



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Bakalářská práce

Jazyková analýza novinových titulků v angličtině

Linguistic analysis of newspaper headlines in English

Tereza Daňová

Studijní program: B7507 Specializace v pedagogice

Studijní obor: Anglický jazyk se zaměřením na vzdělávání

Přírodopis se zaměřením na vzdělávání

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Ludmila Zemková, Ph.D.**

České Budějovice, 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně, pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě – v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných pedagogickou fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne

Tereza Daňová

Poděkování

Děkuji paní Mgr. Ludmile Zemkové, Ph.D. za vedení této bakalářské práce.

Anotace

Tato práce se věnuje jazykové stránce anglických novinových titulků. Nejprve nastiňuje teoretické pozadí pojmů vztahujících se k dané oblasti, jako je žurnalistika, publicistika, zpravodajství a jazyk a styl médií. Následně vystihuje historický vývoj titulků, jejich funkce a druhy. Hlavní zaměření práce představuje jazyková analýza titulků shromážděných z britských bulvárních novin The Sun. Práce identifikuje jazykové rysy a prostředky novinových titulků a na závěr popíše jejich jazykové zvláštnosti.

Klíčová slova: žurnalistika, jazyk, titulky, noviny, analýza, bulvární noviny, The Sun

Abstract

This work deals with the language side of English newspaper headlines. First it outlines the theoretical background of concepts related to the field, such as journalism, news and media language and style. Then it describes the historical development of headlines, their functions and types. The main focus of the work is a linguistic analysis of headlines collected from the British tabloid The Sun. The thesis identifies the linguistic features and means of newspaper headlines and describes their linguistic peculiarities.

Keywords: journalism, language, headlines, newspapers, analysis, tabloid newspapers, The Sun

Obsah

1	Úvod	8
2	Žurnalistika	9
2.1	Příbuzné pojmy žurnalistiky	11
2.1.1	Komunikace, masová komunikace	11
2.1.2	Médium, média, masová média	11
2.1.3	Veřejnost	12
2.2	Funkce žurnalistiky	12
3	Zpravodajství	14
3.1	Zpráva	14
4	Publicistika	16
5	Jazyk a styl médií.....	17
6	Novinové titulky	19
6.1	Funkce novinových titulků.....	20
6.2	Historie novinových titulků.....	20
6.3	Druhy titulků	21
6.3.1	Titulky statické a dynamické	21
6.3.2	Titulky obecné a konkrétní	22
6.3.3	Titulky věcné a obrazné	22
6.3.4	Titulky tematické, rematické a tematorematické	22
6.3.5	Titulky zpravodajské a publicistické	22
7	Charakteristika korpusu	24
8	Analýza titulků	26
8.1	Délka titulků.....	27

8.2	Titulky větné.....	28
8.2.1	Věta jednoduchá, souvětí souřadné a podřadné	28
8.2.2	Větné typy podle komunikativního záměru mluvčího	31
8.3	Titulky se slovesem v neurčitém tvaru po výpustce pomocného slovesa <i>to be</i>	33
8.4	Frázové titulky	34
8.4.1	Titulky neslovesné.....	35
8.4.2	Titulky slovesné bez podmětu.....	36
8.5	Titulky tvořené kombinacemi.....	37
8.6	Čas v titulcích	38
8.7	Trpný rod v titulcích.....	43
8.8	Elipsa v titulcích	44
8.8.1	Elipsa podmětu a pomocného slovesa.....	45
8.8.2	Elipsa sloves	46
8.8.3	Elipsa podstatných jmen.....	46
8.8.4	Elipsa čárek, přípon -'s a -n	46
8.8.5	Elipsa spojek	47
8.8.6	Elipsa členů	47
8.9	Typicky používaná slova v anglických titulcích	48
8.10	Častá slova vyskytující se v korpusu a expresivní jazyk	49
8.11	Užívání zkratk, akronymů a inicialismů	50
8.12	Neformální jazyk	51
8.13	Slovní hříčky	52
8.14	Aliterace, asonance, konsonance a rým	53
9	Závěr.....	55
	Summary	58

Seznam literatury.....	61
Seznam elektronických zdrojů	63
Seznam tabulek	64
Seznam grafů.....	64
Seznam titulků.....	65

1 Úvod

Stěžejním tématem této práce bude jazykový rozbor anglických novinových titulků. V teoretické části ale nejprve ukotví některé relevantní pojmy, jako je žurnalistika a její základní pilíře publicistika a zpravodajství, dále stručně přiblíží jazyk a styly vyskytující se v médiích a následně se bude věnovat funkcím, historickému vývoji a možným klasifikacím titulků. V samotném závěru teoretické části charakterizuje britské noviny *The Sun*, jejichž titulky budou předmětem jazykové analýzy.

Praktická část bude analyzovat 133 titulků shromážděných v období od 25. února do 30. března 2022 z předplacené digitální verze tištěných novin. Půjde o titulky informující o válce na Ukrajině, která vypukla 24. února 2022 po invazi Rusů. Tento konflikt nejen otřásl světem, ale přirozeně také okamžitě ovládl světová média a bulvární noviny *The Sun* nebyly výjimkou. Téma jsem si vybrala tedy z důvodu jeho aktuálnosti, vysokého zastoupení v obsahu novin a osobního zaujetí.

Obyčejní čtenáři se pravděpodobně často nad jazykem, kterým jsou novinové titulky psány, nepozastaví. Pozornost věnují spíše povaze sdělení než způsobu, kterým bylo sdělení předáno. Pro lingvisty jde ale o zajímavé téma, jelikož se titulky vyznačují určitými zvláštnostmi, jež se vymykají standardní gramatice. To platí zejména pro bulvární tisk, kde se dává volná ruka fantazii a kde není snaha o serióznost. Obecné popisy jazyka novinových titulků zmiňují zejména tyto rysy: vynechávání nepotřebných slov pro pochopení titulků (členy, slovesa), dominance podstatných jmen a použití přítomného času prostého. Dílčí analýzy budou zkoumat výskyt a četnost těchto i dalších jazykových rysů a prostředků v korpusu. Cílem práce je pak pomocí výsledků z dílčích analýz popsat jazykové zvláštnosti novinových titulků.

2 Žurnalistika

Zrod žurnalistiky spadá do počátku novověku, do období, kdy vznikaly větší státní celky, docházelo k významným zámořským objevům, rozvíjela se vzdělanost a vzrůstala dělba práce. Lidé se začali hojně zajímat o každodenní informace a zpráva se tak stala prodejným zbožím.

Důležitým krokem v rozvoji žurnalistiky byl samozřejmě vynález knihtisku Němcem Johannesem Gutenbergem roku 1450, první noviny podle Kunczika (in Bartošek, 2004) pak vznikly v Antverpách roku 1605 a ve Štrasburku roku 1609. „Zlatý věk“ žurnalistiky pak panoval v 19. a 20. století s postupným technologickým pokrokem a vynálezy, jež ho doprovázely. Žurnalistika se začala rozrůžňovat obsahově (politika, kultura, sport atd.) i hierarchicky. Zaměstnanci redakcí byli šéfredaktoři, vedoucí redaktoři, editoři, zpravodajové, redaktoři a další. Fotografie se stala součástí tištěných médií po polovině 19. století a ve 20. století se přidávají k médiím tištěným média elektronická (Osvaldová, Halada, 2002).

Definice žurnalistiky se v odborné literatuře mění v závislosti na autorech. Osvaldová a Halada (2002, str. 221) ji široce definují jako *„novinářské povolání i produkty této činnosti, které informují o aktuálním dění ve společnosti a názorech na toho dění“*. Bartošek (1997, str. 5) zase vymezuje žurnalistiku jako *„sbírání, úpravu a distribuci žurnalistických sdělení (textů, komunikátů) v žurnalistických celcích určeným veřejným příjemcům (recipientům, veřejnosti, publiku)“*, přičemž sdělení je *„vše, co podává nebo předává zprávu o existujících věcech, jevech a událostech, a to minulých, současných i budoucích“* a v Základech žurnalistiky (2004) uvádí dva významy žurnalistického celku: buďto ho můžeme chápat jako celé médium (časopis, deník, rozhlasová stanice) nebo určitý soubor sdělení (rubriky v denním tisku, zpravodajské noviny v televizi a rozhlase a podobně).

Ovšem hranice mezi tím, co žurnalistikou doopravdy je, a tím, co není, často není zcela jasná. Svoboda slova a tisku v Listině základních práv a svobod umožňují označit se za novináře prakticky každému (Russ-Mohl, 2005) a Burns (2004) dodává, že vymezení novináře jako povolání se stalo obtížnějším i kvůli internetu, který otevřel možnost publikovat komukoliv.

Podle McNaira (2004, str. 11) je důležité tuto hranici mezi žurnalistikou a ostatními nežurnalistickými formami v médiích identifikovat, protože význam sociologie žurnalistiky (kterou se rozumí vztah mezi žurnalistikou a komunitami, v nichž vzniká) spočívá v tom, že veřejnost má od konkrétní formy a obsahu žurnalistické komunikace jistá očekávání, a pokud jsou tyto osobité vlastnosti přítomny, výsledná komunikace se statusem liší od ostatních, nežurnalistických forem komunikace. Autorova definice žurnalistiky je proto doplněna o další prvky, které již zmiňovanou hranici pomohou vést: *„Jakýkoli vytvořený text v písemné, zvukové nebo vizuální podobě, který je publiku předkládán jako pravdivé oznámení nebo záznam jisté, až dosud neznámé (nové) skutečnosti existující v současném společenském světě“*.

Prvním odlišovacím prvkem definice je pravda (a přesnost), jejíž podstata je ovšem často mnohorozměrná a obtížně pochopitelná, žurnalistika se tedy snaží o co možná nejtěsnější *přiblížení se* pravdě. V této spojitosti často mluvíme o objektivitě, která je hlavním pojmem profesní etiky liberální žurnalistiky. Žurnalistika chce působit věrohodně a vzbuzovat ve společnosti důvěru.

Druhým prvkem je novost ve smyslu seznámení s doposud neznámými skutečnostmi anebo nová interpretace nějakých skutečností.

Autorství je třetím prvkem. Autor upozorňuje na to, že aby šlo o žurnalistickou formu, musí být vyprávěn nějaký *vytvořený* příběh. S vyprávěním příběhu předává žurnalista soubory předpokladů, postojů a hodnot – bez toho vyprávět příběh nelze. Pro lepší představu uvádí příklad, že pouhý soupis údajů o teplotě a tlaku vzduchu není žurnalismus, protože se nejedná o vyprávěný příběh. Pokud ale budeme mluvit o „špatném“ a „dobrém“ počasí, už předáváme hodnoty a myšlenky o tom, co to vlastně „dobré“ a „špatné“ počasí znamená, ať už s tím divák souhlasí či ne.

„Současný společenský svět“ v definici odkazuje na poslední prvek, aktuálnost. Žurnalistika se věnuje aktuálním událostem ve společnosti.

2.1 Příbuzné pojmy žurnalistiky

2.1.1 Komunikace, masová komunikace

Slovo komunikace pochází z latinského *communicare* (činit něco společným, společně něco sdílet). Hausenblas (in Vybíral, 2000, str. 17) v návaznosti na význam tohoto slova definoval komunikaci jako „*obcování lidí, společné podílení se na nějaké činnosti ve vzájemném kontaktu*“. Na komunikaci se tedy podílíme i naší pouhou přítomností v blízkosti jiných osob, mezi nimiž probíhá slovní výměna. Bez naší přítomnosti by totiž předaná informace dále proudila jiným způsobem nebo se lišila. Komunikací se tedy nerozumí pouze sdělení, ale i sdílení (tamtéž). Mnozí definují komunikaci ale v užším významu jako „přenos“, a to pouze z pohledu podavatele (McQuail, 2007).

Pod pojmem „masový“ chápeme něco, co má velký počet, rozsah či množství. Ovšem i tento termín je plný rozporů a jednotná definice masové komunikace kvůli různému pojetí obou pojmů tedy neexistuje (tamtéž).

Masová komunikace se podle Bartoška (2004) vyznačuje tím, že předávané sdělení je veřejné, jednosměrné (ze zdroje k příjemci), probíhá prostřednictvím nějakých technických přenosových prostředků a pochází z institucí (např. nakladatelství nebo redakce). Její publikum je rozsáhlé a nesourodé (různý věk, počet, profese, sociální prostředí).

Podle Kunczika (in Bartošek, 2004) má žurnalistika specifické znaky v rámci masové komunikace, a sice:

- pravidelnou periodicitu
- aktuálnost
- obecnou dostupnost žurnalistických celků (široká distribuce tisku např.)
- publicitu v žurnalistických celcích.

2.1.2 Médium, média, masová média

Kraus (2008, str. 8) uvádí podle Praktické encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace (Osvaldová, Halada, 2007) singulárové médium a plurálová média samostatně. Médium můžeme chápat v obecnějším měřítku pro sféru komunikace jako

vše, co slouží k úchově a přenosu sdělení v čase a prostoru (řeč, písmo, tanec, gesta, architektura, způsob, jakým se člověk obléká) anebo ho můžeme chápat v užším měřítku pro oblast žurnalistiky, reklamy a zábavy, jako „*označení technických prostředků a sociálních systémů sloužících masové komunikaci*“. Radíme mezi ně tak tisk, televizi, knihu, rozhlas, video, tisk, zvukové a vizuální záznamy a podobně.

Média jsou potom zařazeny slovníkem do oblasti masové komunikace a jsou definovány jako prostředky, které „*multiplikují sdělení veřejného charakteru a rozšiřují je směrem k rozptýlenému, rozmanitému, individuálně neurčenému anonymnímu publiku*“. Do masových médií patří časopisy, televize, internet, rozhlas, letáky a další tiskoviny a podobně (viz médium).

2.1.3 Veřejnost

Veřejností se v žurnalistice rozumí všichni, kteří přijímají nějaké masmediální celky a sdělení – čtenáři knih, novin nebo letáků, diváci TV a filmů, posluchači rozhlasů a další (Bartošek, 2004).

2.2 Funkce žurnalistiky

Russ-Mohl (2005) vymezuje osm nejdůležitějších funkcí žurnalistiky:

- Informování – poskytování potřebných informací jak pro běžný život obyvatel, tak pro pomoc při jejich rozhodování, která obyvatelé činí jako účastníci trhu a jako občané.
- Zveřejňování a formulování určitých věcných problémů a obsahů neboli jejich transformace na věci veřejné. Média by měla fungovat jako tzv. „hlídací pes demokracie“ – měla by střežit práva lidí a jejich svobodu.
- Termínem *agenda setting* je odborníky označováno soustředění pozornosti veřejnosti na jednu věc. Média se věnují primárně menšímu množství témat, která zrovna stojí v popředí zájmu veřejnosti, a tím obrací naši pozornost na daná témata. Tímto je zároveň určován průběh veřejného života – kvůli soustředění veřejnosti a médií na jednu problematiku je vysoká pravděpodobnost, že se jí budou věnovat i například politici, potenciálně na úkor mnohem závažnějších a dlouhotrvajících problémů.

- Kritika a kontrola je další důležitou funkcí novinářů, kteří veřejnost informují o záležitostech z oblasti ekonomiky a politiky, jež neměly tzv. „vyplout na povrch“. Joseph Pulitzer prohlásil, že tisk zabraňuje více případům korupce a zločinu než samotné zákony, a to díky strachu, který vyvolává. Média kontrolují a kritizují exekutivu, legislativu a zákonodárství, tedy alespoň v zemích, kde je svoboda tisku.
- Média nás ovlivňují – ať už naše chování nebo naše posuzování okolí. Z výzkumů masové komunikace dokonce vyplývá, že mínění společnosti je často totožné s názory projevenými v médiích. Proto se nabízí myšlenka, že mezi funkce žurnalistiky patří i „vedení“ lidí.
- Média také mají úlohu integrace. Může mít například podobu moderátorů z řad menšinových skupin dané země. Jde ale i rozmanitost obsahu médií, která se výrazně liší od dob, kdy média měla za úkol věnovat se pouze hlavním aktuálním tématům.
- V neposlední řadě média poskytují zábavu a přispívají našemu všeobecnému vzdělání.

