

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra českého jazyka a literatury

TEREZA KOUŘILOVÁ

III. ročník - prezenční studium

Obor: Český jazyk se zaměřením na vzdělávání a Anglický jazyk se
zaměřením na vzdělávání

ANALÝZA TITULKŮ V DENÍKU BLESK

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Mgr. Miloš Mlčoch, Ph.D.

OLOMOUC 2013

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použila.

V Olomouci dne 14. 4. 2013

.....

podpis

Děkuji Mgr. Miloši Mlčochovi, Ph.D., za odborné vedení bakalářské práce, poskytování cenných rad a materiálových podkladů.

OBSAH:

ÚVOD.....	6
1 Žurnalistika.....	7
1.1 Historie žurnalistiky.....	7
1.2 Počátky české žurnalistiky.....	7
1.3 Žurnalistika jako věda.....	11
2 Bulvární tisk.....	12
2.1 Deník Blesk.....	13
3 Novinový titulek.....	14
3.1 Pojetí titulku v minulosti a v současnosti.....	14
3.2 Titulek a jeho funkce.....	15
3.3 Členění titulku z hlediska jeho struktury.....	17
3.4 Členění titulků z hlediska jejich rozsahu.....	18
3.5 Členění titulků podle dalších kritérií.....	20
3.5.1 Titulky určité a neurčité.....	20
3.5.2 Titulky statické a dynamické.....	21
3.5.3 Titulky tematické a rematické.....	22
3.6 Členění titulků z hlediska morfologického.....	23
3.6.1 Titulky verbální.....	23
3.6.2 Titulky nominální.....	23
3.6.3 Titulky adverbiální.....	24
3.7 Lexikální analýza titulků.....	25
3.7.1 Zkratky v novinových titulcích.....	27
3.7.2 Pojmenování s přeneseným významem v titulcích.....	28
3.7.3 Pojmenování frazeologická.....	30
3.7.4 Užívání slov cizího původu.....	31
3.7.5 Anglické výrazy v titulcích.....	32
3.7.6 Přirovnání a jeho využití.....	34
3.8 Sémanticko-syntaktická výstavba novinových titulků.....	35
3.8.1 Slovosled novinových titulků.....	35
3.8.2 Elipsa a eliptické věty.....	35
3.8.3 Druhy a typy vět v novinových titulcích.....	36

ZÁVĚR	38
PRAMENY	40
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	41

ÚVOD

Význam masmédií a také tisku, který je do této skupiny zahrnut, je v dnešní době čím dál zřetelnější. Jeho hlavním úkolem je zprostředkovávat informace a navíc má snahu čtenáře přesvědčovat a ovlivňovat. Noviny a tisk přitom zajímají čtenáře více než jakýkoliv jiný psaný text, proto na ně mají velký vliv, a to i v oblasti jazykového rozvoje čtenáře.

Stejně jako jazyk obecně, i publicistika má dynamickou povahu a podléhá současným trendům. Mění se okruh zájmů, volba témat i grafická stránka novin. Navíc s vývojem moderní techniky mají čtenáři větší možnost dostat se snadno a rychle k informacím. Může však dojít k problému, že jsou informacemi „zahlceni“ a neumí se v nich orientovat. Lepší orientaci v textu napomáhají novinové titulky, které také slouží k upoutávání pozornosti čtenářů a rozhodují tak o tom, zdali si čtenář daný text přečte nebo ne. A je dokázáno, že titulky často zajímají čtenáře několikrát více než samotný článek. V novinových titulcích se projevuje aktualizace a automatizace jazyka, autoři titulků se snaží podat titulek zajímavě a originálně.

Hlavním cílem této práce je v první řadě rozčlenit titulky podle určitých kritérií. Zaměřím se především na typické znaky titulků a budu se snažit naznačit rozdíly mezi titulky krátkými a dlouhými, tematickými a rematickými, určitými a neurčitými a statickými a dynamickými. Z morfologického hlediska rozčlením titulky na verbální, nominální a adverbální.

Dále následuje jazykovědná analýza titulků, která se skládá ze dvou větších oddílů. První oddíl bude věnován lexikální analýze titulků, jejímž hlavním cílem je ukázat výskyt různých lexikálních prostředků a zejména pojmenování s přeneseným významem v titulcích. V dalším oddíle budou titulky analyzovány z hlediska sémanticko-syntaktického. Pozornost budu věnovat slovosledu v novinových titulcích, elipse a druhům vět.

Hlavním cílem této práce je nejenom podat teoretické poznatky, ale i ukázat jednotlivé jazykové jevy přímo na titulcích. Pro tento účel budu využívat excerpta z deníku Blesk. Celkově je těchto titulků 121 a většina pochází z roku 2012 a 2013.

Je jasné, že téma novinových titulků je velice obsáhlé a bylo by možné věnovat se mu ještě podrobněji.

1 Žurnalistika

1.1 Historie žurnalistiky

Za počátek světové publicistiky lze považovat období od roku 59 př. n. l. – 222 n. l. , kdy v antickém Římě začaly vycházet ručně psané „denní noviny“ s názvem *Acta Diurna*. Tyto noviny obsahovaly informace zejména o politice a populárních událostech.

Opravdu periodický tisk se však začal objevovat až od roku 1605, kdy začal Abraham Verhoeven vydávat týdenní noviny s názvem *Nieuwe Tijdinghe*.

Podle J. Mistríka (1985) můžeme mluvit o vydávání prvních periodických novin (týdeníků) až od roku 1609, kdy vychází týdeníky *Relation* ve Strasbourgu a *Aviso* ve Wolfenbuttelu. První deník pak vychází v roce 1650 v Lipsku.

