

Tato bakalářská práce se zabývá postupnou transformací americké mediální společnosti VICE média z marginálního zájmového periodika ve významnou globální mediální korporaci. V rámci případové studie v práci popisují, jak na sebe navazovali jednotlivé fáze této transformace a jak celková změna organizace společnosti ovlivňuje mediální obsah produkovaný touto společností. V práci se věnují i novým marketingovým metodám, která společnost uplatňuje, především pak jejich provázanosti s tvorbou obsahu. Cílem práce je popsat mechanismy, které stojí za úspěšnou expanzí značky VICE média. Jelikož tato transformace nemohla proběhnout bez hlubší proměny globálního publika, na které společnost cílí a jímž je současná mladá generace, věnují se i popisu fenoménů tzv. Generace X a následné Generace Y. Tato transformace se děje na pozadí hlubších proměn globálního mediálního prostředí, které pozorujeme od nástupu internetu, práce se tedy věnuje i tomuto významnému fenoménu. V závěru práce popisují fungování české pobočky tohoto média.