

Anotace

Magisterská diplomová práce zkoumá kvalitativním dotazníkovým šetřením, případovými studii, teoretickou a empirickou analýzou fenomén zpoplatňování zpravodajského obsahu v personálních médiích s důrazem především na výhody a nevýhody jednotlivých druhů zpoplatnění webového obsahu a okolnosti, které mohou mít na zpoplatňování vliv. Hypotéza zní, že zpoplatnění zpravodajského obsahu může na mediálním trhu skutečně fungovat jako stimul ke zvýšení produktivity mediálních organizací navzdory vzrůstající oblibě sdílení bezplatných informací. Jen záleží na tom, zda bude správným způsobem aplikován vhodný ekonomický model. Tím je podle hypotézy tzv. dávkovací model, který odpovídá povaze digitálních médií. To mimo jiné znamená, že určitý objem profesionálně vytvářených informací zůstane pro recipienty bezplatný. Sféry zpoplatněného i bezplatného obsahu budou muset projít nezbytnými ergonomickými i obsahovými změnami.