

# Globální výzvy očima Generace Z

Závěrečná zpráva výzkumu

**Czech**Tourism

nms

# Situace a cíle výzkumu

NMS Market Research provedla výzkum **Globální výzvy očima Generace Z**. Výzkum se zaměřil na problematiku klimatické krize a na postoje Generace Z k ní.

Předmětem zkoumání byla

- míra zájmu o téma klimatické krize
- obavy z důsledků krize
- změny v chování mladých lidí ve spojitosti s klimatickou krizí

Otázky směřovaly na reprezentativní vzorek Generace Z, cíleno bylo na mladé lidi ve věku 15-26 let.

Pro agenturu **CzechTourism** byl výzkum rozšířen o vzorek obecné populace Čechů ve věku 18 let a více.



# Výsledky výzkumu

OUR  
HOUSE  
IS ON  
FIRE!!

There is  
NO  
PLANET B

SYSTEM  
CHANGE



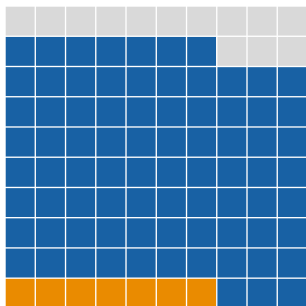
NOT  
CLIMATE  
CHANGE!

EVIDENCE  
OVER  
IGNORANCE

# Generace Z jako celek



# Klimatická krize Generaci Z ovlivňuje, řešit ji chce jen pětina

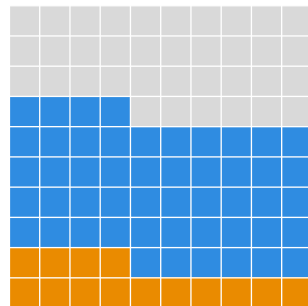


**87 %**

ovlivňuje krize  
v rozhodování  
alespoň občas



**7 %** je ovlivněno  
velmi často

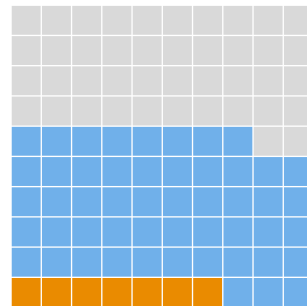


**64 %**

se zajímá  
o problematiku  
klimatické změny



**14 %** se  
velmi zajímá

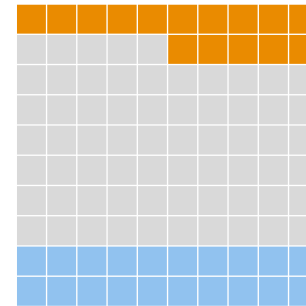


**58 %**

pocituje alespoň  
mírnou úzkost  
v souvislosti s krizí



**5 %** silně prožívá  
klimatickou úzkost



**20 %**

se bude aktivně  
podílet na řešení  
krize



**15 %** nebude mít při  
řešení krize žádnou roli

Q3: Do jaké míry se zajímáte o problematiku změny klimatu? N=500

Q4: Do jaké míry do Vašich rozhodnutí vstupuje možný dopad na změnu klimatu? N=500

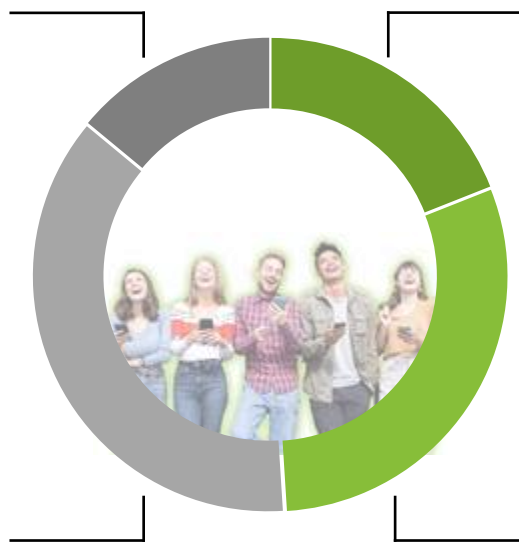
Q5: Jaký je Váš osobní pocit v souvislosti se změnou klimatu? N=500

Q11: Jaký postoj budete pravděpodobně zastávat při řešení klimatické změny? N=500

# Gen Z není v postojích ke krizi jednotná

**14 %** jsou **ODMÍTAČI**, kteří se o klima vůbec nezajímají, vůbec se nerozhodují na základě dopadu na klima a nepocítují žádné úzkosti ohledně klimatu. Neplánují se nijak podílet či zajímat o řešení problému.

