

Popis výstupov projektu.

1. Otvorenie a prevádzka menšieho Zážitkového centra vedy 1 (ďalej len ZCV)

- a) **Popis:** Kampaň by mala byť zameraná na propagáciu otvorenia menšieho centra vedy (Žilina, alebo Košice) a jeho prevádzky. V kampani je tiež možné spomenúť/naznačiť vybudovania „siete“ ZCV, ktorá by mala obsahovať dokopy 4 takéto centrá (KE, ZA, NR a ZCV Aurelium v BA – www.aurelium.sk). Predpokladaný termín otvorenia menších ZCV v Žiline a Košiciach je plánovaný na rok 2021 alebo 2022 (môže sa meniť v priebehu projektu). V roku 2022 by mala byť v plnej prevádzke sieť štyroch ZCV. Menšie ZCV (Žilina a Košice) budú mať rozlohu okolo 500 m². Jednotlivé centrá vedy budú mať svoju vlastnú webovú stránku príp. podstránku v rámci plánovanej komplexnej webovej stránky pre sieť ZCV. Takisto budú mať pravdepodobne spoločný FB fan page profil. Centrum vedy je miesto, kde sa prelína zábava s učením v duchu hesla Jána Amosa Komenského „škola hrou“, kedy je vedecký poznatok alebo akékoľvek učivo skryté v zábavnom experimente. Centrum vedy používa neformálne metódy, vyvažuje prvky hry a vzdelávania. Idea centra vedy vychádza z názoru, že najlepšie sa každý učí pomocou vlastných skúseností a zážitkov. Preto sa snaží všetkým návštevníkom dať príležitosť všetko vyskúšať a prísť na mechanizmus, akým daná vec funguje. Všetko je do značnej miery v rukách návštevníka. Hlavnou myšlienkou centra vedy je popularizovať vedu formou prístupnou širokej verejnosti tak, aby si každý z návštevníkov odniesol nové poznatky, zážitky a nové vedomosti. Centrum vedy je určené pre mládež od 12 rokov, pretože exponáty vyžadujú základné znalosti z vybraných oblastí vedy a techniky, ktoré návštevníkom pomôžu pri ďalšom rozvoji vedomostí.
- b) **Cieľová skupina:** mládež, pedagógovia, široká verejnosť.
- c) **Cieľ kampane:** Kampaň by mala byť zameraná na zvýšenie povedomia o existencii centra vedy a zároveň zvýšenie návštevnosti centra, ktoré bude verejnosti prístupné so symbolickým vstupným. Cieľom kampane by však nemalo byť prilákať akéhokoľvek návštevníka, ale skôr takých, u ktorých je potenciál k súčasnému či budúcemu záujmu o vedu. Centrum vedy totiž nemá suplovať zábavný park ani ihrisko, ale predstavuje určitý tip vzdelávacej inštitúcie. Návštevníci, ktorí tento princíp nechápu, zvyknú podľa našich skúseností exponáty v centre vedy poškodzovať a vyrušovať ostatných návštevníkov.

