

Psychologické bariéry environmentálneho správania a podpora klimatických politík na Slovensku

Súhrn výsledkov projektu

2 0 2 4



autor:
Mgr. Jakub Šrol, PhD.

grafické spracovanie:
www.jankurinec.com

grantová podpora:
Publikácia vznikla ako súčasť projektu „Psychologické bariéry environmentálneho správania a podpora klimatických politík na Slovensku“ podporeného Európskou klimatickou nadáciou (číslo projektu G-2311-67279).

Referencia:
Šrol, J. (2024). Psychologické bariéry environmentálneho správania a podpora klimatických politík na Slovensku: Súhrn výsledkov projektu. Centrum spoločenských a psychologických vied, Slovenská akadémia vied.

Webstránky projektu:
<https://psychologia.sav.sk/projekt/psychologicke-prekazky-environmentalneho-spravania-a-podpora-klimatickych-politik-na-slovensku/>
<https://osf.io/93ynb/>



This work is licensed under a Creative Commons BY-NC-ND license (Attribution – NonCommercial – NoDerivates – 4.0 International).
The license terms can be found at:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

OBSAH

Súhrn projektu a hlavné zistenia **4**

Pro-environmentálne správanie **8**

Psychologické bariéry **12**

Podpora klimatických politík **16**

Osobné a sociálne normy pri vnímaní klimatickej zmeny **19**

Komunikačná stratégia 1: sociálne normy **21**

Komunikačná stratégia 2: spätná väzba o vplyve správania na uhlíkovú stopu **26**

Popis projektu a metodológia výskumu **32**

Súhrn projektu

Veľké medzinárodné prieskumy obyvateľstva ([napr. Eurobarometer z roku 2021](#)), ako aj výskumy špecificky medzi slovenskou populáciou ([Slovenská klíma 2022](#)) zhodne ukazujú, že väčšina ľudí na Slovensku má obavy z klimatickej zmeny a schvaľuje prijímanie rôznych klimatických politík na riešenie tohto problému. No v porovnaní s tým je skutočné zapojenie ľudí do pro-environmentálneho správania, ako aj občianskych aktivít na podporu klimatických politík (podpisovanie petícií, poskytovanie finančnej podpory pre mimovládne organizácie, či účasť na pokojnom proteste), pomerne nízke. V nedávnom výskume na ktorom sa zúčastnila veľká kvótna vzorka slovenskej populácie sme zistili, že jedným z dôvodov nízkeho angažovania sa sú rôzne vnímané psychologické bariéry, ktoré ľudia na Slovensku pocítujú ([Sobotová a kol., 2024](#)). V nadväznosti na model psychologických bariér vyvinutý kanadským psychológom [Robertom Giffordom a jeho kolegami](#) sme ako najčastejšie bariéry medzi slovenskými respondentmi identifikovali tokenizmus (presvedčenie, že prijatím jedného alebo dvoch menej náročných správání už človek pre životné prostredie spravil dosť a ďalšia zmena správania už nie je potrebná), **konfliktné ciele a ambície** (vnímané finančné alebo časové obmedzenia, ktoré bránia zapojeniu do pro-environmentálneho správania alebo podpory verejných politík) a **vnímanie zmeny správania ako nepotrebné** (odmietanie nevyhnutnosti prijímania opatrení na zmiernenie klimatickej zmeny).

Na základe tejto prvotnej štúdie v slovenskom kontexte sme v tomto projekte plánovali vyvinúť a otestovať účinnosť dvoch komunikačných stratégií na zníženie vnímaných psychologických bariér a zvýšenie zapojenia do pro-environmentálneho správania, ako aj zvýšenie podpory klimatických politík.

Tieto dve stratégie, založené na [komunikácii sociálnych noriem](#) a kombinovanej informačnej intervencii zahŕňajúcej [poskytnutie spätnej väzby](#) o tom, ako rôzne dosiahnuteľné zmeny správania dokážu ovplyvniť uhlíkovú stopu človeka, boli vybrané na základe prehľadu literatúry o účinných stratégiách v tejto oblasti identifikovaných v iných krajinách. Zároveň, tieto komunikačné stratégie sme vybrali tak, aby sme sa špecificky zamerali na tie psychologické bariéry, ktoré ľudia na Slovensku vnímajú ako najdôležitejšie.

Cieľ projektu:

V rámci projektu sme sa snažili získať lepšie porozumenie toho, aké psychologické bariéry ľudia na Slovensku vnímajú pri zapájaní sa do pro-environmentálneho správania a podpory klimatických politík, a ako je možné tieto bariéry zmierniť. Hlavným cieľom projektu bolo **vyvinúť a otestovať dve komunikačné stratégie zamerané na zníženie psychologických bariér a zvýšenie ochoty ľudí zapájať sa viac do pro-environmentálneho správania a podporovať prijímanie klimatických politík.**



Hlavné zistenia projektu



Pro-environmentálne správanie

Väčšina ľudí na Slovensku už dnes vykonáva viaceré správania zamerané na zmierňovanie klimatickej zmeny – napríklad týkajúce sa šetrenia energie, či šetrných návykov pri nakupovaní. Ďalšie snahy v tejto oblasti by sa mali zamerať na zmeny takého správania, ktoré má najväčší potenciál znižovať uhlíkovú stopu a ktoré je zároveň medzi ľuďmi na Slovensku zatiaľ ojedinelé, napríklad znižovanie konzumácie živočíšnych výrobkov a najmä červeného mäsa.



Psychologické bariéry

Najčastejšie pociťovanou psychologickou bariérou pro-environmentálneho správania je presvedčenie, že prijatím jedného alebo dvoch menej náročných typov pro-environmentálnych správání už človek pre životné prostredie spravil dosť a ďalšia zmena správania už nie je potrebná. Inými často vnímanými bariérami boli aj nedostatok času či financií, či pocit, že človek nemá možnosť svojimi zmenami správania nič podstatné ovplyvniť.



Osobné a vnímané sociálne normy

Kým väčšina ľudí na Slovensku hodnotí klimatickú zmenu ako závažný problém ktorý je nutné riešiť ihneď, zároveň sú presvedčení, že ich názory zdieľa iba menšina Slovákov a Sloveniek. Ľudia na Slovensku považujú klimatickú zmenu za oveľa dôležitejší problém, ako sa na prvý pohľad môže javiť a veľká väčšina ľudí na Slovensku je nespokojná so súčasným prístupom štátu k riešeniu klimatickej zmeny.



Podpora klimatických politík

Ľudia na Slovensku najpozitívnejšie hodnotia opatrenia týkajúce sa verejných dotácií a finančnej podpory obnoviteľných zdrojov energie a siete hromadnej dopravy. Menej podporujú prijímanie rôznych foriem uhlíkovej dane no približne polovica ľudí súhlasila so zdanením emisií skleníkových plynov v priemysle.



Komunikácia ohľadom klimatickej zmeny

Správne nastavenými komunikačnými stratégiami je možné znižovať psychologické bariéry pro-environmentálneho správania ako aj sprostredkovať ľuďom pocit, že svojim správaním majú možnosť prispieť k riešeniu problému klimatickej zmeny na Slovensku. Takéto stratégie môžu byť založené na komunikovaní sociálnych noriem ohľadom klimatickej zmeny („väčšina ľudí na Slovensku považuje klimatickú zmenu za dôležitý problém, ktorý je nutné ihneď riešiť“), či poskytovaní spätnej väzby o tom, ako rôzne dosiahnuteľné zmeny správania dokážu prispieť k zníženiu uhlíkovej stopy. Tieto pozitívne zmeny pritom môžu ďalej viesť k väčšej motivácii ľudí správať sa priateľskejšie k životnému prostrediu.

Pro-environmentálne správanie

Účastníci výskumu uvádzali, ako často vykonávajú rôzne typy **pro-environmentálneho správania** (správania, ktoré priamo alebo nepriamo znižuje negatívny vplyv človeka na životné prostredie). Veľká väčšina participantov uvádzala, že pravidelne vykonáva správania týkajúce sa šetrenia vody, energie či odpadu (napr. až 86% participantov uvádzalo, že pravidelne recykluje všetok odpad).

Kým tieto typy správania sú dôležité, **výskumy** naznačujú, že väčší dosah na uhlíkovú stopu majú skôr zmeny správania v oblasti dopravy a úpravy jedálneho stola. Ochota obmedzovať konzumáciu živočíšnych produktov pritom predstavovala jednu z najmenej zastúpených oblastí pro-environmentálneho správania v našom výskume.

Výsledky zobrazujú percentá kontrolnej skupiny participantov (viď. Metodológia výskumu) vykonávajúce dané správanie často, veľmi často alebo vždy, keď je to možné.