**37 %** je **POZOROVATELŮ**, kteří se spíše o klima nezajímají, ale mají povědomí o klimatické změně. Nepocítují klimatickou úzkost, ale občas se podle dopadu na klima rozhodují. Plánují se o problematiku zajímat, ale ne se aktivně podílet na řešení.



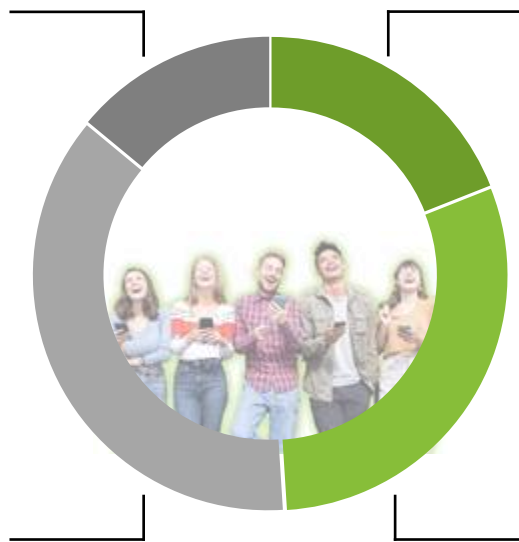
**19 %** tvoří **AKTIVISTÉ**, kteří se velmi zajímají o klima, pocítují klimatickou úzkost alespoň mírně a více. Často jsou při rozhodování ovlivněni dopadem na klima plánují se aktivně podílet na řešení klimatické krize.

**30 %** jsou **ZNALCI**. Jedná se o jedince, kteří se spíše zajímají o klima a mírně pocítují klimatickou úzkost. Do budoucna se plánují o problematiku zajímat, ale nebudou se aktivně podílet na řešení krize.

# Klimatickou krizí jsou nejvíce ovlivněny **ženy** a **vysokoškoláci**

## ODMÍTAČI

jsou z více než dvou třetin muži, z čehož téměř polovina jsou nezletilí.



## AKTIVISTY

tvoří ze **dvou třetin ženy**, a to především ve věku 18-21 let.

## POZOROVATELÉ

jsou skupina, ve které je největší podíl nezletilých (44 %).

## ZNALCI

mají mezi sebou největší procento **vysokoškolsky vzdělaných** (45 %).



