

Abstrakt

Titulní strana je jednoznačně prvotním reprezentantem tištěných médií, který často rozhoduje o jejich úspěchu či neúspěchu. Ještě větší opodstatnění má u bulvárních deníků, jejichž dennodenní existence závisí na neabonentních čtenářích. Typickým tuzemským představitelem těchto médií je deník Aha!, jenž však svůj hlavní komunikátor tvoří bez reálně fungujícího teoretického modelu. To však neznamená, že nepracuje se stále se opakujícími znaky, které v této práci umožní jasně rozpoznat klíčové prvky pro tvorbu a tím pádem i teoretický rámec, který bude možno užívat i v praxi. K tomu poslouží jak analýzy týkající se samotného deníku Aha!, tak komparace s Lidovými a Hospodářskými novinami. Zkoumané téma se bude rovněž věnovat jednomu ze současně aktuálních témat vztahu obrazu a textu.