3 Zpravodajství

Zpravodajství je jedním ze základních pilířů žurnalistiky a zároveň tvoří její historicky nejstarší část. Osvaldová a Halada (2002, str. 216) uvádí, že zpravodajství vzniklo „z potřeby informovat o ekonomických a také politických změnách, které mohly ovlivnit život lidí, a také z touhy být informován o zajímavých a nečekaných událostech jak z nejbližšího, tak vzdáleného okolí“.

Podle Bartoška (2004) je cílem zpravodajství informovat o aktuálních událostech ze všech oblastí politiky, výroby, obchodu, financí, kultury a sportu, z vědy, vzdělávání a výchovy, ze zdravotnictví, společnosti, veřejné správy a z přírody.

Pojmem zpravodajství označujeme jak novinářskou činnost, tak i její produkty. Jde o celý proces vyhledávání, shromažďování, třídění, vybírání, interpretaci a předávání informací a faktů příjemcům prostřednictvím médií. Pomocí předaných informací a faktů si potom příjemci utváří vlastní názory na okolní svět. Z tohoto důvodu by zpravodajství mělo být přesné, jasné, aktuální a objektivní. Velmi důležitá je jakákoliv absence názoru novináře (Osvaldová, Halada, 2002).

Kvůli těmto odlišujícím vlastnostem zpravodajství by vždy mělo být příjemci jasné, kdy se o zpravodajství jedná, a kdy nikoli. V tisku mají proto být stránky věnované zpravodajství jasně odděleny od těch publicistických, jež obsahují názory novináře (tamtéž). Ve svobodné společnosti neexistuje cenzura při výběru témat zpravodajství, výběr závisí na charakteru masmédiá a jeho redakční filozofii neboli etice (Bartošek, 2004).

3.1 Zpráva

„Zpráva je sdělení o tom, co se právě stalo, co se právě děje, co se má stát a co se v rozporu s očekáváním nestalo“ (Bartošek, 2004, str. 50).

Zprávu, nebo také oznámení, řadí Russ-Mohl (2005)¹ mezi nejzákladnější textové žánry žurnalistiky spolu s reportáží, komentářem a interview. Zpráva je ale na žebříčku důležitosti na prvním místě.

Zprávou může být vše, co je nevšední, výjimečné a aktuální. Ve Spojených státech amerických se výstižně říká: „*News is what's different*“. Podle této logiky potom mnoho žurnalistických učebnic uvádí známý příklad *pes pokousal muže*, který nezařazují mezi zprávy. Pokud ten samý příklad ale změníme na *muž pokousal psa*, dle učebnic už o zprávu jde. Russ-Mohl (2005) pochybuje o správnosti užití tohoto příkladu – má takové sdělení zpravodajskou hodnotu? – a zařazuje ho do sice zábavných, ale irelevantních *soft news*.² Aldo Sofia, švýcarský televizní novinář, nabídl v rozhovoru v roce 2001 podobný příklad: *pes vrtí ocasem* a *ocas vrtí psem*. V prvním případě se o zprávu nejedná, ovšem to, že ocas vrtí psem, už podle něj vysokou zpravodajskou hodnotu má.

Co se týče stavby, zpráva by měla být krátká, jasná a srozumitelná. Při sestavování by novinář měl zodpovědět na šest otázek: Kdo? Co? Kde? Kdy? Jak? Proč? (Burns, 2004).

¹ Příklady jsou převzaty ze stran 47-48.

² Internetová encyklopedie Encyclopedia Britannica definuje *soft news* jako styl a žánr žurnalistiky, který stírá rozdíly mezi informacemi a zábavou a věnuje se spíše životům jednotlivců (řadí se sem například novinky o celebritách a lifestyle). *Soft news* tedy nejsou zdaleka tak důležité jako *hard news*, které se věnují politice, ekonomice, mezinárodním vztahům a podobně.

4 Publicistika

Publicistika patří mezi odvětví žurnalistiky a spolu se zpravodajstvím tvoří její nejdůležitější část. Publicistika přináší stanoviska, objasňuje události, situace a myšlenky slovem, zvukem nebo obrazem v tisku, rozhlase, televizi i nových médiích (internetu). Jejými žánry jsou novinový článek, sloupec, fejeton, reportáž a interview (Osvaldová, Halada, 2002).

Publicistika obsahuje názor, hodnocení i subjektivní přístup, v čemž spočívá její odlišnost od zpravodajství. Zahrnuje emotivní prvky, soudy, zaujímá postoje a ve výsledku může přesvědčit a získat příjemce. Kromě toho také „*využívá jazykové i kompoziční postupy literární (např. metafory), různé jazykové vrstvy včetně nespisovných (v charakteristice postav apod.)*“ (tamtéž, str. 146-147).

Bartošek (2004) charakterizuje pět typů publicistiky:

- Analytickou publicistiku, která pracuje s objektivními zdroji (databáze, statistiky apod.) a užívá racionální důkazy, fakta a argumenty.
- Beletrizující publicistiku, která obrazně líčí události, používá metafory, alegorie a často se v ní vyskytuje i humor.
- Manipulativní publicistiku, v níž panuje snaha ovlivnit mínění veřejnosti (aby něco dělala či něčemu věřila a naopak).
- Blábolivou publicistiku, která spolu s manipulativní publicistikou neprodukuje texty shodné se skutečným stavem. Rozdíl mezi nimi je ovšem takový, že blábolivá publicistika spočívá v autorově nedbalosti a neznalosti skutečnosti.
- Úvahovou publicistiku, která spočívá ve věrohodných premisách a jejich dedukcích, jež mohou být racionální, ale často jednostranné – neopírají se o množství analogických skutečností a objektivních zdrojů tak, jako to dělá analytická publicistika. Polský jazykovědec Pisarek označil úvahové publicisty jako „*novináře, kteří většinou píší či mluví o tom, co si sami myslí o světě a o lidech, anebo subjektivně komentují to, co si světě a o lidech myslí nebo řekli jiní*“ (Bartošek, 1997, str. 65).

5 Jazyk a styl médií

Jazyku a stylu v oblasti médií stručně věnuje Kraus (2008)³, který uvádí, že styl je jednak záležitostí kompozice textu, jednak jazykových prostředků. Z hlediska textu je záležitostí na rovině formální, tematické a obsahové. Styl určuje míru srozumitelnosti, plynulosti a koherence textu. Na jeho utváření se podílí opakování identických výrazů a textových úseků a jejich obměna.

Jazykové prostředky v souvislosti se stylistikou dělíme na prostředky příznakové a nepříznakové. Jejich rozlišení spočívá ve výskytu či absenci nějaké vlastní stylové charakteristiky/zabarvení. Pro příklad: novinový titulek *Putin změnil názor: radar nevadí* je stylově nepříznakový, ale *Putin otočil: radar nevadí* je stylově příznakový. Slovem „otočil“ byl totiž informaci dodán nádech hovorovosti a určité depreciativnosti.

Podle stupně zobecnění můžeme styly klasifikovat na:

- Styly jednotlivého jazykového projevu (styl autora pravidelných novinových komentářů, styl novoročního projevu prezidenta)
- Styly žánrové (styl zpravodajský, styl publicistický)
- Styly individuální, u kterých se na utváření podílí subjektivní stylotvorné činitele, jako je věk, zkušenosti, vzdělání, znalost tématu apod. (styl novinářů)
- Styly interindividuální, na jejichž utváření se podílí objektivní stylotvorné činitele, tedy historické, politické a kulturní podmínky komunikace, protiklady mluveného a psaného projevu, vztah rovnocennosti či podřízenosti nebo nadřízenosti mezi komunikujícími atd. Také se nazývají styly normované – řídí se určitými zákonitostmi a psanými či nepsanými pravidly.
- Na nejvyšší příčce zobecnění stojí styly, které jsou vymezené funkcí jazykového projevu. Je to styl umělecký, odborný, vědecký, běžně dorozumívající, publicisticko-zpravodajský, administrativně-právní apod.

Zejména některé styly – vědecký, administrativně-právní – podléhají normám. Musí splňovat detailní a diferenciované pokyny (například od redakce, školy), které se

³ Titulky jsou převzaté ze strany 86.

vztahují k ustálenosti jazyka příslušné oblasti (terminologická korektnost, kompoziční uspořádání textu), rozmístění textu na stránce, užití typu písma, mezerám a vzdálenostem mezi řádky, citování apod. Tyto normy jsou často mezinárodní, čímž usnadňují porozumění daným dokumentům.

Výše zmínění subjektivní a objektivní stylové činitele se zásadně v každém jazykovém projevu střetávají. Některé projevy (či žánry) potom dávají subjektivním činitelům větší prostor. V mediální sféře je to třeba reportáž, fejeton, komentář. Jiné projevy jsou více vázány normami a autor je značně omezen. Toto se týká žánrů zpravodajských.

Další klasifikace se odvíjí podle stylových postupů. Ty chápeme jako obecné zásady uspořádání sdělované látky. Stylový postup **informační** se zaměřuje na věcná fakta a uplatňuje se tedy například ve zpravodajství. Dále to je slohový postup **popisný**, který utváří ucelenou představu o nějakém jevu, **vyprávěcí**, jež předkládá časový průběh událostí, **výkladový** (augmentativní), který se často používá ve vědeckých projevech a styl **úvahový**, ve kterém autor zaujímá subjektivní postoje a názory, a přitom využívá synonymní a antonymní výrazy a přirovnání.

Komplexní žánry často obsahují více než jeden stylový postup. Například v novinové, televizní či rozhlasové reportáži jsou zastoupeny kromě vyprávění i pasáže popisné, informační, výkladové. V případě sloupku a fejetonu dokonce nacházíme všechny stylové postupy.

Prolínání stylových postupů je dnes v médiích časté. U věcného zpravodajství, kde dříve převládal postup informační, stále více pozorujeme přítomnost funkce zábavní (ludické). Podle Neila Postmana (in Kraus, 2008) se zábavný příběh stává dominantní ideologie veškeré televizní a obecně mediální komunikace. Pouhé líčení informací je tak doplněno o dramatické děje, střety osob a jejich názorů, osudy jednotlivců a podobně. Média tak usilují o připoutání divákovy (čtenářovy) pozornosti.

Prolínání funkčních stylů zmiňuje i Bartošek (2004). Odborné a vědecké texty, dříve neosobní a věcné, začaly už na konci minulého století přijímat osobní, subjektivní a interakční rysy. Navíc se jejich struktura začínala podobat struktuře žurnalistických textů. Docházelo i ke sblížování jejich jazyka, a to vlivem anglosaské praxe.

6 Novinové titulky

Bartošek (2004) poněkud humorně přirovnává titulky k jídelnímu lístku, podle kterého si návštěvníci v kavárně (=novinách) vybírají z nabídky. Jsou totiž hlavním lákadlem, které upoutá čtenářovu pozornost a přiměje ho k přečtení článku. Po dočtení novin má potom čtenář přečteno dvakrát více titulků než článků. Co se týče bulvárních časopisů, stojí na titulcích dokonce jejich prodejní úspěch (Russ-Mohl, 2005). Podobně důležitost titulků vyzdvihuje i Srpová (1998), která připomíná, že člověk si novinový komunikát jednoduše nepřečte bez toho, aniž by si předtím nepřečetl jeho titulek. O významu titulků svědčí i fakt, že v některých redakcích fungují publicisté specializující se výhradně na psaní novinových titulků. Obecně jsou pak v mnoha redakcích časté tzv. „titulkové konference“. Formulace a výběr úvodního titulku a tématu je výhradou vedení redakce (Russ-Mohl, 2005).

Z tohoto důvodu je titulkům věnován důraz i v odborné literatuře. Titulky se analyzují z mnoha hledisek – jejich funkce, druhu, obsahu, formy, vztahu k textu apod. Termín, kterým se označuje forma jazyka užívaná v novinových titulcích, se nazývá blokový jazyk (*block language*). Jednoduché zprávy blokového jazyka často netvoří věty a skládají se například pouze z podstatného jména nebo jmenné fráze. Sloveso není třeba, jelikož sdělení porozumíme z kontextu. Některé formy blokového jazyka mají větné struktury, odchylují se však tendencí vynechávat slova s nízkou informační hodnotou, jako jsou členy a určitý slovesný tvar slovesa *be*. (Quirk, 1985). Dále se sem zahrnuje jazyk titulů knih, inzerátů, diářů, letáků, slovníků, katalogů atd. Tento termín je používán zejména v anglosaské literatuře (Srpová, 1998).

Aby titulek splnil svůj účel, existuje pár předpokladů, které by měl dodržovat. Podle Russe-Mohla (2005, str. 140) jsou to předpoklady následující:

- *Titulek musí obsahovat jasné sdělení*
- *Toto sdělení by mělo být ústředním sdělením celého textu*
- *Sdělení nesmí zkreslovat text*
- *Titulek musí být korektní, srozumitelný a nezavádějící*
- *Titulek by měl vzbuzovat čtenářovu zvědavost.*

6.1 Funkce novinových titulků

Jak již bylo zmíněno, upoutat čtenářovu pozornost a vyvolat v něm zájem o přečtení zbytku textu je úkolem právě titulku. Dosahuje toho prostřednictvím hry se slovy, humoru, sémantickou vágností, neúplností podané informace a podobně. Důležitou funkcí titulku je také orientovat čtenáře tak, aby bez problému našel článek, který ho zajímá (Srpková, 1998). Droppa (1998) též zdůrazňuje orientační funkci, a to na jednotlivých stranách novin a v tématicce. Bartošek (2004) v této souvislosti přidává orientaci v dílčích rubrikách. Titulky jsou také prostředek, kterým mohou noviny projevit svou osobitost, čímž se mohou odlišit od konkurence, se kterou sdílí velké množství zpráv (Bell, 1991).

Richardson (2007) rozlišuje dvě funkce: sémantickou a pragmatickou. Sémantická funkce se vztahuje k referenčnímu textu a pragmatická ke čtenáři, pro kterého je text určen. Tyto funkce fungují simultánně, jelikož titulek slouží k upozornění čtenáře na obsah či povahu textu.

6.2 Historie novinových titulků

Historickému vývoji titulků se ve svém slovníku věnuje McArthur (1992). Původní titulky měly poněkud odlišnou podobu od těch současných. Tiskaři jimi nazývali první řádku jakékoliv strany tisku a titulek se od zbytku textu nijak typograficky neodlišoval. V nejstarší dochované novinové brožuře týkající se bitvy u Floddenu (1513), kterou vydal Richard Faques, byl ale oddělen rudimentární titulek od zbytku výtisku. Konkrétně se nacházel nad dřevorytem, který znázorňoval tuto bitvu. Titulek zněl:

In whiche batayle the Scottishe Kyng was slayne

V 17. a 18. století se sice vyskytovaly titulky, neexistovala však žádná soustavná praxe titulkování a významným událostem se zřídkakdy dával důraz takovým způsobem. Titulky se nepsaly nad tiskové sloupky, ale zůstávaly v jejich hranicích. Americkou inovací na konci 19. století bylo psaní titulků napříč sloupky, jejich zkrácení a senzacechtivost. V roce 1990 pak vznikl tzv. *banner headline*, tedy titulek psaný

velkými písmeny na titulní straně novin, a také *streamer headline*, který se táhne přes celou stranu novin a je psaný malými písmeny.

V 70. letech 20. století převládalo mínění, že titulek má být neúplný, aby ve čtenáři vyvolal zájem o plný text. Kvůli rozvleklé výrobě tisku (horká sazba a ruční lámání) a orientaci na hluboké sloupce se také upřednostňovaly krátké titulky do tří slov. Statické titulky se vyskytovaly více než dynamické a stejně tak jednočlenné věty převažovaly nad dvojčlennými. Souvětí se pak vyskytovala naprosto minimálně. Zato užívání podtitulků a nadtitulků bylo časté.