# Obavy a aktivita spojená s klimatickou krizí



# Gen Z se obává dopadů na přírodu spíše než na společnost

84 %

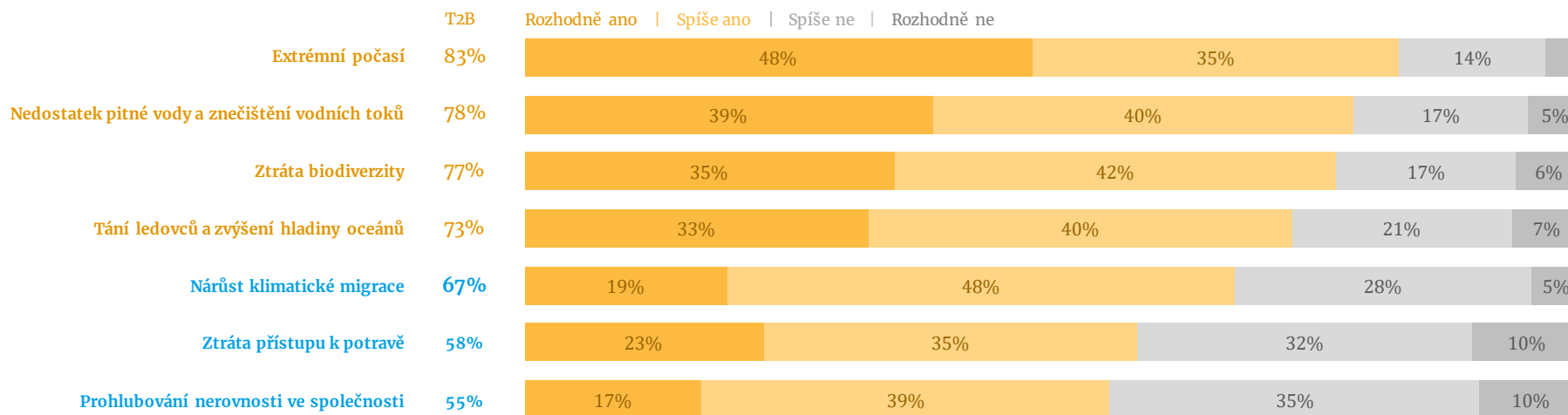
se obává extrémního počasí, ale pouze



55 %

se obává prohlubování sociálních nerovností.

# Mezi společenskými tématy dominuje obava z **klimatické migrace**



# Gen Z se neplánuje příliš omezovat v cestování

40 %

cestuje méně často.

38 %

omezuje cesty letadlem.

32 %

plánuje omezit cestování do delších vzdáleností.

