

Abstrakt

Předložená práce se zabývá fenoménem environmentálních influencerů a jejich vztahem k odpovědnosti. Teoretická část se věnuje charakteristice těchto novodobých názorových vůdců z generace Y a Z. Odpovědnost je pojímána z etického hlediska se zaměřením na rovinu environmentální a rozlišuje její tři aspekty - předmět, referenční subjekt a subjekt, tedy nositele odpovědnosti. To vše zasazuje do kontextu individualizované společnosti, která klade na jednotlivce specifické nároky. Výzkumná část má za cíl zjistit, jak vlivní uživatelé sociálních sítí přistupují k odpovědnosti za svoje aktivity v digitálním prostředí a jak dalece si uvědomují svůj vliv. Dále se zabývá otázkou, kdo dle influencerů má být odpovědný za klimatickou krizi a jakou roli v tom zastává jednotlivce. Za pomoci kvalitativní výzkumné strategie, zahrnující analýzu sdíleného obsahu a polostrukturované rozhovory, jsou přiblíženy jednotlivé přístupy, které souvisí se zkoumaným tématem. Environmentální influenceři jsou na základě dat rozděleni na dvě kategorie – edukátoři a lifestyleví influenceři. Jednotlivé přístupy nelze zcela generalizovat, avšak u edukátorů, kteří jsou zaměřeni na vzdělávání v rámci environmentálních problémů, se častěji objevuje důraz na morální hodnoty. Obě skupiny však zdůrazňují individuální snahy v rámci řešení klimatické krize jak na rovině spotřeby, tak na úrovni společensko-politické.