Změna nastala v 90. letech, kdy zejména bulvární tisk sázel na poutací a výtvarnou úlohu svých titulků. Došlo také k odlišení zpravodajských titulků od zábavních a publicistických. „*Některé deníky prohloubily strukturu nadtitulků, hlavních titulků a úvodních odstavců (leadů a perexů), jiné ji nahradily dlouhými jedno i víceřádkovými titulky, protože zprávy se tisknou do více sloupců o menší hloubce (do šířky)*“ (Bartošek, 2004, str. 69). Citátové mezititulky se potom začaly využívat u delších sdělení. Celkově rostl význam titulků, a to z důvodu zkracování zpráv. Také titulkové zprávy nabyly větší významnosti. Svoje místo si potom titulky získaly i u popisů pod fotografiemi.

6.3 Druhy titulků

6.3.1 Titulky statické a dynamické

Titulky lze podle Bartoška (2002)⁴ rozlišovat z různých hledisek. Jedno hledisko zohledňuje, zda titulek obsahuje sloveso v určitém tvaru či nikoliv. Podle toho rozlišujeme titulky **statické**, v nichž sloveso chybí, a **dynamické**, v nichž se vyskytuje:

Vsetín do čela x Vsetín se probojoval do čela

Droppa (1998) dodává, že statické titulky se se vyznačují tím, že konstatují výsledek, upozorňují na skutečnosti, poukazují na stav, a to bez důrazu na změnu či pohyb. Naopak dynamické titulky pohyb, změnu, postup apod. preferují, proto v nich dominuje sloveso.

⁴ Titulky jsou převzaté ze strany 78.

6.3.2 Titulky obecné a konkrétní

Další hledisko nazírá na míru předaných informací a obsažnost sdělení. Podle toho lišíme titulky **obecné a konkrétní**:

V Čechách byli lepší Moravané x Po velkém boji a se štěstím Vsetín vyhrál v Pardubicích 4:2

6.3.3 Titulky věcné a obrazné

Dále můžeme klasifikovat titulky **věcné a obrazné**:

Vsetín zvítězil nad Pardubicemi x Valašská slivovice oslazená českým perníkem

6.3.4 Titulky tematické, rematické a tematorematické

Titulky podle přítomnosti tématu (východiska) a rématu (jádra) na **tematické, rematické a tematickorematické**:

Jak se dařilo Vsetínu? x Vrátili se jako vítězové x Vsetín si z Pardubic přivezl vítězství

6.3.5 Titulky zpravodajské a publicistické

Na titulky také pohlížíme podle vztahu k obsahu textu a tématu. Co se týče titulků zpravodajských, Čechová (2008)⁵ odlišuje dva typy. První typ titulků podává co možná největší množství informací, obsahují tedy resumé textu. Z toho důvodu se vyskytují také spolu s podtitulky nebo nadtitulky. Výhodou těchto titulků je rychlá orientace čtenáře v tisku svým vypovídajícím charakterem.

Krajem se prohnalo tornádo (titulek)

V Opatovicích odnášel vzdušný vír střechy a vzduchem létalo bláto, v Brně byly zatopené sklepy (podtitulek)

Druhý typ titulků podává informace pouze částečné a tím vybízí čtenáře ke zjištění zbytku, a tedy k přečtení celého textu. Nadtitulky a podtitulky je obvykle nedoprovází. Titulky tohoto typu zní například *Odpověď na kritiku* nebo *Svědomy Evropy*.

⁵ Titulky jsou převzaté ze stran 270-271.

Současně ve zpravodajských titulcích opadá tendence užívat jednočlenné věty neslovesné, ale naopak vzrůstá trend užívat věty dvojčlenné nebo souvětí.

Publicistické titulky jsou kratší a od zpravodajských se liší například užíváním obraznosti a svojí často pozoruhodnou výrazovou originalností. Jde zejména o metafory, modifikované frazémy a zmíněnou obraznost, které dělají titulek výraznější. Takový titulek například zní: *Automobilový trh je zrcadlem problémů jednotlivých zemí.*

V publicistice také vzrůstá obliba formulovat titulky jako otázky (zjišťovací, doplňovací i řečnické), namísto oznamovací věty. Vyskytují se také titulky hovorové, které mohou zřídka obsahovat nespisovná slova.

Společné pro publicistické a zpravodajské titulky je hojnější uplatňování citací a parafrází výroků pocházejících od jiného původce textu. V titulcích se vyskytuje zejména nevlastní přímá řeč (*Peníze se vždy najdou, říká Dvořák*) a obvyklé je používání dvojteček (*Pozůstali se ptají: Kdo jsou viníci masakru?*). Časté opakování titulků je pak záležitostí okrajovou, ale některé titulky se už staly standardními, například *Otevřely se brány škol.*

7 Charakteristika korpusu

Začátek britských novin The Sun sahá do roku 1911, kdy začal vycházet jejich předchůdce, nezávislý a levicový The Daily Herald. Ten vycházel pravidelně v období stávek a bezpodmínečně stávkáře podporoval. Později v roce 1922 se stal oficiálně novinami Kongresu odborových svazů (TUC), který později v roce 1930 prodal 51% novin společnosti Odhams Press, vydavateli The People. V tu dobu se The Daily Herald staly nejprodávanějšími novinami světa se 2 miliony prodaných výtisků denně. V roce 1961 byla společnost Odhams odkoupena společností Daily Mirror Newspapers Ltd. Tak vznikl Publishing Corporation (IPC), největší vydavatelský podnik světa. Když TUC prodala svůj zbývající podíl novin, IPC začalo vydávat The Daily Herald jako The Sun. První vydání s původním oranžovým logem vyšlo 15. září 1964 a na své titulní straně slibovalo svojí politickou nestrannost a nezávislost.

Roku 1969 odkoupil noviny Rupert Murdoch a záhy převedl noviny do bulvárního formátu. The Sun navíc zkopíroval formát a barvy jejich rivala Daily Mirror, z čehož vznikl červenobílý název novin. Když se v nich objevila první glamour modelka a další prvky tehdy považované za tabu, parlament vyjádřil nad novinami znechucení.

V roce 1978 začal The Sun podporovat konzervativce v čele s Margaret Thatcher. Jaký vliv měly tyto noviny na veřejnost dokazuje fakt, že je jejich kampaň všeobecně uznávána za pomoc Johnu Majorovi vyhrát volby v roce 1992. V den voleb se na titulní straně novin objevil jeden z nejslavnějších titulků novin, znějící *"If Kinnock wins today will the last person to leave Britain please turn out the lights."* V polovině devadesátých let byl The Sun na svém historickém vrcholu se 4 miliony kopií prodanými denně.

Dnes je pro noviny typické hojné používání barev a začlenění velkého množství fotografií. Zaměřují se na celebrity, problémy z reálného života a snaží se šokovat své publikum. Jde tedy o senzační žurnalistiku. The Sun také byl a stále je předmětem

kontroverzí.⁶ Terčem kritiky jsou v současnosti za šíření tzv. *fake news* (falešných zpráv) a své zavádějící titulky (Historic Newspapers UK, 2021).

⁶ Nejznámější vůbec je incident z roku 1989, kdy The Sun nařkl fanoušky Liverpoolu z okrádání obětí po katastrofě fotbalového stadionu Hillsborough. Čtenáři i stánkaři poté noviny bojkotovali a ve městě klesly tržby až o 75%. Noviny se poté musely omluvit, nikdy se z toho ale nevzpamatovaly a nelibosti občanů Liverpoolu čelí dodnes.

8 Analýza titulků

Předmětem jazykové analýzy jsou titulky z digitální verze tištěných britských bulvárních novin The Sun. Všechny vybrané titulky se věnují tématice války na Ukrajině, která propukla 24. února 2022. Práce bude analyzovat celkem 133 titulků, shromážděných v období od 25. února do 30. března 2022.

Analýza bude probíhat v oblasti syntaxe, morfologie, lexikologie a fonetiky. Nejprve zjistí, z kolika slov jsou titulky tvořeny. Poté zohlední větnou strukturu titulků, přičemž identifikuje titulky zcela tvořené větou jednoduchou či souvětím souřadným či podřadným. Následně rozdělí všechny věty vyskytující se v titulcích dle komunikativního záměru mluvčího na věty oznamovací, tázací, rozkazovací a zvolací. Odděleně poté charakterizuje titulky nespádající do předešlých kategorií, a sice titulky s neurčitým slovesem po výpustce pomocného slovesa *to be* a titulky frázové. U slovesných titulků také zjistí čas a zastoupení trpného rodu.

Jelikož se titulky obecně vyznačují určitými lingvistickými zvláštnostmi, jako je elipsa, využití emocionálně zabarvených slov, zkratek, slovních hříček a zvukových stylistických figur (např. aliterace), práce identifikuje, zda a v jaké míře se vyskytují v korpusu.

Před začátkem analýzy je vhodné formulovat několik hypotéz. Vzhledem k charakteru periodika očekávám především krátké titulky, většinou o 3-4 slovech, podávající malé množství informací o tématu. Budou převažovat titulky tvořené frázemi, klasických větných konstrukcí očekávám podstatně méně, protože titulky věnované válce na Ukrajině jsou zde psané mnohdy velkým tučným písmem a z drtivé většiny jsou doplněné o nadtitulky a/nebo podtitulky. Z těchto důvodů si myslím, že se titulcích bude vyskytovat souvětí naprosto minimálně. V souvislosti s tím také očekávám hojně vynechávání slov, které si čtenář může domyslet z kontextu, zejména členů a sloves. Titulky The Sun jsou poměrně proslulé jak kontroverzí, tak kreativitou, a proto předpokládám, že půjde o lingvisticky i sémanticky zajímavé titulky obsahující velké množství slovních hříček a snažící se vyvolat ve čtenáři silné emoce a zvědavost.

8.1 Délka titulků

Počet slov, ze kterých jsou titulky složeny, se pohybuje v rozsahu od jednoho do šestnácti slov, přičemž žádný titulek není tvořen čtrnácti nebo patnácti slovy. S rozmezím celkem čtrnácti různých počtů slov se dá říci, že délka titulků je poměrně hodně variabilní, nicméně zastoupení jednotlivých počtů není vyvážené. Nejvíce je titulků tvořených čtyřmi slovy, kterých je v korpusu dvacet devět (21,80 %). Následují titulky o třech slovech, jichž je dvacet osm (21,05 %). Tyto počty mají nad ostatními převahu a samy tvoří 42,85 % titulků, tedy více než třetinu. Za nimi jsou až titulky tvořené šesti (12,78 %) a dvěma (11,28 %) slovy. Nad 10 % se dostávají už jen titulky s pěti slovy, kterých je čtrnáct. Z tabulky níže vyplývá, že od sedmi slov výše se žádné titulky nevyskytují více než desetkrát a od osmi slov se rozpětí pohybuje od jednoho do pěti titulků. Nejméně je pak titulků o jednom a šestnácti slovech s jediným zástupcem (0,75 %).

Noviny tedy favorizují titulky od dvou do šesti slov, které dohromady tvoří 77,44 % korpusu. Vůbec nejpoužívanější jsou titulky o třech a čtyřech slovech. Z analýzy lze odvodit, že The Sun k tématice války na Ukrajině užívá zejména kratší titulky a dlouhé konstrukce značně méně. Lze očekávat, že titulky nebudou často bohaté na množství obsažených informací. Výsledky se také promítnou v následujících kapitolách o větěném a nevětěném zastoupení titulků v korpusu – už nyní je možné dedukovat, že souvětí se budou vyskytovat zřídka, což u titulků není překvapivé.

Tabulka 1

Délka titulků		
Počet slov	Počet titulků	Procentuální podíl
1	1	0,75 %
2	15	11,28 %
3	28	21,05 %
4	29	21,80 %
5	14	10,53 %
6	17	12,78 %
7	9	6,77 %
8	5	3,76 %
9	2	1,50 %
10	4	3,01 %
11	3	2,26 %
12	2	1,50 %
13	3	2,26 %
16	1	0,75 %

8.2 Titulky větné

V angličtině jsou pro stavbu věty nutné dva základní větné členy, a to podmět a přísudek. Podmět je nejčastěji realizován podstatným jménem či zájmenem a vyjadřuje konatele slovesného děje. Přísudek se převážně vyjadřuje slovesem určitým a vypovídá něco o podmětu – přisuzuje mu nějaký děj, vlastnost, stav anebo ho uvádí do určitého vztahu (Dušková, 2012).

8.2.1 Věta jednoduchá, souvětí souřadné a podřadné

Věta jednoduchá v anglickém jazyce je větou nezávislou a obsahuje podmět a sloveso. Souvětí obsahuje dvě nebo více vět. Tvoříme jej pomocí spojek, relativ, tázacích slov,

intonace a v angličtině navíc inverzí nebo juxtapozicí. Pokud jsou jednotlivé věty tvořící souvětí rovnocenné (na sobě nezávislé), hovoříme o souvětí souřadném. Pokud je jedna věta podřízena druhé (je na ní závislá), vzniká souvětí podřadné (tamtéž).

Věty souvětí souřadného jsou spojeny souřadícími spojkami and (a), or (nebo), but (ale), for (pro), nor (ani), yet (ještě), so (tak, aby). Druhý způsob spojení je asyndeticky, kdy bývá spojovacím prostředkem adverbium či adverbiální výraz, spojující věty svým lexikálním výrazem. Všechny věty jsou hlavní (tamtéž).

U souvětí podřadného panuje závislostní vztah mezi větou řídicí a větou závislou, kterou také nazýváme větou vedlejší. Jsou spojeny podřadícími spojkami, vztažnými zájmeny, tázacími slovy, inverzí. U juxtaponových vět obsahových (věty spojené spojkou *that*, která je často nepovinná, například „*The most important thing is (that) we shall all be able to go together*“) a vztažných („*The relief his outburst of anger afforded him was short-lived*“) a u komentujících vět vsuvkových („*The English are rather reserved, I believe*“) se vyskytuje subordinace nesignalizovaná formálním prostředkem. Pořadí vět lze většinou převrátit, na rozdíl od souvětí souřadného (tamtéž).⁷

Ze 133 analyzovaných titulků je 49 tvořeno **větou jednoduchou**. Některé z nich jsou složeny ze dvou jednoduchých vět („*We built Nato for moments like this. Now we must act*“, *NO ONE WILL FORGIVE...NO ONE WILL FORGET*) ale pro účely této práce nebudeme počítat věty samostatně. Většinou se tyto titulky objevují s jedním lexikálním slovesem, výjimku tvoří titulek *Putin's a vile bully. Who will grow a pair and punch him in the face?*, kde se ve druhé větě vyskytuje sloveso složené, patřící jednomu podmětu.

Souvětí souřadné najdeme pouze ve třech případech, přičemž vždy jde o spojení pomocí souřadící spojky *but*:

(13) *Russian rockets hit but heroes of Ukraine halt tanks*

(52) *I cry, but I have to be strong*

(78) *Let It Go angel is safe, but so many are in hell*

Souvětí podřadné zcela tvoří čtyři titulky. Příklady jsou:

⁷ Věty jsou převzaté ze stran 594, 599 a 616.

