

Abstrakt

Diplomová práce si klade za cíl zmapovat český trh tabletových periodik a popsat možné přístupy k jejich tvorbě a distribuci. Po nastínění historického vývoje a zmapování českého trhu v této oblasti je teoreticky zakotven pojem „ryze tabletového magazínu“ a následně presentovány možné přístupy k produkci těchto časopisů. Po teoretickém zakotvení práce v oblasti nových médií je praktická část zaměřena na srovnání a kritické zhodnocení odlišností variant tabletových časopisů (vydání tabletového versus vydání tištěné). Pozornost je také věnována zastoupení reklam a množství článků v jednotlivých typech periodik.

Klíčová slova: tabletový magazín, tabletový časopis, tablet, časopis, inzerce, interaktivita