1.2 Počátky české žurnalistiky

S prvním českým deníkem – Havlíčkovými *Národními novinami* se setkáváme v Českých zemích v revolučních letech 1848-1849. Právě Karel Havlíček Borovský položil základy moderní politické žurnalistiky. V období tzv. Bachovského absolutismu v 50. letech 19. století pak došlo k omezení tištěných médií a k zavedení cenzury. Roku 1861 vznikají díky Juliu Grégrovi *Národní listy*, které byly na konci 19. století nejúspěšnějším českým deníkem. (Končelík, 2010)

28. října 1918 vzniká Československá republika. Během první republiky došlo ke kvantitativní expanzi a zkvalitnění tištěných médií, politická situace v zemi byla uvolněná a otevřená. Periodický tisk prožíval jeden ze svých vrcholů vývoje. Noviny přinášely informace z nejrůznějších oblastí, například z vnitřní a zahraniční politiky, ale i z ekonomiky, kultury a sportu. Měly zejména funkci informativní, komentativní, agitační a zábavnou. Za první republiky už začal vycházet i bulvární tisk. Počátek českého bulvárního tisku byl spojen s osobou Jiřího Stříbrného, čelního reprezentanta socialistické strany, který se dostal do sporu s Edvardem Benešem. Ve 20. letech začal se svým bratrem Františkem vydávat několik bulvárních novin – *Večerní list*, *Polední list*, *Expres* a *Šejdrem*.

Obsahem bulvárního tisku byly kriminální zločiny, různá neštěstí, osobní tragédie, milostné aféry a skandály celebrit (čili témata, která jsou typická i pro dnešní bulvární tisk). „*Vulgarizace však zasahovala i do seriózního tisku; dotýkala se především velkých pražských večerníků, méně deníků určeným širšímu konzumentskému okruhu.*“¹

Druhá republika přinesla mnohé změny ve společenském a politickém životě země. Po podepsání Mnichovské dohody roku 1938 došlo ke ztrátě českého pohraničí. Ztráta území a politické změny vedly také k poklesu počtu periodik, komunistický tisk byl zakázán a došlo ke ztřešení cenzury. Situace se nezlepšila ani po vyhlášení Protektorátu Čechy a Morava. Bylo vydáno mnoho pokynů, které omezovaly český protektorátní tisk. Tištěná média nebyla kontrolována pouze úřady, ale i Gestapem. Zaniká mnoho novin, mezi nimi například i *Národní listy*.

„*Během protektorátu probíhalo postupné decimování českých tištěných médií. Z více než 2 000 titulů, které existovaly na počátku protektorátu, jich na jeho konci přetrvávala už jen pouhá desetina.*“²

Převážně v letech 1939-1941 byl aktivní tisk ilegální, nejvýznamnější tiskovinou byl *V boj* a vznikly také některé exilové noviny a časopisy, které vycházely ve Velké Británii (*Čechoslovák, Naše noviny, Mladé Československo*).

Po ukončení války v roce 1945 začala mít značný vliv na česká média Komunistická strana Československa. Úplnou kontrolu a řízení médií převzala po státním převratu v únoru 1948. V dubnu 1953 vzniká specializovaná cenzurní instituce Hlavní správa tiskového dohledu (HSTD, později přejmenovaná na ÚPS – Ústřední publikační správu), která se zaměřovala především na zákroky v kulturních časopisech. Za komunistického režimu bylo zastaveno mnoho tištěných médií, např. časopisy *Akord, Dnešek, Kritický měsíčník* či *Listy*. Podle Končelíka³ v roce 1948 zaniká celkově více než 570 periodik.

¹ KONČELÍK, Jakub a kol. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha : Portál, 2010. s. 53

² KONČELÍK, Jakub a kol. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha : Portál, 2010. s. 95

³ KONČELÍK, Jakub a kol. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha : Portál, 2010. s. 145

Hlavním deníkem komunistické strany bylo **Rudé právo** vydávané v Praze. Obsah novin v 50. letech byl nezajímavý a obsahoval především rozsáhlé ideologické materiály.

V padesátých letech se také setkáváme s počátkem pravidelného vysílání televize. Z počátku šlo jen o vysílání nepravidelné, od roku 1958 televize vysílá každodenně, přičemž televize zůstává až do konce 50. let součástí rozhlasu.

Role novináře v padesátých letech nebyla vůbec jednoduchá, pokud novinář nespolupracoval s komunistickým režimem, mohl být vyloučen ze svazu novinářů a tím ztratit možnost pracovat v médiích. Lidé, kteří s režimem nesouhlasili, mohli pracovat na exilových časopisech – například revue **Skutečnost** nebo čtvrtletník **Svědectví**. V roce 1951 začíná pravidelné vysílání Radia Svobodná Evropa.

Roku 1968 začíná tzv. Pražské jaro, které přineslo snahu o návrat k principům demokracie. Novináři prosazovali znovu svobodná média bez cenzury, mnozí z nich již cenzuru vůbec nerespektovali. Velkým symbolem změny bylo zvolení Ludvíka Svobody prezidentem 30. března 1968, kdy byla jmenována i nová vláda. Média byla více uvolněná a přinášela zajímavější obsahy. Cenzura je zrušena, do novin se dostávají aféry a skandály a celkový pohled na média se mění. Manifest Dva tisíce slov, napsaný Ludvíkem Vaculíkem, se stává nejvýznamnějším dokladem znovu nabyté svobody. Období bez cenzury ale netrvalo dlouho, po nátlaku Sovětského svazu byla cenzura v Československé socialistické republice znovu obnovena.