2. Otvorenie a prevádzka menšieho Zážitkového centra vedy 2 (ďalej len ZCV)

- a) **Popis:** Kampaň by mala byť zameraná na propagáciu otvorenia menšieho centra vedy (Žilina, alebo Košice) a jeho prevádzky. V kampani je tiež možné spomenúť/naznačiť vybudovania „siete“ ZCV, ktorá by mala obsahovať dokopy 4 takéto centrá (KE, ZA, NR a ZCV Aurelium v BA – www.aurelium.sk). Predpokladaný termín otvorenia menších ZCV v Žiline a Košiciach je plánovaný na rok 2021 alebo 2022 (môže sa meniť v priebehu projektu). V roku 2022 by mala byť v plnej prevádzke sieť štyroch ZCV. Menšie ZCV (Žilina a Košice) budú mať rozlohu okolo 500 m². Jednotlivé centrá vedy budú mať svoju vlastnú webovú stránku príp. podstránku v rámci plánovanej komplexnej webovej stránky pre sieť ZCV. Takisto budú mať pravdepodobne spoločný FB fan page profil. Centrum vedy je miesto, kde sa prelína zábava s učením v duchu hesla Jána Amosa Komenského „škola hrou“, kedy je vedecký poznatok alebo akékoľvek učivo skryté v zábavnom experimente. Centrum vedy používa neformálne metódy, vyvažuje prvky hry a vzdelávania. Idea centra vedy vychádza z názoru, že najlepšie sa každý učí pomocou vlastných skúseností a zážitkov. Preto sa snaží všetkým návštevníkom dať príležitosť všetko vyskúšať a prísť na mechanizmus, akým daná vec funguje. Všetko je do značnej miery v rukách návštevníka. Hlavnou myšlienkou centra vedy je popularizovať vedu formou prístupnou širokej verejnosti tak, aby si každý z návštevníkov odniesol nové poznatky, zážitky a nové vedomosti. Centrum vedy je určené pre mládež od 12 rokov, pretože exponáty vyžadujú základné znalosti z vybraných oblastí vedy a techniky, ktoré návštevníkom pomôžu pri ďalšom rozvoji vedomostí.
- b) **Cieľová skupina:** mládež, pedagógovia, široká verejnosť.
- c) **Cieľ kampane:** Kampaň by mala byť zameraná na zvýšenie povedomia o existencii centra vedy a zároveň zvýšenie návštevnosti centra, ktoré bude verejnosti prístupné so symbolickým vstupným. Cieľom kampane by však nemalo byť prilákať akéhokoľvek návštevníka, ale skôr takých, u ktorých je potenciál k súčasnému či

budúcemu záujmu o vedu. Centrum vedy totiž nemá suplovať zábavný park ani ihrisko, ale predstavuje určitý tip vzdelávacej inštitúcie. Návštevníci, ktorí tento princíp nechápu, zvyknú podľa našich skúseností exponáty v centre vedy poškodzovať a vyrušovať ostatných návštevníkov.

3. Otvorenie a prevádzka veľkého Zážitkového centra vedy (ďalej len ZCV)

- a) **Popis aktivity:** Kampaň by mala byť zameraná na propagáciu otvorenia veľkého centra vedy v Nitre a jeho prevádzky. V kampani je tiež možné spomenúť/naznačiť vybudovania „siete“ ZCV, ktorá by mala obsahovať dokopy 4 takéto centrá (KE, ZA, NR a ZCV Aurelium v BA – www.aurelium.sk). Predpokladaný termín otvorenia veľkého ZCV v Nitre je plánovaný na rok 2022 (môže sa meniť v priebehu projektu). V roku 2022 by mala byť v plnej prevádzke sieť štyroch ZCV. Veľké ZCV v Nitre bude mať rozlohu niekoľko tisíc m². Jednotlivé centrá vedy budú mať svoju vlastnú webovú stránku príp. podstránku v rámci plánovanej komplexnej webovej stránky pre sieť ZCV. Takisto budú mať pravdepodobne spoločný FB fan page/profil. Centrum vedy je miesto, kde sa prelína zábava s učením v duchu hesla Jána Amosa Komenského „škola hrou“, kedy je vedecký poznatok alebo akékoľvek učivo skryté v zábavnom experimente. Centrum vedy používa neformálne metódy, vyvažuje prvky hry a vzdelávania. Idea centra vedy vychádza z názoru, že najlepšie sa každý učí pomocou vlastných skúseností a zážitkov. Preto sa snaží všetkým návštevníkom dať príležitosť všetko vyskúšať a prísť na mechanizmus, akým daná vec funguje. Všetko je do značnej miery v rukách návštevníka. Hlavnou myšlienkou centra vedy je popularizovať vedu formou prístupnou širokej verejnosti tak, aby si každý z návštevníkov odniesol nové poznatky, zážitky a nové vedomosti. Centrum vedy je určené pre mládež od 12 rokov, pretože exponáty vyžadujú základné znalosti z vybraných oblastí vedy a techniky, ktoré návštevníkom pomôžu pri ďalšom rozvoji vedomostí.
- b) **Cieľová skupina:** mládež, pedagógovia, široká verejnosť.
- c) **Cieľ kampane:** Kampaň by mala byť zameraná na zvýšenie povedomia o existencii centra vedy a zároveň zvýšenie návštevnosti centra, ktoré bude verejnosti prístupné so symbolickým vstupným. Cieľom kampane by však nemalo byť prilákať akéhokoľvek návštevníka, ale skôr takých, u ktorých je potenciál k súčasnemu či budúcemu záujmu o vedu. Centrum vedy totiž nemá suplovať zábavný park ani ihrisko, ale predstavuje určitý tip vzdelávacej inštitúcie. Návštevníci, ktorí tento princíp nechápu, zvyknú podľa našich skúseností exponáty v centre vedy poškodzovať a vyrušovať ostatných návštevníkov.

