

## **Abstrakt**

Diplomová práce *Vliv mediální komunikace na obchodní rozhodování mladých v oblasti bydlení a realit* se v teoretické části zaměřuje na základní problematiku dostupnosti bydlení v České republice a mezinárodní srovnání. Nabízí krátký pohled na vývoj rezidenčního a hypotečního trhu a stručně analyzuje téma bydlení v současném českém mediálním prostoru. Výzkumná část se zaměřuje na téma bydlení a realit z pohledu mladých dospělých ve věku 23 až 32 let aktuálně žijících v Praze. Zkoumá, jak často a kde se s tématem bydlení setkávají v mediálním prostoru, a kde se o něm v případě potřeby informují. Data byla sbírána formou kvantitativního šetření, konkrétně formou dotazníkového šetření. Výsledky výzkumu ukazují zásadní roli online médií, a především sociálních sítí, a to jak na úrovni běžného setkávání, tak na úrovni vyhledávání informací. Za hlavní přínos práce lze považovat cílení výzkumu na specifický základní vzorek mladých dospělých, kteří jsou v tématu krize bydlení zásadní skupinou, a propojení mediálního tématu s praktickými očekáváními respondentů.