Za normalizace se do čela KSČ dostává Gustáv Husák a dochází k celkové očištění komunistické strany. V této době také probíhají známé politické procesy s odpůrci režimu. Cenzurní úřady provádí kontroly stejně jako v předchozích obdobích. „*Veškeré informační zdroje, s nimiž novinář pracoval, podléhaly mocenské kontrole.*“⁴ Počet tištěných deníků neklesl, KSČ má však velký vliv na tisk, rozhlas i televizi. Struktura tištěných médií vycházela z toho, že existoval tzv. ústřední tisk (což byla celostátně vydávaná periodika) a počet krajských večerníků a deníků. Mezi tzv. ústřední tisk patřilo šest deníků: **Rudé právo**, **Lidová demokracie**, **Svobodné slovo**, **Mladá fronta**, **Práce** a **Zemědělské noviny**.

⁴ KONČELÍK, Jakub a kol. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha : Portál, 2010. s. 211

Po vzniku Charty 77 hrají významnou roli tzv. samizdatová periodika, která stojí v opozici k médiím ovládaným režimem. Někteří novináři se rozhodli kvůli režimu emigrovat.

Samizdatová periodika byla režimem označována jako ilegální, protizákonná či nezávadná tvorba. Tato tvorba neobsahovala pouze tištěné publikace, ale i audio- a videozáznamy. Do počátku této tvorby patřily například olomoucké *Texty přátel*. Významnou roli při vydávání samizdatové literatury hraje edice Petlice Ludvíka Vaculíka. Jako protipól Charty 77 vzniká Anticharta.

V sedmdesátých letech se periodika zaměřovala na různé oblasti. Mezi ně patřila například politika, ekonomika, sociální otázky, kultura a další. Nejrozšířenějším periodikem byly v této době *Lidové noviny* vydávané samizdatem.

Komunistická strana definitivně ztrácí moc nad českými médii v roce 1989 po listopadové revoluci. Dochází také k odstátnění a osamostatnění médií. Zrušení cenzury bylo potvrzeno v novém zákoně z roku 1990, kde byla cenzura označena za nepřipustnou. Některá periodika pozměnila svůj název – například *Mladá fronta* se stala *Mladou frontou Dnes*, z *Rudého práva* se stává *Právo*. Tituly, které byly dříve zrušeny či zakázány byly obnoveny (*Lidové noviny*, *Venkov*, *Právo lidu*, *Reportér*). Významnou roli zaujímá mezi nově založenými deníky bulvární deník *Blesk*, který po roce 1990 patří mezi nejčtenější deníkové tituly.

1.3 Žurnalistika jako věda

Žurnalistika není vědní obor, který lze přesně definovat. V odborné literatuře můžeme narazit na různé definice a termíny. V *Encyklopedii praktické žurnalistiky* české autorky Barbory Osvaldové⁵ se uvádí, že je žurnalistika „*novinářské povolání i produkty této činnosti, které informují o aktuálním dění ve společnosti a názorech na toto dění.*“

O žurnalistice píše také J. V. Bečka (1973): „*Žurnalistika a publicistika jsou základní složkou hromadných sdělovacích prostředků. Dnes se k nim druží další prostředky, umožněné moderní technikou, totiž publicistické projevy rozhlasové a televizní i filmové zpravodajství. Zde se pracuje s mluveným slovem, popř. vedle něho i s obrazem. Uvědomujeme si přitom rozdíl mezi projevem psaným a mluveným.*“

Za základní jednotku žurnalistiky se považuje sdělení, což může být např. zpráva, poselství, informace, text a komunikát. Hlavním úkolem nejen žurnalistiky, ale také publicistiky je informovat čtenáře a určitým způsobem ho formovat. Noviny tedy informují o tom, co se děje a nějakým způsobem to hodnotí. Proto se využívá hlavně styl informační a úvahový.

Hlavní funkce žurnalistiky

Podle J. Bartoška (2008) by měla žurnalistika plnit tři základní funkce:

- tlumočit mínění veřejnosti
- informovat veřejnost a sloužit jí
- střežit lidské a občanské svobody

M. Jelínek⁶ ve své knize *O jazyce a stylu novin* vytyčil charakteristické rysy publicistického stylu, jimiž jsou: všeobecná srozumitelnost, přesnost, přehlednost, přesvědčivost, rozmanitost a výrazová úspornost.

⁵ BARTOŠEK, Jaroslav, DAŇKOVÁ, Helena. *Žurnalistika a škola: Příručka pro učitele mediální výchovy*. Frýdek-Místek : Václav Daněk, 2008, s. 8

⁶ MISTRÍK, Jozef. *Štylistika*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1985, s. 460

2 Bulvární tisk

Bulvární deníky a noviny jsou masové sdělovací prostředky, které představují protipól k deníkům seriózním. Pro bulvár se užívá taktéž označení žlutá žurnalistika. Tento název vznikl na konci 19. století v USA v souvislosti s vydáváním populárního komiksu *Yellow Kid* (v překladu „žluté dítě“).

Bulvární zpravodajství má své počátky v Anglii, odkud se dostalo do Spojených států amerických a do Evropy. Bulvární noviny byly zpočátku velmi levné, a proto i masově dostupné, nevyžadovaly vyšší vzdělání. Encyklopedie praktické žurnalistiky popisuje vývoj bulvárního tisku takto: „... *Postupně se slovo bulvár stalo synonymem pro neseřízní, neověřený, hovívící vkusu ulice, laciný a pokleslý typ novin či časopisů. V některých případech jsou informace i obrazový materiál získány rovněž nelegálními či neetickými způsoby: nelegálním odposlechem telefonátů či rozhovorů v soukromí prominentních osob, snímáním skrytou kamerou nebo mikrofonem, dálkovými objektivy, prostřednictvím paparazziů apod.*“⁷

Nejčastějšími tématy jsou podle J. Bartoška (2008): strach, smrt, neštěstí a násilí (krev), erotika a sex, korupce a loupeže (peníze). Zprávy, které jsou sice důležité, ale nezajímavé, jsou považovány jako zbytečné pro čtenáře. Co je také typické pro bulvární tisk, je velké množství barevných obrázků a fotografií. Počet reklamních sdělení je také vyšší než u seriózního tisku.

