložené nástroje na zvyšovanie povedomia verejnosti s cieľom podporiť implementáciu návrhu stratégie vypracovaného v rámci výstupu 2.4.
Úlohy	- Vykonanie sekundárneho výskumu, ako aj rozhovorov a konzultácií so zainteresovanými stranami s cieľom identifikovať a vyhodnotiť kľúčové cieľové skupiny, témy, naratívy a posolstvá. - Identifikovať nedostatky a medzery vo verejnej komunikácii a povedomí o adaptácii na zmenu klímy. - Identifikovať a vypracovať vhodné nástroje a predložiť ich riadiacemu výboru na schválenie. - Organizovať najmenej 8 osobných podujatí v rôznych regiónoch s cieľom otestovať predtým vyvinuté nástroje. - Vypracovať správu, v ktorej sa zhrnie vyššie uvedená analýza, poskytnutá podpora a hlavné získané poznatky.
Výstupy	- Nástroje verejnej komunikácie a zvyšovania povedomia 8 osobných podujatí na otestovanie vyvinutých nástrojov - Správa o komunikačných a osvetových aktivitách (Slovensko)

2.2. Fáza zberu údajov

2.2.1. Prehľad literatúry

Fáza výskumu zahŕňala prehľad literatúry niekoľkých slovenských a medzinárodných dokumentov, ako napríklad:

- Zvyšovanie povedomia o zmene klímy: Príručka pre kontaktné osoby vládnych orgánov, UNEP 2006
- Osobitná správa 15/2024: Prispôsobenie sa zmene klímy v EÚ
- Komunikačná stratégia Žiliny, 2023
- Komunikačná stratégia Banskej Bystrice
- Návrh aktualizácie komunikačnej stratégie miestnej samosprávy mestského okresu Bratislava-Petržalka na roky 2022-2026
- Komunikačná stratégia mesta Topoľčany (Nitra)
- Akčný plán prispôsobenia sa zmene klímy hlavného mesta Slovenskej republiky Bratislavy na roky 2017 – 2020

- Riešenie miestnych potrieb: vypracovanie adaptačnej stratégie na základe prieskumu medzi občanmi Kispest – okres XIX v Budapešti, Maďarsko, 2020
- MIP4ADAPT Zapojenie zainteresovaných strán a občanov do adaptácie na zmenu klímy: príručka pre samostatnú realizáciu (2024)
- REACHOUT (2024). Ako vytvoriť príbeh o klíme – praktická príručka. Výskumný a inovačný program EÚ Horizont, grantová dohoda č. 101036599. DOI 10.5281/zenodo.14228928
- Varazzani et al. „Spotting the sludge: Behavioural audits to improve public services across countries“ (Odhaľovanie nečistôt: Audity správania na zlepšenie verejných služieb v rôznych krajinách), október 2023
- Howell, E. L., Behrman, S. L., Kirschner, E., & Goodwin, S. S. (2024). Rozprávanie príbehov vo vedeckých filmoch: Naratívne zapojenie súvisí s väčšími znalosťami, záujmom a identifikáciou s vedou. *Science Communication*, 47(2), 211-249. (Pôvodné dielo publikované v roku 2025)
- Správa Reuters Institute Digital News Report 2025, Slovensko, A. Chlebcová Hečková a S. Smith
- Negrete, A., & Lartigue, C. (2010). Veda rozprávania príbehov – hodnotenie vedeckej komunikácie prostredníctvom naratívnej metódy RIRC. *Journal Media and Communication Studies*, 2(4), 98–110
- König, L. M., Altenmueller, M. S., Fick, J., Crusius, J., Genschow, O., & Sauerland, M. (2025). Ako komunikovať vedu verejnosti? Odporúčania pre efektívnu písomnú komunikáciu odvodené zo systematického prehľadu. *Zeitschrift für Psychologie*, 233(1), 40-51.
- Medzinárodný panel pre informačné prostredie [E. Elbeyi, K. Bruhn Jensen, M. Aronczyk, J. Asuka, G. Ceylan, J. Cook, G. Erdelyi, H. Ford, C. Milani, E. Mustafaraj, F. Ogenga, S. Yadin, P. N. Howard, S. Valenzuela (eds.)], „Integrity of Information about Climate Science: A Systematic Review“ (Integrity of Information about Climate Science: A Systematic Review), Zürich, Švajčiarsko: IPIE, 2025. Syntetická správa, SR2025.1, doi: 10.61452/BTZP3426.

2.2.2. Prieskum

Konzultant navrhol prieskum s cieľom zhromaždiť informácie od slovenských vládnych inštitúcií na všetkých úrovniach o ich komunikačných zariadeniach, opatreniach a kapacitách.

Prieskum bol zaslaný 414 adresátom. Trval od 4. do 17. apríla 2025 (10 pracovných dní / 14 kalendárnych dní). Prieskum vyplnilo celkovo 50 respondentov (percento odpovedí: 12 %). Hlavné zistenia sú uvedené v grafoch a tabuľkách nižšie.

ChatGPT said:

Na základe celkového počtu respondentov boli najviac zastúpenými regiónmi Žilina, Banská Bystrica a Bratislava, zatiaľ čo najmenej zastúpené boli Nitriansky a Trnavský kraj.

Tabuľka 1: Počet respondentov z jednotlivých regiónov.

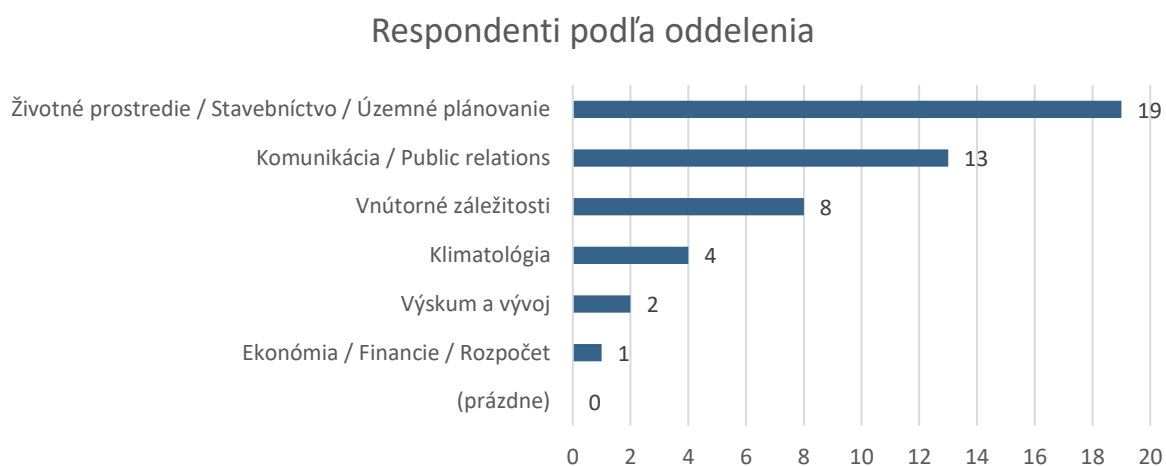
Región	Počet respondentov
Nitra	3
Trnava	3
Trenčín	5
Košice	5
Prešov	7
Žilina	8

Banská Bystrica	8
Bratislava	10

Zdroj: Konzultantský prieskum

Väčšinu respondentov tvorili verejní zamestnanci pracujúci na odboroch životného prostredia / výstavby / územného plánovania a na odboroch komunikácie / verejných vzťahov. Pre účely výskumu bola práve druhá skupina primárnou cieľovou skupinou prieskumu.

Obrázok 1: Respondenti prieskumu podľa zastúpených odborov.



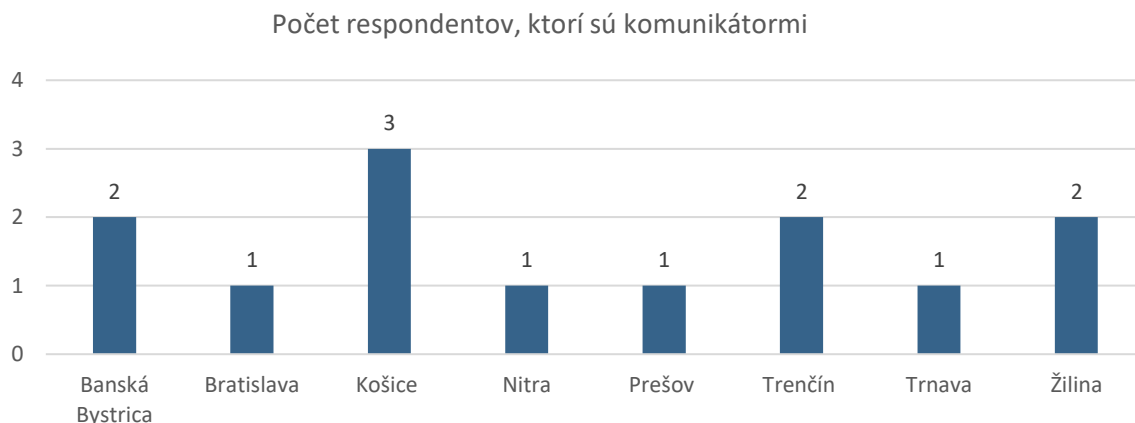
Z 13 respondentov z odboru komunikácie / PR (t. j. profesionálnych komunikátorov) bolo najviac zastúpeným regiónom Košice. Všetkých osem krajov Slovenska bolo zastúpených aspoň jedným komunikátorom.

Obrázok 2: Regionálne zastúpenie respondentov z odboru komunikácie / PR



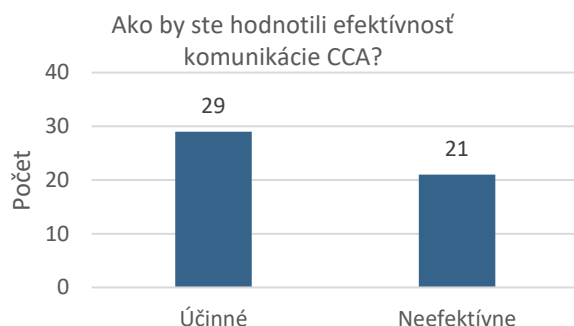
Podľa výraznej väčšiny respondentov (34 z 50) ich organizácia nemá oficiálnu komunikačnú alebo public relations (PR) stratégiu.

Obrázok 3: Informovanosť o existujúcej oficiálnej komunikačnej / PR stratégii



Podľa vyjadrení všetkých respondentov mierna väčšina (58 %, t. j. 29 z 50) považuje svoju súčasnú komunikáciu v oblasti CCA za efektívnu, zatiaľ čo 42 % (21 z 50) ju považuje za neefektívnu.

Obrázok 4: Názor všetkých respondentov na efektívnosť ich CCA komunikácie



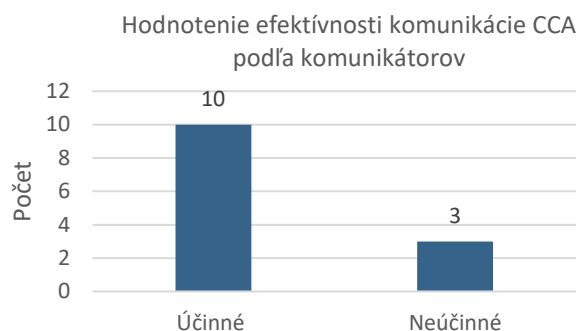
Pre respondentov pracujúcich na komunikačných oddeleniach je hodnotenie efektívnosti ich CCA komunikácie výrazne pozitívne (10 z 13), pričom iba traja ju považujú za neefektívnu. Konzultant však zistil, že neexistujú formálne výkonnostné údaje, ktoré by na základe štandardizovanej východiskovej hodnoty merali skutočnú mieru efektívnosti či neefektívnosti komunikačných aktivít, najmä v oblasti klimateckej komunikácie. Zároveň neexistuje jednotný empirický systém monitorovania a hodnotenia (M&E) s inštitucionalizovanými, štandardizovanými ukazovateľmi pre komunikačné aktivity verejných inštitúcií (a obzvlášť pre komunikáciu o klíme).

Na základe odpovedí samotných komunikátorov (ktorí sú v najlepšej pozícii posúdiť túto tému) boli uvádzané metriky obmedzené a rôznorodé. Jediné metriky, ktoré sa zdajú byť monitorované väčšinou komunikátorov, sú dosah (Reach), návštevnosť (Traffic), interakcie a spätná väzba (do ktorej Konzultant zaradil aj podnety a žiadosti od verejnosti). Iba jeden komunikátor z Banskej Bystrice uviedol metriku „Počet komunikačných aktivít zameraných na zmenu klímy“. Ten istý respondent zdôraznil: „Máme internú komunikačnú stratégiu, komunikačný tím a profesionálnu štruktúru v úrade venovanú klimateckej zmene.“ To podporuje tvrdenie, že vyčlenené personálne a odborné kapacity na komunikáciu o klimateckej zmene umožňujú cielene monitorovať efektívnosť verejnej komunikácie o tejto téme.

Medzi ďalšie metriky, ktoré uvádzali rôzni komunikátori, patrili čítanosť (článkov, newsletterov), počet sledovateľov, účasť verejnosti na aktivitách či počet ľudí registrovaných v aplikácii (platformy ako Podnet pre

Mesto, Odkaz pre starostu, tvormespolu, Munipolis, ROZaNA). Mnohé slovenské mestá a obce takéto platformy využívajú, pričom niektoré majú aj ich kombináciu.

Obrázok 5: Názor komunikátorov na efektívnosť ich CCA komunikácie



2.2.3. Rozhovory

Rozhovory s organizáciami SAZP a Life Populair prebehli v písomnej forme. Bolo položených desať otázok (s čiastočne otvorenými odpoveďami) a boli zaznamenané podrobné odpovede. Pokúsili sme sa získať písomné odpovede od organizácie (ZPVVO⁶), ktorá zastupuje mimovládne organizácie a súkromný sektor, avšak bezúspešne. Dve podrobné odpovede z rozhovorov nájdete v prílohách.

Hlavné zistenia z rozhovorov

Najvýraznejším zistením bolo, že obaja respondenti hodnotia úspešnosť svojich iniciatív na základe počtu a zloženia zúčastnených účastníkov. Nebola uvedená žiadna zmienka o konzistentných a empirických údajoch, ktoré by merali výkonnosť na základe úrovne povedomia alebo adaptívnej schopnosti cieľových skupín. Pokiaľ ide o publikum, najviac zainteresované a angažované publikum pre aktivity oboch respondentov boli deti, žiaci, študenti a učitelia, pretože ich iniciatívy sú silne orientované na vzdelávanie. Obaja respondenti vo svojom obsahu použili odborné zdroje/citácie a kauzálne súvislosti. Komunikačné prvky a stratégie, ktoré sa ukázali ako najcennejšie a najpresvedčivejšie, boli praktické ukážky, rozprávanie príbehov, jazykový štýl a tón, zatiaľ čo štatistiky a varovania (ako aj zákony, nariadenia, predpisy, sankcie) boli identifikované ako zložitejšie prvky, ktoré široká verejnosť nie je schopná ľahko pochopiť. Rozprávanie príbehov bolo tiež považované za náročné, pretože si vyžaduje tvorivé zručnosti. Obaja respondenti zdôraznili, že výber tém, ktoré šíria vo svojich kampaniach, je silne ovplyvnený potrebami a záujmami cieľových skupín. Považujú to za bezpečný prístup, ktorý zabezpečuje zapojenie verejnosti.

⁶ ZPVVO / ARDIO je celoštátna, ocenená organizácia, ktorá získala mnoho medzinárodných ocenení. Konzultant ju považoval za veľmi vhodnú voľbu pre ďalší rozhovor, pretože zastupuje široké spektrum podnikateľských subjektov a má preto dôležité poznatky o súkromnom sektore (vrátane pohľadu podnikateľov, zamestnávateľov a zamestnancov), pričom sama je mimovládnu organizáciou a neziskovým subjektom. ZPVVO pôsobí v špičkovom sektore priemyselného výskumu, vývoja a inovácií, a je tak veľmi relevantným zainteresovaným subjektom v oblasti zmeny klímy a adaptácie na ňu. Generálny tajomník navyše vo svojej odpovedi na počiatočný prieskum konzultanta uviedol, že považuje súčasné komunikačné aktivity organizácie v oblasti adaptácie na zmenu klímy za pomerne neefektívne – túto otázku sa konzultant snažil ďalej preskúmať prostredníctvom rozhovoru.

SAZP realizovala širokú škálu komunikačných aktivít a informácií o zmene klímy zameraných na rôzne cieľové skupiny na miestnej, regionálnej a národnej úrovni. Tieto aktivity prebiehali hlavne pod záštitou projektov financovaných externými darcami a operačným programom z národného rozpočtu. SAZP realizovala väčšinu týchto aktivít v spolupráci s odborníkmi. Pre Life Populair boli najúspešnejšími vzdelávacími a komunikačnými aktivitami v oblasti klímy odborné konferencie Efektívne riadenie kvality ovzdušia (2021), Čistejšie ovzdušie v našich mestách a obciach – ako na to? (2023) a Dýchajme čistejšie ovzdušie – efektívne riešenia pre mestá a obce (2025). Priemerná účasť účastníkov bola 150 osôb.

Podobne, kľúčovým cieľom komunikačných aktivít SAZP v oblasti klímy bolo vzdelávať, školiť, podnecovať individuálne klimatické opatrenia s cieľom inšpirovať zmenu správania a poskytovať metodické usmernenia a praktické príklady na ďalší rozvoj politiky adaptácie na zmenu klímy, riadenie a implementáciu. Napríklad prostredníctvom kampane KlimaTyzuj, uplatňovania metodických usmernení na rozvoj stratégie prispôsobenia sa nepriaznivým dôsledkom zmeny klímy na miestnej úrovni pre mesto Púchov, obec Dubová a mesto Lučenec.⁷ Nedávno zriadená platforma klima-adapt, ktorá funguje ako informačné centrum CCA vrátane spravodajského bulletinu, má viac ako 6000 návštev mesačne. Okrem toho vyvinutá Zelená infraštruktúra v procese adaptácie na zmenu klímy obsahuje asi 35 katalógov a príručiek, asi 46 príkladov adaptačných stratégií a mnoho ďalších publikácií o adaptácii na zmenu klímy. V rámci všeobecného prehľadu svojich činností SAZP nepovažovala žiadnu cieľovú skupinu za obzvlášť necitlivú alebo nezaujatú a zdôraznila konzistentný výrazný záujem všetkých cieľových skupín, pretože realizované činnosti reagovali na ich požiadavky. SAZP však zdôraznila, že u seniorov vo veku 60+ bol nedávno zaznamenaný pokles zapojenia tejto vekovej skupiny. Dôvodom je podľa nej ich nedostatok technických zručností, zaujatí zdravotnými problémami alebo nezáujem o nadbytok informácií o klíme.

Na otázku, či merali úroveň povedomia o politike a opatreniach v oblasti zmeny klímy medzi rôznymi cieľovými skupinami, SAZP odpovedala, že áno, ale odvolala sa na (starý) celonárodný prieskum z roku 2020, ktorý bol realizovaný v rámci národného projektu. Uviedla, že povedomie bolo neformálne merané aj počas interakcií na mieste.

