

Abstrakt

Klimatická krize je všeobecně vnímána jako nutnost globálního zapojení ze strany občanů napříč spektrem moci ve společnosti. Předchozí výzkumy zdůraznily, že integrace komunity, kolektivistické hodnoty, společenská důvěra a znalost lokálních cest k jednání jsou považovány za faktory, které podporují občanskou angažovanost v řešení problémů "větších než já", jako je změna klimatu. Tyto faktory byly rovněž spojeny s účastí a kvalitou lokálních médií. Tato práce, zaměřená na Skotsko, se snaží pochopit, jak kvalita a lokalizace konzumované klimatické žurnalistiky ovlivňuje přesvědčení čtenářů o klimatu, klimatických opatřeních a kulturní orientaci. Prostřednictvím průzkumu (n=104), který shromáždil údaje skotských respondentů o jejich hodnotách, klimatických přesvědčeních, klimatických opatřeních a konzumaci médií - a kvantitativní narativní analýzy klimatických narativů přítomných v médiích, které respondenti uvedli, že čtou (n=227 článků) - tato práce naznačuje, že kvalita konzumované klimatické žurnalistiky skutečně koreluje s většími klimatickými opatřeními, ale že jsou to právě lokální klimatická média, která usnadňují občanské konání. Zjištění této práce by mohla přispět k diskurzu ohledně reakce mediálního průmyslu na pokles lokálních médií a řešení jak přistupovat z pohledu hnutí za klima k problematice "mezery vědění a jednání" ve společnosti.