Nejznámějšími bulvárními deníky jsou v Česku deníky *Aha*, *Blesk* a *Šíp*. Dříve vycházel také *Špigl*, *Super* a *Impuls*. Do skupiny bulvárního tisku zařazujeme také některé časopisy pro teenagery a tzv. „společenské“ časopisy.

V poslední době jsou čím dál oblíbenější elektronická média. „*Umožňují vysokou interaktivitu formou diskusí, anket, hlasování, chatování, her a blogů. Tištěná média mají dnes své on-line mutace a fungují už i ryzí internetové noviny. Nejstarší u nás je deník Neviditelný pes, populární je deník Aktuálně.cz, známé jsou Britské listy aj.*“⁸

⁷ MLČOCH, Miloš. Několik poznámek k neязыkovým a jazykovým prostředkům v současném bulvárním a tzv. seriózním tisku. *Naše řeč*, 2002, roč. 85, č. 5, s. 235 - 243.

⁸ BARTOŠEK, Jaroslav, DAŇKOVÁ, Helena. *Žurnalistika a škola: Příručka pro učitele mediální výchovy*. Frýdek-Místek : Václav Daněk, 2008, s. 37

Bulvární deníky se kromě jiného zaměřují na soukromí významných osobností a celebrit. Fakta, která získávají pochází často z pochybných zdrojů a nejsou ověřená. Čtenáři nemusí vidět informace v souvislostech, jelikož jde o informace, které kontext nepotřebují. Pro bulvár je podle Bartoška (2008) také typické to, že manipuluje s informacemi, zaměřuje se na informace z intimního, veřejně nevýznamného soukromí a využívá nekultivované, někdy až vulgární jazykové vyjadřování.

Co se týče výběru témat, v bulvárním tisku se nachází zpravodajská témata pozitivní i negativní. Někdy titulky vyznívají negativně jen proto, aby přilákaly pozornost čtenáře, přičemž obsah zprávy nemusí být negativní. Pokud bychom srovnávali výběr témat s médii seriózními, je zde počet negativních témat mnohem vyšší (různá neštěstí, nemoci, katastrofy a havárie, zločiny apod.).

Jaroslav Bartošek (2008) uvádí: „*Bulvární titulky vynikají velikostí písma, barevnými rastry a rámečky. Doplnují je barevné fotografie s rozsáhlými popisky. To mnoha čtenářům stačí k uspokojení zájmu o téma, a proto celé články ani nečtou.*“

2.1 Deník Blesk

Deník blesk patří mezi naše nejprodávanější a nejčtenější bulvární deníky, poprvé vyšel v roce 1992. Tištěný deník blesk je rozčleněn na sešity, které jsou označeny písmeny, obsahuje dohromady 24 stran. Co se týče formální stránky internetové podoby Blesku, je rozdělen do několika oblastí, kam patří oddíly: *Zprávy, Celebrity, Sport, Pro ženy, Pro muže, Rádce, Digital, Video* a odkaz na magazíny. Na titulní straně deníku také mohou diváci zhlédnout různá videa a zúčastnit se ankety. Jsou zde také zprávy o počasí, horoskopy a obrázkové galerie. Témata odpovídají tématům, která jsou typická pro bulvární deníky. Blesk obsahuje mnoho obrázků, spíše kratší články, jazyk obsahuje hovorové a bulvární prvky. Větná skladba je jednoduchá, často s interpunkcí, která má zdůraznit naléhavost zprávy.

3 Novinový titulek

Encyklopedie praktické žurnalistiky⁹ popisuje termín titulek jako:

„titulek (z lat. titulus = nápis, nadpis) – nadpis a u většiny tiskovin obvykle i hlavní poutač, který svým ztvárněním a umístěním zásadně ovlivňuje působení tiskoviny.“

Setkáme se také s dalšími formulacemi novinového titulku, například Hana Srpová (1998) popisuje titulek jako *„ústřední rámcovou složku novinového textu, jež se od něj výrazně diferencuje po stránce výrazové (formální), třebaže s ním úzce souvisí (alespoň většinou) po stránce obsahové (významové).“¹⁰*

3.1 Pojetí titulku v minulosti a v současnosti

Pohled na novinové titulky se v minulosti často měnil, i když jejich hlavní funkce zůstávala stejná. V sedmdesátých letech jsme se mohli setkat s názory, že mají být titulky spíše stručné a neúplné, což mělo přimět čtenáře přečíst si celý článek. Souviselo to hlavně s tehdejším zdlouhavým způsobem tisku a s rozčleněním novin na hluboké sloupce. Více se v novinách vyskytovaly titulky statické (bez slovesa v určitém tvaru) než titulky dynamické, také převažovaly věty jednočlenné nad dvojčlennými. Se souvětimi jsme se mohli setkat pouze výjimečně. V novinách se často užívaly hlavní titulky s nadtituly a podtitulky.

Hlavní změna v charakteru titulků přišla v devadesátých letech. Titulky pořád sloužili k orientaci textu, ale velice vzrostla důležitost úlohy upoutávací a výtvarné - převážně u bulvárního tisku, kde je grafická stránka velmi důležitá. V mnoha denících došlo ke změnám ve struktuře nadtitulků, hlavních titulků i odstavců.