4. Prevádzka siete Zážitkových centier vedy (ďalej len ZCV)

- a) **Popis aktivity:** Kampaň by mala byť zameraná na propagáciu siete ZCV a ich prevádzky, ktorá by mala obsahovať dokopy 4 takéto centrá (KE, ZA, NR a ZCV Aurelium v BA – www.aurelium.sk). V roku 2022 by mala byť v plnej prevádzke sieť štyroch ZCV. Jednotlivé centrá vedy budú mať svoju vlastnú webovú stránku príp. podstránku v rámci plánovanej komplexnej webovej stránky pre sieť ZCV. Takisto budú mať pravdepodobne spoločný FB fan page profil. Centrum vedy je miesto, kde sa prelína zábava s učením v duchu hesla Jána Amosa Komenského „škola hrou“, kedy je vedecký poznatok alebo akékoľvek učivo skryté v zábavnom experimente. Centrum vedy používa neformálne metódy, vyvažuje prvky hry a vzdelávania. Idea centra vedy vychádza z názoru, že najlepšie sa každý učí pomocou vlastných skúseností a zážitkov. Preto sa snaží všetkým návštevníkom dať príležitosť všetko vyskúšať a prísť na mechanizmus, akým daná vec funguje. Všetko je do značnej miery v rukách návštevníka. Hlavnou myšlienkou centra vedy je popularizovať vedu formou prístupnou širokej verejnosti tak, aby si každý z návštevníkov odniesol nové poznatky, zážitky a nové vedomosti. Centrum vedy je určené pre mládež od 12 rokov, pretože exponáty vyžadujú základné znalosti z vybraných oblastí vedy a techniky, ktoré návštevníkom pomôžu pri ďalšom rozvoji vedomostí.
- b) **Cieľová skupina:** mládež, pedagógovia, široká verejnosť.
- c) **Cieľ kampane:** Kampaň by mala byť zameraná na zvýšenie povedomia o existencii centra vedy a zároveň zvýšenie návštevnosti centra, ktoré bude verejnosti prístupné so symbolickým vstupným. Cieľom kampane by však nemalo byť prilákať akéhokoľvek návštevníka, ale skôr takých, u ktorých je potenciál k súčasnemu či budúcemu záujmu o vedu. Centrum vedy totiž nemá suplovať zábavný park ani ihrisko, ale predstavuje určitý tip vzdelávacej inštitúcie. Návštevníci, ktorí tento princíp nechápu, zvyknú podľa našich skúseností exponáty v centre vedy poškodzovať a vyrušovať ostatných návštevníkov.

