

## Abstrakt

Tato diplomová práce zkoumá vliv médií na vnímání konceptu udržitelnosti napříč generacemi X, Y a Z. Každá z těchto generací má k udržitelnosti a médiím specifický vztah, který se odráží v jejich postojích a chování. S rostoucím významem environmentálních otázek je klíčové porozumět, jak mediální pokrytí formuje veřejné povědomí a postoje k udržitelnosti. Kvalitní informovanost veřejnosti má potenciál ovlivňovat rozhodování firem a politiků, kteří hrají zásadní roli v boji proti klimatické změně a dosahování udržitelných cílů.

Výzkum využil metodologii hloubkových polostrukturovaných rozhovorů s 21 respondenty ve věku 19 až 59 let. Data byla analyzována pomocí otevřeného kódování a následné kategorizace.

Výsledky odhalují, že média významně ovlivňují chápání konceptu udržitelnosti ve společnosti. Ukázalo se, že udržitelnost je pro veřejnost poněkud široké téma, přičemž diskuse se často zužuje na klimatickou změnu. Generační rozdíly se projevíly v preferenci zdrojů informací: starší generace inklinují k tradičním médiím, zatímco mladší generace nejčastěji využívají sociální sítě. Respondenti zpravidla aktivně nevyhledávají informace o udržitelnosti, ale přijímají ty, které jsou jim nabídnuty. Výzkum identifikoval strach jako silný prvek v procesu informování o udržitelnosti, který média využívají k dramatizaci zpráv. Obecně je mediální pokrytí udržitelnosti vnímáno jako nedostatečné vzhledem k aktuální kritické klimatické situaci. Z pohledu respondentů bylo nabídnuto několik doporučení, jak tuto situaci zlepšit. Výsledky této práce mohou posloužit jako vodítko pro efektivnější komunikaci o udržitelných praktikách a klimatické změně.