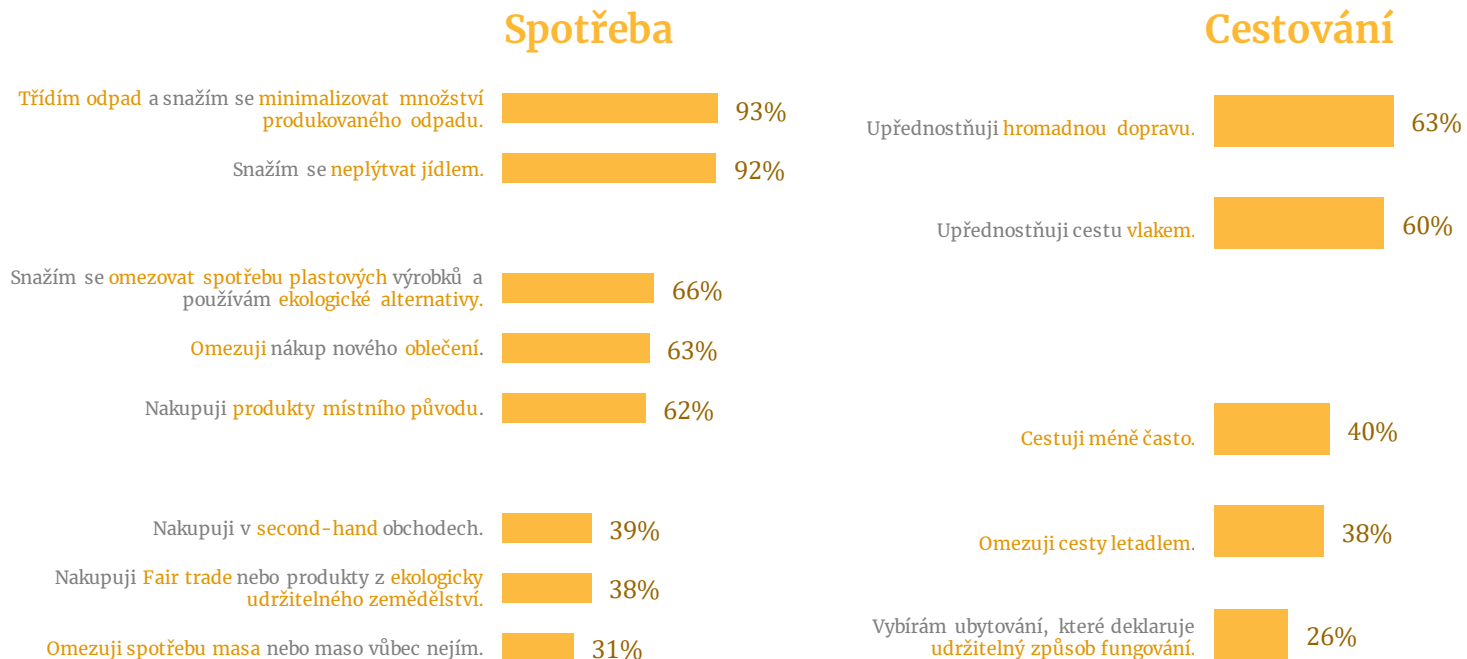


Q7: Jaký vliv má klimatická krize na Vaše rozhodování v oblasti spotřeby? N=500

Q8: Jaký vliv má klimatická změna na Vaše rozhodování v oblasti cestování na delší vzdálenosti? N=500

Q9: Domníváte se, že klimatická změna bude mít vliv na Vaše osobní plány a cíle? N=500

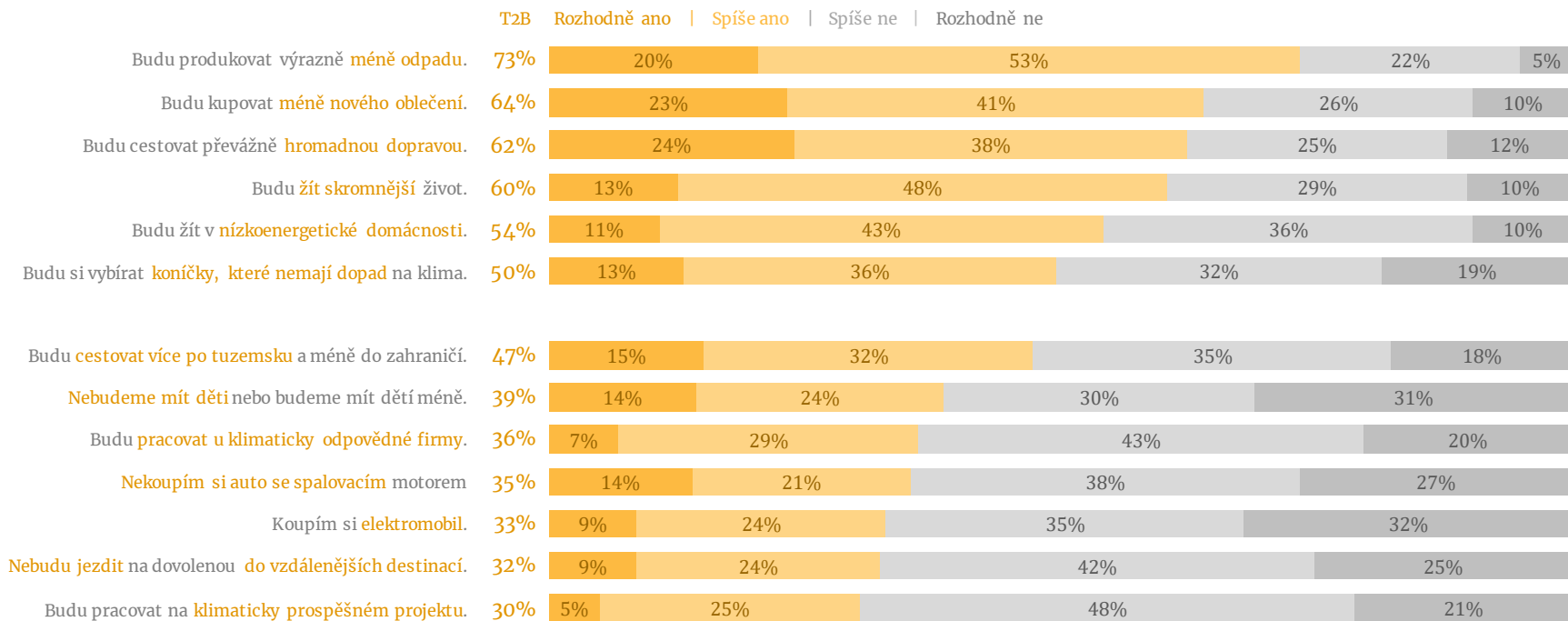
# Gen Z se snaží **neprodukovat odpad** a **neplýtvat zdroji**