5. Veda na dosah – všeobecná kampaň na portál

- a) **Popis aktivity:** Kampaň by mala byť zameraná na propagáciu portálu www.vedanadosah.sk, ktorý je určený na popularizáciu výsledkov výskumu a vývoja a zaujímavostí zo sveta vedy a techniky, s dôrazom na slovenskú vedu. Kampaň by mala byť zameraná na prezentáciu a zvýšenie návštevnosti portálu. Popularizačný portál má taktiež FB profil pod názvom Veda na dosah, na ktorom zverejňuje 90% obsahu, ktorý na stránke pribudne. (<https://www.facebook.com/vedanadosah/>) Vedecko-popularizačný portál VEDA NA DOSAH (dostupný na www.vedanadosah.sk) ponúka množstvo novínok a informácií zo sveta vedy a techniky. Na jednom mieste objavíte všetko o vede, výskume, podujatiach a iných zaujímavých aktivitách, ktoré sa dejú v tejto oblasti na Slovensku. Portál je určený všetkým, ktorých zaujíma veda a technika. Odborníkom prináša prehľad odborných konferencií, ako aj informácie zo slovenských univerzít a výskumných ústavov. Verejnosť objaví články a zaujímavé tipy na podujatia, napríklad pozorovania oblohy, vedecké prednášky či festivaly zamerané na popularizáciu vedy a techniky. Okrem toho VEDA NA DOSAH ponúka rôzne vedomostné hry a kvízy, ktoré potrénujú vašu myseľ.
- b) **Cieľová skupina:** mládež, široká verejnosť, čiastočne odborná verejnosť.
- c) **Cieľ kampane:** kampaň by mala byť zameraná na propagáciu portálu www.vedanadosah.sk a zvýšenie jeho návštevnosti a ďalších kľúčových parametrov.

6. Veda na dosah – promo pre obsahové časti portálu (napr. top ponuka/rubrika/podujatie/článok...)

- a) **Popis:** kampaň by mala byť zameraná na propagáciu portálu www.vedanadosah.sk, ktorý je určený na popularizáciu výsledkov výskumu a vývoja a zaujímavostí zo sveta vedy a techniky, s dôrazom na slovenskú vedu a obsahu tohto portálu. Konkrétne by mala byť kampaň zameraná na prezentáciu aktuálnej ponuky, rubriky (resp. tagu), podujatia či článku (ďalej len „oblasť“). „Oblasť“ kampane sa bude meniť každý mesiac a v rámci definovanej „oblasti“ bude v danom mesiaci publikovaných vždy jeden až cca 10 článkov. „Oblasť“ kampane sa bude meniť napr. podľa aktuálneho ročného obdobia, témy mesiaca, aktuálneho podujatia, aktivity, či podpory čítanosti vybranej rubriky či tagu. Taktiež môže ísť napr. o propagáciu vyhlásenia súťaží, významných osobností vedy a techniky, vydania publikácií, realizácie výstav a iných podujatí a pod. Cieľom kampane by teda malo byť zvýšenie dosahu definovanej „oblasti“ i čiastkových výstupov publikovaných v rámci nej. Popularizačný portál má taktiež FB profil pod názvom Veda na dosah, na ktorom zverejňuje 90% obsahu, ktorý na stránke pribudne. (<https://www.facebook.com/vedanadosah/>) Vedecko-popularizačný portál VEDA NA DOSAH (dostupný na www.vedanadosah.sk) ponúka množstvo novínok a informácií zo sveta vedy a techniky. Na jednom mieste objavíte všetko o vede, výskume, podujatiach a iných zaujímavých aktivitách, ktoré sa dejú v tejto oblasti na Slovensku. Portál je určený všetkým, ktorých zaujíma veda a technika. Odborníkom prináša prehľad odborných konferencií, ako aj informácie zo slovenských univerzít a výskumných ústavov. Verejnosť objaví články a zaujímavé tipy na podujatia, napríklad pozorovania oblohy, vedecké prednášky či festivaly zamerané na popularizáciu vedy a techniky. Okrem toho VEDA NA DOSAH ponúka rôzne vedomostné hry a kvízy, ktoré potrénujú vašu myseľ.
- b) **Cieľová skupina:** mládež, široká verejnosť, čiastočne odborná verejnosť.
- c) **Cieľ kampane:** kampaň by mala byť zameraná na propagáciu portálu www.vedanadosah.sk; na prezentáciu aktuálnej ponuky, rubriky (resp. tagu), podujatia či článku a na zvýšenie dosahu (čítanosti, predajnosti, zapojenosti a pod.) propagovaných oblastí, ktorými budú napr. A. Ponuky; B. Rubriky/Tagy; C. Podujatia; D. Články atď.