Finančne prispievam na boj proti klimatickej zmene (2%)

Rozprávam sa s ľuďmi o tom, čo môžeme robiť ohľadom klimatickej zmeny (13%)

Sociálne správanie
9%

Úprava jedálneho stola
21%

Obmedzujem jedenie živočíšnych produktov (12%)

Volím si vegetariánske namiesto mäsitých jedál (17%)

Šetrenie vody, energie a odpadu
74%

Šetrné nakupovanie
64%

Uprednostňujem sezónne potraviny (76%)

Nakupujem radšej okálnu potraviny (70%)

Recyklujem všetok odpad (86%)

Nenakupujem oblečenie, ktoré nevyhnutne nepotrebujem (80%)

Ekologickejšia doprava
53%

Chodím pešo, bicyklom, alebo hromadnou dopravou (66%)

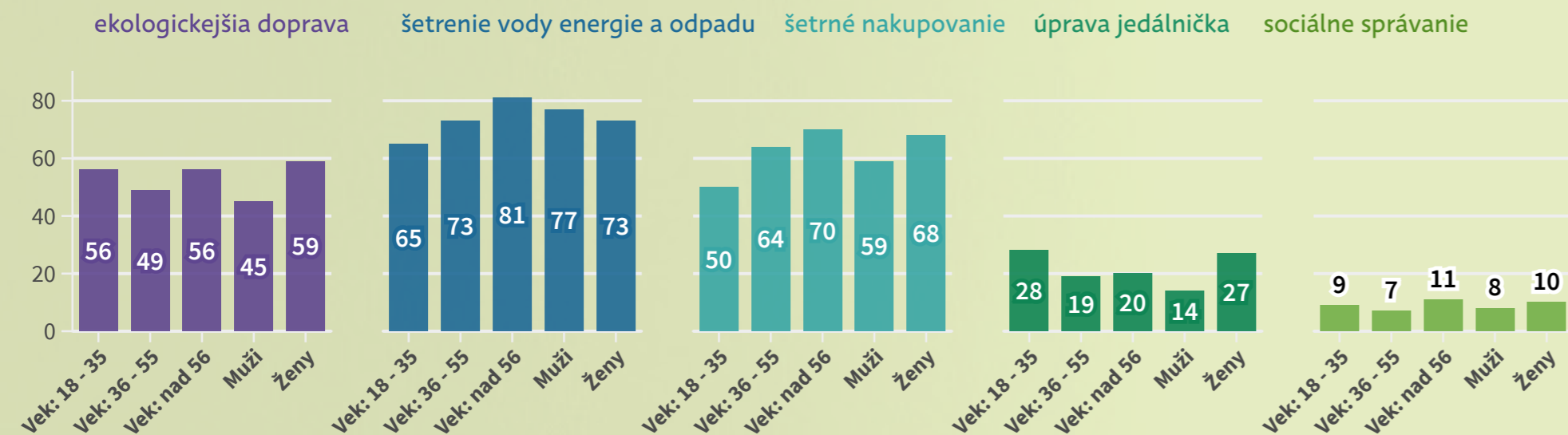
Nejazdím autom sám/a (59%)

Pro-environmentálne správanie u rôznych skupín obyvateľstva

Pre dôkladnejšie porovnanie pro-environmentálneho správania medzi rôznymi skupinami obyvateľstva sme správania rozdelili podľa veku a pohlavia participantov. V porovnaní s mužmi uvádzali ženy častejšie vykonávanie pro-environmentálnych správání v oblasti dopravy, nakupovania a úpravy jedálneho stola. Rozdiely medzi mužmi a ženami v sociálnom správaní a šetrení vody a energie boli malé a zo štatistického hľadiska nevýznamné.

Mladší ľudia do 35 rokov sa ochotnejšie vzdávali častej konzumácii živočíšnych výrobkov v porovnaní so staršími skupinami obyvateľstva. Z hľadiska veku neexistovali významné rozdiely v používaní dopravy a sociálnom správaní. Stredná a najmä staršia veková skupina však uvádzala častejšie vykonávanie správání v oblasti šetrenia vody, energie a odpadu v domácnosti, či šetrného nakupovania.

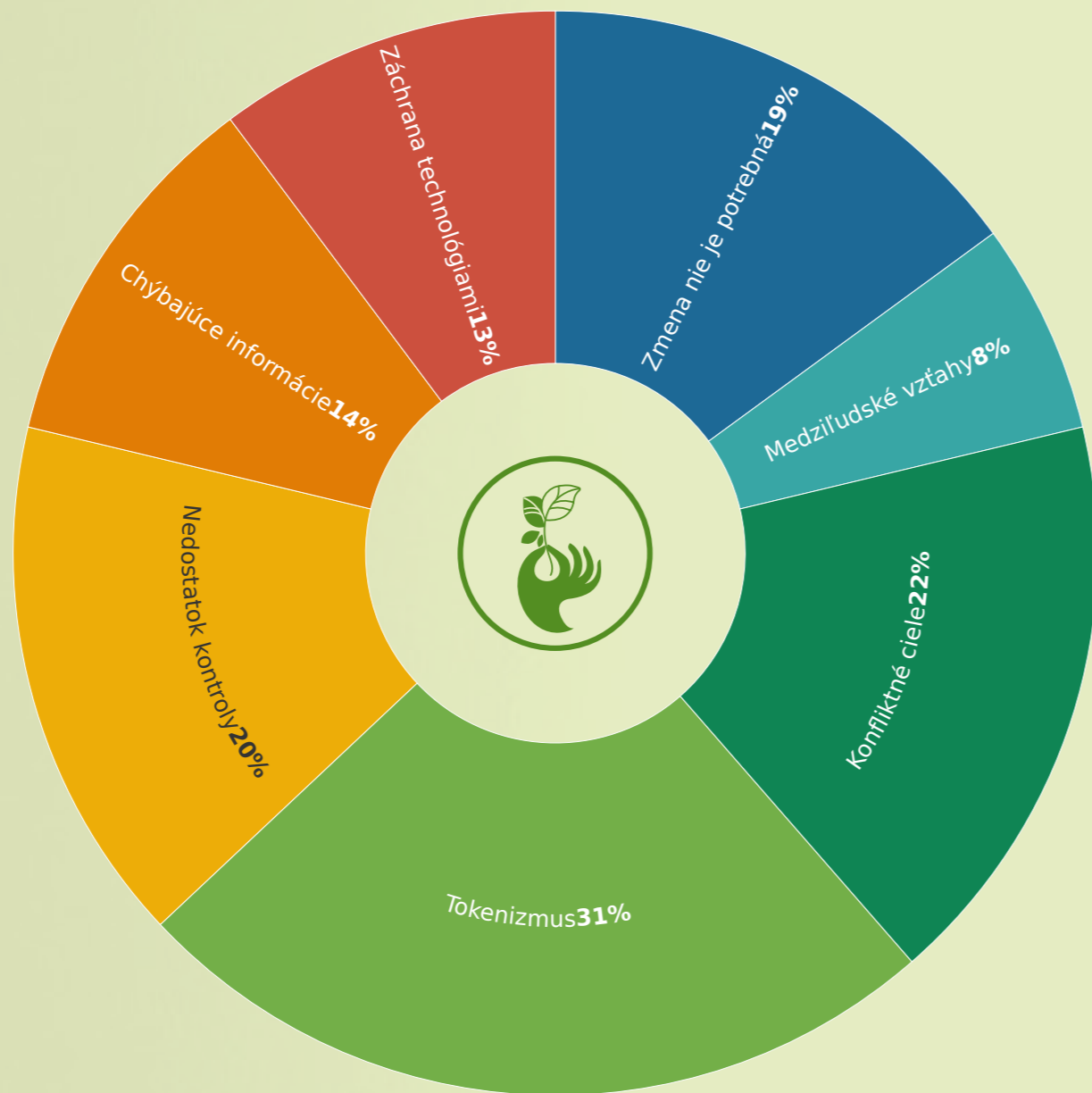
Výsledky zobrazujú percentá kontrolnej skupiny participantov (viď. Metodológia výskumu) vykonávajúce dané správanie často, veľmi často alebo vždy, keď je to možné.



Psychologické bariéry

Okrem toho, aké pro-environmentálne správania účastníci nášho výskumu už vykonávajú, sme sa ich pýtali aj na to, či existujú typy správania, ktoré pravidelne nerobia, alebo by ich chceli robiť viac, pretože si myslia, že by tam mohli pomôcť životnému prostrediu. Následne nás zaujímalo, čo im bráni vykonať tieto zmeny v ich správaní. Účastníci výskumu hodnotili, do akej miery pociťujú sedem rôznych psychologických bariér popísaných v [predchádzajúcom psychologickom výskume](#).

Zistili sme, že najčastejšie pociťovanou psychologickou bariérou bol tzv. tokenizmus, teda presvedčenie, že prijatím jedného alebo dvoch menej náročných typov pro-environmentálnych správania už človek pre životné prostredie spravil dosť a ďalšia zmena správania už nie je potrebná. Silno vnímanými bariérami boli aj konfliktné ciele, či vnímaná nemožnosť svojimi zmenami správania niečo podstatné ovplyvniť (nedostatok kontroly).



Výsledky zobrazujú percentá kontrolnej skupiny participantov (viď. Metodológia výskumu) pociťujúce dané bariéry. Nakoľko participant mohli pociťovať viac ako jednu psychologickú bariéru, súčet percentuálnych hodnôt môže presahovať 100%.