Q7: Jaký vliv má klimatická krize na Vaše rozhodování v oblasti spotřeby? N=500

Q8: Jaký vliv má klimatická změna na Vaše rozhodování v oblasti cestování na delší vzdálenosti? N=500

# Omezovat produkci odpadu a spotřebu plánují i do budoucna



# Příčiny a řešení krize



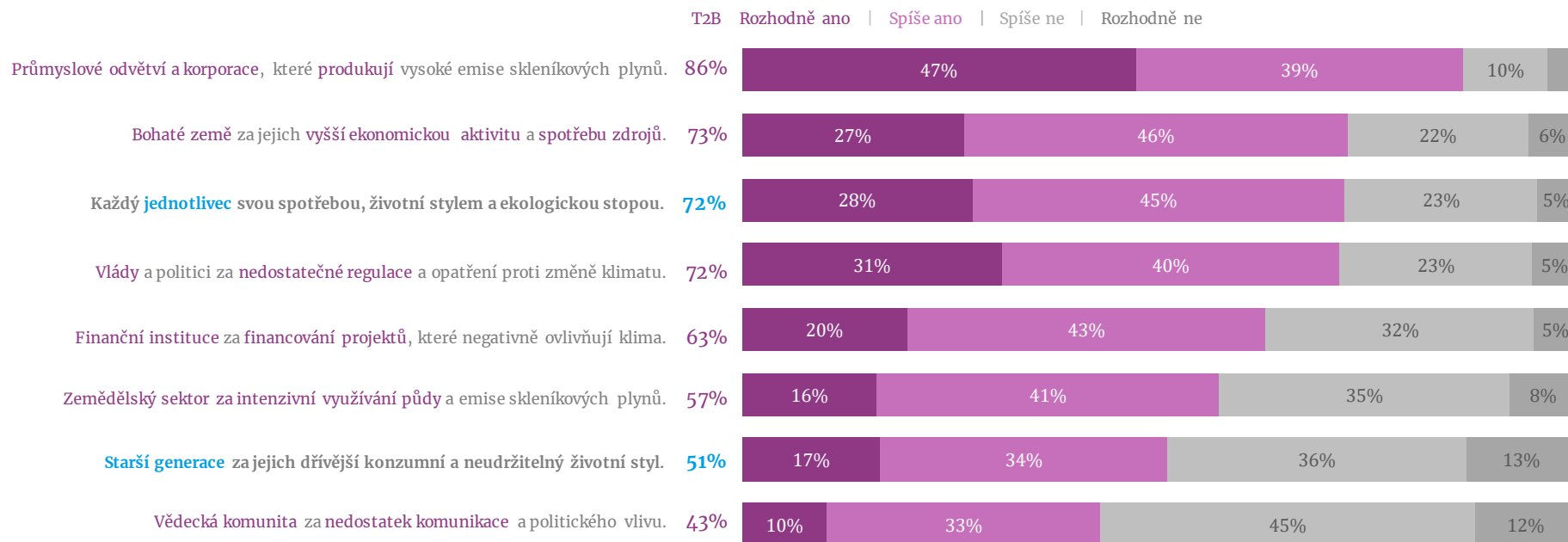
# Odpovědnost za řešení nesou **korporace a průmysl**



# 86 %

je viní za klimatickou krizi kvůli vysoké produkci **emisí skleníkových plynů**.

