

Abstrakt

Diplomová práce se zaměřuje na personalizované doporučování obsahu v českých online zpravodajských médiích a na etické otázky, které se se zaváděním tohoto nástroje pojí. Předmětem kvalitativní analýzy jsou polostrukturované rozhovory se zástupci dvou českých mediálních domů. Součástí výzkumného vzorku jsou respondenti z redakce *Seznam Zpráv* a společnosti *Seznam*, a z redakce *E15* a společnosti *Czech News Center*. Osloveni byli jak zástupci redakcí, tak mediálního a produktového managementu. Cílem práce bylo zjistit, do jaké míry nástroje personalizovaného doporučování obsahu využívají, nastínit důvody, proč se k tomuto kroku rozhodli, potažmo jej zvažují. Ukázalo se, že v rámci zkoumaných online zpravodajských médií zatím personalizované doporučování obsahu využívají minimálně, popřípadě tyto nástroje testují či plánují zavést ve větší míře. Ve větším měřítku dochází k personalizovanému doporučování na domovské stránce *Seznamu*. Předmětem práce byla také identifikace etických otázek, které se pojí se zaváděním či používáním personalizovaného doporučování. Mezi hlavní oblasti podle výpovědí respondentů patří otázky nastavení parametrů výběru, možnost zachovat si nastolování agendy ze strany redakcí, automatizace a transparentnost.