Názov bariéry	Príklad
Zmena nie je potrebná	„Nevidím dôvod robiť nejaké zmeny, keď ani experti si nie sú istí, čo sa so životným prostredím udeje.“
Medziľudské vzťahy	„Takéto zmeny v mojom správaní by moja rodina a blízki neprijali dobre“
Konfliktné ciele	„Iné veci sú pre mňa teraz dôležitejšie, ako robenie týchto zmien“
Tokenizmus (povrchná angažovanosť)	„Vzhľadom na moje súčasné správanie vo vzťahu k životnému prostrediu nie sú potrebné žiadne ďalšie zmeny.“
Nedostatok kontroly	„Nemyslím si, že by zmena môjho správania niečo podstatné ovplyvnila“
Chýbajúce informácie	„Dostupných informácií je tak veľa, až som zmätený/á z toho, čo vlastne mám urobiť“
Záchrana technológiami	„Necítim potrebu meniť sa – keď vedci prišli na to, že existujú nejaké problémy so životným prostredím, tak určite časom prídu aj na to, ako tieto problémy vyriešiť“

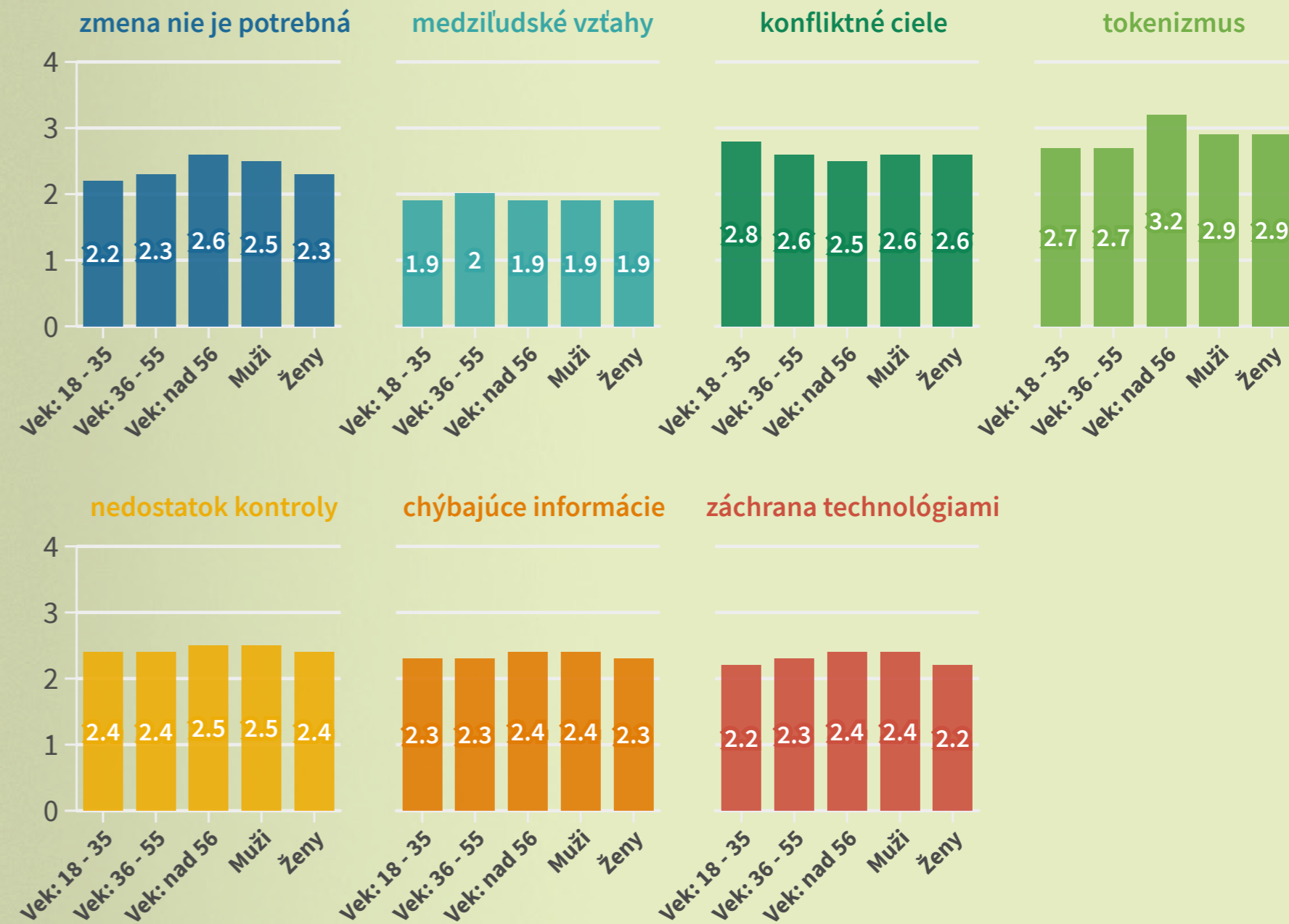
Psychologické bariéry u rôznych skupín obyvateľstva

Pocítované psychologické bariéry sa medzi rôznymi skupinami obyvateľstva líšili veľmi málo.

Konkrétne, medzi mužmi a ženami neexistovali žiadne štatisticky významné rozdiely v pocitovaných psychologických bariérach.

Avšak, starší účastníci častejšie uvádzali, že zmeny správania podľa nich nie sú potrebné buď preto, že klimatickú zmenu nepovažovali za až tak závažný problém, alebo preto, že už vnímali svoje správanie v oblasti ochrany životného prostredia ako dostatočné (tokenizmus). Mladší ľudia do 35 rokov naopak častejšie uvádzali, že hoci by sa chceli správať k životnému prostrediu priateľskejšie, nemajú dostatok času alebo financií aby takéto zmeny správania uskutočnili (konfliktné ciele).

Výsledky zobrazujú priemerné hodnotenie (na škále od 1 do 5) pocitovaných bariér u kontrolnej skupiny účastníkov (viď. Metodológia výskumu).



Podpora klimatických politík

Okrem vlastného pro-environmentálneho správania sme sa účastníkov výskumu pýtali tiež to, do akej miery podporujú prijímanie rôznych typov klimatických politík na zmiernenie dopadov klimatickej zmeny.

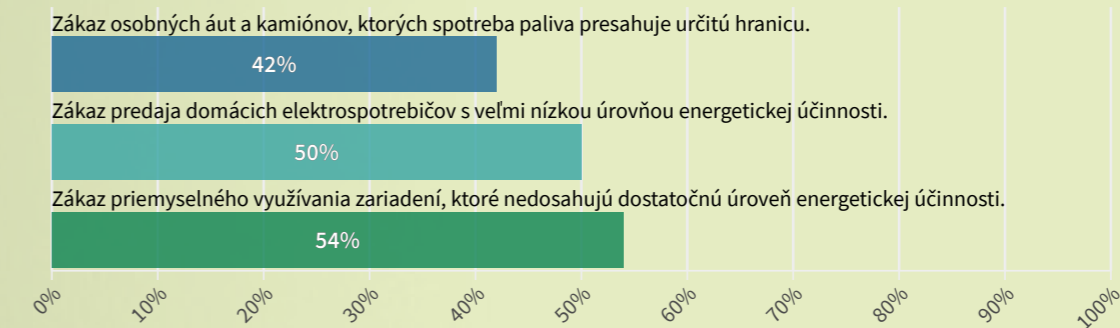
Neprekvapivo, najpozitívnejšie hodnotené opatrenia boli v kategórií verejných dotácií a finančnej podpory obnoviteľných zdrojov energie a siete hromadnej dopravy. Prijatie týchto opatrení podporovala veľká väčšina našej výskumnej vzorky.

Pomerne pozitívne hodnotené boli tiež opatrenia týkajúce sa zákazov využívania strojov a spotrebičov, ktoré sú energeticky neefektívne, alebo produkujú veľké množstvo emisií skleníkových plynov. Vo všeobecnosti prijímanie takýchto opatrení podporovala približne polovica opýtaných.

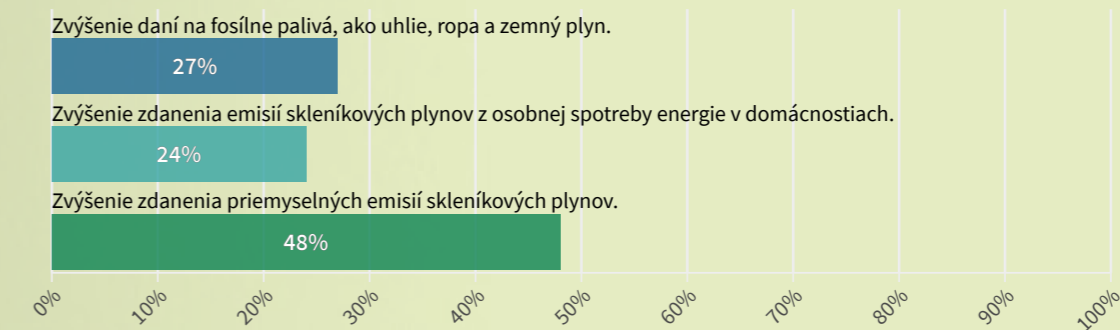
Účastníci výskumu najmenej podporovali prijímanie rôznych foriem uhlíkovej dane a to najmä takých, ktoré by mali priami dopad na domácnosti a jednotlivcov. Avšak, približne polovica z nich súhlasila so zdanením emisií skleníkových plynov v priemysle.

Výsledky zobrazujú percentá participantov v kontrolnej skupine (vid' Metodológia výskumu) podporujúce prijatie daných klimatických politík.

