

Anotace

Diplomová práce pojednává o jednom z nových trendů mediální produkce, kterému je v současnosti věnována poměrně velká pozornost. Jde o fenomén hyperlokálních médií. Teoretická základna práce spočívá v uchopení lokality jako distinktivního rysu v rámci globalizovaného světa. Operuje s pojmy časoprostorové změny, lokalizace a globalizace, člověk a místo, autorita a sociální integrita. Tyto pojmy a procesy se snaží dát do kontextu mediálních studií. Dále se snaží přiblížit, co jsou hyperlokální média, z jakého typu žurnalistiky vycházejí, jak a kde fungují, jaké jsou jejich výhody a nevýhody. Výzkumná část práce pak pomocí kombinace případové studie a kvantitativní obsahové analýzy studuje konkrétní český projekt hyperlokálních médií společnosti PPF. Cílem je zjistit, zda je koncept hyperlokální žurnalistiky použitelný a životaschopný v českém prostředí (a za jakých podmínek), zda má fungující obchodní model, zda dokáže zaujmout a udržet si své publikum a přinášet diametrálně odlišný obsah, než jiná dostupná média srovnatelného typu.

Klíčová slova

hyperlokální média - Naše adresa - PPF Media - Futuroom - lokalita - globalizace - lokální a regionální tisk - elektronická média - obsahová analýza - případová studie