Dôkazy o silnom zapojení verejnosti do klimatických opatrení SAZP na sociálnych médiách sú však menej významné. SAZP priznala, že na Facebooku nezverejňuje správy ani informácie o všetkých svojich aktivitách, čo sa vzhľadom na popularitu tejto sociálnej mediálnej platformy na Slovensku javí ako nedostatkom a nevyužitým zdrojom pri zvyšovaní povedomia. SAZP má k novembru 2025 2,7 tisíce sledovateľov na Facebooku.

Nasledujúce údaje (za posledných 12 mesiacov) boli poskytnuté ako analytické dôkazy pre metriky konzultanta.

	Metrika	Meradlo (údaje za posledných 12 mesiacov)
1.	Počet návštev oficiálnej webovej stránky o klíme z externých (nie vládnych) zdrojov návštevnosti	www.enviroportal (1 698 581 návštev ročne, 268 180 návštev mesačne) jej podstránka venovaná zmene klímy: https://www.enviroportal.sk/zmena-klimy (počet návštev 781, táto podstránka bola vytvorená relatívne nedávno a jej obsah sa v súčasnosti aktualizuje).
2.	Počet stiahnutí dokumentov týkajúcich sa klímy/životného prostredia z vašej webovej stránky	www.enviroportal (513 stiahnutí)
3.	Počet reakcií na najpopulárnejší príspevok na Facebooku na tému zmeny klímy/životného prostredia	Najpopulárnejší príspevok s témou súvisiacou so zmenou klímy mal vplyv na 346 používateľov/sledovateľov. Nie všetky aktivity sú zverejnené na Facebooku.

⁷ Aktivity v meste Lučenec ďalej prebiehajú.

	Metrika	Meradlo (údaje za posledných 12 mesiacov)
4.	Počet komentárov k najpopulárnejšiemu príspevku na Facebooku na tému zmena klímy/životné prostredie	K príspevku neboli pridané žiadne komentáre.
5.	Počet zdieľaní najpopulárnejšieho príspevku na Facebooku na tému klimatické zmeny / životné prostredie	3 zdieľania
6.	Počet účastníkov najpopulárnejšej akcie súvisiacej so zmenou klímy/životným prostredím, ktorú SAŽP organizovala alebo bola jej spoluorganizátorom.	Medzinárodná konferencia RIADENIE RIZÍK, ZMENA KLÍMY A VODNÉ TOKY (2023, 253 účastníkov, reportáž z tejto konferencie si v televízii pozrelo 120 000 ľudí).
7.	Najpopulárnejšie komunikačné prvky, ktoré SAŽP používa vo svojich kampaniach. (Napríklad: audio, zvukové ukážky, jingle, videá, fotografie, obrázky, farebná schéma, téma, štýl posolstva, príbeh atď. Tieto prvky možno rozdeliť do piatich hlavných kategórií: vizuálne, audio, posolstvo, aktivity v rámci podujatia, výzva k akcii)	SEA vo svojich kampaniach používa kombináciu komunikačných prvkov v závislosti od témy, ktorú komunikuje, a cieľovej skupiny. Ide prevažne o fotografie, videá, spoty, rôzne ilustračné obrázky, grafy, diagramy, konkrétne posolstvá, ako aj výzvy k akcii.
8.	Miera relevantnosti obsahu súvisiaceho s klímou/životným prostredím, ktorý komunikuje SAŽP, ako vyplýva z reakcií publika	Spätná väzba na témy súvisiace so zmenou klímy alebo životným prostredím je pozitívna zo strany sledovateľov na sociálnych sieťach, o čom svedčia komentáre, „lajky“ alebo zdieľanie príspevkov na iných stránkach alebo profiloch.
9.	Miera dostupnosti obsahu súvisiaceho s klímou/životným prostredím, ktorý komunikuje SAŽP, ako vyplýva zo spätnej väzby od publika	Všetky informácie o jednotlivých zložkách životného prostredia sú verejne dostupné na webových stránkach spravovaných Slovenskou agentúrou životného prostredia.
10.	Povaha vplyvu komunikačných stratégií (rečových/textových) na zamýšľané ciele SAŽP. T. j. pozitívny alebo negatívny vplyv na ich postoj, zámer, dôveru, vnímanú kvalitu informácií, vnímanie rizík, správanie, pochopenie, znalosti o komunikovanej téme/informáciách. To prispieva k meraniu účinku rozprávania príbehov, zoznamov faktov/statistik, odborných zdrojov, citácií, metód, kauzálnych súvislostí, konsenzuálnych správ, konfliktov, varovaní, obmedzení, váhy dôkazov, lexikálnych výhrad, tónu, štruktúry, slovnej zásoby. (Okrem toho by takéto údaje a povedomie mohli potenciálne prispieť k prebiehajúcej širšej verejnej – vedeckej – komunikačnej paradigme v doteraz nedostatočne preskúmanej oblasti vplyvu komunikačných stratégií na ciele vedeckej komunikácie). V konečnom dôsledku by takéto spätná väzba umožnila slovenským verejným orgánom neustále zdokonaľovať a prispôbovať svoje komunikačné stratégie požadovaným cieľom.	SAŽP využíva na komunikáciu internú a externú komunikačnú stratégiu. V prípade externej komunikačnej stratégie ide hlavne o uverejňovanie tlačových správ, článkov a newsletterov na webových stránkach a uverejňovanie príspevkov na sociálnych sieťach. Informácie uverejnené týmto spôsobom zvyšujú povedomie o inštitúcii, jej činnostiach a výstupoch, posilňujú dôveru a sympatie voči inštitúcii a budujú jej image a reputáciu.

2.2.4. Pilotné testovanie súboru nástrojov

Z respondentov počiatočného prieskumu sa päť dobrovoľne prihlásilo do pilotnej skupiny, aby poskytli spätnú väzbu k navrhovanému návrhu súboru nástrojov.

Región	Bratislava	Nitra	Prešov	Banská Bystrica	Žilina
Oddelenie	Výskum a vývoj vo VUVH (Vodohospodársky výskumný ústav)	Oddelenie životného prostredia	Manažér regionálneho rozvoja	Oddelenie vnútorných záležitostí / mestský úrad	Oddelenie komunikácie a vzťahov s verejnosťou, kancelária primátora

Hlavné zistenia

Informácie o CRVA a CCA

Väčšina respondentov uviedla, že nemajú informačný list venovaný téme CCA. Hoci to považujú za náročnú úlohu, boli by ochotní takéto informačné listy pripraviť a aktualizovať, ale pripustili, že na to budú potrebovať najmenej dva mesiace, ako aj dodatočné zdroje (finančné a ľudské).

Užívateľsky prívetivá webová stránka so špeciálnou sekciou venovanou klíme

Všetci okrem jedného sa zhodli, že ich oficiálna webová stránka môže byť lepšie štruktúrovaná, aby umožňovala väčšiu dostupnosť informácií o zmene klímy. Odhadli, že realistický časový rámec na vykonanie takejto reštrukturalizácie je niekoľko mesiacov. Všetci majú pre svoju inštitúciu zavedený protokol auditu webového systému, ktorý sa zvyčajne vykonáva raz ročne alebo dvakrát ročne.

Publikum / zainteresované strany

Zainteresované strany, ktorých sa týka CCA, sú v podstate cieľové skupiny komunikácie CCA. Na otázku, či môžu preskúmať a aktualizovať zoznam konkrétnych zainteresovaných strán, ktorých sa týka CCA v ich okrese, traja z piatich odpovedali áno, ale zaujímavé je, že uvedená doba trvania sa pohybovala od jedného mesiaca do jedného roka. Tí, ktorí odpovedali nie, zdôvodnili to tým, že aktualizovaný zoznam zainteresovaných strán nie je prioritou a že zainteresované strany nemusia byť ochotné spolupracovať.

Správy

Na otázku, či súhlasia s navrhovanými naratívami a prístupom k formulovaniu správ, všetci súhlasili, že rozprávanie príbehov a tvorba správ sú užitočné, jeden respondent čiastočne súhlasil, ale mal pochybnosti o schopnosti verejnosti spracovať a pochopiť tému CCA v prípade, že sa ako príklad naratívneho štýlu používa „metafora“. Treba poznamenať, že príklad rozprávania príbehov stručne opísaný v súbore nástrojov kombinuje niektoré prvky žánrov beletrie, bájky, alegórie, animácie, satiry a komédie.

Témy a formáty

Súbor nástrojov obsahuje desať navrhovaných tém a formátov. Respondenti boli požiadaní, aby sa vyjadrili k ich realizovateľnosti. Nemali námietky proti navrhovaným témam a formátom, najmä na národnej úrovni, ale skôr sa obávali, že na úrovni miestnej samosprávy chýbajú finančné a personálne kapacity a vplyv na ich implementáciu, a to najmä v prípade hlavných formátov, ako sú rozhlasové a televízne spoty.

Umelá inteligencia

Väčšina respondentov nepoužíva umelú inteligenciu (AI) vo svojej komunikačnej činnosti. Menšina, ktorá ju používa, ju využíva na bežné úlohy, ako je písanie e-mailov a rýchle vyhľadávanie tém. Jeden respondent bol dokonca proti používaniu AI, pretože by to odstránilo „osobný rozmer“ komunikácie. Zdá sa, že sa nevyužila príležitosť na využitie AI na vyplnenie medzery v zdrojoch – t. j. nedostatku kapacít na miestnej úrovni –, čo respondenti často kritizovali. Existuje široká škála komunikačných podporných úloh, ktoré je možné „outsourcovať“ na niekoľko (generatívnych) nástrojov AI, ako je tvorba obsahu, generovanie obrázkov/vidí/textov/audio záznamov, plánovanie komunikačného kalendára, návrhy mediálnych kanálov,

prispôsobovanie správ pre rôzne cieľové skupiny atď. Môžu ušetriť čas, úsilie a peniaze, ak sa monitorujú a predchádza rizikám, ako sú falošné/neetické/nezákonné informácie a porušenie ochrany osobných údajov.

Overovanie faktov a proaktívne reagovanie

Nástroje na overovanie faktov slúžia ako prostriedok na overovanie informácií a následné proaktívne objasňovanie/vyvracanie akýchkoľvek dezinformácií alebo nesprávnych informácií, najmä v prípade kontroverzných tém, ako je zmena klímy. Prekvapujúce však bolo zistenie, že žiadny z respondentov nepoužíva nástroje na overovanie faktov vo svojich komunikačných aktivitách.

Osvedčené postupy v oblasti komunikácie o klíme

Všetci respondenti (okrem jedného) priznali, že na regionálnej úrovni nemajú k dispozícii zoznam poučení a osvedčených postupov v oblasti komunikácie o klíme. Len jeden respondent uviedol, že „zbierajú skúsenosti a snažia sa ich uplatňovať v praxi“. Všetci sa zhodujú, že systematizovaná forma zdieľania poznatkov, napríklad prostredníctvom komunity odborníkov v oblasti komunikácie o klíme, by bola užitočná a cenná, a väčšina z nich je ochotná sa na nej podieľať.

Monitorovanie a hodnotenie

Na otázku týkajúcu sa schopnosti monitorovať a hodnotiť údaje o komunikácii o klíme dal iba jeden respondent jednoznačne kladnú odpoveď. Dvaja ďalší respondenti uviedli, že tak robia iba čiastočne. Na otázku, či podávajú správy o údajoch týkajúcich sa komunikácie iným oddeleniam vo svojej inštitúcii a či tieto údaje zohľadňujú vyššie úrovne pri rozhodovaní o politike/opatreniach v oblasti klímy, len jeden respondent odpovedal kladne a uviedol, že verejnú spätnú väzbu o pláne mesta na zmierňovanie zmeny klímy a prispôsobovanie sa jej šíri „mestská rada“. Hoci sa to javí ako príklad uľahčenia spätnej väzby v komunikácii o klíme, nie je to úplný príklad mechanizmu monitorovania a merania ako takého. Tiež jasne neindikuje existenciu inštitucionalizovaného procesu monitorovania, hodnotenia a učenia (MEL), ktorý by systematicky a empiricky demonštroval vplyv verejnej komunikácie týchto vládnych inštitúcií. Pokiaľ ide o podporu potrebnú na vykonávanie MEL, väčšina respondentov uviedla finančnú, technickú a personálnu podporu. Jediná podrobná odpoveď v tomto ohľade stojí za citovanie, pretože poskytuje užitočné nápady:

„Jednoduchý nástroj alebo šablóna na zber údajov, prístup k analytickému softvéru alebo službám – buď poskytované centrálné (napr. prostredníctvom ministerstva životného prostredia alebo vyššej územnej jednotky), alebo v rámci medziobecnej spolupráce, kde by sa zdieľali náklady aj výstupy. Personálne kapacity alebo externá podpora, keďže v menších obciach nie sú špecialisti na komunikáciu. Pomoc by bola aj podpora študentov/stážistov, ktorí by boli vyškolení na túto úlohu a pomáhali by s hodnotením.“ – (respondent z Prešova)

Zdroje a referencie týkajúce sa CCA

Odpovede pilotnej skupiny odhalili, že napriek existencii mnohých národných a medzinárodných zdrojov/platforiem/databáz o zmene klímy (a adaptácii), vrátane špecializovaného online centra klima-adapt.sk, sú tieto zdroje vo veľkej miere nevyužívané. Táto slabina nie je prevažne viditeľná na úrovni miestnej samosprávy. Dokonca aj respondent z ústredného slovenského Výskumného ústavu vodného hospodárstva – VUVH, ktoré je ústrednou organizáciou v systéme uviedol, že tieto zdroje využíva, spomenul len dva z nich (Enviroportal a EWOBX). Väčšie využívanie týchto zdrojov je kľúčové pre to, aby komunikátori získali prehľad o CCA a aby slúžili ako referencie pre obsah CCA.

3. Fáza analýzy

3.1. Komunikácia o klíme na Slovensku

V prieskume dôvery v priemere 11 % respondentov identifikovalo dezinformácie (náhodné šírenie nepravdivých informácií, ktoré môže byť aj zámerné s cieľom vyvolať zmätok)⁸ a dezinformácie (úmyselné šírenie nepravdivých informácií so zlomyseľným úmyslom) ako jeden z troch hlavných problémov, ktorým čelí ich krajina; v Slovenskej republike však tento podiel presiahol 20 %.⁹ Na posilnenie dôvery v komunikáciu vlády je nevyhnutné jasne vysvetliť (s empirickými dôkazmi) širokému spektru zainteresovaných strán, že vláda prijíma konkrétne opatrenia v oblasti klímy. Tento prístup je v súlade s odporúčaním OECD, podľa ktorého verejné inštitúcie musia zlepšiť stratégie komunikácie s verejnosťou a zabezpečiť, aby jasne vysvetľovali, ako politické reformy ovplyvňujú verejnosť, s cieľom budovať dôveru. Na Slovensku verejné subjekty a neštátne subjekty realizovali viacero komunikačných opatrení súvisiacich s klímou, z ktorých mnohé boli financované z prostriedkov EÚ, nórskych grantov alebo štátneho rozpočtu a boli zamerané na širokú škálu cieľových skupín. Tieto opatrenia sú uvedené v nasledujúcej podkapitole.

3.2. Súčasné a predchádzajúce iniciatívy zamerané na zmenu klímy/životné prostredie na Slovensku s komponentmi osvetovej činnosti

3.2.1. Vládne programy

V uplynulých desiatich rokoch bolo na Slovensku realizovaných viacero iniciatív zameraných na zvyšovanie povedomia rôznych cieľových skupín s cieľom podporiť lepšie pochopenie a angažovanosť v otázkach životného prostredia a klímy. Oficiálne sa označujú ako environmentálne vzdelávanie, odborná príprava a zvyšovanie povedomia (EVVO) a klasifikujú sa hlavne na formálne aktivity (formálne vzdelávanie a odborná príprava integrované do školských osnov)¹⁰ a neformálne/informálne aktivity (pre odbornú a laickú verejnosť).¹¹ Všetky tieto projekty a programy zahŕňali aktivity zamerané na osvetu verejnosti.

Programy (výber)

- Program SK-Climate
- Environmentálny fond
- Fond pre zelené vzdelávanie
- Program obnovy dedín
- Program ochrany prírody

⁸ Dezinformácie zahŕňajú aj skresľovanie faktov, konsenzu, uvádzanie zavádzajúcich tvrdení a dokonca diskreditáciu a delegitimizáciu klimatológie. Ďalšie informácie o rôznych rozmeroch dezinformácií a zavádzajúcich informácií nájdete v správe Medzinárodného panelu pre informačné prostredie [E. Elbeyi, K. Bruhn Jensen, M. Aronczyk, J. Asuka, G. Ceylan, J. Cook, G. Erdelyi, H. Ford, C. Milani, E. Mustafaraj, F. Ogenga, S. Yadin, P. N. Howard, S. Valenzuela (eds.)], „Information Integrity about Climate Science: A Systematic Review“ (Integrity informácií o klimatológii: systematický prehľad), Zürich, Švajčiarsko: IPIE, 2025. Súhrnná správa, SR2025.1, doi: 10.61452/BTZP3426

⁹ OECD (2024), Prieskum OECD o faktoroch ovplyvňujúcich dôveru vo verejné inštitúcie – výsledky za rok 2024: Budovanie dôvery v komplexnom politickom prostredí, OECD Publishing, Paríž, <https://doi.org/10.1787/9a20554b-en>. S. 119.

¹⁰ „Environmentálne vzdelávanie bolo začlenené do oficiálneho vzdelávacieho systému na Slovensku v roku 1996, keď nadobudol účinnosť medzipredmetový učebný plán pre environmentálne vzdelávanie“. Rezortná koncepcia 2015, SAZP-MOE.

¹¹ Rezortná koncepcia environmentálnej výchovy, vzdelávania a osvetu do roku 2025, SAZP-MOE, 2015

- Zvyšovanie povedomia o zmierňovaní a prispôsobovaní sa zmene klímy v školách

Tabuľka -31 Dlhý zoznam konkrétnych opatrení v oblasti komunikácie o klíme a životnom prostredí¹²

Iniciatíva	Cieľ	Formát	Cieľová skupina
Národný projekt 3 „ZVYŠOVANIE POVEDOMIA A POSKYTOVANIE PORADENSTVA V OBLASTI ZLEPŠOVANIA KVALITY ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA NA SLOVENSKU (financovaný OPKŽP, 2016 – 2023).	Zdieľanie poznatkov o vplyvoch zmeny klímy a životného prostredia na miestnej a regionálnej úrovni.	Príklady činností: Medzinárodná konferencia RIADENIE RIZÍK, ZMENA KLÍMY A VODNÉ TOKY v roku 2023 (s 253 účastníkmi).	Laická a odborná verejnosť
		Zmena klímy 2019 – výzvy a riešenia (2019, viac ako 180 účastníkov, medzinárodná konferencia, účasť zástupcov EÚ – osobná účasť riaditeľa Generálneho riaditeľstva pre klímu Európskej komisie, vedúceho oddelenia pre adaptáciu Generálneho riaditeľstva pre klímu, vedúceho skupiny EEA pre vplyvy zmeny klímy, zraniteľnosť a adaptáciu, zástupcu Spoločného výskumného centra EÚ).	Laická a odborná verejnosť
EWOBX	Environmentálne vzdelávanie Vzdelávanie v oblasti zmeny klímy	Online centrum	Široká verejnosť, deti v materských školách až po vysokoškolských študentov, mimovládne organizácie, odborná verejnosť
Kampaň klimaTYzuj na EWOBX	Každodenné aktivity zamerané na boj proti zmene klímy založené na 10 rôznych témach pre školský rok 2024/2025. Medzi aktivity patrili spôsoby zachytávania dažďovej vody, žehlenie bez žehličky a úspora energie vypínaním pohotovostného režimu.	Po splnení konkrétnej úlohy budú účastníci zaradení do mesačného žrebovania o hodnotné ceny, pričom finálne žrebovanie sa uskutoční po skončení kampane (júl 2025). Súčasťou kampane bola aj sekcia venovaná učiteľom – Učiteľ v akcii.	Široká verejnosť (ale prevažne žiaci a učitelia) (2023/2024, 2024/2025, 14 046 účastníkov) V rámci kampane bolo zaslaných celkovo 666 vyplnených formulárov a zúčastnilo sa jej 4 700 účastníkov.