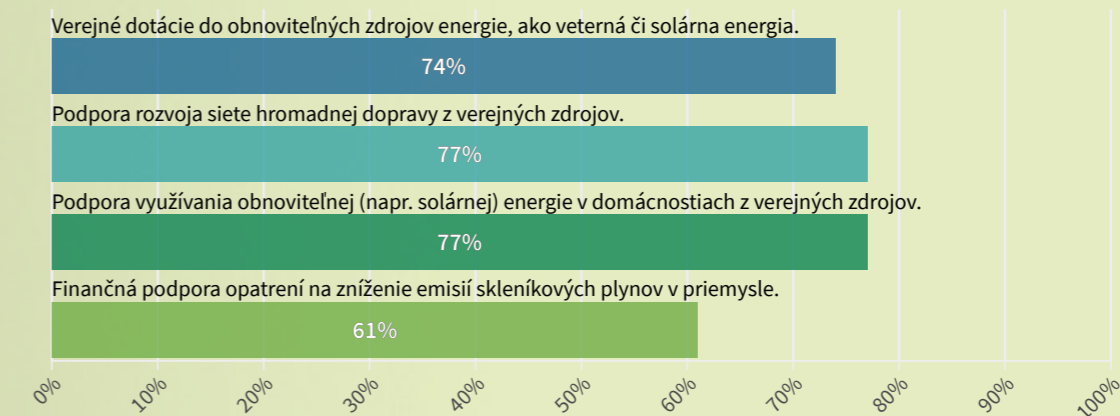
Zákazy



Uhlíková daň



Dotácie



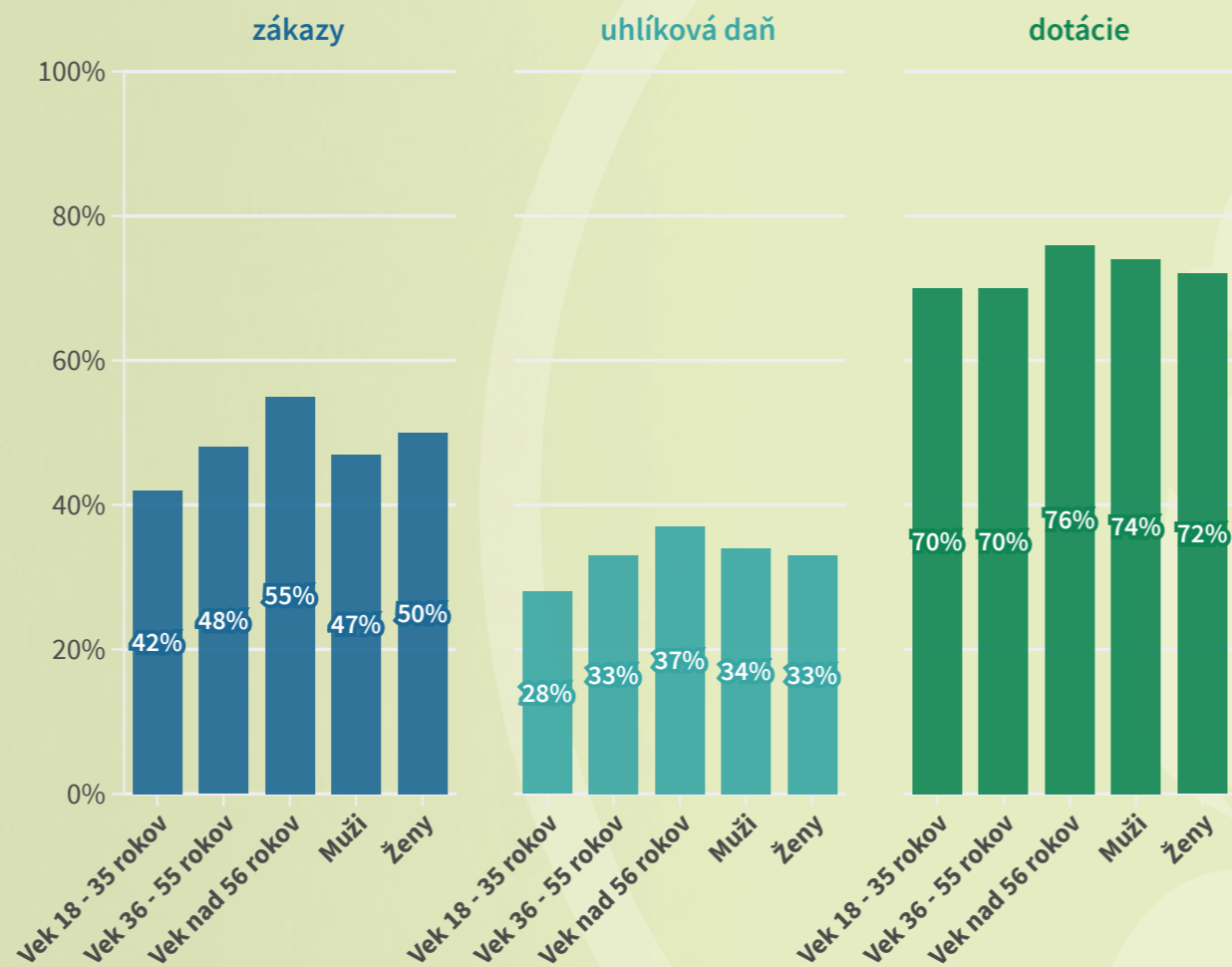
Podpora klimatických politík

Podporu troch skupín klimatických politík sme následne rozdelili podľa veku a pohlavia účastníkov výskumu.

Podpora opatrení týkajúcich sa verejných dotácií bola vysoká u všetkých skupín obyvateľstva. Naopak, podpora rôznych foriem uhlíkovej dane zostávala nízka u ľudí bez ohľadu na vek a pohlavie. Kým starší účastníci vyjadrovali vyššiu podporu tohto typu klimatických politík, tento rozdiel bol pomerne malý a nebol štatisticky významný.

Avšak, medzi demografickými skupinami sme zistili rozdiel v prijímaní opatrení týkajúcich sa zákazov využívania strojov a spotrebičov, ktoré sú energeticky neefektívne, alebo produkujú veľké množstvo emisií skleníkových plynov. Prijatie tohto typu klimatických politík podporovali mierne viac ženy a takisto viac starší ľudia v porovnaní s mladšími vekovými skupinami. Aj v tomto prípade išlo však skôr o menšie rozdiely, dá sa preto konštatovať, že podpora klimatických politík bola pomerne stabilná naprieč demografickými skupinami.

Výsledky zobrazujú percentá participantov v kontrolnej skupine (vid'. Metodológia výskumu) podporujúce prijatie daných klimatických politík.



Osobné a sociálne normy pri vnímaní klimatickej zmeny

Jedným z dôležitých determinantov správania človeka v rôznych oblastiach sú vnímané sociálne normy – presvedčenia týkajúce sa toho, aké postoje a správanie sú v danej spoločenskej skupine rozšírené a do akej miery sú rôzne postoje a správanie vnímané pozitívne či negatívne. Z predchádzajúcich prieskumov verejnej mienky vieme, že veľkej väčšine ľudí na Slovensku záleží na ochrane životného prostredia a považujú klimatickú zmenu za závažný problém. Avšak, ľudia na Slovensku sú zároveň presvedčení o tom, že iní nezdieľajú tieto ich názory na klimatickú zmenu. Tento rozpor medzi osobnými a vnímanými sociálnymi normami sa ukazuje napríklad, keď sa ľudí opýtame nasledujúce dve otázky a porovnáme odpovede na nich:

Osobná norma: Do akej miery považujete klimatickú zmenu za závažný problém?

Sociálna norma: Koľko percent Slovákov a Sloveniek podľa Vás považuje klimatickú zmenu za závažný problém?

Kým 66% účastníkov v našom výskume uvádzalo, že klimatickú zmenu považujú za závažný problém, tí istí ľudia zároveň boli presvedčení o tom, že iba 46% iných ľudí na Slovensku klimatickú zmenu vníma rovnako. Takéto presvedčenie môže pôsobiť demotivujúco – ak má človek pocit, že jeho okolie nepovažuje klimatickú zmenu za problém, môže aj sám postupne o túto tému strácať záujem. Naopak, pocit, že ľudia okolo nás taktiež považujú klimatickú zmenu za dôležitý problém, ktorý treba riešiť, môže ľudí motivovať začať sa v tejto oblasti viac snažiť, či už individuálne, alebo v kolektíve s inými ľuďmi. Na tejto myšlienke bola založená aj naša komunikácia sociálnych noriem (viď stranu 21).