7. Podujatia (napr. posedenie s vedcami a pod.)

- a) **Popis:** Kampaň by mala byť zameraná na propagáciu konania popularizačných podujatí realizovaných v rámci projektu. Podujatia budú zamerané na mládež a širokú verejnosť a budú sa konať v priebehu rokov 2020 – 2023 vo vybraných krajoch SR (max 7. krajov. Vždy okrem BA). Cieľom podujatí realizovaných v rámci projektu je poukázať na zaujímavé vedecko-populárne témy, osobnosti, aktivity a inštitúcie, predstaviť ich širokej verejnosti a tým vzbudiť záujem cieľových skupín o dianie vo vede a technike na Slovensku. Medzi podujatia, ktoré budú propagované patrí aj formát „posedenie so slovenskými vedcami“, ktoré bude mať štruktúru ako vedecké kaviarne – predstavenie určitej vednej problematiky

v neformálnom prostredí a následná diskusia vedca s účastníkmi. Ďalším formátom môže byť vedecká show, kde bude interaktívnym a zábavným spôsobom prezentovaná vedná problematika alebo jav. Vedecké show sú určené prevažne mládeži. Prípadným ďalším propagovaným formátom môžu byť rôzne súťaže zamerané na zvýšenie povedomia o vybraných oblastiach vedy a techniky alebo zvýšenie záujmu mládeže a verejnosti o danú problematiku. Súťaže môžu mať rôznu formu a cieľom kampane bude dosiahnuť čo najväčšiu zapojenosť do nich.

- a) **Cieľová skupina:** mládež a široká verejnosť so záujmom o témy z oblasti VaT, čiastočne odborná verejnosť.
- b) **Cieľ kampane:** Cieľom kampane je propagovať rôzne oblasti vedy a techniky prostredníctvom menších podujatí, ako sú napr. vedecké kaviarne, posedenia s vedcami a pod. Cieľom je zvýšiť ich prestíž, dosah, návštevnosť a pod.

8. Týždeň vedy a techniky na Slovensku (TVT)

- a) **Popis:** Kampaň by mala byť zameraná na propagáciu podujatia pod názvom Týždeň vedy a techniky na Slovensku. Podujatie sa koná každý rok po celom území SR a v rámci neho sa koná viac ako 400 „sprievodných“ podujatí, ktorých organizátormi sú rôzne inštitúcie, školy, občianske združenia a pod. Tieto podujatia si organizátori zaregistrujú na webe www.tyzdenvedy.sk a po schválení sa tak stávajú súčasťou TVT. Hlavným organizátorom TVT je MŠVVaŠ SR spolu s CVTI SR. Tieto inštitúcie sú zároveň aj organizátormi „hlavných“ podujatí, ktorých býva cca od 5 – 10, podľa aktuálnych podmienok. Cieľom kampane by mala byť propagácia podujatia TVT ako celku a zároveň propagácia vybraných „hlavných“ podujatí. Informácie o podujatí sú zverejňované prostredníctvom stránky www.tyzdenvedy.sk a zároveň na FB Veda na dosah. Týždeň vedy a techniky na Slovensku každoročne organizuje Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky, v spolupráci s Centrom vedecko-technických informácií SR a Národným centrom pre popularizáciu vedy a techniky v spoločnosti. Cieľom Týždňa vedy a techniky na Slovensku je zlepšiť vnímanie vedy a techniky v povedomí celej spoločnosti, popularizovať a prezentovať ich, vzbudiť záujem mladých ľudí o štúdium vedeckých a technických disciplín, informovať verejnosť o poznatkoch vedy a techniky a o nutnosti podporovať vedu a techniku, ktoré sú základom hospodárskeho a spoločenského pokroku a pomáhajú riešiť globálne problémy a výzvy.
- b) **Cieľová skupina:** mládež, široká verejnosť, pedagógovia, odborná verejnosť.
- c) **Cieľ kampane:** Cieľom kampane je zvýšenie povedomia o existencii Týždňa vedy a techniky a zároveň zvýšenie návštevnosti jednotlivých podujatí realizovaných v rámci TVT. Súčasťou TVT sú aj súťaže a teda cieľom kampane by malo byť aj zvýšenie participácie na nich.