# Gen Z z krize neviní starší generaci, ale odpovědnost kladou na jednotlivce





# Optimismus do budoucna přináší **inovace**

## 87 %

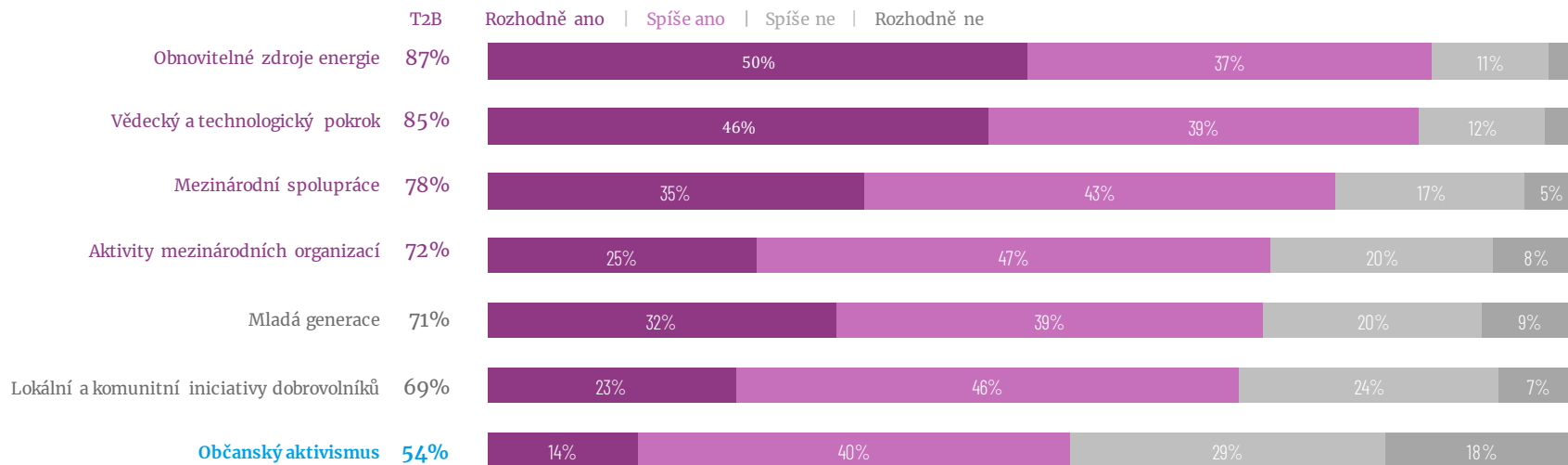
věří, že při řešení klimatické krize pomohou **obnovitelné zdroje energie**.

## 85 %

**vědecký** a technologický pokrok.



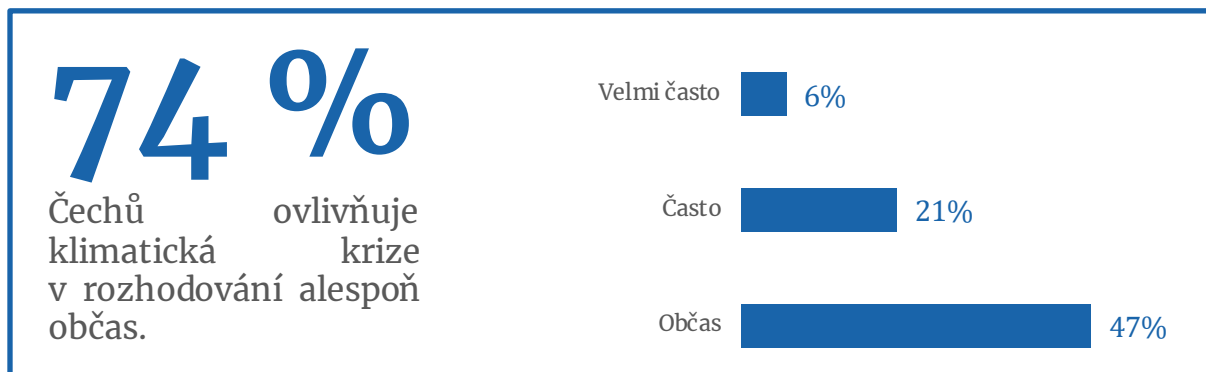
# Jen polovina Gen Z věří v účinný občanský aktivismus



# Zvyky populace ČR v porovnání s Gen Z

# Rozhodování $\frac{3}{4}$ dospělých Čechů ovlivňuje **klimatická krize**

ČEŠI 18 +



GEN Z

**87 %**

členů Gen Z alespoň občas přizpůsobuje svá rozhodnutí klimatické krizi, tj. o

**+13 p.b.**

více než o obecné populace Čechů.