Osobné a sociálne normy pri vnímaní klimatickej zmeny

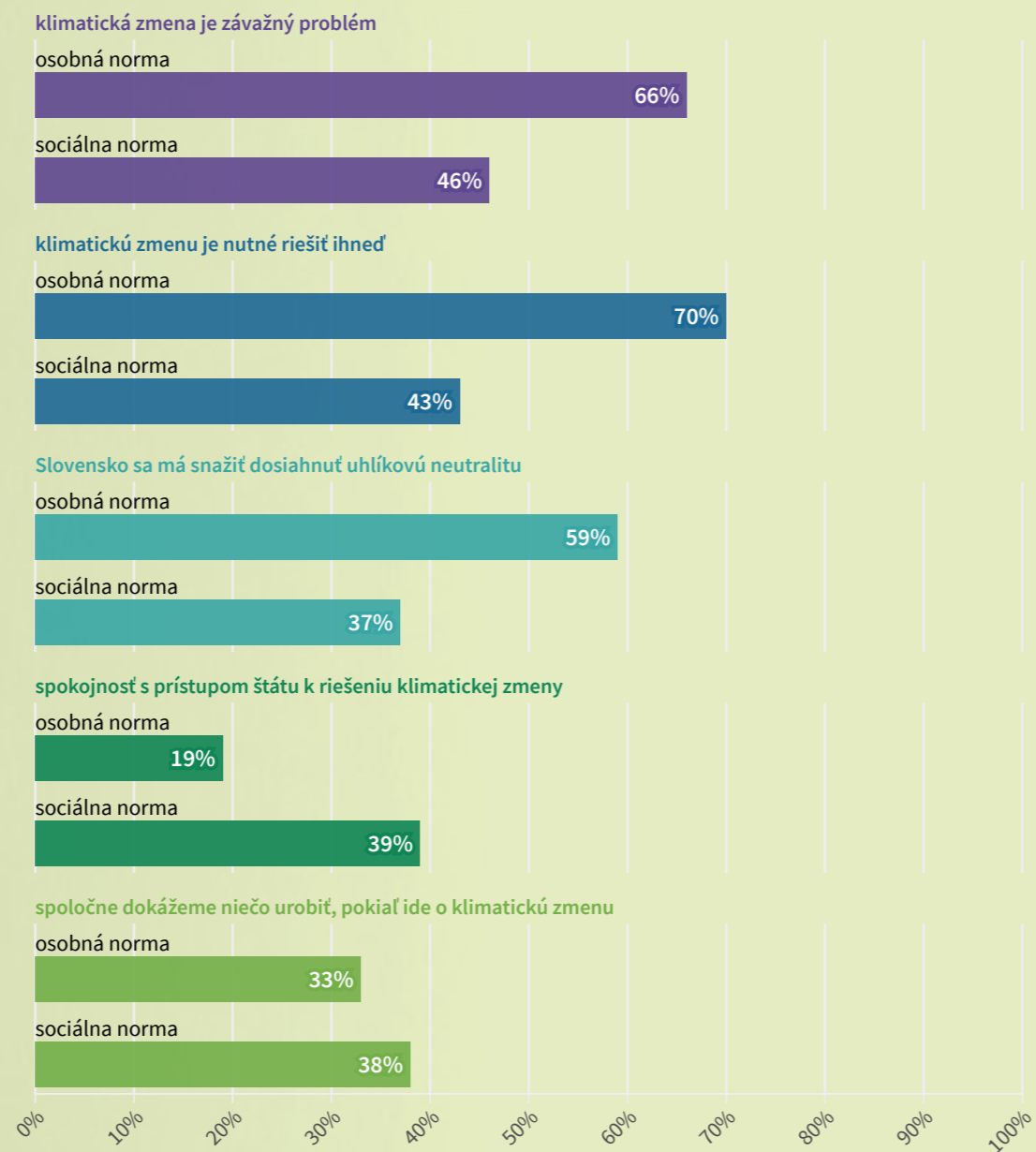
Ako vidieť z výsledkov výskumu, medzi osobným hodnotením klimatickej zmeny a vnímanou sociálnou normou v tejto oblasti na Slovensku sme zaznamenali veľké rozdiely.

Konkrétne, kým väčšina ľudí na Slovensku hodnotí klimatickú zmenu ako závažný problém ktorý je nutné riešiť ihneď, zároveň sú presvedčení, že ich názory zdieľa iba menšina Slovákov a Sloveniek.

Naopak, zatiaľ čo menej ako pätina ľudí je spokojných s prístupom štátu k riešeniu klimatickej zmeny, tí istí ľudia sú presvedčení, že ostatným prístup štátu k tejto téme prekáža menej, než tomu v skutočnosti je. Jediná otázka, v ktorej sme nezistili zásadnejší rozdiel medzi osobnými a vnímanými sociálnymi normami sa týkala toho, či ako Slováci dokážeme niečo spoločne dosiahnuť, pokiaľ ide o klimatickú zmenu. Nízke osobné presvedčenie ľudí o tom, že je na Slovensku možné dosiahnuť pozitívnu zmenu môže pritom vyplývať práve z prevládajúceho názoru, že väčšina ľudí na Slovensku problém klimatickej zmeny nepovažuje za dôležitý. Tento názor sa pritom na základe našich zistení javí ako mylný.

Z týchto údajov vyplýva, že ľudia na Slovensku považujú klimatickú zmenu za oveľa dôležitejší problém, ako sa na prvý pohľad môže javiť a veľká väčšina ľudí na Slovensku je nespokojná so súčasným prístupom štátu k riešeniu klimatickej zmeny. Komunikácia týchto informácií verejnosti môže pôsobiť pozitívne na veľkú časť ľudí, ktorí sa vo svojej snahe o ochranu životného prostredia a angažovania sa v téme klimatickej zmeny môžu cítiť osamelo.

Výsledky zobrazujú percentuálne podiely osobných a vnímaných sociálnych noriem ohľadom klimatickej zmeny v kontrolnej skupine (viď. Metodológia výskumu).



Komunikačná stratégia 1: sociálne normy

Vzhľadom na predchádzajúce výskumy dokumentujúce rôzne vnímané psychologické bariéry väčšieho angažovania sa v téme klimatickej zmeny sme v našom výskume otestovali dve komunikačné stratégie zamerané na zníženie týchto bariér.

Prvou stratégiou bola komunikácia sociálnych noriem (viď strany 19 – 20) týkajúcich sa závažnosti problému klimatickej zmeny a spokojnosti s prístupom štátu k jeho riešeniu. Údaje použité na komunikáciu sociálnych noriem sme prebrali z dvoch predchádzajúcich prieskumov verejnej mienky ohľadom klimatickej zmeny na Slovensku – [Eurobarometer z roku 2021](#) a [Slovenská klíma 2022](#).

Vedľa si môžete prezrieť príklady toho, ako sme v našom výskume komunikovali sociálne normy a to, ako sa postoje a správanie ľudí na Slovensku ohľadom klimatickej zmeny za posledné roky vyvíjajú pozitívnym smerom.

Komunikácia rozdielu medzi osobnými a vnímanými sociálnymi normami

Z reprezentatívneho prieskumu verejnej mienky vyplýva, že ľudia na Slovensku si myslia, že klimatická zmena trápi iba približne polovicu (53%) Slovákov a Sloveniek. No v skutočnosti výsledky týchto prieskumov tiež ukazujú, že až takmer tri štvrtiny ľudí (74%) na Slovensku považuje klimatickú zmenu za závažný problém. Zároveň, klimatická zmena ešte viac znepokojuje mladých ľudí na Slovensku a v okolitých krajinách. Podľa výsledkov európskeho prieskumu Eurobarometer 2023 ju za veľmi závažný problém považuje viac ako osem z desiatich Európanov a Európaniek vo veku 15 – 24 rokov. Klimatickú zmenu teda pravdepodobne považuje za závažný problém viac Vašich známych, susediek, či kolegov, ako sa vám doposiaľ mohlo zdať.

Komunikácia pozitívneho vývoja sociálnych noriem ohľadom klimatickej zmeny

Klimatická zmena je dôležitou celospoločenskou témou a ľudí, ktorí ju považujú za závažný problém, pribúda každým rokom. Podľa prvého európskeho prieskumu venovanému klimatickej zmene Eurobarometer považovalo v roku 2009 klimatickú zmenu za veľmi závažný problém približne tri pätiny (63%) Európanov a Európaniek. Európsky prieskum z roku 2023 pritom ukazuje, že vnímanie závažnosti problému klimatickej zmeny za posledné roky zásadne stúpa. Počet Európanov a Európaniek, ktorí považujú klimatickú za veľmi závažný problém, sa zvýšil až na skoro štyri pätiny (77%). Prieskum Slovenská klíma v roku 2022 taktiež ukázal pozitívnu zmenu medzi ľuďmi na Slovensku v otázke podpory ochrany klímy. V otázke o tom, ako sa za posledné dva roky zmenili ich vlastné názory na ochranu klímy až vyše tretina (36%) Slovákov a Sloveniek uviedla, že podporujú ochranu klímy v súčasnosti viac, ako tomu bolo pred dvoma rokmi. Tieto údaje ukazujú, že spoločenské názory v oblasti klimatickej zmeny na Slovensku a v Európe sa vyvíjajú správnym smerom.



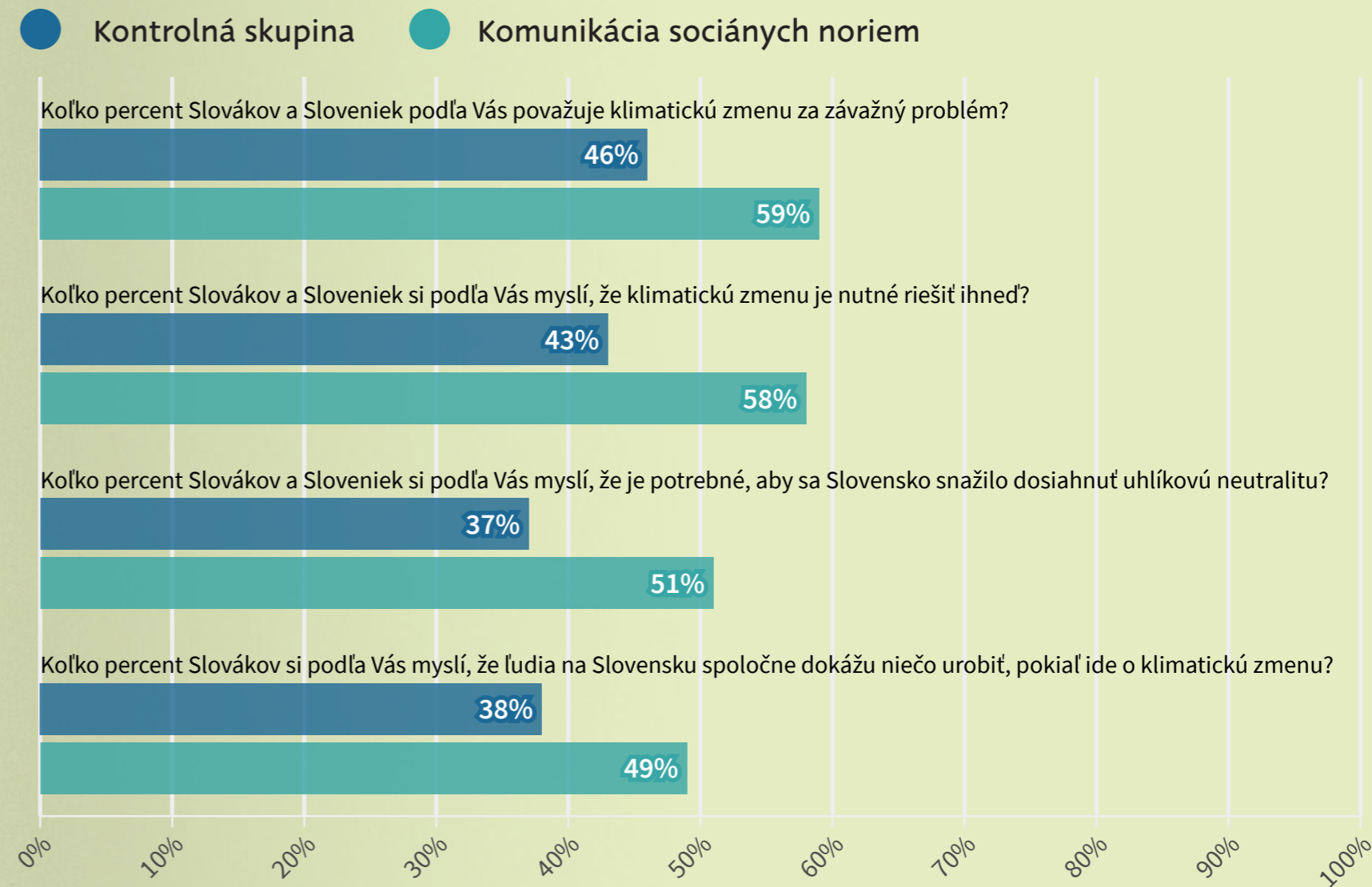
Komunikačná stratégia 1: zmena vnímaných sociálnych noriem