9. Festival vedy Európska noc výskumníkov

- a) **Popis:** Kampaň by mala byť zameraná na propagáciu festivalu vedy – Európska noc výskumníkov, ktorý sa koná každoročne na cca 5 miestach v rámci SR (spravidla posledný piatok v septembri). Podujatie organizuje SOVVA spolu s CVTI SR a ďalšími spoluorganizátormi. Podujatie má svoju webovú stránku aj FB profil (www.nocvyskumnikov.sk), ale časť výstupov bude propagovaná aj prostredníctvom nášho portálu www.vedanadosah.sk a FB profilu Veda na dosah. Súčasťou niektorých ročníkov bývajú aj „upútavkové“ podujatia, ktoré sa konajú spravidla v priebehu letných mesiacov a taktiež niekoľko súťaží, ktoré sú tiež vyhlásené v letných mesiacoch a uzávierku majú pred realizáciou samotného podujatia. Festival vedy Európska noc výskumníkov je paralelne organizovaný v 24 štátoch Európy a hlavnou snahou komisie je pod mottom „Researchers are among us“ – Výskumníci sú medzi nami, priblížiť verejnosti výskumníkov ako „obyčajných“ ľudí s neobyčajným povoláním. Vysvetliť, čo ich priviedlo k povolaniu výskumníka, čo ich motivuje k neustálemu bádaniu, aké otázky si najčastejšie kladú, k čomu ich práca priviedla a kde je možné výsledky ich výskumu uplatniť v bežnom živote. Na Slovensku sa koná už tradične posledný septembrový piatok. V minulých rokoch sa do festivalu vedy zapojilo v priemere 1 000 vedcov a výskumníkov a všetkých podujatí sa zúčastňuje cca 150 000 návštevníkov ročne. Hlavný organizátor podujatia je Slovenská organizácia pre výskumné a vývojové aktivity, spoluorganizátormi sú SAV, CVTI SR a portál EurActiv.sk.
- b) **Cieľová skupina:** deti a mládež, široká verejnosť, pedagógovia, odborná verejnosť.
- c) **Cieľ kampane:** Cieľom kampane je zvýšenie povedomia o existencii festivalu vedy – Európska noc výskumníkov a zároveň zvýšenie návštevnosti jednotlivých podujatí. Súčasťou niektorých ročníkov bývajú aj „upútavkové“ podujatia, ktoré sa konajú spravidla v priebehu letných mesiacov a taktiež niekoľko súťaží, ktoré sú tiež

vyhlásené v letných mesiacoch a uzávierku majú pred realizáciou samotného podujatia a preto by kampaň mala byť zameraná aj na propagáciu týchto podujatí.

10. Iné podporené podujatia a aktivity (modelový mediálny plán)

- a) **Popis:** V priebehu realizácie projektu bude potrebné realizovať niekoľko menších kampaní zameraných na rôzne oblasti vedy a techniky. Tieto oblasti nie je možné v súčasnosti definovať, ich význam pre popularizáciu vedy a techniky bude však takého charakteru, že podpora formou menšej mediálnej kampane zvýši ich prestíž, dosah, predajnosť, návštevnosť a pod. Pôjde o kampane zamerané na aktivity rôzneho druhu, ktorých partnerom, organizátorom alebo spoluorganizátorom bude CVTI SR a ktoré budú takto podporené prostredníctvom projektu.
Tieto kampane môžu byť zamerané napríklad na propagáciu menších podujatí, aktivít, vydávanie vedecko-popularizačných publikácií, periodík, príspevkov, propagáciu vedeckých osobností a výsledkov výskumu a pod. V tejto časti je preto potrebné vytvoriť modelový mediálny plán neutrálneho charakteru vhodný pre použitie na menšiu propagáciu rôznych tipov aktivít.
- b) **Cieľová skupina:** deti a mládež, široká verejnosť, pedagógovia, odborná verejnosť.
- c) **Cieľ kampane:** Cieľom kampane je propagovať rôzne oblasti vedy a techniky, aktivity, podujatia a podobne a tak zvýšiť ich prestíž, dosah, návštevnosť, zapojenosť, predajnosť a pod.