(44) *Forced to flee home, little girl sobs for the daddy she left behind*

(122) *If Russians come everybody will take a gun and fight to the end*

Titulek (65) je složen ze souvětí podřadného a věty jednoduché:

(65) *Mummy said I could only take one toy... Milka's my favorite*

A nakonec jediný titulek je tvořen samotnou **větou závislou**:

(127) *How Putin may end his lousy war*

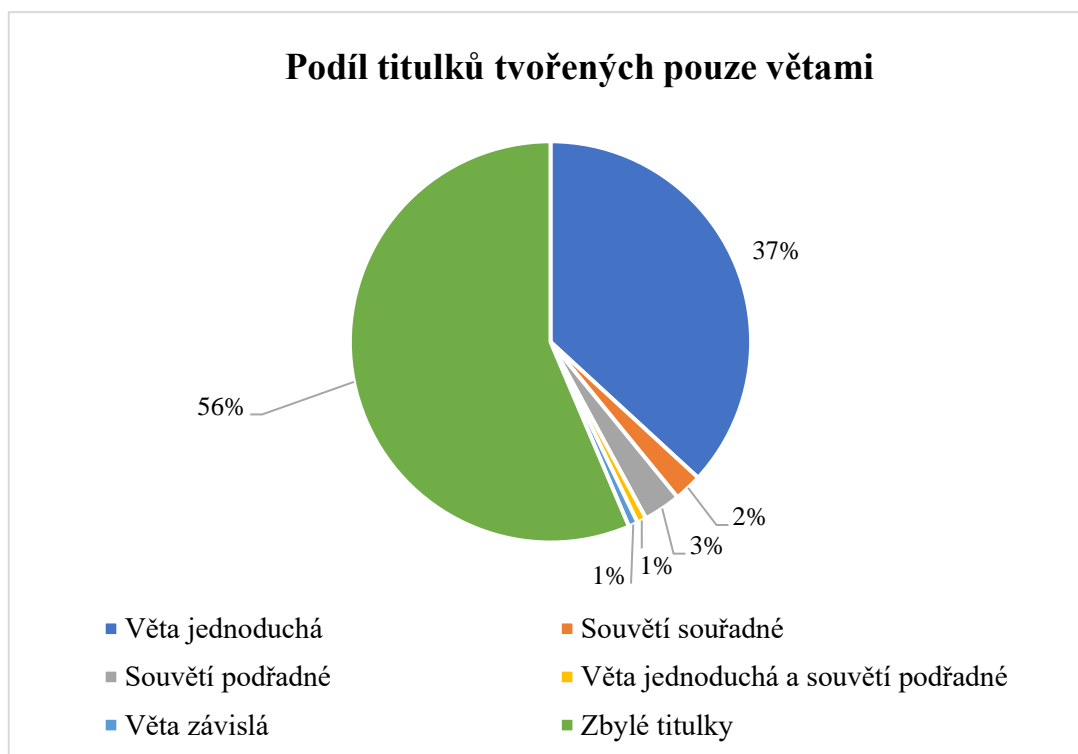
Následující tabulka zobrazuje titulky zcela tvořené větou jednoduchou, souvětím souřadným či souvětím podřadným a větou závislou.

Tabulka 2

Titulky tvořené větami	
Jednoduchá věta	2, 4, 5, 6, 7, 9, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 30, 35, 36, 43, 45, 57, 58, 62, 63, 68, 70, 71, 76, 77, 88, 89, 91, 95, 99, 102, 103, 106, 109, 112, 114, 115, 118, 120, 123, 124, 128
Souvětí souřadné	13, 52, 78
Souvětí podřadné	10, 53, 44, 122
Věta jednoduchá + souvětí podřadné	65
Věta závislá	127

Podobně graf 1 níže uvádí procentuální podíl těchto titulků na celkovém množství titulků. Dohromady tvoří 44 % a dominantním větným druhem je věta jednoduchá, která sama tvoří 37 % všech titulků. Výsledky nejsou překvapující, jelikož předmětem analýzy nejsou nadtitulky a podtitulky, které doprovází titulky The Sun velice často (někdy i více než jedny). Ty jsou bohatější na informace o daném tématu, a tudíž delší. Velice často právě ony tvoří souvětí, zatímco samotné titulky jsou stručné.

Graf 1



8.2.2 Větné typy podle komunikativního záměru mluvčího

Větné typy podle komunikativního záměru mluvčího jsou následující: věta oznamovací, věta tázací, věta rozkazovací a věta zvolací. „*Větou oznamovací mluvčí něco konstatuje (sděluje nějakou informaci). Otázkou vyjadřuje určitou neznalost a zároveň se obrací na posluchače, aby chybějící informaci doplnil. Rozkazem mluvčí vybízí posluchače, aby něco vykonal, a zvoláním vyjadřuje své pocity nad tím, co se v něm říká*“ (Dušková, 2012, str. 309-310).

8.2.2.1 Věta oznamovací

Biber (1999) uvádí, že věta oznamovací je převládajícím typem vět v novinách a korpus práce tomu tvrzení odpovídá. 56 titulků obsahuje větu oznamovací, což představuje většinu vět.⁸ Příkladem jsou titulky (57) *1M REFUGEES FLEE CONFLICT*, (76) *FOUR BRIT SQUADDIES GO TO WAR*, (74) *RUSSIAN GENERAL KILLED BY*

⁸ V této analýze jsou zahrnuty nejen titulky zcela tvořené větami, ale i věty z titulků, jež obsahují více odlišných konstrukcí (viz kapitola 8.5).

SNIPER. Souvětí (13) *Russian rockets hit but heroes of Ukraine halt tanks* se skládá ze dvou oznamovacích vět.

8.2.2.2 Věta tázací

Pouze 3 titulky v korpusu jsou ve formě věty tázací a titulek (18) zčásti: *Putin's a vile bully. Who will grow a pair and punch him in the face?* Dva titulky jsou však formulovány jako řečnické otázky: (99) *IS THIS YOUR IDEA OF PEACE PUTIN?* a (115) *ARE EU FOR REAL?* Noviny se tedy neobrací na čtenáře, aby otázku zodpověděli, ale spíše sarkasticky oslovují jiné osoby. Pouze titulek (53) *What CAN we do to stop Putin?* vyzívá čtenáře, aby se zamysleli a odpověděli, čímž je zapojuje do konverzace.

8.2.2.3 Věta rozkazovací

Vět rozkazovacích je v korpusu 5 a ve všech případech je podmět nevyjádřený: (5) *RUN FOR YOUR LIVES* (12) *GO F*** YOURSELF* (19) *FIGHT TO THE DEATH*, (63) *KILL PUTIN*, (70) *LET IT GO!* Nutno ale podotknout, že jedinými titulky, kterými přímo noviny vyjadřují rozkaz, jsou titulky (5) a (70), přičemž první zmiňovaný je namířen na ukrajinské občany a druhý na ruského prezidenta Vladimíra Putina. Titulky (12), (19) a (63) jsou rozkazy vyřčené osobami mimo noviny.

Tabulka 3

Větné typy podle komunikativního záměru mluvčího	
Věta oznamovací	2, 3, 4, 6, 7, 9, 10, 13, 15, 16, 17, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 30, 32, 33, 35, 36, 43, 44, 45, 50, 51, 52, 57, 58, 62, 65, 68, 71, 76, 77, 78, 88, 89, 91, 94, 95, 99, 102, 103, 106, 109, 112, 114, 118, 120, 122, 123, 124, 128, 129
Věta tázací	53, 99, 115
Věta tázací + Věta oznamovací	18
Věta rozkazovací	5, 12, 19, 63, 70

8.3 Titulky se slovesem v neurčitém tvaru po výpustce pomocného slovesa *to be*

V korpusu se vyskytují titulky s podmětem a lexikálním slovesem v neurčitém tvaru. V angličtině se takovým slovesům říká *non-finite verbs* a nevyjadřují čas, osobu či číslo. Typicky jde o infinitivy s a bez částice *to*, gerundia (slovesa v *-ing* formě) a participia (slovesa v *-ed* formě). Předmětem analýzy však budou titulky, v nichž se nachází lexikální sloveso, ale je vypuštěn tvar pomocného slovesa *to be*, tudíž přítomné sloveso nevyjadřuje výše zmíněné kategorie a je neurčité. Nejde tedy o identifikaci všech neurčitých sloves vyskytujících se v korpusu.

Příkladem je titulek (98) *BABIES BORN UNDER BOMBS*. Po přidání pomocného slovesa by šlo o úplnou větnou konstrukci s přísudkem, např. *BABIES WERE/ARE BURIED UNDER BOMBS* s vyjádřeným časem, osobou a číslem, a titulek by tvořil větu jednoduchou.

Důvodem vynechávání pomocných sloves v titulcích je úspora místa a jejich nepotřebnost – jak je zmíněno v kapitole šest, pomocná slovesa mají nízkou informační hodnotu, a proto je novinové titulky mnohdy vypouští. Těchto titulků najdeme v korpusu 10 a jejich přehled nabízí tabulka na další straně.

Tabulka 4

Přehled titulků se slovesem neurčitým po výpustce pomocného slovesa <i>to be</i>
(21) <i>ILL KIDS BLITZED</i>
(37) <i>NOW CIVILIANS BOMBED</i>
(59) <i>OLIGARCHS SANKTIONED</i>
(82) <i>Kids & mums buried under rubble</i>
(87) <i>VLAD'S TANKS BLITZED</i>
(98) <i>BABIES BORN UNDER BOMBS</i>
(100) <i>MUM OF 12 KILLED BATTLING INVADERS</i>
(107) <i>AWOL QUEEN GUARD NICKED</i>
(117) <i>VLAD WARNED ON CHEMICALS</i>
(74) <i>RUSSIAN GENERAL KILLED BY SNIPERS</i>

8.4 Frázové titulky

V korpusu se v hojném počtu nachází také titulky, jež zcela postrádající sloveso, podmět, titulky tvořené řetězem podstatných jmen, slovní hříčkou či jediným slovem. Těchto titulků je 57 a hromadně je zařadíme mezi fráze. Jde přitom o titulky, v nichž fráze tvoří celý titulek a není pouze součástí další konstrukce.

Mnohé starší slovníky a mluvnice a dnes zejména internetové zdroje uvádí frázi jako sekvenci alespoň dvou a více slov představujících jednu jednotku, ale například autoři Huddleston a Pullum (2005) tuto definici odmítají a za frázi označují ve své gramatice i samostatná slova.⁹ Fráze je tvořena hlavou, která udává, o jaký typ fráze půjde, a případně dalšími slovy, které o hlavě podávající doplňující informace či jí nějak specifikují. Rozlišujeme fráze jmenné, slovesné, adverbiální, adjektivní a předložkové. Hlavou jmenné fráze je podstatné jméno, hlavou adverbiální fráze přídavné jméno apod.

⁹ Stejně pojímá fráze i Longman Grammar of Spoken and Written English od Bibera a kol. (1999).

Fráze vytváří i komplexní struktury, jelikož se mohou vkládat do sebe (jmenné fráze se často pojí s předložkovými), anebo být spojené souřadícími spojkami. To se týká i jednotlivých částí frází: „*Hlavy i modifikátory mohou být koordinovány ve jmenných frázích, slovesných frázích, přídavných frázích a adverbálních frázích*“ (Biber, 1999, str. 113).¹⁰ U jmenných frází například *červené a modré šaty* a *červené šaty a sukně*.

8.4.1 Titulky neslovesné

V první řadě jde o titulky zcela postrádající sloveso, kterých je v korpusu 53. Z nich je velká část tvořena **jmennými frázemi**, což je obecně pro titulky typické (viz blokový jazyk). Jmenné fráze se mohou skládat ze samostatného podstatného jména anebo být rozvinuty o:

- a) determinanty (např. členy, číslovky, ukazovací zájmena, přivlastňovací zájmena, podstatná jména v přivlastňovacím pádu)
- b) modifikátory (nejčastěji přídavná jména)
- c) či doplňky (ve formě předložkových frází) (tamtéž).

Takové případy demonstrují následující titulky:

1. (28) *NO SURRENDER*, (34) *A STAND – UP HERO*, (49) *PUTIN'S CANNON FODDER*, (105) *THE NAZI PARTY*

Titulky výše obsahují *determinanty*, a to adverbium *NO*, neurčitý člen *A*, podstatné jméno v přivlastňovacím pádu *PUTIN'S* a určitý člen *THE*.

2. (86) *HELL ON EARTH*, (93) *MASSACRE AT DAWN*, (104) *MONSTER OF MAURIUPOL*

Druhý set titulků obsahuje předložkové fráze *ON EARTH*, *AT DAWN*, *OF MAURIOPOL*, které plní roli *doplňku* podstatného jména.

3. (55) *NUCLEAR BLAZE*, (85) *BLOODY HEROES*, (119) *CHEMICAL REACTION*

¹⁰ Přeloženo autorkou.

Poslední příklady titulků ukazují podstatná jména *modifikovaná* o přídavná jména *NUCLEAR*, *BLOODY* a *CHEMICAL*. Modifikátor je i v titulku (34) výše, kde *STAND – UP* není přídavné jméno, ale podstatné jméno.

Na dalších jmenných frázích můžeme vidět různé kombinace: (8) *A BAD VLAD... AND HIS KREMLIN CRONIES*, (11) *THE THIN BLUE&YELLOW LINE*, (14) *MEGA BOMB FEAR*, (46) *TOT BUNKER IN WARZONE* (60) *COLD-BLOODED MURDER*, (69) *CANCER KIDS IN ESCAPE*.

Ačkoli se často uvádí, že titulky bývají tvořené **řetězcem podstatných jmen**, troufám si říci, že dnes je to poměrně vzácné a výhradou zejména bulvárních tisků. V korpusu se nachází šest takových titulků:

(39) *ROUBLE & STRIFE*

(48) *VLAD WAR CRIMES*

(72) *VLAD'S 'PEACE' SHAM*

(47) *POLINA'S BRO&SIS BATTLE*

(49) *PUTIN'S CANNON FODDER*

(56) *DAD'S ARMY V VLAD'S ARMY*

Do této kapitoly neslovesných titulků zařadíme i titulky se **slovní hříčkou** (116) *VLAD TO WORSE*, (113) *PUTIN THE BOOT IN* a (59) *PRITI HOPELESS* (hlavou je adjektivum *hopeless*, jde tedy o adjektivní frázi) a titulek tvořený jediným **přídavným jménem** (41) *BARBARIC* (též adjektivní fráze).

8.4.2 Titulky slovesné bez podmětu

Menší část titulků obsahuje sloveso, zcela však postrádají podmět.¹¹ Jde o titulky (130) až (133): *DYING IN THE RUIN*, *TORN APART*, *BLOWN TO PIECES* a *SENT TO PUTIN CAMPS*. Dušková (2012, str. 390) ve své mluvnici uvádí podmět jako „základní větný člen, který na rozdíl od ostatních jmenných větných členů je pro stavbu anglické

¹¹ Dané titulky jsou opět zbaveny o tvar pomocného slovesa *be*, stejně jako titulky v kapitole 10, ty ovšem obsahují podmět.

věty nezbytný“ a dodává, že věta bez podmětu v angličtině neexistuje. Věty s podmětem nevyjádřeným, avšak indikovaným slovesným tvarem a větnou strukturou, se v angličtině vyskytují pouze u rozkazovacích vět druhé osoby (v korpusu například *RUN FOR YOUR LIVES* a *KILL PUTIN*). Proto tyto titulky v analýze zahrnujeme do jednoduchých vět.

Přehled titulků tvořených z frází najdeme v následující tabulce. Jejich celkový počet čítá 57 titulků ze 133. Z příkladů uvedených v posledních dvou podkapitolách je jasné vidět, že tyto titulky jsou velice často vytvořené s maximální snahou upoutat pozornost a šokovat, což odpovídá povaze novin. Z toho důvodu jsou titulky taky krátké a „neúplné“ – obsahují minimální množství informací a nutí čtenáře ptát se na doplňující otázky a chtít zjistit více k tématu.