Hlavným cieľom našej prvej komunikačnej stratégie bolo ukázať, že klimatická zmena je problémom, ktorý na Slovensku trápi oveľa viac ľudí, ako by sa na prvý pohľad mohlo zdať.

V tomto ohľade bola naša komunikácia sociálnych noriem ohľadom klimatickej zmeny úspešná. *Participanti, ktorí prešli našou komunikačnou intervenciou, hodnotili sociálne normy ohľadom klimatickej zmeny na Slovensku o 11 – 15% vyššie ako participanti, ktorým v tomto ohľade nebola poskytnutá žiadna informácia.*

Pre úplnosť však treba dodať, že kým vnímané sociálne normy sa v dôsledku našej komunikácie posunuli pozitívnym smerom, ľudia stále pokladali spoločenské normy v oblasti klimatickej zmeny za nižšie, než v skutočnosti sú. Napríklad, po našej komunikácii ľudia v priemere uvádzali, že podľa nich 59% ľudí na Slovensku považuje klimatickú zmenu za závažný problém. Avšak, *výskumy verejnej mienky* naznačujú, že klimatickú zmenu za závažný problém považuje aspoň 74% ľudí na Slovensku. *Napriek tomu na základe našich zistení veríme, že systematickejšia a dlhodobejšia komunikácia v tomto ohľade by mala potenciál dosiahnuť ešte väčší účinok v zmene vnímaných sociálnych noriem na Slovensku.*

Výsledky zobrazujú porovnanie vnímaných sociálnych noriem ohľadom klimatickej zmeny v kontrolnej skupine a v skupine s komunikáciou sociálnych noriem (viď. Metodológia výskumu).



Komunikačná stratégia 1: znižovanie psychologických bariér

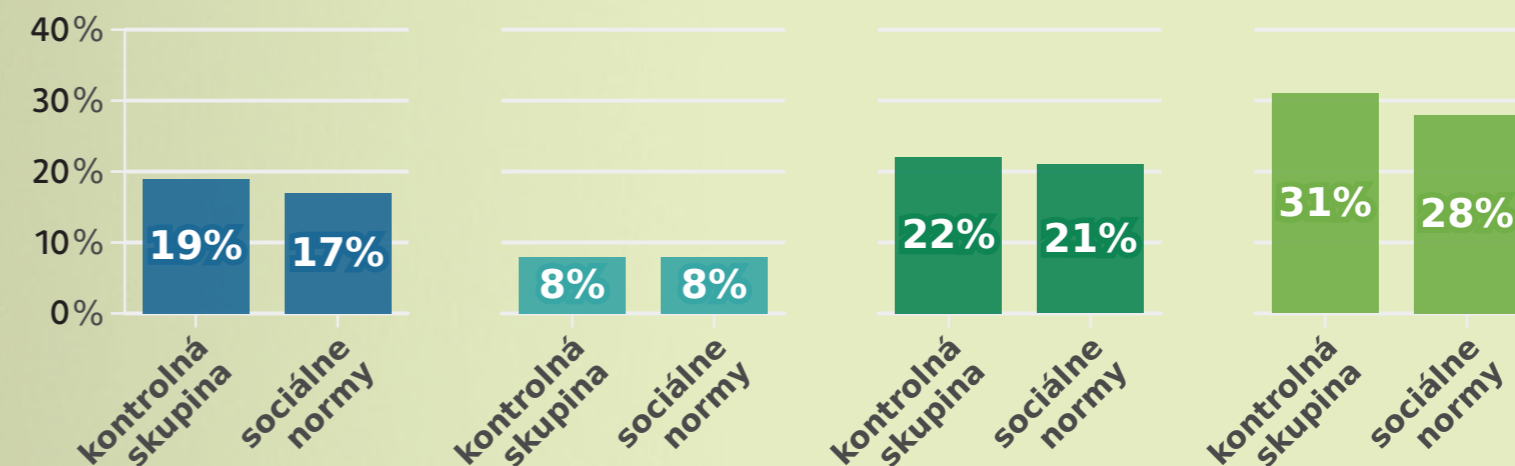
Kým naša prvá komunikačná stratégia bola úspešná v sprostredkovaní sociálnych noriem ohľadom klimatickej zmeny účastníkom výskumu, nebola úspešná v znižovaní ich vnímaných psychologických bariér.

Síce niektoré z bariér, ktoré účastníci výskumu uvádzali po prečítaní si komunikácie o sociálnych normách boli nižšie v porovnaní s tými účastníkmi, ktorý informáciu o sociálnych normách nedostali, tieto rozdiely boli prakticky zanedbateľné. Konkrétne, prípadné zníženia boli relatívne malé (1 – 3%), nesystematické a štatisticky nevýznamné.

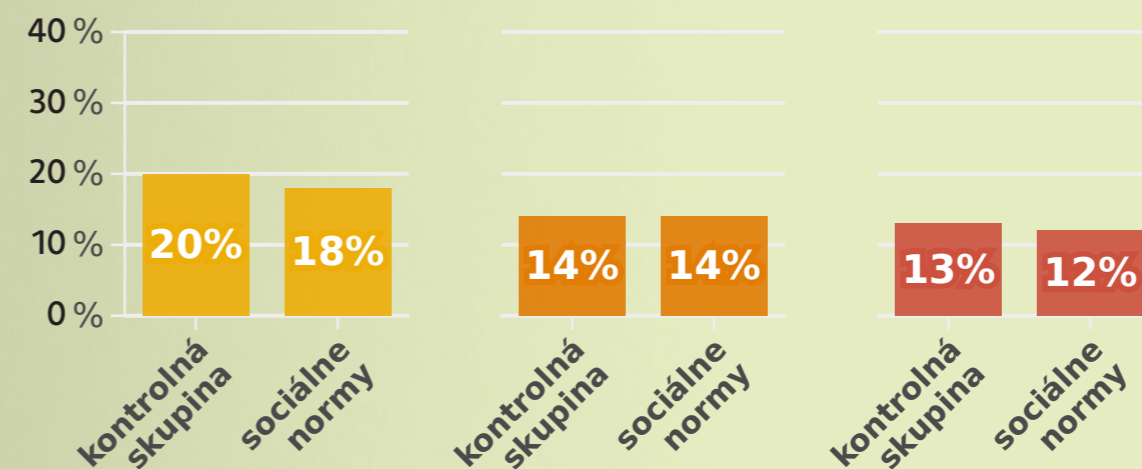
Je možné, že komunikácia sociálnych noriem v našom výskume by bola v tomto ohľade účinnejšia, keby sme sa mohli zamerať na skupiny, ktoré samotní účastníci výskumu považujú za dôležitejšie namiesto všeobecnej skupiny obyvateľov a obyvateľiek Slovenska. V takom prípade by sme účastníkom výskumu mohli povedať, ako problém klimatickej zmeny vnímajú ľudia, ktorí sú im podobní (napríklad mladí muži vo veku do 25 rokov, alebo konzervatívnejšie orientované ženy v strednom veku). Avšak, na zostrojenie takéhoto špecifickejšieho a potenciálne efektívnejšieho typu komunikácie sociálnych noriem budeme najskôr potrebovať viac spoľahlivých výskumov o vnímaní a správaní ohľadom klimatickej zmeny na Slovensku.