# Gen Z pociťuje větší míru úzkosti související s krizí

ČEŠI 18 +

44 %

Čechů prožívá alespoň **mírnou úzkost** ve spojení s klimatickou krizí.

21 %

Čechů **nepociťuje žádné obavy či úzkosti** související se změnou klimatu.

GEN Z

58 %

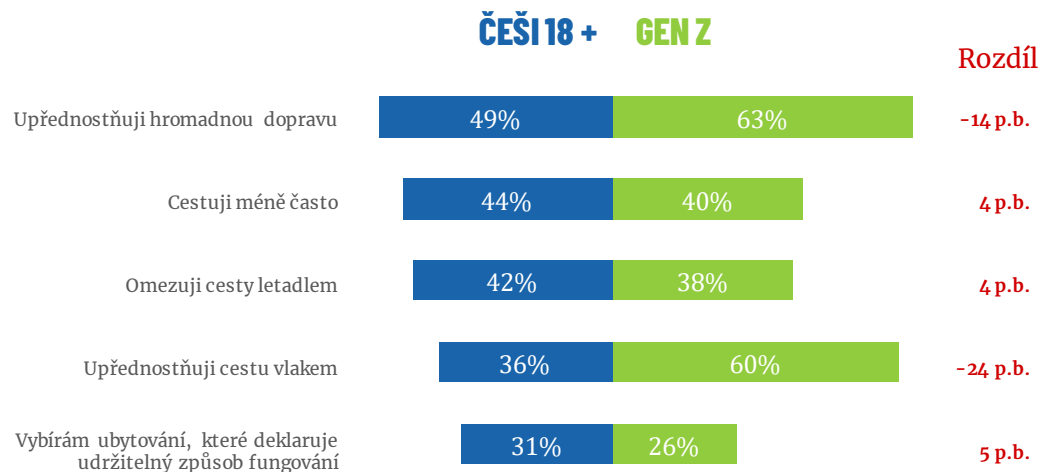
mladých z Gen Z prožívá alespoň **mírnou úzkost** ve spojení s klimatickou krizí.

8 %

mladých **nepociťuje žádné obavy či úzkosti** související se změnou klimatu.

# Gen Z více cestuje vlakem a MHD

To ale závisí na jejich věku a socioekonomickém statusu.





# Metodologie

# Metodologie

## DESIGN VÝZKUMU

On-line sběr dat v Českém národním panelu



Velikost online vzorku Gen Z: N=500

Velikost online vzorku Češi 18+: N=1008

## CÍLOVÁ SKUPINA

Reprezentativní vzorek Generace Z dle pohlaví, věku a kraje trvalého bydliště.

Reprezentativní vzorek obyvatelstva České republiky starší 18 let

## TÉMA VÝZKUMU

Zájem o téma klimatické krize

Obavy z důsledků klimatické krize

Ovlivňování chování v dopadu na klimatickou krizi

Příčiny a řešení klimatické krize





**Tereza Friedrichová**

Client Service Executive

**m** (+420) 733 610 461

**e** [tereza.friedrichova@nms.cz](mailto:tereza.friedrichova@nms.cz)



**Eva Waldaufová**

Client Service Executive

**m** (+420) 770 148 494

**e** [eva.waldaufova@nms.cz](mailto:eva.waldaufova@nms.cz)

**NMS Market Research**

U Nikolajky 13, 150 00 Praha 5

**t** (+420) 222 351 611

**w** [www.nms.cz](http://www.nms.cz)

**nms** ■