

Abstrakt

Tato práce zkoumá, jaký je vztah budoucích potenciálních mediálních profesionálů (studentů Institutu komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK) k tištěným periodickým médiím, tedy dennímu tisku a tištěným časopisům. Vychází z koncepce aktivního publika, teorie užití a uspokojení a studií, které se snaží vysvětlit pokles zájmu o tištěná periodická média. Práce se snaží zmapovat, jakou roli hrají tištěná média v životě zkoumané skupiny v době, kdy tato média procházejí dlouhodobou krizí. Nejdůležitějším faktorem této krize je masový nástup elektronických médií. Výzkum se snaží odpovědět na otázku, zda jsou periodická tištěná média i přes neustálý příval informací z internetu pro zkoumanou skupinu atraktivní, jaké motivy ji k užívání těchto médií vedou a jaké ji naopak od něho odrazují.