Výsledky zobrazujú porovnanie podielu participantov v kontrolnej skupine a skupine s komunikáciou sociálnych noriem (viď. Metodológia výskumu) pociťujúcich dané psychologické bariéry. Nakoľko participant mohli pociťovať viac ako jednu psychologickú bariéru, súčet percentuálnych hodnôt v každej skupine môže presahovať 100%.

zmena nie je potrebná medziludské vzťahy konfliktné ciele tokenizmus



nedostatok kontroly chýbajúce informácie záchrana technológiami



Komunikačná stratégia 2: spätná väzba o vplyve správania na uhlíkovú stopu

Druhou komunikačnou stratégiou, ktorú sme v našom výskume využili na zníženie psychologických bariér pro-environmentálneho správania, bola kombinovaná informačná intervencia, v rámci ktorej sme účastníkom výskumu poskytovali základné údaje o závažnosti problému klimatickej zmeny a dôležitosti jeho riešenia.

K týmto údajom sme ďalej pridali spätnú väzbu o tom, ako rôzne dosiahnuteľné zmeny v správaní dokážu prispieť k zníženiu uhlíkovej stopy jednotlivca. Týmto typom komunikácie sme ľuďom chceli ukázať, že je možné dosiahnuť zmysluplné pozitívne zmeny vo svojom vlastnom pro-environmentálnom správaní. Okrem toho, účastníci výskumu týmto spôsobom tiež dostali informácie o tom, ktoré typy správania najviac prispievajú k zníženiu ich vlastnej uhlíkovej stopy a tým pádom na aké typy zmien v správaní sa najviac oplatí zamerať ak človeku záleží na ochrane životného prostredia. Tieto údaje boli vypočítané prostredníctvom [kalkulačky individuálnej uhlíkovej stopy](#) Inštitútu environmentálnej politiky

Vedľa si môžete prezrieť príklady toho, ako sme v našom výskume komunikovali závažnosť klimatickej zmeny a spätnú väzbu o tom, ako zmeny v správaní ovplyvňujú uhlíkovú stopu jednotlivca.

Komunikácia závažnosti problému klimatickej zmeny

Pojem klimatická zmena označuje súčasnú zmenu klímy spôsobenú ľudskými činnosťami, najmä spaľovaním fosílnych palív a odlesňovaním, ktorá súvisí so skleníkovým efektom a jej hlavným prvkom je globálne otepľovanie. Hoci stále existuje malá časť ľudí, ktorá má pochybnosti o príčinách, dôsledkoch, či závažnosti klimatickej zmeny, vo vedeckej obci je rozpor ohľadom základných faktov týkajúcich sa klimatickej zmeny mimoriadne ojedinelý – [viac ako 99% klimatických vedcov a vedkýň zhoduje v hodnotení významnosti ľudského vplyvu na prebiehajúcu klimatickú zmenu](#).

V roku 1988 bol Organizáciou Spojených národov založený [Medzivládny panel pre zmenu klímy](#) – inštitúcia, ktorá má za úlohu posudzovať vedecké poznatky o klimatickej zmene, jej príčinách a dôsledkoch na ľudí a na životné prostredie. Jednoznačným posolstvom [šiestej hodnotiacej správy](#) tohto panelu z roku 2022 je, že dôsledky ľudmi zapríčinennej klimatickej zmeny spôsobujú rozsiahle poškodenie ľudských a prírodných spoločenských na celom svete a tieto škody sa budú ďalej stupňovať s pribúdajúcim oteplením, ktoré nás čaká ak nepodnikneme konkrétne kroky na znížovanie emisií skleníkových plynov a iné adaptačné opatrenia.

Spätná väzba o tom, ako zmeny správania dokážu znížiť uhlíkovú stopu

Ak cestujete autom každý deň, snažte sa ho nahradiť aspoň niekoľko dní v týždni hromadnou dopravou, alebo prípadne aktívnou dopravou – na bicykli, kolobežke, či peši. [Touto zmenou dokážete znížiť svoju uhlíkovú stopu z dopravy až o štvrtinu \(25%\)](#). Ak nemôžete dopravu autom nahradiť (napríklad, vo vašom regióne nie je dostupná hromadná doprava), snažte sa aspoň aby bol zaplnený čo najväčší počet miest vo vašom aute, napríklad využívaním zdieľanej dopravy.

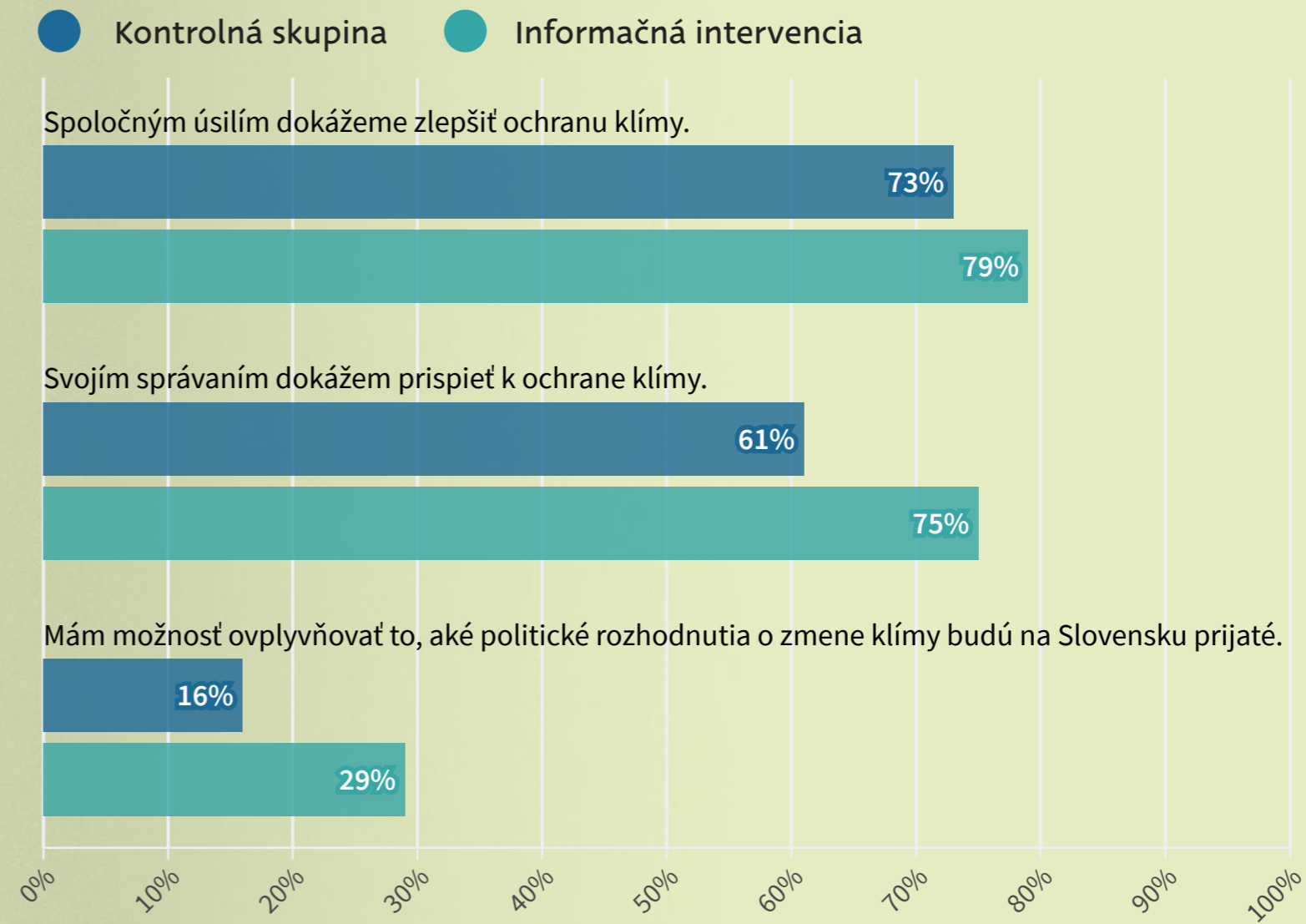
V zime znížte teplotu vykurovania vo svojej domácnosti a ak je to možné, aj na pracovisku. [Zníženie teploty v obytnom priestore o každý 1°C znamená zníženie spotreby energie o približne 6%](#). Sveter a hrubé ponožky počas zimy by mali byť normálnou súčasťou nášho oblečenia aj vnútri.

Komunikačná stratégia 2: zvýšenie pocitu kontroly nad dôsledkami svojho správania

Jedným z hlavných cieľov našej druhej komunikačnej stratégie bolo prostredníctvom spätnej väzby ľuďom sprostredkovať pocit, že svojim správaním majú možnosť prispieť k riešeniu problému klimatickej zmeny na Slovensku. N nedostatok tohto typu kontroly tvorí totiž medzi ľuďmi na Slovensku jednu z najčastejšie pocitovaných bariér pro-environmentálneho správania.

Nami poskytnutá spätná väzba v tomto ohľade bola účinná. Participanti, ktorí od nás dostali spätnú väzbu, oveľa častejšie uvádzali presvedčenie, že svojim správaním dokážu prispieť k ochrane životného prostredia a to tak v rovine osobnej (zvýšenie o 14%) ako aj politickej (zvýšenie o 13%). Zatiaľ čo v rovine skupinovej („Spoločným úsilím dokážeme zlepšiť ochranu klímy“) bolo zvýšenie nižšie, aj v tomto ohľade bola naša komunikačná stratégia účinná.

Výsledky zobrazujú porovnanie podielu participantov v kontrolnej a informačnej skupine (vid'. Metodológia výskumu) vyjadrujúcich súhlas s vybranými výroky.



Komunikačná stratégia 2: znižovanie psychologických bariér

Naša druhá komunikačná stratégia bola účinná aj v odstraňovaní niektorých psychologických bariér. V súlade s výsledkami týkajúcimi sa zvýšeného presvedčenia, že človek dokáže svojim správaním prispieť k riešeniu problému klimateckej zmeny, viedla informačná intervencia k zníženiu pociťovanej bariéry týkajúcej sa nedostatku kontroly.