¹² Toto je len výber iniciatív, ktorý má ilustrovať rôznorodosť realizovaných aktivít, a nemal by byť považovaný za vyčerpávajúci zoznam.

Iniciatíva	Cieľ	Formát	Cieľová skupina
Enviroprojekt	Slúži na propagáciu a podporu praktickej environmentálnej výchovy na základných a stredných školách.	Aktivita na mieste. Žiaci v rôznych častiach Slovenska budujú náučné chodníky, čistia úseky vodných tokov alebo vykonávajú aktivity súvisiace s obnoviteľnými zdrojmi energie a likvidáciou odpadu.	Základné a stredné školy
Ekoškoly	Medzinárodný environmentálny program organizovaný Spiral – celoštátnou sieťou organizácií venujúcich sa environmentálnej výchove a vzdelávaniu.	Princípy environmentálnej výchovy a vzdelávania v rámci celého učebného plánu a činností študentov, žiakov a učiteľov.	Študenti, žiaci a učelia.
Ekostopa (ekologická stopa)	Aby študenti správne identifikovali, ako naše každodenné činnosti ovplyvňujú životné prostredie.	„Ecometer“ je interaktívny model Zeme, ktorý sa používa na výpočet ekologickej stopy, ktorú zanechávame.	Študenti
Program Učenie hrou	Jeho cieľom je zvýšiť environmentálne povedomie v oblasti ochrany životného prostredia	Interaktívne hry a zážitkové učenie	Materské školy, žiaci základných a stredných škôl.
Projekt Enersol Spoločne realizovaný Českou republikou, Slovenskom, Nemeckom, Slovinskom, Poľskom a Rakúskom	Medzinárodná výmena pedagogických skúseností a zavádzanie technických, ekologických a environmentálnych nápadov a textov na stredných školách.	Workshopy	Študenti a učelia
Žiť energiou v školách	Vzdelávací program poskytuje vzdelávacie materiály, interaktívne hry a odporúčania, ako šetriť energiu v školách	Vzdelávací program	Školy
Lesná pedagogika (Lesné centrum)	environmentálne vzdelávanie, ktoré rozširuje vedomosti o životnom prostredí, živote v lese, jeho ochrane a trvalo udržateľnom rozvoji	Hry a zážitky	Školy a široká verejnosť
Separujem, separuješ, separujeme (Ja triediť, ty triediš, my triedime)	Podpora čo najnižšej produkcie odpadu prostredníctvom triedenia odpadu, ktoré motivuje a zapája žiakov	Praktická environmentálna výchova	Žiaci základných škôl
Tajomstvo hmyzu ¹³ (Tajomstvo hmyzu)	Žiaci skúmajú, čo by sa stalo, keby na svete nebol žiadne	Interaktívne, stavba „hotela“ pre hmyz	Školáci

¹³ <https://www.sazp.sk/zivotne-prostredie/environmentalna-vychova-a-vzdelavanie/regionalne-programy#>

Iniciatíva	Cieľ	Formát	Cieľová skupina
	hmyz. Dozvedia sa zaujímavé fakty o tomto miniatúrnom, ale rozmanitom svete.		(v regióne BBSK)
Preč s odpadom ¹⁴	Cieľom programu je zvýšiť povedomie o tom, čo je odpad, kde vzniká a kam putuje z odpadkových košov.	Tréningy v triedach Hry a aktivity Príručky Videá Obrázky	Učitelia a žiaci (v regióne BBSK)
Príbeh plastu ¹⁵ (Príbeh plastu)	Zoznamuje žiakov so životným cyklom plastovej fľaše, od jej výroby až po jej koniec na skládke alebo v mori.	Tréningy v triede Hry a aktivity Príručky Videá Obrázky	Učitelia a žiaci (v regióne BBSK)
Pod dekou ¹⁶	program zameraný na to, aby ukázal, ako sa planéta cíti pod vrstvami skleníkových plynov, ako prispievame ku zmene klímy, ako ju zmeniť alebo ako sa jej prispôbiť.	Tréningy v triedach Hry a aktivity Príručky Videá Obrázky	Učitelia, žiaci, študenti (v regióne BBSK)
Múdra príroda (Múdra príroda)	Podporovať a oceňovať kvalitné tvorivé diela o prírode / životnom prostredí.	Literárna súťaž s tromi kategóriami: poézia, opis a próza.	Žiaci základných škôl
EnviroOtázky	Prebudiť záujem žiakov základných škôl o vedu a otázky životného prostredia.	celoštátna vedomostná súťaž pre žiakov	Žiaci základných škôl 2. stupňa
Zelený svet ¹⁷	Posilniť vzťah detí k prírode a životnému prostrediu prostredníctvom rôznych umeleckých, literárnych a digitálnych techník.	Medzinárodná detská výtvarná súťaž.	Školáci
Hodina s ekostopou (Hodina s ekologickou stopou)	Súťaž o najlepšiu národnú vzdelávaciu aktivitu v oblasti ekologickej stopy	celoštátna súťaž s environmentálnou tematikou.	Pre učiteľov materských, základných a stredných škôl
Hypericum	Súťaž na podporu záujmu o prírodu	súťaž z prírodných vied	Žiaci 2. stupňa základných škôl
ProEnviro	Propagácia a podpora projektov zameraných na trvalo udržateľný rozvoj a podpora environmentálnych aktivít v školách.	Súťaž o najlepší environmentálny projekt organizovaný školou.	Školy
Úsmev pre strom (Úsmev pre strom)	Súťaž zameraná na školy a tvorbu umenia o stromoch,	celoštátna súťaž s tromi kategóriami: Zbieraj a recykluj,	Žiaci základných a stredných škôl

¹⁴ <https://www.sazp.sk/zivotne-prostredie/environmentalna-vychova-a-vzdelavanie/regionalne-programy#>

¹⁵ <https://www.sazp.sk/zivotne-prostredie/environmentalna-vychova-a-vzdelavanie/regionalne-programy#>

¹⁶ <https://www.sazp.sk/zivotne-prostredie/environmentalna-vychova-a-vzdelavanie/regionalne-programy#>

¹⁷ <https://www.sazp.sk/zivotne-prostredie/environmentalna-vychova-a-vzdelavanie/sutaze/zeleny-svet>

Iniciatíva	Cieľ	Formát	Cieľová skupina
	sadenie stromov a zber papiera	Zasad' strom a Vytvor svoj vlastný ekologický projekt.	
Národná cena ETM (Európsky týždeň mobility)	Udelená miestnej samospráve, ktorá počas Európskeho týždňa mobility najviac prispela k zvyšovaniu povedomia o udržateľnej mobilite.	Cena/ocenenie	Miestne samosprávy
Enviróza	Zbieranie a šírenie informácií o environmentálnej záťaži na Slovensku.	Školská súťaž pre žiakov 2. stupňa základných škôl a stredných škôl. Prebieha formou hry v prírode. Hráči hľadajú a identifikujú environmentálne záťaže a svoje výsledky zverejňujú na internete.	2. stupeň základných škôl a stredné školy.
Invázne druhy rastlín (Invázne druhy rastlín)	Zriadiť pozorovateľské a výskumné skupiny, ktoré sa zameriavajú na mapovanie oblastí s invázivnými rastlinami a živočíchmi v životnom prostredí.	Školská súťaž organizovaná v rámci školského programu „Na túre s prírodou“	Školy
Envirospektrum	Naučiť deti spájať sa s prírodou prostredníctvom fotografie	Fotografická súťaž	Deti
Globálny akčný program – Jane Goodallová Roots & Shoots	Jeho cieľom je pestovať rešpekt a súcit voči všetkým živým tvorom, podporovať a posilňovať porozumenie medzi kultúrami a náboženstvami a povzbudzovať jednotlivcov, aby konali v prospech lepšieho sveta pre ľudí, zvieratá a životné prostredie.	Vzdelávací program	Široká verejnosť
Program GLOBE	Medzinárodný vzdelávací program, v rámci ktorého žiaci skúmajú prírodu a aktívne zlepšujú životné prostredie v okolí svojej školy. Špecifickou črtou programu GLOBE je vytvorenie alternatívnej komunity, ktorá presahuje hranice Slovenska a významne podporuje a rozvíja vzdelávanie.	prístup k globálnej databáze nameraných údajov o životnom prostredí Zeme, ktorú spravuje NASA, ako aj možnosť zúčastniť sa aktuálnych globálnych kampaní, súťaží, medzinárodných projektov, výskumných expedícií, stretnutí atď.	Žiaci a učitelia na medzinárodnej úrovni
Junior Festival je jedinečnou súčasťou festivalu EKOTOPFILM	Prináša skutočnú environmentálnu výchovu do vybraných miest na Slovensku. Deti sa učia triediť odpad, chrániť lesy, šetriť energiu a chrániť životné prostredie.	medzinárodný filmový festival o trvalo udržateľnom rozvoji	Žiaci základných a stredných škôl

Iniciatíva	Cieľ	Formát	Cieľová skupina
Enviro-i-fórum	Na vytváranie, zdieľanie a prístup k environmentálnym údajom.	Výročná konferencia v oblasti environmentálnych vied	Odborníci
Konferencia o zelenej infraštruktúre	Poskytovať nákladovo efektívne alternatívy k tradičnej „sivej“ infraštruktúre a ponúkať ďalšie výhody pre obyvateľstvo a biodiverzitu.	Vedecké sympóziu zamerané na zdravé ekosystémové siete	Odborná verejnosť
Technológie na ochranu životného prostredia	Vývoj techník a technológií v rôznych sektoroch životného prostredia	Konferencia zameraná na vývoj techník a technológií v rôznych sektoroch životného prostredia	Odborná verejnosť
Ochrana ovzdušia	Zaoberá sa súčasnými technikami ochrany ovzdušia, možnosťami znižovania emisií do ovzdušia, problémami a skúsenosťami s meraním obchodovateľných emisných kvót.	Medzinárodná konferencia, ktorá sa koná každoročne od roku 1985	Odborná verejnosť
Národný register emisných kvót SR	Konferencia zameraná na emisie CO ₂	konferencia, ktorá sa organizuje od roku 2005	účastníci systému obchodovania s emisnými povolenkami, prevádzkovatelia a overovatelia správ o emisiách CO ₂ , odborníci a štátni úradníci.
Konferencia pre mladých vedcov a odborníkov		organizovaná každoročne v sídle SHMÚ v oblasti meteorológie, klimatológie, hydrológie a vodného hospodárstva. Konferencia je spojená so súťažou o tri najlepšie projekty.	mladí vedci a odborníci do 35 rokov z Českej republiky a Slovenska
Životné prostredie – podmienky a možnosti riešení	zameraná na prezentáciu a riešenie problémov v oblasti životného prostredia a odpadového hospodárstva	konferencia	Laická verejnosť
Konferencia o bioklimatike. Organizovaná Slovenskou bioklimatickou spoločnosťou Slovenskej akadémie vied a Českou bioklimatickou spoločnosťou Českej akadémie vied.	Táto konferencia sa zaoberá vedeckými aspektmi klímy (vrátane zmeny klímy) vo vzťahu k prírodnému prostrediu a socioekonomickým sektorom.	medzinárodná konferencia organizovaná každoročne od roku 1960	Odborná verejnosť
Živé laboratórium	Centrum pre zmenu klímy a environmentálne vzdelávanie (živé laboratórium) v Dropie (od roku 2021, financované z	vzdelávacie programy zamerané na adaptačné a zmierňujúce opatrenia	Laická verejnosť

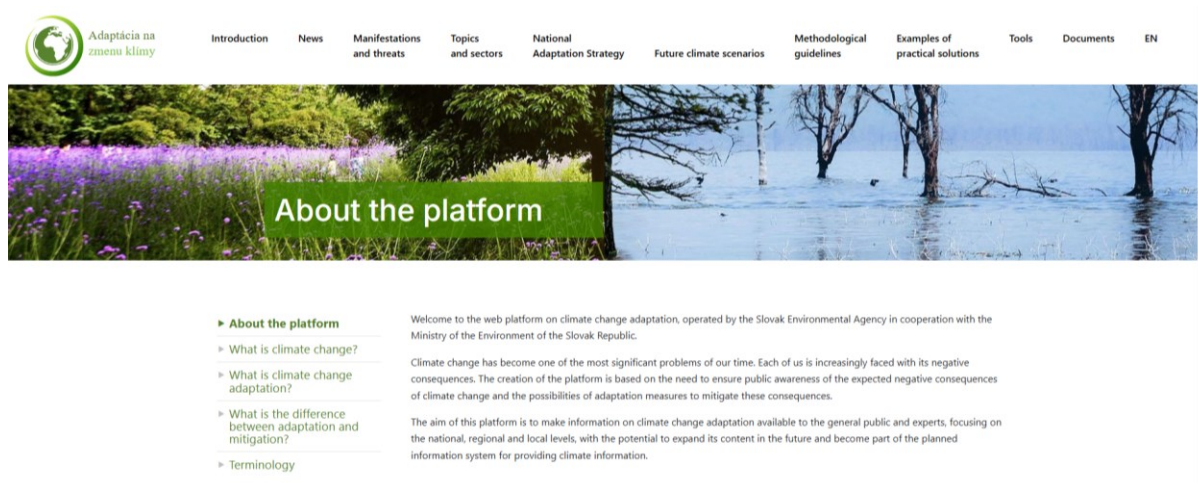
Iniciatíva	Cieľ	Formát	Cieľová skupina
	grantov EHP a Nórska, praktické ukážky, zážitkové aktivity, ročná návštevnosť približne 3000 návštevníkov		

Viac či menej početné iniciatívy sa zameriavajú na širokú škálu hlavných kategórií publika (školy, učitelia, odborníci sú hlavnými príjemcami vzdelávacích programov a podujatí, zatiaľ čo výskumné a projektové aktivity sa zameriavajú najmä na miestne samosprávy a odborníkov). Všeobecná verejnosť je v týchto akciách zastúpená neprimerane. Mimovládne organizácie a médiá sa zatiaľ javia ako najmenej cieľové kategórie publika. Pokiaľ ide o publikácie o zmene klímy, zdá sa, že cieľové skupiny publika sú rozložené rovnomernejšie. Nakoniec, výsledky a vplyvy týchto iniciatív a publikácií nie sú zrejmé ani ľahko sledovateľné kvôli absencii štruktúrovaného monitorovania a merania. Jediným realizovateľným spôsobom, ako získať všeobecný prehľad o pokroku v oblasti informovanosti slovenskej verejnosti, sú prieskumy verejnej mienky realizované medzinárodnými a európskymi inštitúciami a celoslovenské prieskumy, ktoré sa však zdajú byť nepravidelné a skôr projektovo orientované.

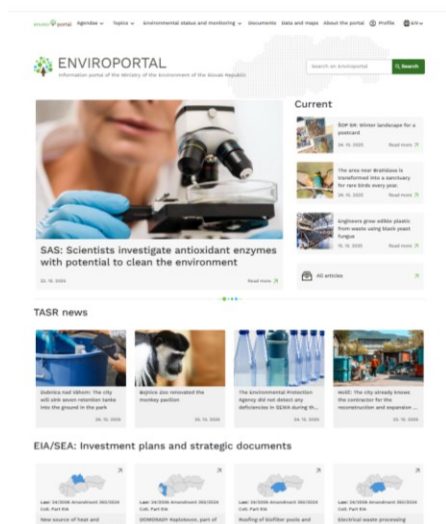
3.2.2. Špecializované národné (webové) platformy

Klima-adapt.sk a Enviroportal.sk

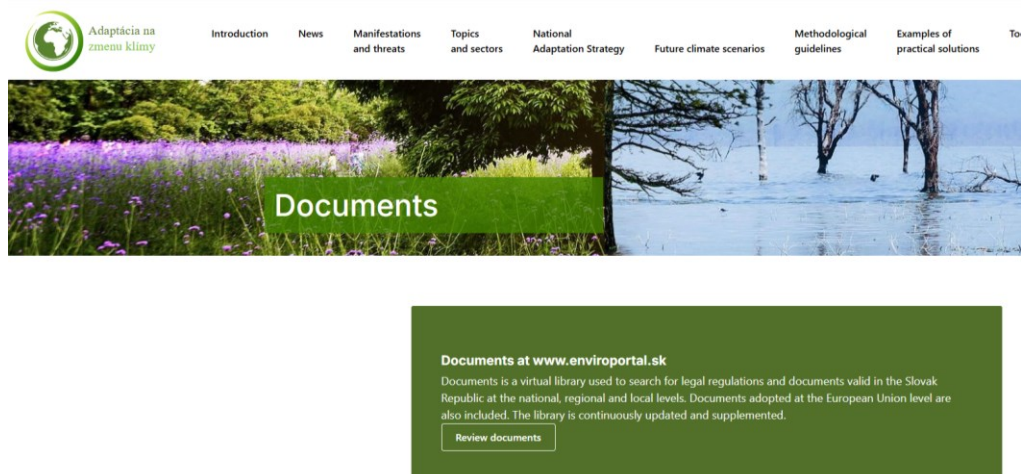
Platforma **klima-adapt** je oficiálne hlavnou národnou platformou venovanou informáciám o adaptácii na zmenu klímy na Slovensku. Ide o nový zdroj, ktorý bol zriadený vo februári 2024. Vyhláseným cieľom platformy je sprístupniť informácie o adaptácii na zmenu klímy širokej verejnosti a odborníkom so zameraním na národnú, regionálnu a miestnu úroveň, s potenciálom rozšíriť jej obsah v budúcnosti a stať sa súčasťou plánovaného informačného systému na poskytovanie informácií o klíme.



Omnoho starším a známejším informačným portálom je platforma **enviroportal.sk**, ktorá bola zriadená v apríli 2005, pred viac ako dvadsiatimi rokmi. Jej zameranie je širšie, keďže sa venuje stavu životného prostredia na Slovensku.



Obe platformy sú prepojené prostredníctvom virtuálnej knižnice – úložiska dokumentácie týkajúcej sa správ, zákonov, nariadení, usmernení, stratégií atď. v oblasti klímy a životného prostredia. Toto prepojenie medzi oboma portálmi je užitočné a intuitívne, pretože spolu predstavujú komplexné centrum, v ktorom môže každý záujemca navigovať a prehliadať si obsah. Funkcia filtrovania dokumentov vo virtuálnej knižnici uľahčuje hlbšie preskúmanie, výskum a prístup k dokumentácii na základe typu dokumentu (zoznam 18 typov dokumentov na kontrolu), témy (26 tém vrátane „životného prostredia“, „zmeny klímy“, „priemyslu“, „ovzdušia“, „vody“, „odpadov“, „energie“, „poľnohospodárstva“, „zdravia“, „domácností“ atď.), rokom vydania (až od roku 1961), územnou úrovňou (európska, medzinárodná, národná, regionálna). Ďalším prepojením medzi oboma portálmi je podsekcia Terminológia, virtuálny slovník environmentálnej terminológie hostovaný na platforme enviroportal.sk, ktorý obsahuje aj terminológiu súvisiacu s klímou.



Hlavným technickým prevádzkovateľom a správcom obsahu oboch webových stránok je Slovenská agentúra pre životné prostredie (SEA/SAZP),¹⁸ v spolupráci s Ministerstvom životného prostredia Slovenskej republiky.

Žiaden z týchto portálov nemá svoju stránku na Facebooku. To je ich slabá stránka. Obmedzuje to viditeľnosť a dostupnosť týchto portálov pre širokú verejnosť.

¹⁸ Slovenský hydrometeorologický ústav SHMU je tiež uvedený ako správca obsahu pre klima-adapt.

3.2.3. Subnárodné vládne subjekty

Únia miest Slovenska (**Únia miest** Slovenska – UMS)

UMS je dobrovoľné záujmové združenie miest, ktoré bolo založené 29. apríla 1994 v Košiciach z iniciatívy Klubu primátorov Slovenskej republiky. Jeho členskú základňu tvoria veľké a stredné mestá z rôznych regiónov Slovenska.¹⁹ Medzi jej hlavné ciele patrí „obhajoba práv a záujmov miest vo vzťahu k legislatívnej a výkonnej moci štátu“, „prezentácia významu miest ako centier regiónov“ a „podpora budovania zdravých, bezpečných a udržateľných miest“.

Asociácia sa aktívne zasadzuje za klimatické opatrenia, udržateľnosť a odolnosť miestnych samospráv. Príležitostne vydáva tlačové správy na tieto témy²⁰.

Jediným oficiálnym kanálom sociálnych médií, ktorý má, je stránka na Facebooku s relatívne malým počtom približne 1500 sledujúcich.²¹

V oblasti klímy a životného prostredia UMS spolupracuje so svojimi členmi a organizáciami občianskej spoločnosti. Nedávnym príkladom spolupráce je pilotný komunikačný projekt UMS „Komunikácia o klimatickej kríze v meste prostredníctvom ľudského jazyka“ v spolupráci s občianskym časopisom CTZN a mimovládnu organizáciou Punkt. Projekt prezentuje skutočné prípady adaptácie na zmenu klímy alebo ekologických iniciatív rôznych miest a publikuje ich v rubrike časopisu CTZN, ako aj na facebookovej stránke UMS. Tieto prezentované príbehy sú zámerne vybrané komunikátormi UMS, ktorí používajú pozitívne posolstvá a techniku rozprávania príbehov ako naratívnu stratégiu v snahe osloviť a presvedčiť publikum. Ďalej používajú tagovanie približne 10 – 14 pridružených miest/obcí/neziskových organizácií atď. vo svojich príspevkoch na Facebooku v snahe dosiahnuť multiplikačný efekt a získať širší dosah. Je však potrebné poznamenať, že napriek označeniu viacerých subjektov, z ktorých niektoré majú relatívne veľký počet sledujúcich, najmä tie z veľkých miest (napr. Bratislava 64 000 sledujúcich, Trnava 34 000, Nitra 36 000), sú reakcie na tieto príspevky na Facebooku veľmi minimálne. Reakcie na príspevky UMS na Facebooku sú vo všeobecnosti relatívne slabé. Od začiatku roka 2025 zaznamenal príspevok na Facebooku najviac 31 lajkov a 10 zdieľaní. Vzhľadom na túto nízku úroveň zapojenia a dosahu by sa malo prehodnotiť rozhodnutie použiť Facebook ako *jediné* médium. Vzhľadom na formálny charakter organizácie, ako aj na závažné témy, o ktorých komunikuje, by mohli byť vhodnejšie profesionálnejšie sociálne siete, ako sú LinkedIn a X, a komunikácia UMS by mohla byť efektívnejšia pri oslovovaní zainteresovaného publika.

¹⁹ <https://www.uniamiest.sk/o-unii>

²⁰ <https://www.uniamiest.sk/tlacovespravy/%C4%8F%C5%A1ie-mest%C3%A1-vstupuj%C3%BA-do-projektu-klimasken.-%C3%BAm-podporuje-mest%C3%A1-v-rie%C5%A1en%C3%AD-klimatickej-zmeny>

<https://www.uniamiest.sk/tlacovespravy/hrdinovia-v%C5%A1edn%C3%BDch-dn%C3%AD-sa-op%C3%A4%C5%A5-sp%C3%A1jaj%C3%BA-tentoraz-v-r%C3%A1mci-jarn%C3%A9ho-upratovania>

<https://www.uniamiest.sk/tlacovespravy/verejn%C3%A1-v%C3%BDzva-%C3%BAnie-miest-slovenka%3A--potrebujeme-rie%C5%A1i%C5%A5-klimatick%C3%BA-kr%C3%ADzu>

²¹ <https://www.facebook.com/uniamiest>

Únia miest Slovenska
September 9 · 🌐

🌱 **Samosprávy: dobré správy** – Spolu tvoríme bezpečné mestá pre život. Je prelomová rubrika magazínu ctzn.sk v spolupráci s Úniou miest Slovenska. Slovo dostávajú inšpiratívni ľudia zo samosppráv, aby zdieľali s kolegami a verejnosťou svoje skúsenosti so zavádzaním klimatických opatrení do praxe a ich komunikáciu s obyvateľmi miest. Otvoreným dialógom zvyšujeme šancu, že odolnejšie, zelenšie a bezpečnejšie mestá budeme tvoriť a žiť spoločne. 🌱

👉 Tento týždeň sa tešíme z rozhovoru s inšpiratívnym mestom 📍 **Mesto Nitra** 🌱

Slovo majú 🗣️

👉 **Tomáš Holúbek**, v minulosti vedúci komunikačného odboru krajského mesta, v súčasnosti je hovorca mesta Nitra.

👉 **Tomáš Pavelka** ako krajinársky architekt pôsobil na oddelení tvorby mestskej zelene magistrátu hlavného mesta SR Bratislavy, aktuálne pracuje na odbore životného prostredia mesta Nitra.

🌱 Táto rubrika vznikla v spolupráci s **Punkt** a ako súčasť Pilotného komunikačného projektu ÚMS "Komunikácia klimatickej krízy v meste ľudskou rečou."

Celý rozhovor TU 🗣️ 📄
<https://ctzn.punkt.sk/nitra-nasledky-klimatickej-zmeny.../>

Zapojené mestá 🌱 📍

Mesto Stará Turá - oficiálna stránka mesta
Mesto Levoča
Dubnica nad Váhom
Mesto Veľký Krtíš
Bratislava - hlavné mesto SR
Mesto Trnava
Mesto Pezínok
Mestský úrad Hurbanovo - Ógyallai Városi Hivatal
Mesto Banská Bystrica
Mesto Žilina
Mesto Lučenec

Klimatická koalícia
Klimatická iniciatíva
Klíma ťa potrebuje

🌱 Local governments: good news - Together we create safe cities for life is the groundbreaking section of the magazine ctzn.sk. In cooperation with the Union of Cities Slovakia Slovo receive inspirational people from local governments to share with colleagues and the public their experiences of putting climate measures into practice and their communication with the inhabitants of cities. With open dialogue, we increase the chances of creating more resilient, greener and safer cities and living together. 🌱

👉 This week we are looking forward to an interview with an inspirational city 📍 **Mesto Nitra** 🌱

They have a word 🗣️

👉 **Tomáš Holúbek**, in the past head of the communications department of the regional city, is currently the spokesman of the city of Nitra.

Klimatická koalícia
Klimatická iniciatíva
Klíma ťa potrebuje
🌱 Hide Translation · Rate this translation

CTZN Platforma o ľudoch a mestách

SAMOSPRAVY: DOBRÉ SPRÁVY

Nitra: Následky klimatickej zmeny komunikujeme trpezlivo po kúskoch



5 🌱 Like Comment Share 2 shares

Únia miest Slovenska
October 7 at 8:40 AM · 🌐

🌱 **Local news: good news** - Together we create safe cities for life is a groundbreaking section of the magazine [Únia miest Slovenska](https://ctzn.sk) in cooperation with ctzn.sk. With open dialogue, we increase the chances of creating more resilient, greener and safer cities and living together. 🌱

👉 This week we are looking forward to an interview with the inspirational city 📍 **Pezínok** 🌱

A word has 🗣️

👉 **Michal Lukáč**, Head of Communication Department at the Pezínok Municipal Office

Full interview HERE 🗣️ 📄
<https://ctzn.punkt.sk/pezinok-odolava-horucavam-a-suchu.../>

🌱 This section was created in collaboration with **Punkt** as part of the Pilot Communication Project **projektUMS** "Communication of the climate crisis in the city through human language."

Connected cities 🌱 📍

Mesto Banská Bystrica
Mesto Stará Turá - oficiálna stránka mesta
Mesto Levoča
Dubnica nad Váhom
Mesto Veľký Krtíš
Mesto Lučenec
Mesto Trnava
Mestský úrad Hurbanovo - Ógyallai Városi Hivatal
Mesto Žilina
Mesto Nitra

Klimatická koalícia
Slovenská koalícia
Slovenská koalícia

SAMOSPRAVY: DOBRÉ SPRÁVY

Pezínok odoláva horúčavam a suchu: klimatické riešenia, ktoré vidno v uliciach



Pezínok



Školy vyvíjajú aktivity zamerané na udržateľnosť, kolobeh vody, význam zelene či fungovanie modro-zelenej infraštruktúry.

„Klimatická adaptácia sa môže javiť inak v rôznych častiach mesta – niekde ako potreba mať viac zelene, inde ako ochrana pred privalovými dažďami či opatrenia proti prehrievaniu ulíc.“

Mesto chce v budúcnosti tieto aktivity prepájať s mestskými projektmi – napríklad spolupracovať

Michal Lukáč, vedúci oddelenia komunikácie na mestskom úrade v Pezínku

2 🌱 Like Comment Share 3 shares

3.2.4. Mimovládne programy/akcie

Niekoľko mimovládnych organizácií tiež aktívne realizuje iniciatívy zamerané na zvyšovanie povedomia o zmene klímy na Slovensku a spolupracuje so slovenskými vládnymi inštitúciami. Medzi významné príklady patria:

- Klimatická konferencia Slovensko
- Klimatická koalícia
- Inštitút Cirkulárnej Ekonomiky
- Klíma ťa potrebuje

3.2.5. Významné súkromné osoby / tvorcovia obsahu, ktorí komunikujú o opatreniach v oblasti klímy

V obsahu týkajúcom sa klimatickej zmeny vyhľadávanie ukázalo dvoch individuálnych tvorcov obsahu, ktorých sledovanosť a počet sledovateľov na sociálnych sieťach sú výrazne vysoké a hodné pozornosti.

Štefan Valo je ocenený slovenský geoaktivista, ktorý sa od roku 2009 venuje problematike klimatických zmien a súvisiacich katastrof, ako sú povodne a suchá. Zúčastnil sa mnohých konferencií, rozhovorov, prednášok, konzultácií, exkurzií atď. Pán Valo má niekoľko komunikačných kanálov, konkrétne špecializovanú webovú stránku „povodne.sk“, kanál na YouTube s viac ako 4,28 tisíckami odberateľov, stránku na Facebooku s 1,9 tisíckami sledujúcich a stránku na Instagrame s viac ako 600 sledujúcimi. Za zmienku stojí najmä to, že jeho videá o vplyvoch zmeny klímy a riešení týchto problémov si získali veľkú popularitu. Niektoré z jeho videí, ako napríklad video s názvom „Climate Error“ (Klimatická chyba) zverejnené v roku 2016 o metódach odvodňovania pôdy, dosiahli mimoriadne vysoký počet 583 093 videní²², Odvodňovanie pôdy = Zmena klímy (film ocenený festivalom Agrofilm v roku 2015) s 133 000 zhliadnutiami,²³ a dokumentárny film s názvom „Zmena klímy, príčiny a opatrenia“ z roku 2013 s viac ako 47 000 zhliadnutiami.

Jirka vysvetľuje veci (Jirka vysvětluje věci)

Jirka je mladý český YouTuber, ktorý od roku 2009 tvorí obsah o rôznych spoločenských otázkach. Jeho kanál na YouTube má viac ako 510 000 odberateľov a jeho technologickým partnerom je spoločnosť Samsung. Jeho videá, natočené v expozitívnom/dokumentárnom štýle s infografikou, sú obľúbené najmä u mládeže. Jirka natočil tri videá súvisiace so zmenou klímy. Najviac videní zaznamenalo 16-minútové video s názvom „Jak ochladit města?“ („Ako ochladiť mestá?“) z roku 2022 s viac ako 524 000 videní²⁴. Druhé video s názvom „Jak může klimatická změna způsobit ochlazení“ („Ako môže klimatická zmena spôsobiť ochladenie“) z roku 2024 zaznamenalo viac ako 433 000 videní.²⁵



Ďalej, jeho video s názvom „Jak klimatická změna ovlivňuje povodně“ („Ako klimatická zmena ovplyvňuje povodne“) z roku 2024 má viac ako 400 000 videní a vysokú angažovanosť divákov, o čom svedčí viac ako 900 komentárov k tomuto videu.²⁶

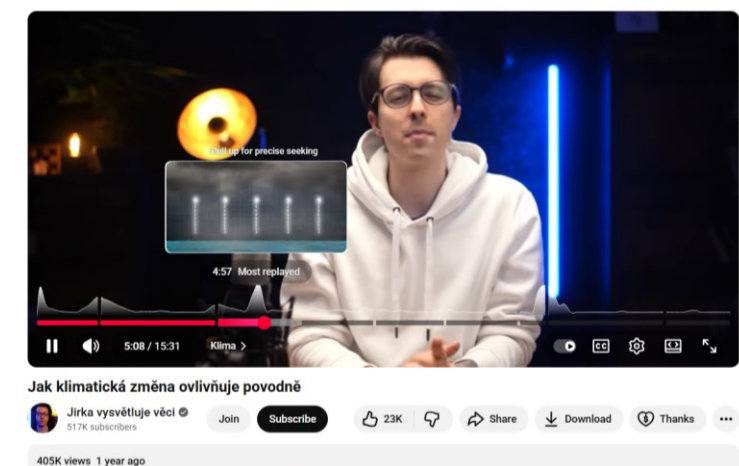
²² <https://youtu.be/oFOqIVyOzUw?si=cAB1i4p-41Ytlqfw>

²³ <https://youtu.be/GTyJHt8H3Ag?si=hH-GadcE3UdeN-Ub>

²⁴ https://youtu.be/vv1WHzXbAzM?si=lzIl0dau7_9oHRLH

²⁵ <https://youtu.be/2K04kz-EY-U?si=kJqX9-Kuw8QOc-zl>

²⁶ <https://youtu.be/CcKcCLFcroc?si=PYaLPlalfFrQLyi>



Okrem toho, že videá sa snažia zjednodušiť zložité témy a komplexné pojmy pomocou zrozumiteľného jazyka a ilustrácií, ich filmový a high-tech sofistikovaný vzhľad a štýl sú pre divákov prirodzene príťažlivé a atraktívne.

Napriek širokej škále formálnych a neformálnych osvetových aktivít je úroveň zapojenia cieľového publika, najmä širokej verejnosti, stále relatívne nízka.

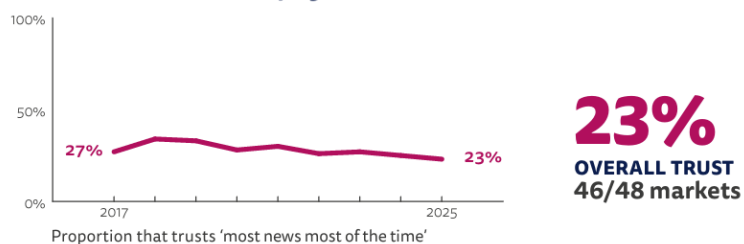
Masová komunikácia na Slovensku

V júli 2024 bol prijatý nový zákon o kontrole národnej televíznej a rozhlasovej stanice (STVR). V jeho dôsledku a od jeho prijatia organizácie na ochranu slobody médií a novinári skúmajú a kritizujú jeho zasahovanie do novinárskej nezávislosti a integrity informácií.²⁷ V dôsledku toho došlo k výraznému poklesu dôvery verejnosti v spravodajské médiá na Slovensku, ktoré sú vnímané ako médiá pod kontrolou ústrednej vlády, a preto ako mediálne zaujaté vo svojom spravodajstve. Potvrdzuje to prieskum, ktorý ukazuje nižšie skóre 23 % v porovnaní s 27 % v roku 2017.²⁸

Obrázok 6: Celkové skóre dôvery.

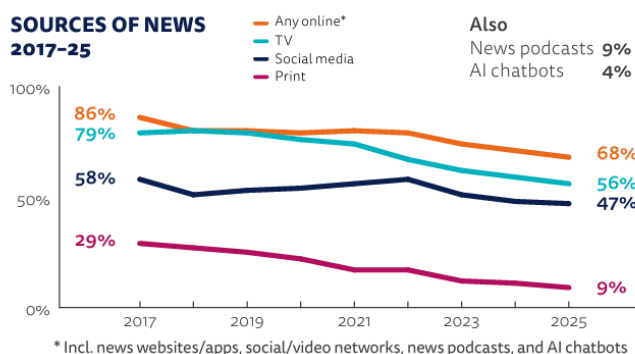
²⁷ [Zistenia misie: Sloboda médií na Slovensku je ohrozená, december 2024 – ipi.media](#); Koalícia medzinárodných organizácií za slobodu tlače, slobodu prejavu a novinárov uskutočnila 25. a 26. novembra solidárnu a vyšetrovaciu misiu na Slovensku s cieľom posúdiť stav slobody tlače v krajine v kontexte obmedzovania demokratických slobôd. Misiu viedol Medzinárodný tlačový inštitút (IPI) a pripojili sa k nej organizácie ARTICLE 19 Europe, Európska federácia novinárov (EFJ) a Európske centrum pre slobodu tlače a médií (ECPMF).

²⁸ „Mnohé z 15 sledovaných značiek zaznamenali pokles dôveryhodnosti. Najväčší pokles – o 8 percentuálnych bodov – postihol slovenskú verejnoprávnú televíziu (PSB) po jej faktickom prevzatí štátom“: strana 107, Reuters Institute Digital News Report 2025, Slovensko, A. Chlebcová Hečková a S Smith.

OVERALL TRUST SCORE 2017-25

Hoci prvým zdrojom správ pre Slovákov sú *online spravodajské zdroje* (na rozdiel od tradičných spravodajských médií, ako je televízia, rozhlas a tlač), zatiaľ čo sociálne médiá sa umiestnili na treťom mieste ako zdroj správ, treba poznamenať, že zaznamenali najmenší pokles a preto sa javia ako najspoľahlivejší a najkonzistentnejší zdroj. To signalizuje, že úsilie v oblasti verejnej komunikácie by sa malo neustále zlepšovať na kanáloch sociálnych médií ako prostriedku efektívnej komunikácie.

Obrázok 7 : Hlavné zdroje správ pre Slovákov



Zdroj: Reuters Institute Digital News Report 2025, Slovensko

Podľa najnovšieho prieskumu Reuters Media Consumption patria Slováci medzi krajiny, ktoré majú relatívne vysoký záujem o lokálne správy v porovnaní so všeobecnými správami, ktoré sa netýkajú ich komunity/regiónu.

Obrázok 8: Záujem o lokálne správy



Zdroj: Reuters Institute Digital News Report 2025, Slovensko

Hlavným zdrojom miestnych správ však nie sú regionálne a miestne (online alebo tlačené) noviny ani webové stránky, ktoré sa v prieskume Reuters umiestnili na veľmi nízkej priečke. Najpopulárnejším zdrojom miestnych správ sú naopak sociálne médiá.

Žijeme v globalizovanej a digitalizovanej ére s neustálym využívaním digitálnych nástrojov. Masová komunikácia sa v dôsledku toho vyvíja a prispôbuje sa tomuto trendu. Slovensko má viac ako 90 % penetráciu internetu²⁹ a trendy v spotrebe informácií v spoločnosti sa čoraz viac orientujú na online platformy³⁰. Tento trend by sa mal využiť na zvýšenie dosahu a šírenia komunikácie o zmierňovaní zmien klímy a prispôbovaní sa im. Štúdie³¹ ukazujú, že online komunikácia uľahčuje verejnú diskusiu a môže ovplyvniť zmenu správania v oblasti CCA a zmierňovania. Okrem toho je digitálna komunikácia relatívne nákladovo efektívnym prostriedkom zvyšovania verejného povedomia a je nepopierateľne neoddeliteľnou súčasťou akejkoľvek komunikačnej kampane.

Tabuľka 2 : Štatistiky sociálnych médií v Slovenskej republike – október 2025

²⁹ Digital 2025: Slovensko, <https://datareportal.com/reports/digital-2025-slovakia>

³⁰ Slovensko: penetrácia používania internetu v rokoch 2020–2029, výskumné oddelenie Statista, 7. júl 2025

³¹ Trollip, K., Gastrow, M., Ramlagan, S. a Shean, Y. (2024). Využitie multimodálnej a viacjazyčnej vedeckej komunikácie na boj proti dezinformáciám v rôznorodom prostredí krajiny *JCOM* 23(09), N01. <https://doi.org/10.22323/2.23090801>; Nguyen, Dennis a Dennis Nguyen. „Verejné diskusie a politická online komunikácia.“ *Európa, kríza a internet: analýza webovej sféry* (2017): 71-129. Reif, A., Guenther, L. a Yokoyama, H. M. (2024). Verejná (ne)dôvera vo vedu v prostredí digitálnych médií *JCOM* 23(09), E. <https://doi.org/10.22323/2.23090501>; Buturoiu, Raluca, Corbu, Nicoleta, Oprea, Denisa-Adriana a Boțan, Mădălina. „Dôvera v informačné zdroje počas pandémie COVID-19. Rumunská prípadová štúdia“ *Communications*, roč. 47, č. 3, 2022, s. 375-394. <https://doi.org/10.1515/commun-2020-0052>

Sociálne médiá	Percento podielu na trhu
Facebook	86,51
Pinterest	4,32 %
Instagram	4,24
YouTube	1,59
Twitter	1,5
LinkedIn	1,27
reddit	0,26

Zdroj: Poradie využívania sociálnych médií na Slovensku³²

Tabuľka 3 : Sociálne médiá ako zdroj správ a všeobecných informácií na Slovensku – jún 2025

Poradie	Sociálne médiá	Pre správy	Pre všetky ostatné informácie
1	Facebook	43	67
2	Instagram	21	56
3	Pinterest	14	34
4	YouTube	12	47
5	Twitter	9	39
6	reddit	7	15

Zdroj: Správa Reuters Institute Digital News Report 2025, Slovensko

3.3. Regionálna a lokálna digitálna komunikácia vlády o klíme prostredníctvom Facebooku³³

Ako príklady pre komparatívnu analýzu verejnej komunikácie slovenskej vlády v nových médiách o zmene klímy (adaptácii) konzultant vybral tri regióny – Banská Bystrica, Žilina a Košice –, ktoré majú existujúce miestne stratégie/akčné plány CCA a sprievodné interné komunikačné plány/stratégie a komunikačné tímy. Porovnávacia analýza³⁴ ich najpopulárnejších účtov na sociálnych médiách (Facebook, ktorý má zďaleka najviac sledovateľov v porovnaní s ostatnými platformami) odhaľuje užitočné poznatky a poučenia. Rozhodnutie analyzovať ich angažovanosť na Facebooku bolo prijaté aj vzhľadom na skutočnosť, že tri mestá (bez ohľadu na veľkosť ich populácie) majú rovnaký počet sledovateľov (23 000 – 26 000 sledovateľov na Facebooku).

Tabuľka 4 : Komparatívna analýza komunikácie na Facebooku mesta Banská Bystrica, Žilina a Košice (január – apríl 2025)

	Mesto Banská Bystrica ³⁵	Mesto Žilina	Samostatný región Košice
Počet obyvateľov* ³⁶	76 000	80 000	779 000

³² <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/slovakia-> (slovenská republika)

³³ Neexistujú verejne dostupné údaje o zdroji a povahe príspevkov, ktoré sú zahrnuté v tejto správe, aby bolo možné zistiť, či sú sponzorované/platené alebo organické. Takáto úroveň podrobnosti údajov by si vyžadovala rozsiahlejšie vyšetrovanie zo strany každej vládnej a mimovládnej organizácie, ktorá je zahrnutá vo vzorke.

³⁴ K 29. aprílu 2025.

³⁵ Má tiež špecializované oddelenie pre inovatívne riešenia a adaptáciu na zmenu klímy

³⁶ Približné hodnoty. Dashboard slovenských regionálnych miest, <https://krajskemesta.statistics.sk/index.php?lang=en>

	Mesto Banská Bystrica ³⁵	Mesto Žilina	Samostatný región Košice
Počet sledujúcich na Facebooku* ³⁷	23 000 ³⁸	26 000 ³⁹	26 000 ⁴⁰
Sledovatelia na Instagrame* ⁴¹	5400	6100	3600
Najvyšší počet reakcií na príspevok na Facebooku (január – apríl 2025)	3,6 tisíca lajkov Formát príspevku: Video (FASHIANGS, TURKEYS, EASTER IS COMING 🎭)	4,6 tisíckrát sa páči LONGO! PANI DARINA OSLAVUJE 100 ROKOV! 👑👑👑 Formát príspevku: obrázky a text, ktoré formou rozprávania opisujú život a charakter oslávenej staršej dámy a želajú jej všetko dobré. Ďalším najpopulárnejším príspevkom bol: 3K lajkov Formát príspevku: obrázok Téma príspevku: Miestna scenéria (DOBRE RÁNO, DRAHÍ ZILINZIANŠ 🌻)	445 lajkov Formát príspevku: Obrázok a stručný popis 1-miesta, ktoré získala miestna telocvičňa. (Naša telocvičňa Poštová 9 získala 1. miesto 🏆)
Najvyšší počet reakcií na príspevok na Facebooku s témou klímy/životného prostredia (január – apríl 2025)	738 lajkov Formát príspevku: Obrázok a text. NA TOHTOROČNOM POZOROVANÍ VTÁKOV SA ZÚČASTNILI AJ OBYVATELIA OKRESU BANSKÁ BYSTRICA	483 lajkov Formát príspevku: Audiovizuálny ROZBIJANIE MÝTOV O TRIEDENÍ ODPADU 🌻	210 lajkov Formát príspevku: Obrázky a popis vývoja v okolí mesta. KOŠIECKY KRAJ STAVIA HYDROELEKTRÁREŇ

Zdroj: Výskum konzultanta

3.3.1. Poznámky k významným príspevkom, ktoré možno využiť na efektívnu online komunikáciu v oblasti CCA

Banská Bystrica

4. marec 2025

Príspevok – Video: FAŠINKY, TURÍCE, VEĽKÁ NOC SA BLÍŽI 🎭

Reakcie: 3,6 tis. 137 komentárov, 291 zdieľaní

Tento príspevok obsahoval videoklip z miestneho tradičného karnevalu/festivalu, ktorým sa oslavuje koniec zimy a príchod jari/Veľkej noci.

Význam: Odvoláva sa na naratívu miestnej identity, noriem a kultúry

21. február 2025

Príspevok: AJ OBYVATELIA OKRESU BANSKÁ BYSTRICA SA ZÚČASTNILI TOHTOROČNÉHO POZOROVANIA VTÁKOV

³⁷ Približné hodnoty³⁸ <https://www.facebook.com/banskabystricamesto/>³⁹ https://www.facebook.com/zilinaofficial?locale=sk_SK⁴⁰ <https://www.facebook.com/kosickykraj>⁴¹ Približné hodnoty

Tento príspevok informoval o najnovšom sčítaní vtáčieho pozorovania a obsahoval štyri obrázky rôznych druhov vtákov. Označil organizátora podujatia, SOS/Birdlife Slovakia. Hoci príspevok spomína, že sa na podujatí zúčastnili tisíce účastníkov a viac ako 80 ľudí z okresu, mohol ich označiť, ako aj ďalšie zainteresované strany, aby oslovil ešte širšie publikum. Navyše, téma sa týkala biodiverzity, ktorá úzko súvisí so životným prostredím a klímou, a preto mohla byť príležitosťou na zdôraznenie súvislosti so zmenou klímy.

Reakcie: 738 lajkov, 36 komentárov, 50 zdieľaní

Význam: Odvoláva sa na príbeh miestneho dedičstva

K Dňu Zeme bol uverejnený jeden príspevok **POĎME SA PRIDAŤ K HODINE ZEME** 🌍, ktorý získal 58 lajkov. Formátom bol obrázok a otvorená pozvánka, aby sa ľudia prišli dozvedieť viac o planéte.

Žilina

22. apríl 2025

Zdá sa, že na Deň Zeme neboli zverejnené žiadne príspevky, ktoré by sa konkrétne týkali tejto témy. Je to premárnená príležitosť na propagáciu povedomia o zmene klímy. Neskôr, 25. apríla a 30. apríla, sa však opakoval rovnaký príspevok: **POZÝVAME VÁS OSLAVIŤ DEŇ ZEME** 🌍, ktorý však získal len 9 lajkov a 2 zdieľania. To je zanedbateľné.

Význam: Zobrazuje iba plagát podujatia projektu financovaného programom INTERREG. Tento formát zjavne neoslovuje väčšinu publika.

8. apríl 2025

Príspevok: ROZBIJEME MÝTY O TRIEDENÍ ODPADU 🗑️

Reakcie: 483 lajkov, 90 komentárov, 29 zdieľaní

Význam: Apeluje na naratívu miestnej identity, kultúry, humoru.

Išlo o krátke 20-sekundové paródne video, ktoré poskytovalo praktické rady vtipným a zábavným spôsobom. Podľa komentárov sa divákovi tento formát páčil.

Príspevok s najväčším počtom lajkov:

6. február 2025

Príspevok: LONGO! PANI DARINA OSLAVUJE 100 ROKOV! 🥳🥳🥳

Reakcie: viac ako 4 000 lajkov, 465 komentárov, 71 zdieľaní.

Význam: Apeluje na naratívu miestnej identity, hrdosti, humanity, nádeje, dobrého zdravia a blahobytu. Ľudia majú radi šťastné konce a skutočné príbehy, ktoré vzbudzujú nádej a optimizmus.

14. apríl 2025

Príspevok: Fotografia chodníka s kvitnúcim čerešňovým stromom **DOBRÉ RÁNO, DRAHÍ ZILINZIAN!** 🌸

Reakcie: viac ako 3 000 lajkov, 79 komentárov, 67 zdieľaní.

Význam: Apeluje na príbeh o miestnom dedičstve a nostalgii.

Podobný bol aj príspevok z 27. januára 2025

Príspevok s úchvatnou hmlou, ale obsahujúci len správu **GOOD MORNING, DEAR ZILINZIANS (Dobré ráno, milí Zilinzaniaci)** 🌤️

Reakcie: viac ako 1 000 lajkov, 39 komentárov, 32 zdieľaní.

Význam: Odkazuje na príbeh miestneho dedičstva a nostalgiu.

V období od januára 2025 do apríla 2025 tieto dva príspevky spolu z hľadiska reakcií zďaleka prekonal všetky ostatné príspevky v tom istom období. Mali presne rovnakú tému a formát.

Tieto príspevky boli premárnenou príležitosťou na odovzdanie posolstva o CCA.

Tieto príspevky obsahujú len jednu skutočnú fotografiu miesta v Žiline a žiadne podstatné informácie, napriek tomu však získali mnoho pozitívnych reakcií. Voľba vizuálu pôsobí autenticky a nostalgicky, čo ľudí priťahuje.

Takýto formát príspevku zjavne úspešne priťahuje pozornosť a vyvoláva emócie u publika. Tento formát (jedna krásna fotografia mesta) sa dá použiť na komunikáciu informácií súvisiacich s CCA. Na prvý pohľad prekvapivo, príspevky, ktoré majú formu plagátu s oznamom alebo pozvánkou, ľudia príliš nezaujímajú. Dôvodom môže byť to, že sú vnímané ako príliš formálne alebo „suché“ a ťažko vyvolávajú úprimné emócie.

Kraj Košice

Hoci príspevok nižšie nevyvolal veľký počet reakcií, je významný, pretože sa týka témy súvisiacej s klímou: životného prostredia, a to v deň, ktorý je osobitne zameraný na všeobecnú tému ekocentrizmu (Deň Zeme).

22. apríl 2025 (Deň Zeme 2025)

Príspevok: OSLAVME SPOLOČNE DEŇ ZEME 🌍

Reakcie: 42 lajkov, 0 komentárov, 1 zdieľanie

Hlavnou atrakciou bola veľká 3D socha zemegule pred mestským úradom, z ktorej sa verejnosť mohla dozvedieť viac o Zemi. Teoreticky by mala na Facebooku získať väčšiu pozornosť, viac zdieľaní a reakcií, ale namiesto toho získala len 42 lajkov. Pre účet s viac ako 25 000 sledovateľmi je táto úroveň zapojenia používateľov veľmi nízka.

17. február 2025

Príspevok: Naše gymnázium Poštová 9 získalo 1. miesto 🏆

Reakcie: 445 lajkov, 45 komentárov, 6 zdieľaní

Tento príspevok zdôrazňoval miestnu hrdosť na študentov, ktorí vyhrali súťaž.

Význam: Apeluje na naratívu miestnej identity a hrdosti.

6. február 2025

Príspevok: KRAJ KOŠICE STAVIA HYDROELEKTRÁREŇSKÚ ÚDOLIE

Reakcie: 210 lajkov, 30 komentárov, 9 zdieľaní

Autor KSK sa pokúsil odpovedať na komentáre/otázky, ale väčšia konkrétnosť a jasnosť s vedeckými odkazmi mohla urobiť odpovede KSK presvedčivejšími a mohla inšpirovať pozitívnu zmenu v postoji a správaní publika.

3. január 2025

Hoci príspevok nižšie vyvolal len minimálne reakcie, je tu uvedený (pretože sa týka relevantnej klimatej témy), aby poukázal na niektoré komunikačné taktiky, ktoré mohli byť použité na dosiahnutie lepšej odozvy používateľov. Tieto taktiky môžu použiť aj komunikátori v iných regiónoch.

Príspevok: Obnova poškodenej pôdy 🌳, zadržiavanie vody 🌊 alebo biodiverzita 🦋.

Reakcie: 6 lajkov, 2 zdieľania

Bola označená len jedna entita (Agentúra na podporu regionálneho rozvoja (ARR), ktorá má len 400+ sledovateľov), zatiaľ čo samotný príspevok odkazoval na „5 tímov zo stredných škôl, ktoré sa zúčastnili súťaže 🌊 Water nad zlo 🌊“, ale žiadna zo škôl nebola označená. Bola to premárnená príležitosť na zvýšenie dosahu na publikum. Okrem zúčastnených škôl mohlo byť označených mnoho ďalších zainteresovaných strán z iných okresov, ktoré sa na súťaži podieľali – sú uvedené v archíve správ na webovej stránke KSK.⁴²

3.4. Audiovizuálna komunikácia o klíme na Slovensku

V predchádzajúcej kapitole sme sa venovali súčasným aktivitám slovenských miest a obcí v oblasti komunikácie o klíme na Facebooku, pretože tento kanál je najpopulárnejšou sociálnou sieťou na Slovensku. YouTube je druhým najpopulárnejším zdrojom správ a iného obsahu na Slovensku.⁴³

V priebehu tohto výskumu, ktorý prebiehal od júna do augusta 2025, konzultant skúmal najnovšie trendové videá v slovnom jazyku na platforme YouTube. Použil vyhľadávacie termíny: „stratégia a akčný plán Slovenska pre adaptáciu na zmenu klímy a jej zmierňovanie“ a hashtagy: #zmenaklimy, #klimatickazmena, #calltoaction, v období od roku 2021 do roku 2025. Nasledujúce videá súvisiace so zmenou klímy boli v tomto období populárne a mali vysoký počet zobrazení. Tieto videá ilustrujú škálu produktov verejnej komunikácie, ktoré sa venujú téme zmeny klímy, hoci nie všetky sa striktne zameriavajú na CCA ako takú. Videá sú zoradené podľa najvyššieho počtu zobrazení. Treba poznamenať, že priemerný počet zobrazení videí týkajúcich sa CCA pre Slovensko sa pohybuje v rozmedzí 100 – 2000 zobrazení v najlepšom prípade. Nižšie uvedené videá vynikajú vysokým počtom zobrazení⁴⁴, ktoré zaznamenali, a stojí za to si všimnúť ich kľúčové charakteristiky, ktoré mohli viesť k ich popularite.

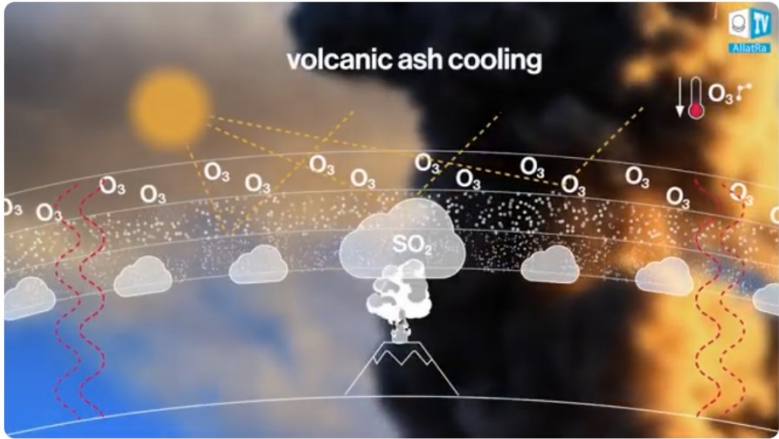
Tabuľka 5: Videá súvisiace so zmenou klímy v slovnom jazyku, ktoré sú populárne na YouTube na Slovensku, jún – august 2025

Názov videa	Autor / organizácia	Formát videa	Naratív	Počet zobrazení	Dátum nahrania
Klimatické katastrofy v histórii Zeme. Čo pred nami skrývajú? Prežije ľudstvo v budúcnosti? Klimatické katastrofy v histórii Zeme. Čo pred nami skrývajú? Prežije ľudstvo v budúcnosti? https://youtu.be/KHFcJRfHH4Y?si=UisaEZUDL91n9mHS	TV Investigate @tvinvestigate 33,7 tis. odberateľov Toto je český kanál.	Dĺžka 37 minút Dokumentárny štýl s dynamickými obrazmi, grafikou a textovými políčkami, s kombináciou skutočných záberov historických a moderných výskumov, s dôrazom na niekoľkých vedcov, infografikou, simuláciami, ktoré dramaticky ilustrujú vysoko komplexné prírodné, geologické, fyzikálne pojmy a	Apokalyptické, senzačné, historické, expozitívne, a tak apelujú na emócie ako zvedavosť, strach, neistota, naliehavosť a zvedavosť. Nie je náhodou, že najviac prehrávanou časťou 37-minútového videa je 30-sekundový úsek v 29. minúte, kde sú skutočné prírodné katastrofy v podobe zosuvov pôdy a tektonických posunov ilustrované dynamickou	92 352 zobrazení	22. septembra 2021

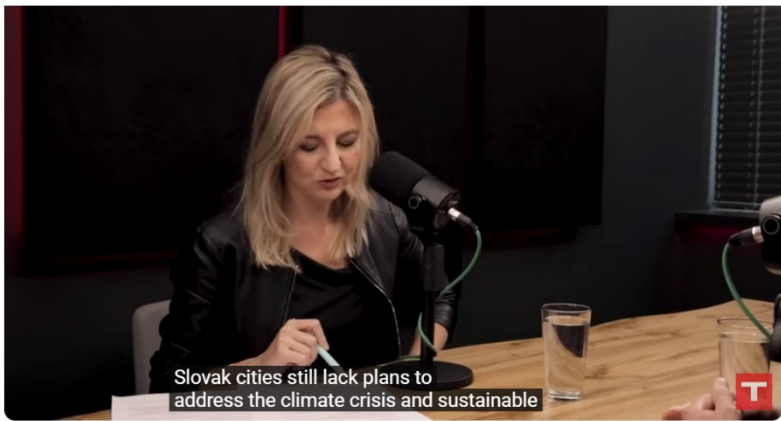
⁴² https://web.vucke.sk/sk/novinky/pozname-vitazov-sutaze-voda-nad-zlato.html?fbclid=IwY2xjawJ-KHBleHRuA2FlbQlxMABicmlkETB2M0ZQcTNONjduTXBpUHZAAR4TUaNaZFBV43DoKWhNJ1E3A7WR60n5NdmrOnvuZ_ViVn_HWD9e7s_JIC-ysg_aem_84GmknNdk3T2GTHI0zXonw

⁴³ Správa Reuters Institute Digital News Report 2025, Slovensko, A. Chlebcová Hečková a S Smith, s. 107.

⁴⁴ Tieto počty zobrazení sa netýkajú iba Slovenska, ale keďže sú v slovnom jazyku, možno predpokladať, že veľká časť zobrazení pochádza od Slovákov.

Názov videa	Autor / organizácia	Formát videa	Naratív	Počet zobrazení	Dátum nahrania
		astrologické javy. Video sprevádza akčné filmové zvuky/hudba v pozadí a mužský hlas rozprávača, ktorý používa rozprávanie príbehov.	infografikou pohybu planéty Zem. Pre diváka táto časť spája teóriu s realitou.		
		 Klimatické katastrofy v histórii Zeme. Čo pred nami skrývajú? Prežije ľudstvo v budúcnosti? TV Investigate 33.8K subscribers 92K views 4 years ago #ALLATRA #klíma #kataklizmy			
KLIMATICKÁ ZMĚNA – NEZkreslená věda VI Klimatická zmena – nezkreslená věda VI https://youtu.be/52dFIY1WU7s?si=uoSK7_eDaHEWsz1b	Otevřená věda @OtevrenaVeda 67,8 tis. odberateľov (Toto je český kanál.)	10-minútové animované video v štýle dialógu medzi komentátorom a holubom, ktorí konverzujú v humornom a nenútenom tóne, s použitím animovaných infografických ilustrácií, sprevádzané optimistickou jazzovou hudbou v pozadí.	Je súčasťou vzdelávacej série. Epizóda sa zameriava na zmenu klímy a vysvetľuje vedecké pozadie tohto javu, ale končí len posolstvom, že ľudia by sa mali snažiť čo najviac spomaliť alebo zastaviť zmenu klímy znížením svojej spotreby. Najviac prehrávanou časťou je ilustrácia skleníkového efektu.	85 429 zobrazení	10. mája 2021
		 KLIMATICKÁ ZMĚNA – NEZkreslená věda VI Otevřená věda 68.4K subscribers			
Klimatologička Slávková: Na Slovensku vidíme jasné zmeny klímy, mení sa aj forma zrážok Klimatologička Slávková: Na Slovensku vidíme	SME @SMEvideo 126 000 odberateľov	15-minútové video natočené v štúdiu v nepretržitom štýle rozhovoru, kde reportérka stojí tvárou v tvár hosťujúcej odborníčky – klimatologičke Jaroslave Slávkovej zo Slovenského hydrometeorologického ústavu.	Použitý rétorický štýl je čiastočne konverzačný a čiastočne technický/vedecký pri vysvetľovaní vzorov zrážok. Diskutované témy boli meniace sa poveternostné vzorce, dažď, krupobitie, bleskové povodne, vplyv na infraštruktúru,	11 338 zobrazení	10. júl 2023

Názov videa	Autor / organizácia	Formát videa	Naratív	Počet zobrazení	Dátum nahrania
jasné zmeny klímy, mení sa aj forma zrážok. https://youtu.be/TyL2FvNuqfU?si=PXo_zfiAiirPYXja		Neobsahuje žiadne ďalšie vizuálne ani zvukové prvky. (Funkcia titulkov bola vypnutá)	skepticizmus niektorých politikov voči zmene klímy, úzkosť z klímy, príklady zmierňovania zmeny klímy, ktoré môžu jednotlivci podniknúť, ako napríklad jazda na bicykli, menej konzumovať mäso, recyklovať, hovoriť o zmene klímy a podpisovať petície. Klimatológ končí výzvou, ktorá vyvoláva emócie odkazom na hodnotu ľudstva a malými individuálnymi krokmi smerom k zmierňovaniu klimatických zmien.		
	 Klimatologička Slávková: Na Slovensku vidíme jasné zmeny klímy, mení sa aj forma zrážok SME SME 128K subscribers Subscribe 179 Share Download Thanks 11K views 2 years ago Rozhovory ZKH *Tým, že je teplejšie, vyparí sa nám viac vodnej pary. Keď je teplejšie, atmosféra naseje viac vodnej pary, skôr než sa to začne				
Voda mizne, sucho prichádza. Slovensko čaká horúca budúcnosť Voda mizne, sucho prichádza. Slovensko čaká horúca budúcnosť https://youtu.be/7yhiqm8EjXA?si=X15wSXMDGGQ EogZL	TREND.sk 6,54 tis. odberateľov	Podcastová nahrávka 31-minútovej diskusie dvoch kolegov z mediálneho kanálu Trend Slovakia nahraná v interiéri štúdia.	Hlavnou témou diskusie je voda ako najväčší zdroj Slovenska a strategicky cenný majetok. Prednášajúci tvrdí, že na riešenie vodnej krízy a klimatických zmien na Slovensku neexistuje politická vôľa ani plány na miestnej úrovni (bol citovaný tlačový komuniké UMS). Ďalej sa uvádza, že chýbajú kompetencie, finančné prostriedky a jasnosť v úlohách rôznych vládnych orgánov v oblasti opatrení proti klimatickým zmenám.	8 657 zobrazení	10. júla 2025

Názov videa	Autor / organizácia	Formát videa	Naratív	Počet zobrazení	Dátum nahrania
		 Water is disappearing, drought is coming. A hot future awaits Slovakia TREND 6.54K subscribers 8.7K views 3 months ago TREND Topic of the week Slovakia is one of the richest countries in Europe in terms of water resources. But if nothing changes, it could lose them in a few decades. The topic, which was the subject of discussion in the latest TREND podcast, Topic of the Week, raises a fundamental			
#19 Dobré správy z východu o tom, ako sa vysporiadať s dôsledkami klimatickej krízy #19 Dobré správy z východu o tom, ako sa vysporiadať s dôsledkami klimatickej krízy https://youtu.be/05YleQs uuRY?si=q8DUIGnHmo4U TjZC	Karpatská nadácia @KarpatskaNadacia • 523 odberateľov	Nahrávanie podcastu v štúdiu, kde moderátorka robí rozhovor s hosťom.	Spomína sa v ňom napríklad prispôbovacie opatrenia, ako je inštalácia protipovodňových bariér v suterénoch domov, markízy na balkónoch a oknách, šetrenie vodou na zavlažovanie v prípade sucha atď. Host' naznačuje, že existujú miestne a národné prispôbovacie stratégie a akčné plány, ale neuvádzajú sa žiadne konkrétne odkazy, kde by sa diváci mohli dozvedieť ďalšie podrobnosti týkajúce sa ich situácie.	8 511 zobrazení	30. august 2023
Ladislav Miko – Ak nenaplníme ciele Parížskej dohody, chod spoločnosti sa dramaticky zmení Ladislav Miko – Ak nesplníme ciele Parížskej dohody, dramaticky sa zmení chod spoločnosti https://youtu.be/h4c-mU3ZUOA?si=NZ-kqMCitvQzjCcC	Braňo Závodský Naživo 71 000 odberateľov	Záznam rozhlasového rozhovoru moderátora s Ladislavom Mikom, vedúcim Zastúpenia Európskej komisie na Slovensku	Diskusia sa týkala Parížskej klimatickej dohody a zmierňovania klimatických zmien.	7 097 zobrazení	18. decembra 2018
Klimatická zmena a Slovensko Klimatická zmena a Slovensko Ako ovplyvní klimatická zmena Slovensko? Dr. Ján Horák z Fakulty záhradníctva a krajinnárstva Slovenskej univerzity aplikovaných vied v Nitre. https://youtu.be/_VW00H8clHk?si=x3NYN_AgADk7Phvi	FZKI SPU v Nitre • 100 odberateľov	4-minútový monológ odborníka z fakulty, nakrútený v jeho kancelárii. Video je doplnené niekoľkými archívnymi zábermi a videoklipmi prírody/vonkajších scén a podfarbené rýchlou inštrumentálnou hudbou.	Video bolo vytvorené ako súčasť súboru audiovizuálnych dokumentov projektu „Podpora informačných aktivít zameraných na znižovanie rizika povodní a poskytovanie objektívnych informácií o nepriaznivých dôsledkoch zmeny klímy“. Projekt bol spolufinancovaný EÚ.	2 939 zobrazení	24. február 2021

Názov videa	Autor / organizácia	Formát videa	Naratív	Počet zobrazení	Dátum nahrania
Povinnosti projektantov podľa nového stavebného zákona – JUDr. Tatiana Prokopová	ADAPTUI_SK 260 odberateľov	Podcast – štúdiové interview dvoch odborníkov.	Architekt Miroslav Marko a JUDr. Tatiana Prokopová, právnička a expertka na stavebné právo, hovorili o nových povinnostiach architektov podľa nového stavebného zákona 25/2025, vrátane zodpovednosti architekta za návrh budovy s ohľadom na zmierňovanie negatívnych vplyvov zmeny klímy a prispôsobovanie sa nepriaznivým dôsledkom zmeny klímy.	1 174 zobrazení	23. jún 2025
Je nám teplo: riziká globálneho otepľovania (Jozef Pecho)	Centrum vedecko-technických informácií SR @CVTISR • 6,59 tis. odberateľov	Vedecké café – prezentácia jedného odborníka a na záver otvorená diskusia	Zaoberá sa hlavne vplyvmi globálneho otepľovania vo svete a na Slovensku. Prispôsobenie sa nie je témou.	1 172 zobrazení	15. august 2023
Klimatická zmena: Zadržiavanie dažďovej vody Klimatická zmena: Zadržiavanie dažďovej vody https://youtu.be/AIsBNvhYwYs?si=4g6c0_1akVI4tkMO	Agentúra na podporu regionálneho rozvoja Košice 47 odberateľov	Dvojminútové video, v ktorom mladý moderátor navštevuje rôzne miesta súvisiace s vodou a odpadovými vodami. V monológovi sa objavuje malá animovaná postavička, ktorá sa snaží pridať prvok zábavy.	Témou je Zber a využitie dažďovej vody: príklady a výzva k akcii. Mladá moderátorka na záver vyzýva k akcii: „V Zvolene môžeme nájsť ďalšie príklady toho, čo je potrebné urobiť, aby sa voda zadržiavala v meste. Ako je to vo vašej oblasti? Opýtajte sa svojich poslancov.“	961 zobrazení	19. mája 2021
Klimatická zmena: Význam vody pre našu klímu Význam vody pre naše podnebie. https://youtu.be/2Ih3pgq0GNY?si=2Xdf3G22DAQ0qscj	Agentúra na podporu regionálneho rozvoja Košice	24-minútové video vytvorené Agentúrou na podporu regionálneho rozvoja Košice, s neviditeľným mužským rozprávačom a rôznymi obrazmi a scénami vonkajšej krajiny.	Zameriava sa na vplyv klimatických zmien na mestské a vidiecke krajiny a načrtáva niektoré adaptačné opatrenia pre sektory ako lesníctvo, poľnohospodárstvo a mestské zastavané oblasti.	810 zobrazení	1. jún 2021
Zmena klímy a ako ďalej? (v Slovenskej republike) - 1. blok	Agentúra na podporu regionálneho rozvoja Košice	Prezentácia workshopu	Formálna prezentácia úradníkov ministerstva životného prostredia o implementácii NAS a zmienka o projekte TSI.	205 zobrazení	23. máj 2023

3.4.1. Príklady dobrej komunikácie o klíme z iných krajín/subjektov:

Popularitu a pozornosť komunikácie súvisiacej s CCA je možné dosiahnuť bez nutnosti vnášať do obsahu senzáciechťivosť. Tieto medzinárodné príklady dobre ilustrujú, ako použitie správneho formátu a štýlu naratív môže viesť k efektívnemu osloveniu (z hľadiska dosahu/dojmov).

Tabuľka 6: Príklady osvedčených postupov v oblasti komunikácie o klíme

Názov videa	Autor/organizácia	Formát videa	Počet zobrazení	Dátum nahrania
Prispôsobenie sa zmene klímy: je čas rozhodnúť sa teraz	GIZ		194 196	12. november 2012

Názov videa	Autor/organizácia	Formát videa	Počet zobrazení	Dátum nahrania
https://youtu.be/FO46sPwm4xk?si=qLDVa9hEQHwgUUro				
Čo je adaptácia na zmenu klímy? @environmentcan, 10,2 tis. odberateľov https://youtu.be/1e15MnlVHFw?si=pSNSeqfvgu3IPg8	Životné prostredie a zmena klímy Kanada	Toto je vzdelávacie video v animovanom formáte s dĺžkou 1:47 minút.	192 573	18. november 2022
Ako sa môžeme prispôsobiť zmene klímy – na celom svete? Začnite tu s kanálom YouTube Climate Adaptation: www.youtube.com/@castv593			22 564	14. decembra 2020

Ďalší príklad toho, ako propagovať príbeh o klíme, nájdete v Lillestrøme (Nórsko)⁴⁵. Tento príklad poskytuje príbeh o klíme, ktorý sa týka zvyšovania povedomia v komunite o opatreniach, ktoré môžu jednotlivci prijať na ochranu svojho majetku pred poškodením vodou.

Použité kanály: QR kód („digitálne totémy“) distribuovaný v centrálnych častiach mesta, kde mali občania okamžitý prístup k príbehu na svojich mobilných telefónoch. Rozhovor o príbehu o klíme uverejnený v miestnych novinách, ďalšia propagácia príbehu na oficiálnej webovej stránke mesta, Facebooku a LinkedIn.

⁴⁵ <https://reachout-cities.eu/city-hub-lillestrom-launches-climate-story-life-with-water/>

4. Zistenia a syntéza

4.1. SWOT analýza

Na základe zhromaždených údajov bola vykonaná SWOT analýza, ktorej výsledkom boli nasledujúce zistenia:

Obrázok 7: SWOT analýza komunikácie CCA na Slovensku

Silné stránky	Slabé stránky
▪ Na Slovensku existuje viacero komunikačných aktivít v oblasti klímy a životného prostredia vrátane cezhraničných iniciatív. ▪ Spolupráca v oblasti klimateckej komunikácie medzi akademikmi, výskumníkmi a vedcami je zjavná v existujúcich videách, rozhovoroch, podcastoch, príspevkoch a článkoch v rôznych regiónoch krajiny. ▪ Vzhľadom na relatívne malú rozlohu a populáciu Slovenska je celonárodné zvyšovanie povedomia realizovateľné a pri koordinovanom úsilí v oblasti klimateckej komunikácie ho možno dosiahnuť pomerne rýchlo. ▪ Deti, mládež a učitelia na Slovensku sú vnímaví voči klimateckej komunikácii, čo je priaznivým predpokladom pre efektívne zvyšovanie klimateckého povedomia budúcich generácií. Skupinou cieľového publika, ktorá sa javí ako najviac zainteresovaná a reagujúca na komunikáciu o klíme a životnom prostredí, sú deti, žiaci a učitelia.	▪ Komunikačné aktivity sú prevažne organizované a realizované na národnej a regionálnej úrovni, oveľa menej na miestnej (obecnej) úrovni. ▪ Na viacerých oficiálnych komunikačných kanáloch slovenských verejných inštitúcií (webové stránky, sociálne siete atď.) chýba štruktúrovaný, kvalitne spracovaný a ľahko dostupný obsah o adaptácii na zmenu klímy (CCA). ▪ Relatívne nízka úroveň koordinácie komunikácie o CCA medzi regiónmi a medzi jednotlivými rezortmi. ▪ Obmedzené poznatky na subnárodnej úrovni o dostupných (EÚ a medzinárodných) platformách a zdrojoch týkajúcich sa CCA. ▪ Vládni komunikátori majú obmedzené znalosti a porozumenie CCA a ohrozeným cieľovým skupinám. Podľa prieskumu konzultanta vedelo iba 60 % komunikátorov uviesť päť hlavných zainteresovaných strán, ktoré sú najviac ovplyvnené implementáciou NAS/NAP; 40 % priznalo, že týchto aktérov nepozná. ▪ Nedostatočná interakcia verejných inštitúcií s verejnosťou na sociálnych sieťach, najmä pri reagovaní na (negatívne) komentáre. ▪ Storytelling a naratívne formy komunikácie sú považované za náročné, keďže vyžadujú kreatívnu transformáciu vysoko technických

	a abstraktných vedeckých konceptov na pútavý, zrozumiteľný a blízky obsah.
Príležitosti ▪ Relatívne nízke náklady na komunikáciu o adaptácii na zmenu klímy, ak je správne nastavená a využívajú sa vhodné nástroje, ako sú sociálne médiá. ▪ Zlepšovanie komunikačnej kapacity verejných inštitúcií na všetkých úrovniach prostredníctvom cielene zameraných školení. ▪ Ochota viacerých verejných inštitúcií na všetkých úrovniach prijímať nové nástroje, zdroje a osvedčené postupy. ▪ Klimatická agenda je neustále rozvíjaná a patrí medzi priority Európskej komisie a ďalších medzinárodných multilaterálnych fór, čo môže Slovenská republika využiť ako inšpiráciu. ▪ Súkromný sektor, mimovládne organizácie a akademická obec sú otvorené spolupráci pri realizácii opatrení adaptácie na zmenu klímy.	Hrozby ▪ Dezinformačné kampane namierené proti téme zmeny klímy. ▪ Nedostatok finančných zdrojov na realizáciu robustných komunikačných aktivít. ▪ „Únava z rozvoja“ medzi zamestnancami verejnej správy, ktorých úsilie je často presmerované na iné, vzájomne si konkurujúce politické priority. ▪ Neexistencia systematického monitorovania, hodnotenia a vykazovania zo strany verejných inštitúcií o úlohe verejnej komunikácie v oblasti politik adaptácie na zmenu klímy. ▪ Riziko ovládnutia médií a erózie slobody tlače v prípade, že súčasný legislatívny rámec a politika voči verejnoprávnemu rozhlasu a televízii budú ešte reštriktívnejšie a ak bude pokračovať negatívna rétorika a postoj ústrednej vlády voči nezávislej novinárskej obci. To by ďalej narušilo dôveru verejnosti v médiá a ohrozilo dôveru v mediálne spravodajstvo o témach adaptácie na zmenu klímy.

Podľa správy Európskeho dvora audítorov existuje celkový nedostatok efektívneho podávania správ o adaptácii na zmenu klímy na národnej úrovni, ako aj nedostatok povedomia o súvisiacich nástrojoch na zdieľanie poznatkov/informácií.⁴⁶ Ďalej sa uvádza:

„Správa členských štátov o prispôsobovaní sa zmene klímy bola nedostatočná a nepriniesla veľký prínos z hľadiska sledovania pokroku a podpory budúcich politických rozhodnutí. Vykonali sme prieskum medzi 400 obcami a zistili sme, že vo veľkej miere nepoznajú stratégie a plány prispôsobovania sa zmene klímy a nevyužívajú nástroje EÚ na prispôsobovanie sa zmene klímy (Climate-ADAPT, Copernicus a Dohovor primátorov EÚ).“

Prieskum konzultanta počas pilotného testovania súboru nástrojov potvrdil túto nedostatočnú informovanosť o takýchto zdrojoch.

V reakcii na identifikovanú potrebu lepšieho využívania existujúcich nástrojov EÚ je vhodné, aby slovenské ministerstvo životného prostredia a verejné subjekty využívali **Climate-ADAPT, Copernicus, Eionet**⁴⁷ ako centrum cenných údajov a informácií o otázkach životného prostredia a udržateľnosti na základe príspevkov z

⁴⁶ Osobitná správa Európskeho dvora audítorov č. 15/2024: Prispôsobenie sa zmene klímy v EÚ, s. 5

⁴⁷ Európska informačná a pozorovacia sieť pre životné prostredie <https://www.eionet.europa.eu/>

38 členských krajín a tematických tém⁴⁸ platformu **Dohovoru primátorov EÚ**, ako aj ďalšie relevantné nástroje, ako je **portál misie EÚ pre adaptáciu na zmenu klímy** (ktorý zdieľa aktualizácie o misii a pokroku regionálnych a miestnych orgánov a výskumných projektov) a **európske hodnotenie klimatických rizík** (EUCRA). Tieto nástroje obsahujú množstvo údajov, poznatkov, informácií a reálnych prípadov týkajúcich sa adaptácie na zmenu klímy a jej zmierňovania v celej EÚ.

⁴⁸ V súčasnosti existuje sedem európskych tematických centier (ETC) ako konzorcií organizácií v členských krajinách EEA s odbornými znalosťami v konkrétnych oblastiach životného prostredia, ktoré sú zmluvne viazané s EEA, napríklad: ETC pre adaptáciu na zmenu klímy a LULUCF (ETC CA), ETC pre zmierňovanie zmeny klímy (ETC CM), ETC pre prechod k udržateľnosti (ETC ST) atď.
<https://www.eionet.europa.eu/etcs/index>

5. Vyvinuté nástroje

Na základe analýzy bola vyvinutá sada nástrojov na komunikáciu o klíme s cieľom rozvíjať zručnosti slovenských orgánov v oblasti zvyšovania povedomia verejnosti s cieľom podporiť implementáciu Národnej adaptačnej stratégie (NAS) pre CCA.

Cieľové skupiny nástrojov sú v súlade so skupinami identifikovanými ako zainteresované strany v revidovanej NAS⁴⁹ :

Rámček 1: Výňatok z revidovanej NAS, podkapitola „Cieľové skupiny“

Revidovaná NAS bude zameraná na obyvateľstvo Slovenska a jej cieľom je usmerňovať a podporovať široké spektrum zainteresovaných strán pri budovaní krajiny odolnej voči zmene klímy. Jej cieľová skupina zahŕňa:

- *Verejná správa: Verejná správa od národnej po miestnu úroveň zodpovedná za implementáciu opatrení NAS v rámci každej strategickej oblasti/sektora.*
- *Podniky a priemysel: Komerčné subjekty od malých a stredných podnikov (MSP) po veľké korporácie, ktoré sa podieľajú na poskytovaní tovarov alebo služieb, a väčšie subjekty súkromného sektora, ako napríklad výrobný, poľnohospodársky, energetický, dopravný alebo technologický sektor.*
- *Organizácie občianskej spoločnosti: Mimovládne organizácie, komunitné skupiny a environmentálne organizácie.*
- *Akademické inštitúcie: Výskumníci, vedci a pedagógovia zaoberajúci sa zmenou klímy a adaptáciou na ňu.*
- *Verejnosť: Jednotlivci a komunity, ktoré sú priamo ovplyvnené zmenou klímy a ktoré môžu prispieť k adaptačným snahám.*

Súbor nástrojov zahŕňa zásady, naratívy, témy a formáty komunikácie s rôznymi cieľovými skupinami. Slúži ako praktický návod na efektívnu a zmysluplnú komunikáciu s rôznymi sociálnymi skupinami o revidovanej NAS. Navrhuje tiež konkrétne témy, ktoré by boli vhodné pre rôzne cieľové skupiny, kanály a formáty.

Súbor nástrojov obsahuje aj komparatívnu analýzu nedávnych prístupov k online komunikácii na sociálnych médiách troch rôznych samosprávnych regiónov, ktoré majú miestne plány adaptácie na zmenu klímy, t. j. Banská Bystrica, Košice a Žilina. Táto komparatívna analýza navrhla spôsoby, ako zlepšiť online komunikáciu s širokou verejnosťou.

Súbor nástrojov otestovalo päť miestnych vládnych úradníkov pomocou kontrolného zoznamu s možnosťou poskytnúť podrobné odpovede na rôzne body. Ich spätná väzba bola preskúmaná a zohľadnená pri finalizácii súboru nástrojov, aby sa ukázal ako praktický a realizovateľný pre budovanie kapacít slovenských verejných komunikátorov. S navrhovanou sadou nástrojov môže slovenská vláda prijať silnejšie opatrenia zamerané na údaje a analýzu v každej fáze svojich budúcich kampaní v oblasti komunikácie o klíme (pred podujatím/prípravná fáza, implementačná fáza a po podujatí).

⁴⁹ Časový horizont revidovanej a aktualizovanej národnej adaptačnej stratégie (NAS) je rok 2040, pričom sa plánujú priebežné revízie.

6. Komunikačné aktivity a výstupy

6.1. Realizované komunikačné aktivity

Plánovanie a realizácia podujatí sa vyvíjali v priebehu práce, pričom sa zohľadňoval miestny kontext, načasovanie, technické a logistické obmedzenia. Nasledujúce podujatia (pozri **Chyba! Nenašiel sa žiaden zdroj odkazov.**) boli dohodnuté a realizované s cieľom osloviť rôzne typy zainteresovaných strán a rôzne kanály:

Tabuľka 8: Zoznam komunikačných podujatí realizovaných v priebehu práce

Dátum	Podujatie	Cieľová skupina	Formát
12. september	Regionálne stretnutie/workshop v Prešove (v kombinácii s aktivitou pod bodom 2.5); zahŕňa 1-hodinové školenie o komunikácii v oblasti zmeny klímy s pozvaným odborníkom na PR	Zainteresované strany v Prešove	Osobne
16. september	Regionálne stretnutie/workshop v Žiline (rovnaký formát)	Zainteresované strany v Žiline	Osobne
22. september	Regionálne stretnutie/workshop v Banskej Bystrici (rovnaký formát)	Zainteresované strany v Banskej Bystrici	Osobne
18. september	SLOVAKIATECH – odborné podujatie; 1-hodinová panelová diskusia	Podnikateľský sektor, komunita start-upov, študenti, široká verejnosť	Osobne
9. október	Stretnutie s ministerstvom životného prostredia, Slovenským inšpektorátom životného prostredia a zamestnancami regionálnych úradov životného prostredia (štátna správa) v Demänovskej doline (cca 3 hodiny od Bratislavy).	Zamestnanci regionálnych úradov	Osobne
20.	Slovenské rozhlasové a televízne vysielanie	Verejnosť	Online Rozhlasová relácia 1-hodinová online diskusia ⁵⁰
30. október	Konferencia Slovenskej obchodnej a priemyselnej komory (celoštátne zhromaždenie); 1-hodinová prezentácia	Obchodný sektor	Osobne
3. november	Podcast Slovenskej akadémie vied	Verejnosť	Online
5.	Stretnutie so Zväzom miest a obcí (ZMOS)	Verejný sektor, obce	Osobne

6.2. Príprava a výsledky podujatí

Konzultant úzko spolupracoval so slovenským odborníkom na public relations, ktorý bol najatý na vedenie komunikačných prezentácií na štyroch regionálnych workshopoch/stretnutiach. Prezentatívny materiál vychádzal predovšetkým z konzultantom navrhutej príručky, ktorá obsahovala komparatívnu prípadovú štúdiu o stratégii troch hlavných miest v oblasti informovania o klíme na Facebooku. Konzultant tiež pripravil kvíz na prelomenie ľadu, skupinovú aktivitu a dotazník na spätnú väzbu. Prezentácia bola doplnená aj

⁵⁰ Odkaz na vysielanie <https://www.stvr.sk/radio/archiv/11287/2655426>

výstižnými a doplnkovými ilustráciami zo Slovenska a Českej republiky, ktoré zhromaždil slovenský odborník na PR.

Prezentačné materiály a zoznam účastníkov nájdete v prílohe.

Prehľad skupinových cvičení na regionálnych stretnutiach/workshopoch:

Počas skupinovej aktivity boli účastníci rozdelení do štyroch skupín, z ktorých každá mala za úlohu pripraviť komunikačnú kampaň alebo stratégiu pre konkrétne publikum (súkromný sektor, mimovládne organizácie a širokú verejnosť), a štvrtá skupina mala za úlohu bojovať proti dezinformáciám. Účastníci sa do cvičenia zapojili s nadšením a aktívne sa doňho zapájali. Po workshope si odniesli výstupy svojej skupiny. Nižšie je zhrnutie ich prístupov a spätnej väzby:

1. Kampaň v súkromnom sektore: Účastníci využili svoje vlastné skúsenosti so súkromnými spoločnosťami na vytvorenie komunikácie na mieru. Zdôraznili dôležitosť rozlišovania medzi sektormi namiesto zovšeobecňovania všetkých podnikov. Ako účinné východiskové body navrhli osobné stretnutia, informačné bulletiny a príbehy o nákladovej efektívnosti.
2. Kampaň mimovládnych organizácií: Táto skupina navrhla odborné podujatia a konzultačné formáty na zapojenie mimovládnych organizácií. Identifikovali konkrétne miestne mimovládne organizácie ako potenciálnych partnerov a zdôraznili dôležitosť spolupráce a dôveryhodnosti v tomto sektore.
3. Verejná kampaň: Účastníci navrhli kampaň zameranú na konkrétne opatrenia na prispôbenie sa zmene klímy, ako je prevencia povodní a výzvy na predkladanie projektových návrhov. Ich stratégia zahŕňala diferencované komunikačné kanály pre rôzne sociálne médiá, pričom niektorí navrhovali využiť vplyvných ľudí na oslovenie širšieho publika.
4. Pracovná skupina na boj proti dezinformáciám: Skupina vypracovala protinaratívy pre potenciálne dezinformácie o adaptácii na zmenu klímy. Niektorí sa stále zameriavali na všeobecné dezinformácie o zmene klímy a navrhovali aktívne vyvracanie. Poskytol som spätnú väzbu, že proaktívna komunikácia o pozitívne posolstvá o adaptácii na zmenu klímy sú často účinnejšie ako priame vyvracanie dezinformácií.

Hodnotenie odpovedí z posledných dvoch workshopov:

- Všetci účastníci úspešne odpovedali na otázky kvízu.
- Skupiny boli aktívne a zapojené vo všetkých troch mestách: Prešov, Žilina a Banská Bystrica.
- V Žiline väčšina účastníkov pochádzala z samosprávy, akademickej obce a súkromného sektora, s niekoľkými zástupcami mimovládnych organizácií. Mimovládna organizácia Klíma tá potrebuje bola tiež prítomná a bola použitá v workshope ako príklad dobrej praxe.
- V Banskej Bystrici boli väčšina účastníkov odborníci z oblasti samosprávy alebo akademickej sféry, s niekoľkými zástupcami zo súkromného sektora a mimovládnych organizácií.
- Počas cvičenia boli účastníci rozdelení do štyroch skupín. Každá skupina mala za úlohu pripraviť komunikačnú kampaň, vrátane kľúčových posolstiev, komunikačných línií a naratívov prispôbených konkrétnej cieľovej skupine. Štvrtá skupina sa zamerala na vývoj opatrení na boj proti dezinformáciám v oblasti adaptácie na zmenu klímy. Účastníci aktívne pripravovali a prezentovali svoje kampane a nápady, čo viedlo k plodnej a zaujímavej diskusii medzi členmi skupiny.
- Celková spätná väzba bola prevažne pozitívna: účastníci považovali workshop za zaujímavý, užitočný a kreatívny. Najviac ocenili príklady osvedčených postupov.

- Medzi navrhované zlepšenia patrilo poskytovanie podrobnejšej spätnej väzby k praktickým úlohám a zdieľanie ďalších príkladov zo zahraničia.

Pôvodne plánovaná dĺžka trvania dvoch hodín bola skrátená na 1 hodinu pre každú z komunikačných častí regionálnych workshopov, zatiaľ čo na následné dvojdnové stretnutie s ministerstvom životného prostredia, Slovenským inšpektorátom životného prostredia a zamestnancami regionálnych úradov životného prostredia v Demänovskej Doline bolo napriek tomu, že išlo o dvojdnové podujatie, hosťiteľom stretnutia pridelené ešte menej času, a to 30 minút. 30-minútová komunikačná časť bola poslednou časťou podujatia.

Publikum tvorili hlavne zástupcovia regionálnych samospráv, regionálnych úradov životného prostredia, Štátnej ochrany prírody Slovenskej republiky a Ministerstva životného prostredia. Stretnutie malo rovnaký formát ako predchádzajúce regionálne workshopy.

Na stretnutí sa zúčastnilo viac ako 100 účastníkov, čo svedčí o veľkom záujme. Vzhľadom na obmedzený čas PR expert nemohol zahrnúť segmenty skupinovej práce a spätnej väzby, takže sa zameral predovšetkým na teoretické základy a príklady osvedčených postupov. PR expert dostal pozitívnu spätnú väzbu od zamestnancov MŽV a zástupcov regionálnych samospráv počas osobných rozhovorov po zasadnutí.

Hoci bola možnosť začleniť komunikačné podujatia do existujúcich stretnutí, workshopov a konferencií z hľadiska logistiky a organizačnej efektívnosti považovaná za šťastnú náhodu a do určitej miery vytvorila synergie, na druhej strane treba konštatovať, že nevýhodou boli kritické obmedzenia (napr. časové obmedzenia a výber publika) pri dosahovaní efektívneho oslošovania a zvyšovania povedomia a pri získavaní štruktúrovanej spätnej väzby z každého podujatia prostredníctvom hodnotiaceho prieskumu vypracovaného konzultantom.

6.3. Ďalšia podpora poskytovaná pre podujatia zamerané na verejnosť

Pre tri verejné podujatia, t. j. konferenciu SlovakiaTech, rozhovor pre Slovenskú rozhlasovú spoločnosť a rozhovor pre SAS Podcast, konzultant prispôbil obsah a pripravil scenáre (vrátane odkazu na tento projekt financovaný EÚ), ako aj tipy týkajúce sa štýlu a tónu komunikácie pre slovenského partnera, ktorý poskytoval rozhovor a prezentoval relevantné body týkajúce sa revidovaných opatrení NAS a CCA. Vo všetkých troch prípadoch bolo odkazom, ktorý bol odovzdaný, jasný, koherentný a výstižný. Toto tvrdenie vychádza z kvalitatívnej spätnej väzby, ktorú poskytli hostitelia a účastníci (konferencia SlovakiaTech).

6.4. Hodnotiaci prieskum

Konzultant sa snažil získať formálnu, štruktúrovanú spätnú väzbu vo forme zmiešaného kvalitatívno-kvantitatívneho krátkého online prieskumu, ktorý mal byť distribuovaný počas a/alebo po každej udalosti. Ukázalo sa však, že to bolo ťažké realizovať, pretože moderátori mali konečné rozhodovacie právomoci o tom, či tak urobiť na svojich platformách, aj keď boli informovaní a požiadaní, aby uľahčili šírenie informácií. V čase finalizácie tejto správy bola podcastová relácia práve ukončená, ale zostáva otvorená, či a kedy bude odkaz na prieskum uverejnený spolu s nahratou epizódou. V dôsledku toho už nie je možné v tejto správe uvádzať a analyzovať žiadne budúce odpovede poslucháčov podcastu v hodnotiacom prieskume. Dotazník prieskumu nájdete v prílohe.

7. Komunikácia o klíme v ére umelej inteligencie

Hlavným (ko všeobecne známym) zdrojom informácií je v súčasnosti stále webová stránka organizácie. Intuitívne časť spoločnosti stále hľadá oficiálne informácie/dokumentáciu na webovej stránke daného subjektu. Vzhľadom na rýchly rozvoj technológie umelej inteligencie by si však komunikátori mali uvedomiť, že žijeme v ére umelej inteligencie. V súčasnosti a v blízkej budúcnosti je pravdepodobné, že čoraz viac ľudí bude ako prvý zdroj pomoci pri akomkoľvek probléme využívať chatboty a virtuálnych agentov s umelou inteligenciou. Tento trend predstavuje posun od tradičného online vyhľadávania, pri ktorom sa na základe kľúčových slov a rebríčka domén zobrazujú najpopulárnejšie domény pre daný vyhľadávací dotaz.

Inšpirovaní marketingovým a brandingovým odvetvím, ktoré už prijímajú stratégiu zvyšovania povedomia (a generovania dopytu) s takzvanou optimalizáciou vyhľadávača odpovedí (AEO) popri tradičnej optimalizácii vyhľadávača (SEO), by slovenskí verejní komunikátori mohli zmeniť svoju stratégiu komunikácie o klíme, aby sa prispôbili tomuto rastúcemu trendu. Zmena klímy nie je dočasným problémom, a preto sa pravdepodobne stane čoraz väčším zdrojom obáv obyvateľstva na národnej, regionálnej aj globálnej úrovni.

Aby bola stratégia AEO úspešná, je dôležité, aby slovenskí komunikátori verejnosti zabezpečili, že obsah súvisiaci s CCA, ktorý vytvárajú, je jasný a zrozumiteľný, dobre štruktúrovaný, dobre preskúmaný a založený na autoritatívnych zdrojoch, aby sa zvýšila kvalita a dôveryhodnosť obsahu. Je potrebné pripomenúť, že algoritmy umelej inteligencie majú tendenciu vyhľadávať citovaný obsah, ktorý má tieto vlastnosti, pretože takýto obsah môže umelá inteligencia ľahko extrahovať a použiť na generovanie odpovedí, ktoré neustále nadväzujú na každú ďalšiu „radu“, ktorú prispôbuje dotazom/požiadavkám používateľa. Okrem toho by slovenské subjekty mali starostlivo zvážiť, koľko obsahu majú v úmysle generovať pomocou generatívnych nástrojov umelej inteligencie, pretože existuje riziko straty autenticity a originality ich obsahu, ak sa prijmú ako prostriedok na vytváranie obsahu CCA pre komunikáciu, ktorý šetrí náklady a čas.

Z pohľadu verejnosti nie sú odkazy a citácie, ktoré AI chatbot uvádza v odpovedi na ich dotaz, prehliadané. Inými slovami, ak na subjekt odkazuje AI chatbot, najmä ak na obsah subjektu čoraz častejšie odkazujú rôzne AI chatboty alebo virtuálni agenti, môže to subjektu dodať určitú dôveryhodnosť a môže byť považovaný za autoritu/odborníka na danú tému/problém.

Zadajte otázku o zmene klímy a adaptácii do nástroja umelej inteligencie, ako je napríklad populárny ChatGPT⁵¹, napríklad:

„Žijem na Slovensku. Ako sa môžem chrániť pred zmenou klímy a extrémnymi poveternostnými javmi? Aké sú príklady opatrení na prispôsobenie sa zmene klímy na Slovensku?“

V odpovedi poskytnutej chatbotom s umelou inteligenciou bolo uvedené niekoľko opatrení, projektov a spomenuté NAS a NAP, ako aj projekty ako Living Landscape, Restoration of the Water Regime alebo Climate Resilient Cities.

Keď bol chatbot vyzvaný, aby sa zameral napríklad na Žilinský kraj, uviedol niekoľko projektov na miestnej a regionálnej úrovni.

Pomerne často sa odvolával na nasledujúce subjekty: SHMÚ, MoE a SEA.

⁵¹ ChatGPT je najznámejší chatbot s umelou inteligenciou, hoci na trhu existujú aj iné, ako napríklad Perplexity, Claude, Grok, Gemini, Co-Pilot atď.

Odporučil používateľovi sledovať varovné systémy SHMÚ a mestské aplikácie. To svedčí o dôležitosti takýchto nástrojov pre osvetu verejnosti v oblasti CCA na Slovensku.

Medzi zdrojmi, na ktoré sa odvolávali, bola webová stránka klima-adapt.sk, webová stránka MŽP, online spravodajské webové stránky, webové stránky orgánov EÚ, webové stránky iných darcov, ako napríklad Nórske granty, webové stránky mimovládnych organizácií a think tankov atď. Neustále zverejňovanie aktuálnych informácií o CCA je dôležité, pretože zabezpečuje, že chatboty s umelou inteligenciou môžu vyhľadávať a odkazovať na najnovšie (originálne) informácie vypracované slovenskými subjektmi. Väčší dôraz a úsilie by sa malo venovať poskytovaniu konkrétnych informácií (na rozdiel od všeobecných informácií) o CCA. Konkrétne to znamená napríklad poskytovať informácie a podporovať dialóg o tom, ako môžu rôzne skupiny zainteresovaných strán/cieľové skupiny prispievať k opatreniam CCA vo svojich príslušných sektoroch, ako aj vo svojom súkromnom živote, a ako z nich môžu profitovať. Čím viac budú informácie prispôbené a praktické, tým lepšie prijatie a zapojenie možno očakávať.

8. Hodnotiaci rámec pre monitorovanie a meranie komunikácie v oblasti CCA

S cieľom využiť harmonizáciu s EÚ pri podávaní správ o národnom pokroku v oblasti adaptácie na zmenu klímy boli výkonnostné ukazovatele a ciele navrhovaných komunikačných opatrení navrhnuté tak, aby odzrkadľovali požiadavky **stratégie EÚ** v oblasti **adaptácie**, a to konkrétne:

- **Inteligentnejšie prispôsobovanie sa**
 - Zvyšovanie povedomia o adaptácii – Vďaka zlepšeným komunikačným opatreniam budú slovenské verejné a súkromné zainteresované strany priebežne získavať lepšie povedomie a pochopenie stratégie krajiny v oblasti adaptácie na zmenu klímy.
 - Viac a lepších údajov o rizikách a stratách súvisiacich s klímou – Pravidelné prieskumy a merania verejného povedomia na celom území Slovenska v rámci monitorovania výkonnosti komunikačného plánu, údaje zhromaždené, analyzované a vykazované slovenskou vládou prispievajú k súboru údajov o rizikách a stratách súvisiacich s klímou na národnej úrovni a na úrovni EÚ.
 - Vytvorenie Climate-ADAPT ako autoritatívnej európskej platformy pre znalosti v oblasti adaptácie – Komunikačné aktivity vedené ministerstvom životného prostredia a podporované zainteresovanými stranami v Slovenskej republike budú okrem iného odkazovať na informácie a prípadové štúdie uvedené na platforme Climate-ADAPT. Zainteresované strany, ktoré platformu implementujú, budú tiež povzbudzované, aby prispievali na platformu osvedčenými postupmi a skúsenosťami získanými z ich verejných komunikačných aktivít.
- **Systemickejšia adaptácia**
 - Zlepšenie adaptačných stratégií a plánov – komunikačný plán, ktorý efektívne podporuje ciele revidovanej NAS a NAP v oblasti oslošovania verejnosti a zvyšovania povedomia, prispeje k ich väčšej robustnosti.
 - Podpora miestnej, individuálnej a spravodlivej odolnosti – navrhované komunikačné opatrenia sa týkajú nielen národnej úrovne, ale aj subnárodnej úrovne, a tak prispievajú k širokej pripravenosti a odolnosti.

Kedže NAS (a NAP) je strategický rámec na vysokej úrovni, stratégia monitorovania a hodnotenia (M&E) komunikácie v oblasti CCA by mala byť zosúladená s NAS (a NAP). Vzhľadom na to by pri prístupe k monitorovaniu a hodnoteniu verejnej komunikácie v oblasti CCA mohli nasledujúce ukazovatele slúžiť ako prostriedok na harmonizáciu a štandardizáciu hodnotenia výkonnosti verejnej komunikácie na národnej a subnárodnej úrovni, pričom podrobnosti v rámci každej zložky by bolo potrebné určiť na miestnej úrovni:

Všeobecný cieľ

Informovaná a posilnená spoločnosť (strategický cieľ č. 4 v revidovanej NAS).

Strategickým cieľom je informovať a posilniť spoločnosť, preto je dôležité systematicky monitorovať a merať tieto ukazovatele, aby bolo možné zistiť úroveň zapojenia danej cieľovej skupiny do komunikačných aktivít zameraných na CCA:

Metriky

- Organický dosah

- Platený/sponzorovaný dosah
- Jedinečné zobrazenia / dojmy
- Opakované zobrazenia
- Prekliky
- Zdieľania
- Komentáre
- Nálada používateľov (hodnotenie nálady)
- Návštevnosť webovej stránky
- Mediálne pokrytie
- Spomenutia
- Trendy hashtagov
- Registrácie
- Predplatné
- Počet sledujúcich
- Hodnotenia (napríklad epizódy podcastov atď.)
- Odpovede v prieskumoch

Na meranie vplyvu musí existovať jasná súvislosť medzi tým, ako tieto výsledky a vplyv podporujú celkový cieľ (uvedený vyššie), t. j. národný strategický cieľ Slovenska informovať a posilňovať spoločnosť. Možno zvážiť nasledujúci súbor ukazovateľov, pozri **Chyba! Nenašiel sa žiaden zdroj odkazov.** :

Tabuľka 9: Návrh metrík a kľúčových ukazovateľov výkonnosti na monitorovanie a hodnotenie implementácie komunikácie CCA na Slovensku.

	Metrika	KPI
	Počet komunikovaných tém CCA	20 % nárast oproti východiskovej hodnote (v porovnaní s predchádzajúcimi 12 mesiacmi)
2.	Počet návštev oficiálnej webovej stránky o klíme	20 % nárast oproti východiskovej hodnote
3.	Počet stiahnutí informačných listov o CCA	20 % nárast oproti východiskovej hodnote
4.	Počet reakcií na príspevky v sociálnych médiách (Facebook, Instagram) na tému CCA	20 % nárast oproti východiskovej hodnote
5.	Počet komentárov k príspevkom na sociálnych médiách (Facebook, Instagram) na tému CCA	20 % nárast oproti východiskovej hodnote
6.	Počet zdieľaní príspevkov na sociálnych médiách (Facebook, Instagram) na tému CCA	20 % nárast oproti východiskovej hodnote
7.	Počet podujatí na mieste o CCA	20 % nárast v porovnaní s podobným podujatím, ktoré sa konalo v uplynulých 12 mesiacoch
8.	Počet účastníkov podujatí na mieste venovaných CCA	20 % nárast v porovnaní s podobným podujatím, ktoré sa konalo v uplynulých 12 mesiacoch
9.	Počet respondentov prieskumu (po podujatí)	Minimálne 51 % respondentov v porovnaní s celkovým počtom účastníkov podujatia
10.	Počet podujatí na mieste zameraných na zraniteľné skupiny	20 % nárast v porovnaní s podobným podujatím, ktoré sa konalo v uplynulých 12 mesiacoch
	Počet účastníkov podujatí na mieste o CCA, ktorí pochádzajú zo zraniteľných (znevýhodnených) skupín	20 % nárast v porovnaní s podobným podujatím, ktoré sa konalo v uplynulých 12 mesiacoch
12.	Počet online podujatí o CCA organizovaných pre zraniteľné skupiny	20 % nárast oproti východiskovej hodnote
13.	Počet účastníkov online podujatí o CCA, ktorí pochádzajú zo zraniteľných (znevýhodnených) skupín	20 % nárast v porovnaní s podobným podujatím, ktoré sa konalo v uplynulých 12 mesiacoch
14.	Úroveň znalostí o opatreniach CCA	Respondenti môžu uviesť aspoň tri rôzne opatrenia na prispôbenie sa zmene klímy
15.	Úroveň znalostí o vplyvoch zmeny klímy	Respondenti dokážu opísať aspoň tri riziká (môžu to byť odkazy na nebezpečenstvá, vystavenie a zraniteľnosť), ktoré ovplyvňujú ich

	Metrika	KPI
		(súkromný život alebo podnikanie) a/alebo ich krajinu (národnú alebo regionálnu).
16.	Rozsah dosahu dosiahnutý prostredníctvom spojencov/partnerských organizácií.	Agregované údaje vypočítané z „údajov od spojencov/partnerských organizácií“.
17.	Miera atraktívnosti zvolených komunikačných prvkov v kampani (Tieto prvky možno rozdeliť do piatich hlavných kategórií: vizuálne, zvukové, posolstvo, aktivity v rámci podujatia, výzva k akcii).	Aspoň 51 % respondentov zaujala udalosť/informácie prostredníctvom jedného alebo viacerých použitých komunikačných prvkov, ako napríklad audio, zvukové ukážky, jingle, videá, fotografie, obrázky, farebná schéma, téma, štýl posolstva, príbeh atď.
18.	Miera relevantnosti komunikovaného obsahu	Aspoň 51 % účastníkov uvádza, že komunikovaný obsah bol jasný a zrozumiteľný.
19.	Miera dostupnosti komunikovaného obsahu	Najmenej 50 % účastníkov uvádza, že ďalšie podrobnosti, ktoré hľadali, našli prostredníctvom vlastných kanálov verejného subjektu (alebo prostredníctvom kanálu partnerskej organizácie, ktorý ich nasmeroval na kanály verejného subjektu).
20.	Povaha vplyvu komunikačných stratégií a prvkov (rečových/textových) na ciele komunikácie.	Účastníci dokážu identifikovať aspoň dva komunikačné prvky/stratégie, ktoré mali pozitívny alebo negatívny vplyv na ich postoj, zámer, dôveru, vnímanú kvalitu informácií, vnímanie rizika, správanie, pochopenie, znalosti o komunikovanej téme/informáciách (CCA). To prispieva k meraniu vplyvu rozprávania príbehov, zoznamov faktov/statistik, odborných zdrojov, citácií, metód, kauzálnych súvislostí, konsenzuálnych správ, konfliktov, varovaní, obmedzení, váhy dôkazov, lexikálnych výhrad, tónu, štruktúry a slovnej zásoby. (Okrem toho by takéto údaje a povedomie mohli potenciálne prispieť k prebiehajúcej širšej verejnej – vedeckej – komunikačnej paradigme v doteraz nedostatočne preskúmanej oblasti vplyvu komunikačných stratégií na ciele vedeckej komunikácie). Takáto spätná väzba by v konečnom dôsledku umožnila slovenským verejným orgánom neustále zdokonaľovať a prispôbovať svoje komunikačné stratégie požadovaným cieľom.

Zdroj: KPI navrhnuté konzultantom

Údaje od spojencov/partnerov na podporu M&E

V prípade partnerov sa s nimi dohodnite na štandardnom súbore údajov, ktoré sa majú zbierať a hlásiť vášmu oddeleniu. Aby sa zabezpečili časovo ohraničené metriky, relevantným obdobím pre zber údajov sú dva mesiace pred udalosťou / informáciou a dva mesiace po nej. Otázky majú za cieľ zabrániť duplicite údajov meraných a hlásených verejným orgánom a jeho partnerskými organizáciami pre akúkoľvek udalosť alebo informáciu:

1. Koľko ľudí sa o udalosti/informácii dozvedelo výlučne prostredníctvom vašich (partnerskej organizácie) kanálov?
2. Ktoré prvky šírenia informácií o udalosti/informáciách boli pre ľudí najatraktívnejšie, t. j. čo spôsobilo, že komunikácia bola nezabudnuteľná a zanechala v nich trvalý dojem?
3. Koľko ľudí kontaktovalo vašu organizáciu výlučne s cieľom informovať sa o udalosti/informácii alebo o nej diskutovať?
4. Ak sa s obsahom zaoberá právnická osoba (t. j. osoba, ktorá nie je priamym partnerom udalosti/projektu, ale je organizáciou/spoločnosťou atď. na rozdiel od fyzickej osoby), koľkým členom/zamestnancom/agentom táto právnická osoba obsah posunula? Dosah ďalšieho šírenia možno vypočítať na základe počtu odberateľov spravodajcu tejto právnickej osoby, počtu zamestnancov, účastníkov konkrétnych stretnutí/konferencií atď. v závislosti od toho, kde sa ďalšie šírenie uskutočnilo.

5. Koľko osôb a subjektov vám (partnerskej organizácii) jednoznačne signalizovalo skutočný záujem o získanie ďalších informácií alebo o spoluprácu?

9. Závery a odporúčania

Pre laika je téma zmeny klímy zvyčajne spojená s otázkami týkajúcimi sa životného prostredia, energetiky, dopravy, zdravia atď. Väčšina Slovákov je naklonená ochrane klímy.⁵² Revízia NAS je vhodnou príležitosťou na získanie srdcí a myslí slovenského obyvateľstva, pokiaľ ide o seriózny prístup vlády k riešeniu klimatických a environmentálnych kríz. Ako ukázali výskumy, chýba systematické monitorovanie a hodnotenie výkonnosti iniciatív súvisiacich s klímou a zmien v úrovni povedomia rôznych cieľových skupín. Nie je teda možné poskytnúť žiadne podstatné štatistiky o tom, ako sa v priebehu rokov vyvíjalo vnímanie zmeny klímy obyvateľstvom v dôsledku účinnosti početných komunikačných aktivít, ktoré sa doteraz realizovali na Slovensku na všetkých úrovniach vlády.

Dobrou praxou by bolo identifikovať, zhromaždiť, syntetizovať a (ďalej) šíriť tie slovenské prípadové štúdie, témy a sektory, ktoré sú aktuálne zaujímavé pre zainteresované strany a občanov Slovenska. Ministerstvo životného prostredia by malo tiež podporovať využívanie týchto nástrojov a zdrojov medzi zainteresovanými stranami na ústrednej, regionálnej a miestnej úrovni na Slovensku.

Pokiaľ ide o komunikáciu o sociálnej zraniteľnosti v súvislosti so zmenou klímy, slovenskí komunikátori by mali zabezpečiť lepšie zameranie informačných a zapájacích aktivít na zvyšovanie povedomia zraniteľných skupín, ako aj zabezpečiť, aby sa tieto skupiny aktívne zapájali do verejnej diskusie spolu s menej zraniteľnými časťami spoločnosti. Diskusia by sa nemala obmedzovať na rozmer finančnej kapacity, t. j. na situáciu, keď sú sociálne zraniteľní ľudia prezentovaní ako tí, ktorí si nemôžu dovoliť náklady na poistenie škôd spôsobených zmenou klímy. Aspekt sociálnej zraniteľnosti zahŕňa skôr fyzickú zraniteľnosť, nedostatok vedomostí atď., nielen finančnú chudobu. Pri každom spomenutí sociálneho rozmeru by sa mali zdôrazniť aj skupiny ako starší ľudia, deti, menšiny, zdravotne postihnutí.

Katastrofy spôsobené zmenou klímy majú a budú mať obrovský ekonomický dopad na štátnu správu, poisťovne a ľudí. Inými slovami, financovanie bude kľúčové pre umožnenie opatrení CCA. Preto je dôležité uvádzať nákladovú zložku zmeny klímy/CCA v komunikačných kampaniach, ale verejní komunikátori by sa mali vyhnúť tomu, aby sa zdieľanie nákladov/rizík stalo ústrednou témou/hlavným posolstvom ich osvetovej činnosti. Odkazy na takéto témy automaticky presúvajú pozornosť publika na „oslobodenie“ sa od akejkoľvek úlohy alebo zodpovednosti v oblasti CCA. Pokiaľ je to možné, naratív by mal byť neutrálny a nemal by sa zameriavať na negatívnu taktiku obviňovania, bez toho, aby sa konkrétny zainteresovaný subjekt, ústredná vláda alebo poisťovne prezentovali ako „zločinci“, miestna samospráva ako „bezmocná a nedostatočne financovaná“ a verejnosť ako konečná „obet“. Účinnejším a konštruktívnejším naratívom je zdôrazniť, že každý človek a každá entita (verejný aj súkromný sektor) má svoju úlohu a zodpovednosť v oblasti CCA.

Hoci sa hodnotiaci prieskum nemohol uskutočniť a zaznamenať v rámci trvania tohto projektu, odporúča sa, aby verejní komunikátori čerpali inšpiráciu z dotazníka, prispôbili jeho obsah a používali ho ako nástroj na pravidelné meranie zmien v povedomí a postojoch rôznych cieľových skupín po ich osvetových aktivitách v oblasti adaptácie na zmenu klímy

⁵² Stratégia Slovenska v oblasti boja proti zmene klímy, BRIEFING Cestovná mapa k klimatickému neutrálnemu EÚ – Kontrola členských štátov EPRS | Výskumná služba Európskeho parlamentu Autor: Gregor Erbach s Ceciliou Meinardi; Grafika: Ville Seppälä Výskumná a sledovacia služba v oblasti boja proti zmene klímy, Výskumná služba poslancov, PE 769.539 – marec 2025. Pozri tiež <https://institut2050.sk/klimask2025>