Tabulka 5

Titulky tvořené frázemi	
Neslovesné titulky	1, 8, 11, 14, 28, 29, 31, 34, 38, 39, 40, 41, 42, 46, 47, 48, 49, 54, 55, 56, 60, 61, 64, 66, 67, 69, 72, 73, 75, 79, 80, 81, 83, 84, 85, 86, 90, 92, 93, 96, 97, 101, 104, 105, 108, 110, 111, 113, 116, 119, 121, 125, 126
Slovesné titulky bez podmětu	130, 131, 132, 133

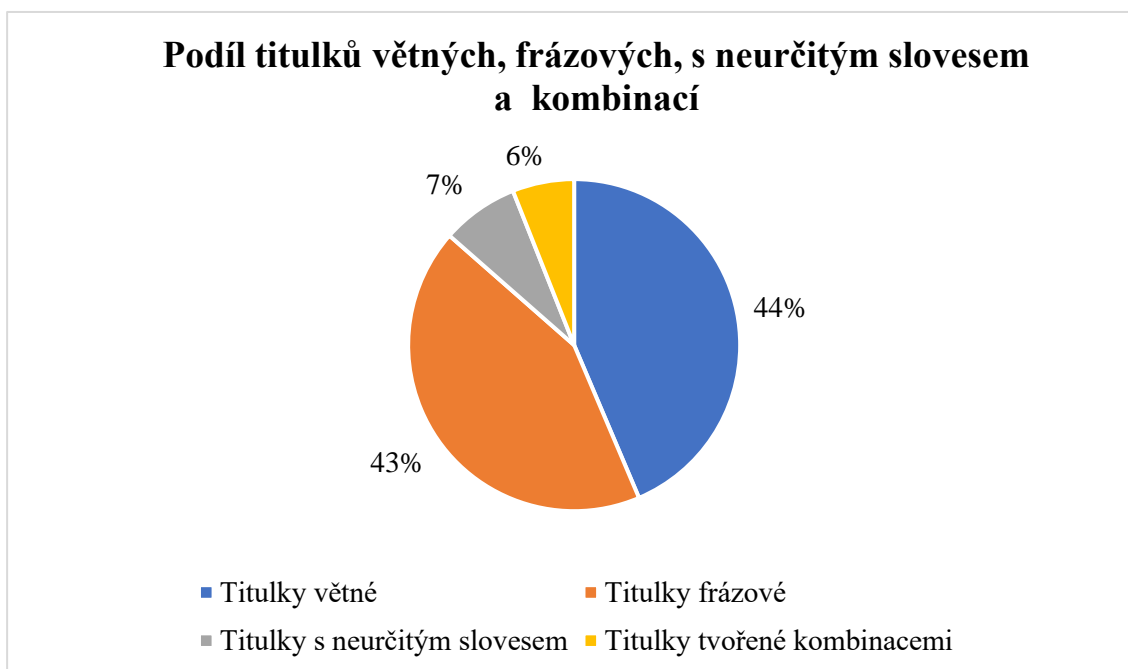
8.5 Titulky tvořené kombinacemi

V korpusu se také vyskytují titulky, jejichž stavba není homogenní a obsahují více odlišných konstrukcí. Titulky (3) *Ukraine: Our British missiles are taking out Vlad's invaders* a (33) *Kristina: I don't give a sh*t about the war* jsou ve formě výpovědi (věta jednoduchá) uvedené jménem osoby/státu s dvojtečkou (fráze). Přímou výpovědí má být i titulek (50) *RUSSIA WANTS TO ERASE US ALL – UKAINIAN PRESIDENT VOLODOMYR ZELENSKYY*, tvořený též větou jednoduchou a frází. Titulek (129) začíná řečnickou otázkou (fráze), kterou následuje souvětí podřadné: *PEACE? ..Russians must think we were born yesterday*. Z věty závislé a frází se skládá titulek (94) *Brits in trenches, WW2 weapons..but this is 2022*. Titulek (32) *Putin's time running*

out as Europe wakes up tvoří větný fragment se slovesem neurčitým a věta závislá. Nejvíce kombinací obsahuje titulek (51) *Kids in cages&Russians fed lies as Putin creates the new N Korea*. Titulek se skládá z fráze *kids in cages*, větného fragmentu se slovesem neurčitým *Russians fed lies* a věty závislé *as Putin creates the new N Korea*. Posledním titulkem je (20) *GIVE ME AMMO PLEA OF PREZ VOL*, který je tvořen větou *GIVE ME AMMO* a frází *PLEA OF PREZ VOL*.

Graf 2 shrnuje výsledky analýzy z kapitol 8.2, 8.3 a 8.4 a ukazuje podíl titulků zcela tvořených větami (58) či frázemi (57), titulků s neurčitým slovesem po výpustce slovesa *be* (10) a titulků, které obsahují více odlišných konstrukcí (8). V grafu můžeme vidět, že zastoupení titulků frázových (43 %) a větných (44 %) je téměř stejné. Z kapitoly věnované titulkům větným víme, že jde hlavně o věty jednoduché a titulků složených ze souvětí je pouze osm. Titulků s neurčitým slovesem po výpustce pomocného slovesa *to be* je deset (7 %) a osm titulků (6 %) je potom seskládaných z různých kombinací.

Graf 2



8.6 Čas v titulcích

V anglickém jazyce se slovesa skloňují pouze pro dva časy – přítomný a minulý. Formální budoucí čas v angličtině neexistuje, dokážeme ho však vyjádřit několika

způsoby. Čas ovšem nelze určit vždy, a to v rozkazovacích větách a větách s neurčitým tvarem slovesa (v angličtině *non-finite clauses*). U vět se slovesem v určitém tvaru (*finite clauses*) se navíc buďto označuje čas nebo modalita, nikdy ne obojí. Modální slovesa přítomná ve větách tedy zamezují označení času, na druhou stranu však někdy vyjadřují časové rozlišení (Biber, 1999).

V této souvislosti je třeba zmínit *aspect*, který do češtiny překládáme jako vid. Podle Bibera (1999) vid i čas slouží k časovému rozlišení slovesných frází, čas pro orientaci v minulém a přítomném čase a vid pro určení, zda jsou stavy a události popsané slovesem dokončené či nedokončené. Rozlišujeme vid prostý, průběhový, dokonavý a dokonavý průběhový. „Vid dokonavý označuje stavy či události odehrávající se v průběhu nějakého období před určitým časem. Vid průběhový označuje událost či stav, který probíhá nebo pokračuje v době naznačené zbytkem slovesné fráze“ (tamtéž, str. 460).¹² Vid dokonavý se vyznačuje pomocným slovesem *have* a *ed*-participiem a vid průběhový pomocným slovesem *to be* a *ing*-participiem. Aspekty se poté kombinují s přítomným a minulým časem.

Přiblížíme si některá použití kombinací vyskytujících se v korpusu. **Přítomný čas prostý** odkazující na přítomnost má dvě základní funkce: popisovat stav a obvyklé chování existující v současné době. Může však odkazovat i na minulé události za účelem vytvoření živějšího popisu událostí, jako by se udály v době projevu. Přítomný čas prostý užíváme i k vyjádření budoucích událostí, které jsou pevně dané a jejich uskutečnění je jasné v době řeči. Na budoucnost pak přímo odkazují například doprovodná příslovce času. **Přítomný čas průběhový** je použit pro události, které jsou právě v průběhu anebo budou v blízké budoucnosti, pro krátkodobé situace a zvyky. **Minulý čas prostý** odkazuje nejčastěji na minulost, hojně ho vidíme ve fiktivních vyprávěních a popisech. Minulý čas prostý popisuje událost, která už neexistuje či událost, která se udála v určitém čase v minulosti. Slovesa *want*, *wonder* a *think* v minulém čase prostém se však můžou vztahovat spíše k přítomnosti, v situacích, kde mluvčí váhá a je zdvořilý (*Did you want a cup of tea?*). Minulý čas vztahující se spíše k přítomnosti najdeme i u některých závislých vět, kdy vyjadřuje hypotetickou situaci.

¹² Přeloženo autorkou.

Pomocí **předpřítomného času prostého** mluvíme o nějaké situaci, která začala v minulosti a trvá do současnosti, anebo o situaci, která se udála v minulosti a má nějaký druh relevance pro současnost. **Budoucnost** se označuje modálními či polomodálními slovesy *will, shall* a *going to* (tamtéž). Huddleston (2005) dodává, že mezi modalitou a budoucností existuje vnitřní spojení, jelikož o budoucnosti nemáme stejné znalosti jako o přítomnosti a minulosti, a tudíž většinou není možné budoucí události či situace podávat jako úplná fakta. Proto při mluvení o budoucnosti používáme modální slovesa. K odkazování na přítomnost, minulost i budoucnost však slouží i další modální slovesa, jak uvidíme v analýze.

Nejvíce se v titulcích objevuje přítomný čas prostý, celkem 37krát. Titulky psané v tomto čase odkazují v novinách jak na události z minulosti, tak na trvající, či opakující se události v průběhu války, které platí i v době vydání novin. O který z těchto případů jde vyplývá z kontextu, např. titulek (71) *Kate flags her support for Ukraine* pojednává o vévodkyni Kate, která projevila podporu Ukrajině prostřednictvím brože v podobě ukrajinské vlajky. Podobně i titulky (22) *Russians shoot US journalist at bridge*, (57) *IM REFUGEES FLEE CONFLICT* a (58) *RUSSIA NAVAL OFFICER IS KILLED* se vztahují k minulosti. Nutno podotknout, že noviny The Sun vycházejí každý den, tudíž o událostech a novinkách na Ukrajině informují obratem a jde o minulost velmi blízkou.

Titulků vztahujících se k dlouhodobějším/opakujícím událostem do současnosti (a tedy odkazujících na přítomnost) najdeme v korpusu méně. Příkladem je titulek (106) *WAR HEADS WEST*, (4) *Anti-war protests erupt in Russia* a (45) *UK SNIPER VETS AIM AT RUSSIA*. Značná část titulků je také formulována jako výpověď (zejména Ukrajinců). Tyto titulky označují stav, např. (23) *I'M SAFE MUM* a (62) *WE'RE READY FOR YOU VLAD* nebo (89) *Attack on tots is a war crime*.

Důvodem, proč The Sun hojně využívá přítomný čas prostý i pro události minulé, je také snaha zapůsobit na čtenáře. Třeba titulek (15) *VLAD BOMBS BABIES* uvádí článek o jediném útoku na nemocnici, avšak titulek vytváří dojem, že se jedná o činnost probíhající běžně, čímž více šokuje a znepokojuje čtenáře. Ostatně i Cambridge Dictionary uvádí, že přítomný čas prostý je v titulcích používán pro dramatickost.

Přítomný čas průběhový je užit v titulcích zřídka, což není překvapivé vzhledem k omezenému prostoru na stranách. Najdeme ho v titulku (109) *NOW HE'S BOMBING SCHOOLS*, spolu s adverbium *now*, které se často s tímto časem pojí, a v titulku (3) *Ukraine: Our British missiles are taking out Vlad's invaders*.

Překvapující je naopak nízké zastoupení minulého času prostého. Ten se vyskytuje pouze v sedmi titulcích, např. (103) *EU SOLD WAR KIT TO VLAD*, (17) *CITY UNITED ON UKRAINE*, kde označuje jednorázovou událost z předešlého dne, a (36) *HER NAME WAS POLINA*, kde je použit z důvodu úmrtí jmenovaného dítěte.

Předpřítomný čas prostý se pak vyskytuje pouze v jednom titulku, (91) *You've killed our children... now you'll pay*, který je opět formulovaný jako výpověď.

Titulků vztahujících se k budoucnosti najdeme v korpusu 11, přičemž v devíti případech je budoucnost vyjádřena pomocí modálního slovesa *will*. To je využito například při výhrůžkách ((91) *You've killed our children.. now you'll pay*), predikcích ((16) *PUTIN WILL NEVER STOP*), záměrech a rozhodnutích ((77) *WE'LL FIGHT TO THE END*). V titulku (122) *If Russians come everybody will take a gun and fight to the end* tvoří spolu se spojkou *if* větu podmínkovou. Jediný titulek se vztahuje k blízké budoucnosti pomocí modálního slovesa *may*: (7) *VLAD MAY FACE WAR CRIMES RAP*, kde *may* vyjadřuje budoucí možnost a jeden titulek obsahuje modální sloveso *must*, které vyjadřuje nutnost: (26) *PM must seize the assets of oligarchs*.

Modální slovesa odkazující na přítomnost najdeme v titulcích (9) *„We built Nato for moments like this. Now we must act“*, (10) *We must dig deep to beat the Hitler of our times*, kde sloveso *must* vyjadřuje nutnost, dále (129) *PEACE? ..Russians must think we were born yesterday*, kde vyjadřuje přesvědčení, a (53) *What CAN we do to stop Putin?*, v němž modální sloveso *can* znamená *moci*. Minulý čas vyjadřuje v titulku (65) *Mummy said I could only take one toy... Milka's my favorite* modální sloveso *could*, préteritní forma slovesa *can*, znamená *smět*.

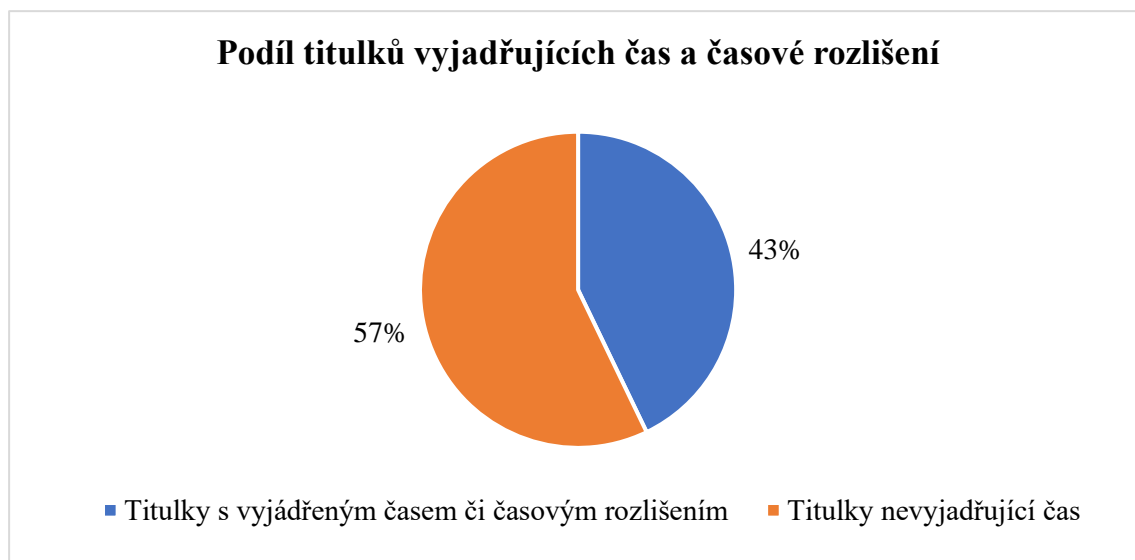
Přehled použitých časů vyobrazuje tabulka na další straně.

Tabulka 6

Přehled použitých časů v jednotlivých titulcích	
Přítomný čas prostý	2, 4, 13, 15, 18, 23, 24, 25, 27, 30, 32, 33, 35, 44, 45, 52, 57, 58, 62, 71, 76, 78, 88, 89, 94, 95, 99, 102, 106, 112, 114, 115, 118, 120, 122, 124, 128
Přítomný čas průběhový	3, 32, 109, 123
Minulý čas prostý	9, 17, 36, 65, 44, 103, 129
Předpřítomný čas prostý	91
Modální slovesa odkazující na budoucnost	6, 7, 16, 18, 26, 43, 68, 77, 91, 122, 127
Modální slovesa odkazující na přítomnost	9, 10, 53, 129
Modální slovesa odkazující na minulost	65

Graf níže zobrazuje podíl titulků (43%), ve kterých se vyskytuje sloveso určité vyjadřující čas a modální sloveso vyjadřující časové rozlišení, na celkovém počtu titulků.

Graf 3



8.7 Trpný rod v titulcích

V angličtině rozlišujeme stejně jako v češtině rod činný (*active voice*) a rod trpný (*passive voice*). Podmět ve větách psaných v rodě činném označuje aktivního účastníka, vykonavatele akce, zatímco podmět ve větách psaných v trpném rodě označuje pasivního účastníka, podstupujícího akci (Huddleston, 2005). Jinými slovy „*jmenná fráze v roli podmětu v pasivní konstrukci obvykle odpovídá jmenné frázi, která je přímým předmětem v přidružené aktivní konstrukci*“ (Biber, 1999, str. 475).¹³

Rod trpný je možný tvořit u vět s většinou tranzitivních sloves, tedy sloves přibírajících předmět. V angličtině obsahuje podle Bibera (1999) většina pasivních konstrukcí pomocné sloveso *to be* a *ed*-participium. Pokud je vyjádřený činitel slovesného děje, obsahuje konstrukce i předložku *by*, Dušková (2012) ve své mluvnici ovšem podotýká, že takových konstrukcí je podstatně méně, jelikož hlavní funkcí pasiva je právě potlačení onoho konatele. Biber (1999) pak rozděluje pasivní konstrukce s činitelem na dlouhé pasivum a bez činitele na krátké pasivum.

Začlenění (zejména krátkého) pasiva v novinách dáno tím, že ohniskem příběhu je událost zahrnující postiženou osobu či instituci a původce této události je nezajímavý, snadno odvoditelný nebo již zmíněný. Jelikož je také ušetření prostoru předmětem novinářské snahy, je přirozené činitele vynechávat (tamtéž).

V korpusu se trpný rod vyskytuje u 12 titulků, zobrazených v tabulce níže. V jedenácti případech jde o pasivum krátké, tedy bez činitele. Výjimkou je titulek (74) *RUSSIAN GENERAL KILLED BY SNIPER*, kde se vyskytuje předložka *by* s činitelem *sniper*, který důležitý a zajímavý, proto je ponechán v titulku. Zvláštností titulků obecně je vynechávání pomocných sloves, což můžeme zde vidět v drtivé většině případů. Pomocné sloveso *to be* je ponechané pouze u titulku (58) *RUSSIA NAVAL CHIEF IS KILLED*.

¹³ Přeloženo autorkou.

Tabulka 7

Přehled titulků obsahujících trpný rod	
Krátké pasivum	(21) <i>ILL KIDS BLITZED</i>
	(37) <i>NOW CIVILIANS BOMBED</i>
	(51) (...) <i>Russians fed lies</i> (...)
	(58) <i>RUSSIA NAVAL CHIEF IS KILLED</i>
	(59) <i>OLIGARCHS SANKTIONED</i>
	(82) <i>Kids & mums buried under rubble</i>
	(87) <i>VLAD'S TANKS BLITZED</i>
	(98) <i>BABIES BORN UNDER BOMBS</i>
	(100) <i>MUM OF 12 KILLED BATTLING INVADERS</i>
	(107) <i>AWOL QUEEN GUARD NICKED</i>
(117) <i>VLAD WARNED ON CHEMICALS</i>	
Dlouhé pasivum	(74) <i>RUSSIAN GENERAL KILLED BY SNIPERS</i>

8.8 Elipsa v titulcích

Biber (1999, str. 156) definuje elipsu jako „*vynechání prvků, které lze přesně obnovit z lingvistického nebo situačního kontextu*“¹⁴ a rozlišuje ji na elipsu textovou a elipsu situační. Internetový slovník Cambridge Dictionary (nedatováno) uvádí, že textová elipsa je použita v situacích, kdy můžeme jednoduše porozumět celé větě díky okolnímu textu. Jako příklady představuje:

- a) subordinační spojku *that* v podřadných souvětích (*I knew [that] something terrible had happened*).
- b) vypuštěné prvky v souřadných souvětích, např. podmět (*We went for a walk and [we] took some lovely photographs*) nebo delší konstrukce (*Do you want to stay in or [do you want to] go out?*)

¹⁴ Přeloženo autorkou.

- c) doplněk slovesa, pokud je jasné, co daným doplňkem je (A: *Have more coffee.*
B: *I'd better not [have more coffee].*)

Elipsa situační je použita v případě, že někdo/něco očividně vyplývá ze situace, např.:

- a) podmět ve tvaru zájmena, obzvlášť na začátku věty (*Bye! [I] Hope you have a nice holiday* a *I saw Janice in town. [She] Said she's getting married next year*)
b) podmět a pomocné sloveso na začátku věty (*[Have you] finished with the newspaper?*)
c) pomocné sloveso v otázkách (*[Is] Richard coming tonight?*), Biber (1999) ovšem přidává i věty oznamovací
d) členy (*[The] dog wants to go out. Can you open the door for him?*)
e) ustálené výrazy (*I can't read that. I'm [as] blind as a bat without my glasses*).

Slovník u příkladů uvádí, že jde o jev vyskytující se v neformální konverzaci, víme ale, že elipsa je pro titulky typická a výše zmíněné příklady (plus další) se v nich uplatňují. Předmětem analýzy bude elipsa sloves a podmětu, podstatných jmen, členů, čárek, přípony *-s* u podstatných jmen v přivlastňovacím pádu, přípony *-n*, vynechaných prvků v souvětích.

8.8.1 Elipsa podmětu a pomocného slovesa

Už kapitole 11.2 byly zmíněny čtyři titulky, jež sice obsahují lexikální sloveso, ale postrádají podmět a sloveso pomocné. Jde o titulky (130) *TORN APART*, (131) *BLOWN TO PIECES*, (132) *DYING IN THE RUIN* a (133) *SENT TO PUTIN'S CAMPS*. Podmět vyplývá u některých titulků přímo z kontextu a u některých titulků z okolních fotografií a doprovodných nadtitulků a podtitulků. Jeho začlenění do titulku tedy není důležité a může být vypuštěn, díky čemuž titulek zní úderněji a šetří místo na stránkách.

V této kapitole také přibude titulek (100) *MUM OF 12 KILLED BATTLING INVADERS*, který by po doplnění mohl znít *MUM OF 12 KILLED WHILE SHE WAS BATTLING INVADERS*, ale podmět je totožný s podmětem na začátku titulku, proto může být vynechán. Stejně je tomu u titulku (122) *If Russians come everybody will take a gun and fight to the end*, kde je vypuštěno *everybody will*.

Pouze podmět chybí u titulku (78) *Let It Go angel is safe, but so many are in hell*, kde by mohl být vložen podmět *angels/people* v druhé větě.

8.8.2 Elipsa sloves

Práce také již zmínila vynechaná pomocná slovesa u titulků s neurčitým tvarem slovesa a v trpném rodě (viz kapitoly 8.3 a 8.7). V korpusu se ale také nachází 2 titulky, v nichž by tvar slovesa *to be* fungoval jako sloveso lexikální: (1) *HER BLOOD ON HIS HANDS*, (96) *Border attack a threat to all*. V jednom případě potom chybí tvar slovesa *go*: (75) *QUEEN'S GUARDS AWOL TO FIGHT VLAD*. Po dosazení by titulek zněl např. *QUEEN'S GUARDS WENT AWOL TO FIGHT VLAD*. Ve všech těchto případech sloveso jasně vyplývá z kontextu textu a je zcela nepotřebné ho zde dosadit. V drtivé většině jsou ale v titulcích vynechávána pomocná slovesa, což souhlasí s obecnou charakteristikou jazyka titulků.

8.8.3 Elipsa podstatných jmen

Vynechání podstatného jména se týká devíti případů, z čehož se čtyřikrát jedná o vynechání vlastních jmen: (20) *GIMME AMO PLEA OF PREZ VOL*, (71) *Kate flags her support for Ukraine* (103) *EU SOLD WAR KIT TO VLAD*, (125) *CHEMICAL ,ATTACK' ON ROMAN*. U všech osob není třeba zmiňovat příjmení, protože je jasné, o koho jde. Ve stejném duchu i titulky (121) *300 DEAD IN BLITZED THEATRE* a (100) *MUM OF 12 KILLED BATTLING INVADERS* neobsahují podstatné jméno *people* a *children*. V titulku (65) *Mummy said I could only take one toy... Milka's my favorite* je zase jasné, že ve větě *Milka's my favorite* dívka myslí hračku (*toy*) z předešlého souvětí.

8.8.4 Elipsa čárek, přípon -s a -n

V pěti titulcích obsahujících oslovení chybí čárka, např. (29) *BYE BYE DADDY*. Crystal (1969) na základě své analýzy novinových článků podotýká, že důvodem pro vynechávání čárek tam, kde by normálně byly použity, je pravděpodobně nerušit tempo čtení víc, než je nutné. To může být případ delších titulků ((122) *If Russians come everybody will take a gun and fight to the end*), ale hlavním faktorem v je rozložení titulků do více řádků, např. u výše zmíněného titulku je slovo *DADDY* na dalším řádku

pod zbytkem titulku. Podobně i u titulku (23) *I'M SAFE MUM* jsou všechna tři slova pod sebou. Důvodem je tedy spíše estetika titulku.

V titulcích je také třikrát vynechán apostrof a koncovka –s u podstatných jmen, která mají být v přivlastňovacím pádu, a to v titulcích (95) *BRITS DODGE PUTIN BLITZ* ve slově PUTIN, (107) *AWOL QUEEN GUARD NICKED* ve slově QUEEN a (109) *RUSSIA ARCTIC ALARM* ve slově RUSSIA. Jednou chybí koncovka –n tvořící adjektivum ((58) *RUSSIA NAVAL CHIEF IS KILLED*).

8.8.5 Elipsa spojek

Ve čtyřech titulcích je vynechána subordinační spojka:

(129) *PEACE? ..Russians must think we were born yesterday* (that)

(65) *Mummy said I could only take one toy... Milka's my favorite* (that)

(44) *Forced to flee home, little girl sobs for the daddy she left behind* (whom)

(100) *MOM OF 12 KILLED BATTLING INVADERS* (while)

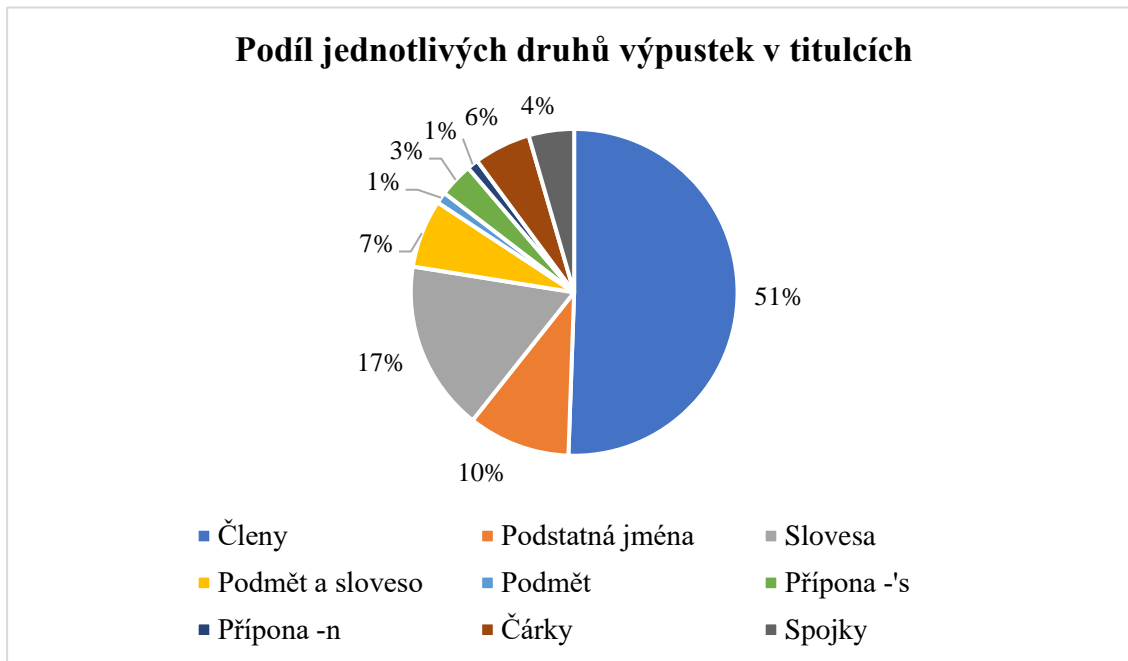
8.8.6 Elipsa členů

Zdaleka nejhojnější je v korpusu výpustka neurčitých členů (a, an) a členu určitého (the) před podstatnými jmény, kterou jsem identifikovala celkem 45krát ve 44 titulcích. O nejvíce používanou elipsu napříč novinami jde celkem logicky z důvodu jejich naprosté nepotřebnosti pro pochopení titulku a nízké až nulové informační hodnoty. Pro ilustraci pár příkladů, kde by gramaticky správně měl být začleněn člen určitý: (24) *WORLD'S WITH U*, (97) *BRAVEST WOMAN IN RUSSIA*, (103) *EU SOLD WAR KIT TO RUSSIA*, (128) *UK SENDS IN STARSTREAK*.

Shrnutí výpustek v titulcích ukazuje graf níže. S podílem přesně 51 % je vidět dominance vypuštěných členů, které následují až slovesa se 17 %, a poté podstatná jména s 10 %. Naopak nejnižší podíl má výpustka samotného podmětu a přípony -n (po 1%), přípony -s (3 %) a spojek (4 %). Výsledky nejsou překvapivé – podstatná jména jsou nejvíce se vyskytujícím slovním druhem v titulcích, a tím pádem je i vysoký podíl elipsy členů, jež se k nim vážou. Elipsa sloves je, jak už víme, také naprosto typická pro novinové titulky. Nízké zastoupení elipsy čárek, spojek a podmětu je dáno i řídkým

počtem souvětí v titulcích. Celkový počet titulků, v nichž se vyskytuje analyzovaná elipsa, je 68, což činí 51 % korpusu.

Graf 4



8.9 Typicky používaná slova v anglických titulcích

V korpusu se objevují některá typicky používaná slova pro anglické titulky. Na první pohled jde o krátká slova, jež umožňují šetřit místo. Nejlepším a v novinách hojně se vyskytujícím příkladem je slovo *rap*, kterým novináři nahrazují slovo *charges*. Použití některých slov je ale dáno i tím, že na čtenáře působí silněji (srov. *fire* versus *blaze*). Taková slova shrnuje následující tabulka.

Tabulka 8

Typická slova v anglických titulcích
(7) <i>VLAD MAY FACE WAR CRIMES RAP</i>
(13) <i>Russian rockets hit but heroes of Ukraine halt tanks</i>
(14) <i>MEGA BOMB FEAR</i>
(39) <i>ROUBLE&STRIFE</i>
(55) <i>NUCLEAR BLAZE</i>
(57) <i>IM REFUGESS FLEE CONFLICT</i>

8.10 Častá slova vyskytující se v korpusu a expresivní jazyk

V korpusu se ale kromě obecně opakovaných slov v anglických novinách vyskytují i slova, která se stala typickými pro tematiku války na Ukrajině konkrétně pro The Sun. Při shromažďování titulků jsem si všimla trendu opakování určitých slov. Kromě zcela očividných slov jako je např. *Ukraine* (7×) a *war* (14×) šlo o tvary slov:

- *baby* (4×)
- *blitz* jako sloveso a podstatné jméno (5×)
- *bomb* jako sloveso i podstatné jméno (5×)
- *hero* (4×)
- *kid* (4×)
- *kill* (5×)
- *mad* (4×)
- *nuclear* (4×)
- *Putin* (18×)
- *Vlad* (18×)

Opakované používání těchto slov vypovídá zejména o senzačním charakteru titulků. Těžko si představit titulek více přitahující pozornost nebo vyvolávající silnější emoce než *VLAD BOMBS BABIES*. Zajímavé je zdaleka nejopakovanější jméno Vladimíra Putina, který je jmenovitě zmiňován v 36 titulcích (jinak také *mad bastard, monster*).

Důvodem je kromě faktu, že je hlavním aktérem války, bezesporu silná nenávist společnosti vůči němu. Cílem je ale i ho zesměšnit, proto mu noviny daly přezdívku *mad Vlad*. Slova jako *blitz a nuclear* zase vyvolávají strach a zděšení a v novinách jsou zejména na titulní straně. Část těchto slov spadá do tzv. expresivního jazyka. Termínem *loaded language* nebo také *emotive language* se v angličtině označují slova, fráze a obecně slovní i písemná komunikace, která u čtenáře či posluchače vyvolává silnou emocionální odezvu. Často jde o náhradu za jiná slova nebo fráze výrazy negativnějšími či pozitivnějšími, v závislosti na okolnostech. Autoři expresivní výrazy volí, jelikož věří, že jde o přesvědčivější alternativu. Z dosavadních příkladů a analýzy jasně vyplývá, že titulky jsou těmito výrazy nasyceny. Příklady užitého expresivního jazyka demonstruje následující tabulka.

Tabulka 9

Expresivní výrazy v titulcích
(15) <i>VLAD BOMBS BABIES</i>
(21) <i>ILL KIDS BLITZED</i>
(25) <i>In the end, you have to stop a mad bastard somewhere</i>
(38) <i>Massacre of the innocents</i>
(66) <i>COLD-BLOODED MURDER</i>
(14) <i>MEGA BOMB FEAR</i>
(81) <i>EVIL UPON EVIL</i>
(110) <i>GOLD-PLATED MONSTER</i>
(101) <i>WAR BABIES IN A BASEMENT</i>
(41) <i>BARBARIC</i>

8.11 Užívání zkratk, akronymů a inicialismů

V rámci šetření prostoru titulky nejenže volí krátká slova, ale také užívají zkrácených tvarů slov, či slov sestavených z prvních písmen frází. Souhrnně takovým slovům

říkáme zkratky, mezi něž patří akronymy a inicialismy. Akronymy i inicialismy jsou složené z počátečních písmen frází. Rozdíl mezi nimi spočívá v tom, jak tyto zkratky čteme. Akronymy jsou zkrácené tvary, jež čteme jako slovo, zatímco u inicialismů vyslovujeme každé písmeno zvlášť.

V korpusu se nachází 34 zkrácených tvarů slov, z čehož je pět akronymů a pět inicialismů. Rozepsány jsou v následující tabulce.

Tabulka 10

Zkrácené tvary v titulcích	
Inicialismy	EU (The European Union), US (United States), PM (Prime Minister), UK (The United Kingdom), OK (oll korrekt)
Akronymy	AWOL (absent without leave), NATO (North Atlantic Treaty Organization), WW2 (World War Two), 1M (one million), 16k (sixteen thousand)
Další	MUM (mother), U (you), N Korea (North Korea), nuke (nuclear), Vlad (Vladimir), PREZ (president), VOL (Volodymyr), BRO (brother), SIS (sister), BRIT (british), BRITS (British people), I'M (I am), WE'RE (we are), WE'LL (we will) HE'S (he is), don't (do not), you'll (you will), You've (you have), Milka's (Milka is), Putin's (Putin is), WORLD'S (world is), AMMO (ammunition), VETS (veterans), K.O. (knockout)

8.12 Neformální jazyk

Užívání hovorových výrazů, slangu a obecně neformálního jazyka je v bulvárních tiscích běžné. Důvod je lehce odvoditelný – jde o snahu přiblížit se čtenářům používáním stejného jazyka. Noviny The Sun užívají neformální výrazy četně. V korpusu jsem identifikovala 45 slov či frází v 52 titulcích (39 %), přičemž část z nich se objevuje vícekrát a titulky často obsahují více než jeden neformální výraz. Jde o slangové výrazy (*SQUADDIES*), hovorové výrazy (*KIDS*), vulgarismy (sh*t) a další neformální výrazy, které jsou shrnuté v následující tabulce.

Tabulka 11

Neformální výrazy v titulcích
Take out (ve významu zabít někoho), CRONIES, F***, MEGA, Putin's, grow a pair, punch in the face, AMMO, PREZ, VOL, I'M, WORLD'S, U, a mad bastard, DADDY, BYE BYE, BRO, SIS, Brits, OK, don't, give a sh*t, wishy-washy, WE'RE, Mummy, Milka's, VETS, WE'LL, K.O., You've, you'll, MUM, DADS', KIDS, BRIT, SQUADDIES, BLOODY, tots, nicked, BACKS OFF, HE'S, VLAD, lousy, 16k, nuke

8.13 Slovní hříčky

Slovní hříčku definuje Cambridge Dictionary (nedatováno) jako „*humorné použití slova nebo fráze, která má několik významů nebo která zní jako jiné slovo*“.¹⁵ V korpusu se takových případů vyskytuje deset. První titulek se slovní hříčkou je (59) *OLIGARCHS SANKTIONED*, kde je namísto správného tvaru *sanctioned* (sankcionováni) použito písmeno *k*, čímž vzniká sloveso *sank* (potopení) s totožnou výslovností. Titulek se váže k článku o ruských oligarších, kterým Velká Británie zabavila luxusní jachty. Druhým případem je již rozebíraný titulek (71) *Kate flags her support for Ukraine*, který informoval o vévodkyni Kate poté, co si na oděv připnula brož ve tvaru ukrajinské vlajky a vyjádřila tím této zemi podporu. Sloveso *flag* znamená upozornit na něco tím, že to nějak speciálně označíme. Zároveň toto slovo ale odkazuje na podstatné jméno *flag* (vlajka). Dalším titulkem je (80) *Your ray of SUNlight*, který se váže k článku o dobrovolnících červeného kříže pomáhajících přicestovalým uprchlíkům. Zde je dvoj význam vyjádřený použitím velkých písmen ve slově *SUNlight* (*sluneční světlo*), která jednak tvoří kořen daného slova (*sluneční*) a jednak odkazují na jméno novin The Sun. Titulek (84) *PRITTI HOPELESS* potom využívá podobnosti adjektiva *pretty* a jména britské političky Priti Patel a kombinuje je dohromady za vzniku slova *PRITTI*. Titulek má vyjadřovat *dosti beznadějnou* (*pretty hopeless*) situaci se zpožděnými vízy do Velké Británie pro uprchlíky v Polsku, a jméno političky uvádí kvůli jejímu napojení na daný problém. Podobně si hraje se jménem i titulek (116) *VLAD TO WORSE*, kde je opět využita podobnost mezi adjektivem *bad* a jménem *VLAD*, aby druhé zmiňované slovo

¹⁵ Přeloženo autorkou.

nahradilo to první ve frázi *bad to worse* (špatné k horšímu). Jméno ruského prezidenta je využito jako slovní hříčka v dalším titulku (113) *PUTIN THE BOOT IN*, kde jeho jméno nahrazuje slovo *put* ve frázi *put the boot in*, která se dá interpretovat více způsoby, zde nejspíše jako *zhoršovat nešťastnou či nepříjemnou situaci*. Gramaticky správně by tedy titulek mohl znít např. *Putin puts the boot in*. Poslední titulek referující na Vladimíra Putina, (111) *THE DEVIL..... AND THE DEEP BLUE SEA*, zmiňuje hororový snímek *The Deep Blue Sea* z roku 1999 u článku o prezidentově luxusní jachtě. Titulek tedy zní jako název hororu, v němž *the devil*, neboli Putin, figuruje jako hlavní antagonista. Titulek (70) *LET IT GO!* je potom vzkaz Putinovi od redakce novin a zároveň jde o název písně z pohádky *Frozen* z roku 2013, kterou zpívala dětská uprchlice v jednom z bunkrů na Ukrajině. Předposledním titulkem je titulek (115) *ARE EU FOR REAL?* vztahující se k mistrovství Evropy ve fotbale 2028 a rozhodnutí, že se Rusové mohou zapojit. Noviny se ptají *myšíte to vážně?* Ale namísto slova *you* použili zkratku Evropské unie *EU* z důvodu jejich podobnosti. Díky tomu vyvstává další interpretace titulku: *myšíte to EU vážně?* A nakonec je v titulku (102) *This war is a woke-up call* využito podobnosti slov *wake* a *woke* u článku kritizujícího woke kulturu mladých lidí, který nadlehčuje mikroagrese a zločiny z nenávisti (termíny často využívané těmito lidmi) na pozadí válečných zločinů a agresí spáchaných při válce.

8.14 Aliterace, asonance, konsonance a rým

Aliterace je opakování souhláskových zvuků ve dvou nebo více sousedních slovech či slabikách. Obvykle jde o počáteční zvuky, ale běžné je také opakování zvuků v jiných než počátečních slabikách, které jsou přízvučné (např. *appear* a *report*). Podobně je tomu u konsonance, při které se ale opakují souhlásky mediální či koncové bez podobné korespondence samohlásek (*stroke* a *luck*). Asonance je naopak opakování přízvučných samohlásek, a to ve dvou nebo více slovech s jinými koncovými souhláskami (např. *stony* a *holy*) (Merriam-Webster, 2022).

Z analýzy vyplývá, že nejčastěji je v titulcích s 24 případy zastoupena aliterace. Příkladem aliterace je titulek (1) **HER BLOOD ON HIS HANDS**, kde se opakuje počáteční souhlásk *h*. Další příklady použití aliterace ukazují následující titulky: (60) *Pain for Putin*, (98) **BABIES BORN UNDER BOMBS**, (35) *Ukraine is no woke, wishy-*

washy West. Asonanci poté najdeme 21krát, např. (20) *GIVE ME AMMO PLEA OF PREZ VOL* a (21) *ILL KIDS BLITZED* a nejméně najdeme v korpusu konsonanci (18krát), ale velké výkyvy mezi těmito stylistickými figurami nejsou. Příkladem konsonance je titulek (15) *VLAD BOMBS BABIES* a (26) *PM must seize the assets of oligarchs*.

Kombinace více figur v rámci jednoho titulku ilustruje titulek (13) **Russian rockets hit but heroes of Ukraine halt tanks**, v němž je na začátku slov opakována souhláska *r* a *h* (=aliterace) a zároveň je na konci slov opakována souhláska *s* (=konsonance). V titulku (10) *We must dig deep to beat the Hitler of our times* se zase opakuje souhláska *d* (=aliterace) a samoláska *i*: (=asonance).

Rým definuje Encyclopedia Britannica (2020) jako korespondenci dvou nebo více slov s podobně znějícími koncovými slabikami, které jsou umístěny tak, aby se navzájem odrážely. V korpusu je pět takových případů, přičemž výrazem *MAD VLAD* v titulku (64) počastovali ruského prezidenta celkem třikrát během měsíce. Vyjma titulku (113), kde je dvouslabičné slovo *PUTIN*, jde ve všech případech o slova jednoslabičná. Titulky jsou: (56) *DADS' ARMY V VLAD'S ARMY*, (8) *A BAD VLAD... AND HIS KREMLIN CRONIES*, (113) *PUTIN THE BOOT IN*, (64) *MAD VLAD*, (102) *This war is a woke-up call*. Celkový počet titulků, v nichž se objevují tyto stylistické figury objevují, je 58, což představuje 44 % titulků.

Graf 5



9 Závěr

Tato práce se zabývala jazykem anglických novinových titulků. Cílem bylo popsat jazykové zvláštnosti titulků na základě vlastní analýzy jejich charakteristických jazykových rysů a prostředků. Předmětem analýzy byly titulky informující o probíhající válce na Ukrajině z britských bulvárních novin *The Sun* v období od 25. února do 30. března 2022.

Celkem 133 titulků bylo nejprve analyzováno z pohledu jejich délky. Výsledky ukázaly široké rozpětí počtu slov tvořících titulky (celkem 14), jemuž dominovaly titulky tvořené čtyřmi a následně třemi slovy, které dohromady tvoří 42,85 % korpusu. Noviny obecně upřednostňovaly titulky od dvou do šesti slov, které představují 77,44 % všech titulků. Zbytek titulků se pohyboval mezi jedním a šestnácti slovy. Na tuto analýzu navazovaly části zabývající se titulky sestavenými z vět a jiných konstrukcí. Z nich vyplynulo, že 44 % titulků je zcela tvořených větami, avšak většinu představuje věta jednoduchá a souvětím je tvořeno pouze osm titulků. Téměř stejnoměrně jsou zastoupeny titulky frázové, kterých je o jeden titulek méně (57) a tvoří 43 % korpusu. Zbylých 13 % tvoří titulky se slovesem v neurčitém tvaru po výpustce pomocného slovesa *to be* (7 %) a titulky, jež obsahují více odlišných konstrukcí (6 %). Výsledky těchto dílčích analýz a příklady titulků uvedené v práci prokazují, že noviny sázely více na kratší, úderné titulky, které vystihovaly jádro tématu a nechaly čtenáře bádát po zbytku informací. Cílem titulků nebylo podat velké množství informací, ale uchytit pozornost čtenáře. Z toho důvodu se v korpusu vyskytuje velké množství frází a vět jednoduchých, zato souvětí zřídka. Za úvahu stojí otázka, jak moc by se výsledky analýzy lišily, pokud by byly analyzovány doprovodné nadtitulky a podtitulky, jež nefungují jako hlavní poutač pozornosti, ale sdělují doplňující, konkrétní informace k tématu. Mé hypotézy byly zčásti správné, zejména předpoklad týkající se délky titulků a nízkého výskytu souvětí. Domněnka, že frázové titulky budou mít převahu nad větnými, byla ale vyvrácena. Vůbec jsem potom neočekávala titulky kombinující v sobě několik odlišných konstrukcí.

S výše zmíněným je provázané i množství vypuštěných slov z titulků. V 51 % titulků bylo vypuštěno minimálně jedno slovo. Vůbec nejvíce šlo o členy (45krát), daleko za

nimi byla samotná slovesa, z nichž jde většinou o slovesa pomocná (15krát) a poté podstatná jména (9krát) a podmět s pomocnými slovesy (6krát). Dále se zřídka vyskytovala elipsa podmětu, čárek, spojek, přípon -s a -n. Příčinou elipsy těchto slov byla jejich hlavně jejich nízká informační hodnota a nepotřebnost pro pochopení titulku, šetření místem na stránkách a okrajově i rozložení titulku a jeho estetika. Jelikož je vynechávání členů a zejména pomocných sloves pro titulky typické, výsledky analýzy nejsou nijak překvapivé. Počet vynechaných sloves tam, kde by normálně měly být, se na první pohled nejeví jako vysoké číslo, je ovšem třeba mít na paměti, že celkem 53 (40 %) titulků neobsahuje sloveso vůbec a slovesa jsou tedy v korpusu obecně poměrně upozaděna.

Se zkracováním titulků souvisí i výskyt zkrácených tvarů, mezi nimiž jsou i akronymy a inicialismy. V korpusu se nachází 34 různých zkrácených tvarů, z nichž se některé opakují pravidelně. Noviny tak například téměř neoslovují Vladimíra Putina jinak než *Vlad*. Použití ustálených a všeobecně užívaných zkratk, jako je *NATO* nebo *EU* se ovšem nedá označit za zvláštnost novinových titulků. Zato u slov jako *sis*, *PREZ*, *N Korea* a *VETS* už vidíme snahu o šetření místa a účelné zkrácení slov. Zároveň jsou zkrácené tvary mnohdy neformálními výrazy. Neformální jazyk je charakteristický pro bulvární noviny. Usilují tím o vytvoření bližšího vztahu se čtenáři užíváním stejného jazyka, kterým čtenáři mluví. V korpusu je 45 různých neformálních výrazů, z nichž se řada opakuje, v celkem 52 titulcích (39 %).

Práce se dále věnovala času v titulcích. Analýza identifikovala titulky se slovesem určitým vyjadřujícím čas a titulky s modálními slovesy vyjadřujícími časové rozlišení. Z analýzy vyplynulo, že takových titulků je v korpusu 43 % a zdaleka nejhojněji používaným časem byl přítomný čas prostý (37krát), jehož využití opět odpovídá obecné charakteristice titulků. I přesto je překvapivé velmi nízké zastoupení minulého času prostého (7krát), který se všeobecně užívá pro děje v minulosti, a tedy pro děje, o kterých titulky informují. Výsledky vypovídají o tom, že se noviny snaží informace podávat jako aktuální a probíhající, aby u čtenáře vyvolaly reakci, což je u tématu války takřka zaručené.

Analýza zohlednila dále zastoupení trpného rodu v titulcích. Ten se v korpusu vyskytuje u 12 titulků, noviny tedy preferují užívání činného rodu. Jedenáct titulků v pasivu

neobsahuje činitele slovesného děje. V práci si můžeme navíc všimnout, že kapitola věnující se titulcům s neurčitým slovesem po výpustce pomocného slovesa *to be* a kapitola věnovaná pasivu obsahují z drtivé většiny totožné titulky – jsou to právě pasivní konstrukce, pro něž je typické vynechávání pomocného slovesa.

Dále analýza identifikovala slova, která se v titulcích věnovaných válce v korpusu objevovala opakovaně. Daná slova demonstrovala i tendenci novin užívat expresivní jazyk, což je jeden ze zmíněných prostředků, jakým se noviny intenzivně snažily upoutat čtenáře, a sice vyvoláním emocí, jako je strach, zloba, lítost a šok. Tento jev se pojí se senzacechtivostí novin a byl zcela očekávaný, má hypotéza byla tedy v tomto případě zcela správná.

Předposlední dílčí analýza se zabývala slovními hříčkami v titulcích. Těch bylo v korpusu devět a žádná se neopakovala. Tentokrát můj předpoklad úplně správný nebyl, očekávala jsem hojnější výskyt (v porovnání s rubrikou sportu jde opravdu o výrazně nižší míru užívání). Slovní hříčky se vyskytovaly hlavně k účelu zesměšnění nebo kritice lidí. Noviny naopak více používaly zvukové stylistické figury, které byly předmětem poslední dílčí analýzy. 24krát jsem identifikovala aliteraci, 21krát asonanci, 18krát konsonanci a 5krát rým. Cílem jejich použití bylo plynulé znění titulku a utkvění v čtenářově mysli (*MAD VLAD*). Celkový počet titulků s užitými zvukovými stylistickými figurami je 58, což činí 44 % titulků.

Summary

This work dealt with the language of English newspaper headlines. The aim was to describe the linguistic peculiarities of headlines based on my own analysis of their characteristic linguistic features and means. Analyzed headlines were collected from the British tabloid *The Sun* in the period from February 25 to March 31, 2022. All headlines were informing about the war in Ukraine.

A total of 133 headlines were first analyzed in terms of their length. The results showed a wide range of words forming headlines (14 in total), which was dominated by headlines consisting of four and then three words. These two together make up 42,85 % of the corpus. Newspapers generally preferred headlines of two to six words, which represent 77,44 % of all headlines. The rest of the headlines ranged between one and sixteen words. This analysis was followed by sections dealing with headlines composed of sentences and other constructions. They showed that 44 % of subtitles are entirely made up of sentences, most of which are simple sentences. Only eight headlines were made up by complex or compound sentences. Headlines made up by phrases are almost evenly represented and make up 43 % of the corpus. The remaining 13 % are headlines with non-finite verbs after the omission of the auxiliary verb *to be* (7 %) and headlines that contain several different constructions (6 %). The results of this partial analysis and the examples of headlines in the work show that newspapers bet more on shorter, striking headlines, which captured the core of the topic and let the reader search for the remaining information. The aim of these headlines was not to provide a large amount of information, but to capture the reader's attention. My hypotheses were partly correct, especially the length of the headlines and the low incidence of compound and complex sentences. However, the assumption that phrasal headlines will prevail over sentence headlines has been refuted. Furthermore, I didn't expect subtitles combining several different constructions at all.

All this is also associated with a number of omitted words from the subtitles. At least one word was omitted in 51 % of headlines. Most of them were articles (45 times), far behind them were verbs, most of which were auxiliary verbs (15 times) and then nouns (9 times). Furthermore, the ellipsis of the subject, commas, conjunctions, suffixes –'s

and -n were rare. The reason for the ellipsis of these words was mainly their low information value and the fact that they were unnecessary for understanding the headlines, saving space on the pages and marginally the layout of the title and its aesthetics. Since the omission of articles and auxiliary verbs for headlines is typical, the results of the analysis are not surprising.

The shortening of headlines is also related to the occurrence of abbreviated forms, including acronyms and initialisms. There are 34 different abbreviated forms in the corpus, some of which are repeated regularly. However, the use of established and widely used abbreviations, such as *NATO* or the *EU*, cannot be described as special feature of newspaper headlines. On the other hand, in words like *sis*, *PREZ*, *N Korea* and *VETS*, we can see an effort to save space and purposeful shortening of words. At the same time, abbreviated forms are often informal expressions. Informal language is characteristic of tabloids. In doing so, they seek to establish a closer relationship with readers using the same language that readers speak. There are 45 different informal expressions in the corpus, many of which are repeated, in a total of 52 headlines (39 %).

The work also dealt with tense in headlines. The analysis identified headlines with a verb marking tense and headlines with modal verbs marking tense distinctions. The analysis showed that 43 % of such headlines are in the corpus, and by far the most widely used tense was the present simple (37 times), which corresponds to the general characteristics of headlines. Nevertheless, the very low representation of the past simple (7 times) is surprising since it is generally used for events in the past, and thus for events that the headlines inform about. The results show that the newspapers tried to present information as up-to-date and constant, in order to provoke a reaction from the reader, which is basically guaranteed when it comes to a war.

The analysis also considered the representation of the passive voice in the headlines. It appears in 12 headlines, which means that the newspapers prefer to use the active voice.

The analysis also identified words that appeared repeatedly in the headlines devoted to the war. These words also demonstrated the newspaper's tendency to use loaded language, which is one of the means by which the newspapers tried intensively to attract readers. This phenomenon is associated with the sensationalism of newspapers and was

expected, so my hypothesis was correct in this case. The last but one analysis focused on puns in the headlines. There were nine of them in the corpus, and none were repeated. This time my assumption was not correct as I expected a more abundant occurrence. Puns occurred mainly for the purpose of ridiculing or criticizing people. On the other hand, the newspapers used more sound stylistic figures, which were the subject of the last analysis. I identified alliteration (24 times), assonance (21 times), consonance (18 times) and rhyme (5 times). The purpose of their use was smooth wording of the headline and the fixation in the reader's mind (*MAD VLAD*). The total number of headlines with used sound stylistic figures is 58, which makes up 44 % of headlines.

Seznam literatury

Bartošek, Jaroslav (1997). *Žurnalistika: úvod do studia*. Olomouc: Filozofická fakulta Univerzity Palackého.

Bartošek, Jaroslav (2004). *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN: 80-7318-059-6

Bell, Allan (1991). *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell. ISBN: 0631164359.

Biber, D., Johansson, S., Leech, G., Conrad, S. a E. Finegan (1999). *Longman Grammar of Spoken and Written English*. London: Longman. ISBN: 978-0-582-23725-4.

Burns, Lynette Sheridan (2004). *Žurnalistika: praktická příručka pro novináře*. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN: 8071788716.

Crystal, David a Davy Derek (1969). *Investigating English Style*. Harlow: Longman. ISBN: 0-58255011-4.

Čechová, M., Krčmová M. a Minářová E. (2008). *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny. ISBN 978-80-7106-961-4.

Droppa, Boris (1998). *Spôsoby novinárskeho sprístupňovania odborných obsahov verejnosti*. Bratislava: Univerzita Komenského. ISBN: 80-223-1281-9.

Dušková, Libuše (2012). *Mluvnice současné angličtiny na pozadí češtiny*. Praha: Academia. ISBN: 978-80-200-2211-0.

Hausenblas, Karel (1971). *Výstavba jazykových projevů a styl*. Praha: Univerzita Karlova.

Huddleston, R. and Pullum, G.K. (2005). *A Student's Introduction to English Grammar*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 978-0-521-61288-3.

Kraus, Jiří (2008). *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Praha: Karolinum. ISBN: 978-80-246-1578-3.

- Kunczik, Michael (1995). *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum. ISBN: 80-7184-134-X.
- McNair, Brian (2004). *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál. ISBN: 80-7178-840-6.
- McQuail, Denis (2007). *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál. ISBN: 8073673383.
- McArthur, Burns Thomas (1992). *The Oxford Companion to the English Language*. New York: Oxford University Press. ISBN 0-19-214183-X.
- Osvaldová, Barbora a Halada, Jan (2002). *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri. ISBN: 80-7277-108-6.
- Osvaldová, Barbora a Halada, Jan (2007). *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri. ISBN: ISBN 9788072772667.
- Quirk, R., Greenbaum S., Leech G., Svartvik J. (1985). *A Comprehensive Grammar of The English Language*. London: Longman. ISBN: ISBN 0-582-5 I 734-6.
- Richardson, E. John (2007). *Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis*. New York: Palgrave Macmillan. ISBN: 978-1-4039-3565-6.
- Russ-Mohl, Stephan (2005). *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada. ISBN: 80-247-0158-8.
- Srpová, Hana (1998). *K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice*. Ostrava: Ostravská univerzita Ostrava, Filozofická fakulta. ISBN: 8070424907.
- Vybíral, Zbyněk (2000). *Psychologie lidské komunikace*. Praha: Portál. ISBN: 80-7178-291-2.

Seznam elektronických zdrojů

Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "rhyme". *Encyclopedia Britannica*, 4. února 2020. [cit. 2022-06-26]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/art/rhyme>

Cambridge University Press (nedatováno). Ellipsis. V *Cambridge dictionary*. [cit. 2022-06-21]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/fr/grammaire/grammaire-britannique/ellipsis>

Cambridge University Press (nedatováno). Newspaper headlines. V *Cambridge dictionary*. [cit. 2022-06-18]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/grammar/british-grammar/newspaper-headlines>

Cambridge University Press (nedatováno). Pun. V *Cambridge dictionary*. [cit. 2022-06-25]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/pun>

Historic Newspapers UK. A History of The Sun Newspaper, 2. listopadu 2021. [cit. 2022-06-15]. Dostupné z: <https://www.historic-newspapers.co.uk/blog/sun-newspaper-history/>

Merriam-Webster. Alliteration. V *Merriam-Webster.com dictionary*, 22. června 2022. [cit. 2022-06-26]. Dostupné z: <https://www.merriamwebster.com/dictionary/alliteration>

Mills-Brown, Lisa. "soft news". *Encyclopedia Britannica*, 28 února 2014. [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/soft-news>

Seznam tabulek

Tabulka 1: Délka titulků.....	28
Tabulka 2: Titulky tvořené větami	30
Tabulka 3: Větné typy podle komunikativního záměru mluvčího	32
Tabulka 4: Přehled titulků se slovesem neurčitým po výpustce pomocného slovesa <i>to be</i>	34
Tabulka 5: Titulky tvořené frázemi.....	37
Tabulka 6: Přehled použitých časů v titulcích	42
Tabulka 7: Přehled titulků obsahujících trpný rod	44
Tabulka 8: Typická slova v anglických titulcích	49
Tabulka 9: Expresivní výrazy v titulcích	50
Tabulka 10: Zkrácené tvary v titulcích	51
Tabulka 11: Neformální výrazy v titulcích	52

Seznam grafů

Graf 1: Podíl titulků tvořených pouze větami	31
Graf 2: Podíl titulků větných, frázových, s neurčitým slovesem a kombinací.....	38
Graf 3: Podíl titulků vyjadřujících čas a časové rozlišení	42
Graf 4: Podíl jednotlivých druhů výpustek v titulcích	48
Graf 5: Podíl titulků se zvukovými stylistickými figurami.....	54

Seznam titulků

1. HER BLOOD ON HIS HANDS
2. PUTIN GOES NUCLEAR
3. Ukraine: Our British missiles are taking out Vlad's invaders
4. Anti-war protests erupt in Russia
5. RUN FOR YOUR LIVES
6. We will squeeze Russia from the global economy
7. VLAD MAY FACE WAR CRIMES RAP
8. A BAD VLAD... AND HIS KREMLIN CRONIES
9. „We built Nato for moments like this. Now we must act“
10. We must dig deep to beat the Hitler of our times
11. THE THIN BLUE & YELLOW LINE
12. GO F*** YOURSELF
13. *Russian rockets hit but heroes of Ukraine halt tanks*
14. MEGA BOMB FEAR
15. VLAD BOMBS BABIES
16. PUTIN WILL NEVER STOP
17. CITY UNITED ON UKRAINE
18. *Putin's a vile bully. Who will grow a pair and punch him in the face?*
19. FIGHT TO THE DEATH
20. GIVE ME AMMO PLEA OF PREZ VOL
21. ILL KIDS BLITZED
22. *Russians shoot US journalist at bridge*
23. I'M SAFE MUM
24. WORLD'S WITH U
25. *In the end, you have to stop a mad bastard somewhere...*
26. *PM must seize the assets of oligarchs*
27. MAD VLAD GOES NUCLEAR
28. NO SURRENDER
29. BYE BYE DADDY
30. *Brits get OK to fight in Ukraine*
31. INTERNATIONAL RESCUE
32. *Putin's time running out as Europe wakes up*
33. *Kristina: I don't give a sh*t about the war*
34. A STAND-UP HERO
35. *Ukraine is no woke, wishy-washy West*
36. ‚HER NAME WAS POLINA‘
37. NOW CIVILIANS BOMBED
38. *Massacre of the innocents*
39. ROUBLE & STRIFE
40. HAND OF FATE
41. BARBARIC
42. SERPENT OF DEATH
43. NO ONE WILL FORGIVE...NO ONE WILL FORGET

44. *Forced to flee home, little girl sobs for the daddy she left behind*
45. *UK SNIPER VETS AIM AT RUSSIA*
46. *TOT BUNKER IN WARZONE*
47. *POLINA'S BRO&SIS BATTLE*
48. *VLAD WAR CRIMES*
49. *PUTIN'S CANNON FODDER*
50. *RUSSIA WANTS TO ERASE US ALL – UKAINIAN PRESIDENT VOLODOMYR ZELENSKY*
51. *Kids in cages& Russians fed lies as Putin creates the new N Korea*
52. *I cry, but I have to be strong*
53. *What CAN we do to stop Putin?*
54. *NUKE PLANT ON FIRE*
55. *NUCLEAR BLAZE*
56. *DADS' ARMY V VLAD'S ARMY*
57. *IM REFUGEES FLEE CONFLICT*
58. *RUSSIA NAVAL CHIEF IS KILLED*
59. *OLIGARCHS SANKTIONED*
60. *Pain for Putin*
61. *VLAD GLOBAL NUCLEAR THREAT*
62. *WE'RE READY FOR YOU VLAD*
63. *KILL PUTIN*
64. *MAD VLAD*
65. *Mummy said I could only take one toy... Milka's my favorite*
66. *COLD-BLOODED MURDER*
67. *HEROES ON ROAD TO HELL*
68. *WE'LL K.O. PUTIN*
69. *CANCER KIDS IN ESCAPE*
70. *LET IT GO!*
71. *Kate flags her support for Ukraine*
72. *VLAD'S 'PEACE' SHAM*
73. *BEACON OF HOPE*
74. *RUSSIAN GENERAL KILLED BY SNIPERS*
75. *QUEEN'S GUARDS AWOL TO FIGHT VLAD*
76. *FOUR BRIT SQUADDIES GO TO WAR*
77. *WE'LL FIGHT TO THE END*
78. *Let It Go angel is safe, but so many are in hell*
79. *Russia's Z...a new swastika*
80. *Your ray of SUNlight*
81. *EVIL UPON EVIL*
82. *Kids & mums buried under rubble*
83. *BRITISH LION*
84. *PRITI HOPELESS*
85. *BLOODY HEROES*
86. *HELL ON EARTH*
87. *VLAD'S TANKS BLITZED*
88. *MY BABY IS SAFE*
89. *Attack on tots is a war crime*
90. *THE DEVILS WORK*

91. *You've killed our children.. now you'll pay*
92. *PUTIN BLITZ ON NATO BORDER*
93. *MASSACRE AT DAWN*
94. *Brits in trenches, WW2 weapons..but this is 2022*
95. *BRITS DODGE PUTIN BLITZ*
96. *Border attack a threat to all*
97. *BRAVEST WOMAN IN RUSSIA*
98. *BABIES BORN UNDER BOMBS*
99. *IS THIS YOUR IDEA OF PEACE PUTIN?*
100. *MUM OF 12 KILLED BATTLING INVADERS*
101. *WAR BABIES IN A BASEMENT*
102. *This war is a woke-up call*
103. *EU SOLD WAR KIT TO VLAD*
104. *MONSTER OF MAURIUPOL*
105. *THE NAZI PARTY*
106. *WAR HEADS WEST*
107. *AWOL QUEEN GUARD NICKED*
108. *SONIC DOOM*
109. *NOW HE'S BOMBING SCHOOLS*
110. *GOLD-PLATED MONSTER*
111. *THE DEVIL..... AND THE DEEP BLUE SEA*
112. *WE'RE ON BRINK OF SURVIVAL*
113. *PUTIN THE BOOT IN*
114. *Mad Vlad challenges us for Euros*
115. *ARE EU FOR REAL?*
116. *VLAD TO WORSE*
117. *VLAD WARNED ON CHEMICALS*
118. *NATIONS RALLY AGAINST PUTIN AT SUMMIT*
119. *CHEMICAL REACTION*
120. *VLAD BACKS OFF IN UKRAINE WAR*
121. *300 DEAD IN BLITZED THEATRE*
122. *If Russians come everybody will take a gun and fight to the end*
123. *WE'RE MAKING PUTIN PAY*
124. *RUSSIANS LOSE 16k*
125. *CHEMICAL ,ATTACK' ON ROMAN*
126. *RUSSIA ARCTIC ALARM*
127. *How Putin may end his lousy war*
128. *UK SENDS IN STARSTREAK*
129. *PEACE? ..Russians must think we were born yesterday.*
130. *Torn apart*
131. *Blown to pieces*
132. *Dying in the ruin*
133. *Sent to Putin's camps*