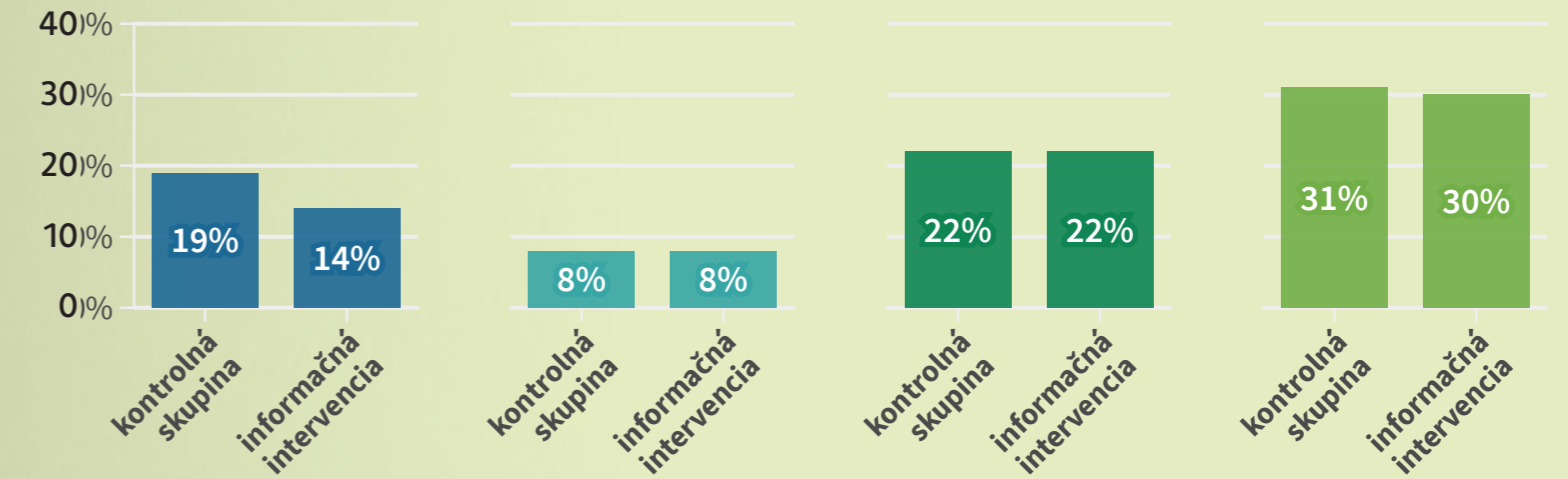
Okrem toho, naša druhá komunikačná stratégia viedla tiež k 5% poklesu pociťovanej bariéry, že zmena správania nie je potrebná. Mierne poklesy sme zaznamenali aj v prípade bariér týkajúcich sa chýbajúcich informácií a záchrany technológiami, no v týchto prípadoch bola naša druhá komunikačná stratégia menej účinná (pokles 1 – 2%).

Čo sa týka medziludských vzťahov, konfliktných cieľov a tokenizmu, nezaznamenali sme štatisticky významné rozdiely medzi sledovanými skupinami.

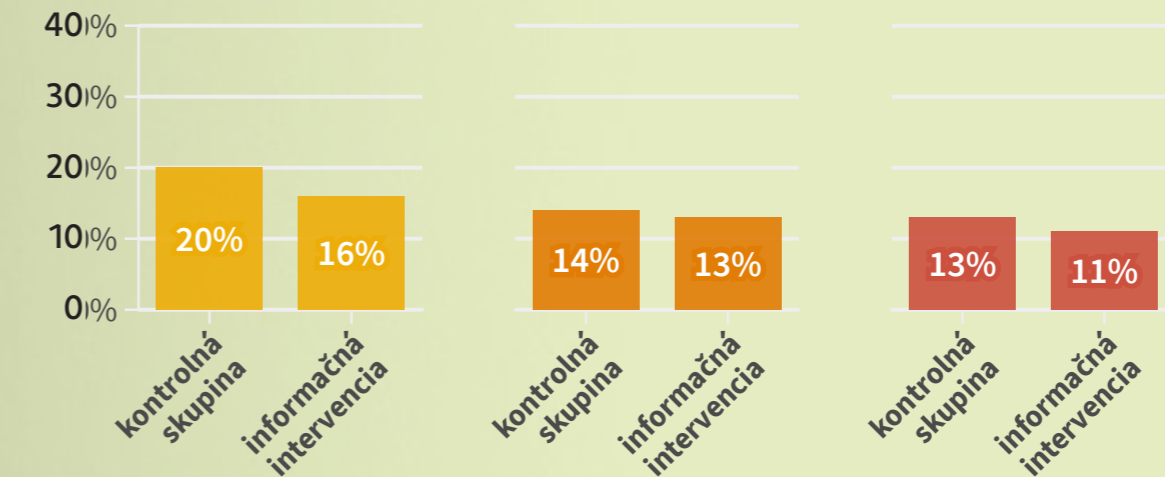
Hoci sa sledovaný pokles bariér môže na prvý pohľad javiť ako relatívne malý, treba zobrať do úvahy, že v našom výskume sme testovali jednorázovú a krátku intervenciu na zmiernenie pociťovaných bariér prostredníctvom spätnej väzby o tom, ako rôzne dosiahnuteľné zmeny správania dokážu ovplyvniť uhlíkovú stopu človeka. Na základe týchto výsledkov veríme, že dlhodobejšie, či systematickejšie spôsoby podobného spôsobu komunikácie majú potenciál nie len znižovať pociťované psychologické bariéry, ale aj prispieť k vyššiemu angažovaniu sa ľudí pri riešení problému klimateckej zmeny.

Výsledky zobrazujú porovnanie podielu participantov v kontrolnej a informačnej skupine (vid'. Metodológia výskumu) pociťujúcich dané psychologické bariéry. Nakoľko participanti mohli pociťovať viac ako jednu psychologickú bariéru, súčet percentuálnych hodnôt v každej skupine môže presahovať 100%.

zmena nie je potrebná medziludské vzťahy konfliktné ciele tokenizmus



nedostatok kontroly chýbajúce informácie záchrana technológiami



Psychologické bariéry environmentálneho správania a podpora klimatických politík na Slovensku

Riešiteľský kolektív:
Mgr. Jakub Šrol, PhD.
Mgr. Beáta Sobotová

Finančná podpora:
Projekt vznikol s finančnou podporou Európskej klimatickej nadácie (číslo projektu G-2311-67279).

Cieľ grantu:
Zdokumentovať vnímané psychologické bariéry pro-environmentálneho správania a podpory klimatických politík na Slovensku. Vytvoriť a otestovať dve komunikačné intervencie na zmiernenie vnímaných psychologických bariér, ktoré bránia väčšiemu zapojeniu do pro-environmentálneho správania a podpore klimatických politík na Slovensku.

Kľúčové slová:
klimatická zmena, psychologické bariéry, pro-environmentálne správanie

Metodológia výskumu:

Výsledky prezentované v tejto publikácii sú založené na analýze zberu dát, ktorý prebiehal v apríli (prvá vlna zberu dát) a máji (druhá vlna zberu dát) roku 2024 v rámci výskumu realizovanom na Ústave experimentálnej psychológie, Centra spoločenských a psychologických vied, Slovenskej akadémie vied. Dáta zbierala agentúra Talk Online Panel na kvótnej vzorke slovenskej populácie, vyváženej z hľadiska veku, pohlavia a kraja bydliska. Prvej vlne zberu dát, analýza ktorej tvorí väčšinu tejto publikácie, sa zúčastnilo 1802 participantov, z ktorých 1308 vyplnilo aj všetky otázky zahrnuté v druhej vlne výskumu. Zároveň, participanti boli v rámci výskumu náhodne rozdelení do troch skupín, za účelom otestovania efektivity dvoch typov komunikácie zameraných na odstraňovanie psychologických bariér pro-environmentálneho správania. Z tohto dôvodu sú výsledky týkajúce sa efektivity kombinovanej informačnej intervencie založené na vzorke 601 participantov a výsledky týkajúce sa účinnosti intervencie komunikujúcej sociálne normy na vzorke 600 participantov zo zbieraných v prvej vlne výskumu. Výsledky týchto skupín sú porovnávané s tzv. „kontrolnou skupinou“ 601 participantov, ktorým nebola administrovaná žiadna intervencia a ich odpovede preto považujeme za reprezentatívne z hľadiska postojov ľudí na Slovensku voči témam obsiahnutým v tejto publikácii. Pre jednoduchosť grafického zobrazenia sme v rámci tejto publikácie zjednodušili niektoré z výsledkov výskumu. Napríklad, otázky, v ktorých boli participantom ponúknuté možnosti ako „úplne súhlasím“, „skôr súhlasím“, „skôr nesúhlasím“ a „úplne nesúhlasím“, boli rozdelené do dvoch kategórií: „súhlas“ a „nesúhlas“. Všetky číselné údaje uvedené v tejto publikácii sú vyjadrené vo forme percentuálneho podielu alebo priemerného hodnotenia danej položky či položiek. Číselné údaje sú zaokrúhlené buď na celé čísla (v prípade percentuálnych bodov) alebo na jedno desatinné miesto (v prípade priemerných hodnotení položiek).

Projekt bol podporený:



European
Climate
Foundation

Hlavný riešiteľ projektu:

