

## **Abstrakt**

Práce se zaměřuje na tři nové české mediální projekty, které byly založeny v roce 2014: na zpravodajský web Echo24.cz, měsíčník Reportér magazín a videoportál DVTV. Popisuje jejich vznik, který proběhl v důsledku změn na českém mediálním trhu v letech 2013–2014. Ty se týkaly především vlastnické struktury a převzetí vydavatelského domu Mafra, a. s., podnikatelem Andrejem Babišem a krize v České televizi. Práce mapuje etablování se projektů na mediální scéně a jejich vymezování se v konkurenčním prostředí již zavedených médií. Tento proces sleduje skrze komunikační strategii projektů. Na základě předem vymezených kritérií analyzuje zaváděcí kampaně, použité marketingové prostředky a komunikaci s publikem během prvního roku po startu projektů. Deskriptivní analýzu doplňují části rozhovorů s autory projektů: Daliborem Balšínkem (Echo24.cz), Robertem Čásenským (Reportér magazín) a Janem Rozkošným (DVTV). Na jejím základě je pak provedena komparace projektů a jejich komunikačních strategií. Získané poznatky jsou využitelné k dalšímu zkoumání vývoje sledovaných mediálních projektů.