V dnešní době význam a důležitost titulků ještě vzrostl, začínají se používat i stručné titulky k popiskům pod fotografiemi. Došlo také k určitému návratu k tradičním kratším jmenným titulkům, proto jsou periodika nyní pestřejší.

⁹ OSVALDOVA, Barbora a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha : Libri, 1999, s. 193

¹⁰ SRPOVÁ, Hana. *K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice*. Ostrava : Ostravská univerzita, 1998, s. 26

3.2 Titulek a jeho funkce

Novinový titulek má tyto základní funkce:

- zaujmout čtenáře a upoutat jeho pozornost
- orientace v textu
- informativní funkce
- agitační funkce
- je součástí grafické úpravy novin

Titulek by měl čtenáře přesvědčit svou neobvyklostí a naznačit, čím se bude následující text zabývat a čím se liší od všech jiných zpráv na podobné téma. Josef Mistrík (1985) ve své *Štylistice* popisuje, že by měl titulek zapůsobit na čitatele tak silně, aby u něj vyvolal zvědavost a chuť přečíst si článek. Přičemž v publicistice je váha titulku mnohem větší než v naučné próze, jelikož titulek zastupuje celou zprávu.

Václav Křístek¹¹ ve svém článku *Současné novinové titulky* rozlišuje trojí základní povahu titulků podle obsahové stránky:

- titulek stručně, většinou výstižně pojmenovává téma článku
- titulek podává vedle pojmenování tématu též i jisté hodnocení, názor autora nebo redakce
- titulek je vyjádřením výzvy ke čtenářům, k veřejnosti

Přičemž jazykové prostředky, které vyjadřují tyto obsahy jsou pestré.

Charakter titulků může být:

- Pojmenovací

Tento typ nejen pojmenovává téma, ale snaží se i do jisté míry čtenáře získat.

Povánoční výprodeje jsou tu: Slevy dosahují až 80% - 26. 12. 2012

- Hodnotící

Vyjadřuje stanovisko autora k obsahu příspěvku. Jazykové prostředky, které jsou použity, jsou různorodé. Mohou mít i metaforické, náznakové, dokonce i ironizující vyjádření.

¹¹ KŘÍSTEK, Václav. Současné novinové titulky. *Naše řeč* [online]. 2011, roč. 56, č. 5 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5724>

Zbabělí holohlavci, kteří zbili spícího muže, se sami přihlásili policii

– 27. 1. 2012

Prezidentský adept Okamura bude hledět na lidi zvysoka – 13. 1. 2012

- Výzvodový charakter

Patří jsem výzvy a výstrahy, titulky se snaží apelovat na čtenáře. Na konci věty je většinou vykřičník.

Netopte pod kotlem penězi. Zateplete! – 19. 9. 2012

Ukažte hezké nohy: Zbavte se křečáků! – 16. 5. 2012

Nesmíme opomenout ani estetickou funkci titulků, protože titulky slouží k oživení a zpestření grafické stránky novin. Hana Srpová (1998) pak rozlišuje ještě funkci titulků nadpisovou a nápisovou.

Především v bulvárním tisku převažují titulky s velikou mírou expresivity. Časté jsou i věty tázací a řečnické otázky. V dnešní době se také často objevují zprávy tzv. „senzačního charakteru“¹², se kterými se můžeme setkat i v seriózním (nebulvárním) tisku v kriminálních rubrikách.

Titulek může být věta celá nebo neúplná. Pokud se jedná o úplnou větu s určitým slovesem, je titulek konkrétní a opisný. (Např. *Lidé si mohou vsadit na podobu Klausova novoročního projevu*). Dlouhý titulek však může zabránit rozpoznání jádra titulku. Platí tedy zásada, že by dobrý titulek neměl mít více než 21 písmen. Velice významnou roli má v titulku sloveso, které určuje charakter titulku.

¹² SRPOVÁ, Hana. *K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice*. Ostrava : Ostravská univerzita, 1998, s. 27

3.3 Členění titulku z hlediska jeho struktury

J. Mistrík (1985) vysvětluje, že by struktura novin měla být taková, aby se čtenář, ještě než začne číst, orientoval a byl zhruba informován. Texty se proto nedělí pouze na titulky a články. Dalším důvodem, proč je potřeba rozčleňovat titulky, je ten, že v hlavním titulku může být vykreslena pouze jedna informace z článku. Titulky jsou tedy rozděleny do několika mezistupňů, noviny zpravidla využívají nadtitulky, podtitulky, perexy, leady a mezitulky.

Příčemž titulek, který obsahuje mezistupně, nemusí být ve vztahu nadřazenosti. Jednotlivé titulky jsou většinou odlišené formou, velikostí písma a rozsahem. V odborné literatuře se můžeme setkat s názvem „kombinovaný titulek“, který může mít různé druhy a velikosti písma, může být podtržený apod. Jako příklad uvedu titulkový blok z MFD – hlavní titulek, nadtitulek, podtitulek (ze dne 18. 2. 2013):

ZÁZRAKY PROTI CHŘIPCE

Babičkami prověřené recepty

Jak funguje med, česnek, zázvor a ostatní přírodní divy

Leady (z angl.lead= vést, být v čele) jsou úvodní odstavce, které jsou většinou psány určitým druhem písma a mají zhruba informovat o obsahu textu. Autorem leadu je sám autor textu, na rozdíl od perexu, který je psaný redakcí novin. Někdy nelze perex od titulku odlišit. Perexy ani leady se v deníku Blesk nevyskytují. Pro lepší přehlednost novin slouží mezitulky, které jsou významově spjaty s textem.

U internetové formy deníku, kterou jsem zpracovávala, se formální členění titulků zcela liší od deníků tištěných. Setkáváme se většinou jen s hlavním titulkem, případně s hlavním titulkem doplněným o podtitulek. Pak následuje začátek textu s odkazem na celý článek. Titulky jsou podtržené a psané černou barvou. Veškerý obsah se nachází na „jedné straně“ a je doplněn mnoha obrázky.

Grafická podoba titulků je důležitá, jelikož naznačuje čtenáři, které titulky jsou důležité.

3.4 Členění titulků z hlediska jejich rozsahu

O titulcích krátkých mluvíme, pokud obsahují maximálně 4 slova. Opakem jsou titulků dlouhé. Počet titulků krátkých je v deníku Blesk minimální, téměř se s nimi neseznamujeme. Podle Bartoška¹³ platí, že čím je titulek delší, tím může být obsahově úplnější.

Srovnání titulků krátkých a dlouhých:

Rebelové pomůžou Nečasovi! X Kakáčová dala lekci Českým Miss

- 6. 11. 2012

Kolaps Jiřího Krampola X TV tipy na poslední adventní neděli

- 23. 12. 2012

Počet slov v titulcích je u internetové formy deníků Blesk oproti tištěným novinám mnohem vyšší. Autoři titulků mají totiž velký prostor a titulní strana deníku neobsahuje celé články. Setkáváme se buď jen s titulkem odkazujícím na článek nebo s titulkem, pod kterým je část článku s odkazem na celý text. Průměrná délka titulků je přibližně 10 slov, což je vyšší číslo než u tištěného deníku. (Viz srovnání v tabulce č. 1 a 2)

Důležité je, aby titulek plnil svůj úkol, to znamená, že musí být tak krátký, aby ho čtenář rychle přečetl a zároveň dost dlouhý, aby mohl „*podat aspoň minimální informaci a pokud možno vyprovokovat svou formou i obsahem zájem adresáta o přečtení následujícího jazykového komunikátu.*“¹⁴

Tabulka 1 : Délka a počet titulků v internetovém deníku Blesk.

Datum	18. 2. 2013	25. 2. 2013
Počet titulků	70	84
Nejkratší titulek (počet slov)	5	4
Nejdelší titulek (počet slov)	15	14
Průměr	10	9
Počet obrázků	73	84
Počet reklamních sdělení	10	9

¹³ BARTOŠEK, Jaroslav, DAŇKOVÁ, Helena. *Žurnalistika a škola: Příručka pro učitele mediální výchovy*. Frýdek-Místek : Václav Daněk, 2008, s. 91

¹⁴ SRPOVÁ, Hana. *K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice*. Ostrava : Ostravská univerzita, 1998, s. 40

Tabulka 2 : Titulky v MFD

Datum	18. 2. 2013	25. 2. 2013
Počet titulků (na 1 stranu)	9	13
Nejkratší titulek (počet slov)	3	3
Nejdelsí titulek (počet slov)	11	13
Průměr	7	8
Počet obrázků	7	9
Počet reklamních sdělení	1	1

3.5 Členění titulků podle dalších kritérií

3.5.1 Titulky určité a neurčité

Protože hlavním úkolem žurnalistiky je přinášet co nejvíce informací, setkáváme se v dnešním tisku převážně s titulky, které jsou konkrétní a obsahují silnou informační složku:

Seriálová hvězda Sabina Králová bourala opilá – 21. 12. 2012

Slevové portály ničí nový soupeř! Zkrachují? – 19. 12. 2012

Titulky neurčité mají informační hodnotu nižší. Předpokládá se, že má čtenář určitou znalost problematiky. V bulvárním deníku nejsou příliš časté, spíše se setkáme s titulky, které vyjadřují celé jádro zpravodajského sdělení. Titulky neurčité však mohou přitáhnout pozornost čtenáře právě svou neurčitostí.

Jako v Básnících: Černošský student v kroji vede chasu – 20. 11. 2012

Šokující volba nizozemské královny Beatrix (75) – 19. 2. 2012

Superman se zbláznil! – 18. 3. 2013

Typickým rysem pro novinové titulky je v současnosti snaha o informační nasycenost. Jak píše M. Mlčoch: „*Samotný titulek zpravidla podává základní informaci a čtenář mnohdy ani nemusí číst obsah článku.*“¹⁵ A mnozí čtenáři se zajímají opravdu jen o novinové titulky a samotný text nečtou.

¹⁵ MLČOCH, Miloš. Titulek ve sportovní žurnalistice. In: AUPO Facultas Paedagogica, Philologica XIX, *Studia Philologica* 9, UP Olomouc 1999, s. 12

3.5.2 Titulky statické a dynamické

S touto klasifikací se můžeme seznámit například v Mistríkově *Šylistice*. Jedná se o dělení podle absence nebo přítomnosti slovesa v určitém tvaru.

Titulky statické sloveso v určitém tvaru neobsahují. Základem je většinou substantivum, které má funkci subjektu, popřípadě to může být i adjektivum. Velice často to bývají konstrukce sestavené z adjektiva a substantiva:

Zvrácená láska (*Lisa (11) utekla s přítelem (28) své matky*) – 3. 1. 2012

Nová cestovka (*Sveze turisty po místech, kde v Čechách bujela korupce*)
– 8. 2. 2012

Okouzlující Lída Baarová (*Toužili po ní všichni muži!*) – 15. 12. 2012

Titulky dynamické, na rozdíl od statických, obsahují verbum finitum čili sloveso v určitém tvaru. Dynamičnost však nemusí být dána pouze slovesem, může být například vyjádřena substantivem v jiném než v prvním pádě. Jmenný výraz v nominativu je statický, ale v jiném pádě dynamický, jelikož asociuje sloveso. Dalším případem může být titulek infinitivní, který taktéž předpokládá určité sloveso.

Příklady dynamických titulků:

- Titulek s verbem finitem:

Na trhu se před Vánocemi objeví léčebný kapr – 11. 12. 2012

- Titulek se substantivem:

Při vánočním vaření pozor (Tenhle mlýnek je nebezpečný) – 15. 12. 2012

- Titulek s infinitivem:

Kde oslavit netradičně Silvestra? – 7. 11. 2012

3.5.3 Titulky tematické a rematické

Titulky můžeme rozdělit na tematické, rematické a tematicko-rematické, které v českých denících převažují. Pokud je v titulku vynechané sloveso, zůstává tam pouze téma a réma. Téma je většinou jmenný výraz v nominativu, réma jmenný výraz v jiném než v 1. pádě. Při práci s titulky v deníku Blesk převažovaly titulky tematické nad titulky rematickými, např.:

Unikátní Betlém (Vejde se do lískového oříšku) – 25. 12. 2012

Špion na porodním sále (Poznáte ho?) – 16. 10. 2012

Většinou se však setkáváme s titulky, které obsahují téma i réma:

Nečas prosadil daňový balíček, vláda přežila! – 7. 11. 2012

Rok po Havlově smrti se objevily unikátní fotky – 18. 12. 2012

Když mluvíme o tématu a rématu, musíme zmínit také případ tzv. kataforické elipsy. Jedná se o vynechání subjektu (tématu):

V Mexiku našli 1000 let starou lebku mimozemšťana – 19. 12. 2012

Ukradli destičky z Terezína za skoro dva miliony – 26. 11. 2012

3.6 Členění titulků z hlediska morfologického

Na titulky můžeme pohlížet z mnoha hledisek. Z hlediska morfologického je můžeme třídit do čtyřech skupin: titulky verbální, nominální, adverbiální a smíšené.

3.6.1 Titulky verbální

Jedná se o titulky, ve kterých se nachází sloveso v určitém tvaru nebo neurčitý slovesný tvar, a to jak ve větě hlavní, tak i vedlejší. Patří sem například titulky, které obsahují verbum finitum jako verbální nebo verbonominální predikát:

Koncert v Lucerně nebude - 18. 12. 2012

Dara není žádná fiflena - 21. 12. 2012

Pomeje reaguje na nařčení Gotta - 24. 2. 2013

Dále sem patří titulky s elipsou pomocného, kopulativního nebo autosémantického slovesa (elipsa se využívá hlavně kvůli úspornosti), titulky s tzv. výzvolným infinitivem nebo také titulky s koordinací, která může být ve formě predikátu několikanásobného či souvětí. Např.:

Sandra (17) odešla k lékaři do Liberce, nevrátila se - 21. 3. 2013

Janda sbalil rodinu a zmizel do teplých krajín - 7. 2. 2013

Příklad infinitivu výzvolného: *Vstoupit nebo nevstoupit do druhého pilíře?*

- 19. 2. 2013

3.6.2 Titulky nominální

O titulcích nominálních mluvíme tehdy, pokud neobsahují žádný tvar slovesa. Takové titulky mohou být nerozvité (nemodifikované), rozvité přívlastkem shodným, neshodným nebo vedlejší větou. Např.:

Sněhové peklo na Slovensku - 7. 2. 2013

Často se může jednat o titulek, který je rozvitý přívlastkem shodným i neshodným zároveň:

Anife Vyskočilová na Jamajce - 16. 2. 2013

Deníček těhotné Ornelly - 24. 2. 2013

V tomto druhu titulků se může vyskytnout tzv. publicistický přívlastek. Podle Srpové (1998) je v něm zatajeno jedno nebo více významových jader, což vyvolává různé asociace. Tím je probuzena percipientova zvědavost a snaha přečíst celý komunikát.

3.6.3 Titulky adverbialní

Tato skupina titulků nemá příliš velké zastoupení a je tvořena například substantivem v předložkovém pádu, příslovcem s předložkovou vazbou nebo pouhým příslovcem.

Konečně! – 1. 3. 2013

Jako v Básnicích – 20. 11. 2012

Poslední skupinou jsou titulky smíšeného typu, ve kterých se vyskytují kombinace výše uvedených struktur (verbální, nominální a adverbialní).

3.7 Lexikální analýza titulků

V novinových titulcích se setkáváme s celou řadou různých lexikálních prostředků. V bulvárním tisku převládají především slova expresivní, která stojí v opozici vůči slovům nociónálním. Pro slova expresivní je typické to, že mají určitý citový příznak. Tento příznak může být jak kladný, tak záporný. U titulků převládají spíše slova se záporným než s kladným citovým příznakem. Tam můžeme zařadit například slova pejorativní, zhrubělá nebo vulgární.

*Noid se válí na Kanárech s nahými **babami!** – 11. 6. 2012*

***Hnus** v Prostřeno! Týrání zvířat, **smrad**, slzy, hádky a večeře v restauraci!*

- 19. 9. 2012

***Nenažraný rebel Úlehla (ODS) našťval lidi: 39 tisíc je pro něj málo, z toho nevyžije!** – 13. 12. 2012*

*Vražedkyně exkluzivně z **basy** – 20. 11. 2012*

***Kurvahoši bankrot!** Bolek Polívka nesplácí dluhy – 10. 3. 2013*

Ve všech těchto příkladech se jedná o pejorativní nebo zhrubělé výrazy, které se vyskytují poměrně často ve všech bulvárních denících, na rozdíl od deníků seriózních, ve kterých by se tyto výrazy neměly objevovat. V seriózních denících jsou užity spíše jazykové prostředky neutrální.

Podle Mlčocha¹⁶ se můžeme v některých případech setkat s titulkem, který má charakter mystifikační nebo dvojsmyslný, což je také znak charakteristický spíše pro bulvární tisk.

Slova můžeme rozdělit do skupin podle slohových příznaků na slova hovorová, knižní, termíny a poetismy. Se slovy knižními, poetismy a termíny se v bulvárním tisku téměř nesetkáme, ale slova hovorová jsou zde v určité míře zastoupena. Pro slova hovorová je typická expresivita, živost a novost. Musíme u nich rozlišovat část spisovnou a nespisovnou.

¹⁶ MLČOCH, Miloš. Několik poznámek k nejazykovým a jazykovým prostředkům v současném bulvárním a tzv. seriózním tisku. *Naše řeč* 85, 2002, č. 5, s. 235 - 243.

Ve své práci s titulky jsem narazila převážně na slova hovorová, která vznikla univerbizací, což je vytvoření jednoslovného pojmenování z pojmenování víceslovného. V titulcích se využívají hlavně kvůli tomu, že jsou krátká a nosná.

„Dotykáč“ je pro babičku za trest! Co chtějí senioři od mobilu? – 11. 12. 2012
(„dotykáč“ = dotykový mobil)

Ukažte hezké nohy: Zbavte se křečáků! – 16. 5. 2012
(„křečáky“ = křečové žíly)

Krainová uráží Mareše: Takto oblečený by mě neoslnil ani s vlastním tryskáčem! – 7. 1. 2013
(„tryskáč“ = tryskové letadlo)

Další hovorové výrazy v titulcích.

První letošní smrt'ák: Řidiče zabil náraz do stromu – 2. 1. 2012

Pubert'ačka (14) svolala party na Facebooku: 800 lidí jí zdemolovalo dům – 11. 12. 2012

Táno, koukej! Takhle se s kolegyní zdraví budoucí tatínek Vojta – 24. 1. 2012

V tomto titulku byl použit výraz obecné češtiny, která je jednou z forem nespisovné češtiny.

Další skupinou, která je částečně zastoupená v novinových titulcích, jsou slangy, které jsou příznačné pro určitou zájmovou skupinu lidí. Typickým znakem pro slang je expresivita, metaforičnost, variabilita a jazyková hra. V titulcích se využívá převážně sportovní slang:

Hamoun Balotelli naštvál spoluhráče, pak vymetl šibenici! – 15. 2. 2013

Přihrávka, gól a komický vlastňák! Bale prožil bláznivý večer – 29. 11. 2012

Šmehlík se na sraz part'áků z Nagana těšil - 25. 2. 2013

Mečbol mají na hokejkách hosté, utkání Vítkovic a Zlína sledujte ONLINE - 19. 3. 2013

Další příklad slangu (oblast zdravotnictví):

Co dělat, když z vás nemoc udělá „ležáka“? – 30. 3. 2013

3.7.1 Zkratky v novinových titulcích

Zkracování je jedním ze způsobů tvoření slov, patří ale spíše ke způsobu okrajovému. Častěji se v češtině využívá odvozování a skládání. V novinových titulcích se setkáváme se zkratkami, které fungují jako prostředek jazykové ekonomie. Většinou se jedná o zkratky graficko-fonické, které se píší velkými písmeny a jsou vytvořeny z iniciálových hlásek jednotlivých slov. Nazývají se proto zkratky iniciálové. Nejčastěji jde o zkratky různých politických stran (ODS, ČSSD apod.).

Příklady zkratk v titulcích:

*Útok hackerů Anonymus na weby **KSČM** – 16. 10. 2012*

***VV** volí předsedu, odcházející John ostře zkritizoval **LIDEM** – 16. 2. 2013*

***ODS** zrušila tři pražská sdružení: Černé duše, machinace s posty! – 28.2.2013*

*Nečas pohrozil Evropě: Svrhneme rozpočet **EU**! Je neférový – 7. 2. 2013*

*Jih **USA** o Vánocích potrápilo tornádo a vlna bouří – 26. 12. 2012*

Kromě iniciálových zkratk se můžeme setkat také se zkratkovými slovy, pro která je typické, že mají zvukový i tvaroslovný charakter slova.

*Sedmiletý školák z Číny za sebou utáhne dvoutunové **auto**! – 25. 9. 2012*

Zkratky mohou být i přejaté z cizích jazyků, nejčastěji z angličtiny:

*Halo4 – nejlepší **sci-fi** střílečka široko daleko v celém vesmíru – 15.11. 2012*

3.7.2 Pojmenování s přeneseným významem v titulcích

S pojmenováními, která mají přenesený význam, se setkáváme u slov mnohovýznamových, která stojí v opozici vůči slovům jednovýznamovým. Výskyt těchto slov je nejen v jazyce, ale i v novinových titulcích zcela běžný. V oblasti lexikologie rozlišujeme metaforu, metonymii a synekdochu.

Jak uvádí Přemysl Hauser (1980), metafora je přenášení slov na základě vnější podobnosti denotátů. Tato podobnost se může týkat tvaru, barvy, umístění, rozsahu a funkce. Metaforou se zabývali již filosofové ve starověkém Řecku, jako byl například Aristoteles. Většina publicistických metafor bývá ustálená (pevná) a lexikalizovaná. Metafory mohou být jednoslovné i víceslovné. Mezi nejčastější typy metaforických pojmenování patří metaforické nominace, tedy:

- Metaforická adjektiva (Některá spojení jsou již tak běžná, že jsou považována za klišé.):

Nahá minulost: Jana Šulcová ukázala vše v dobrém světle – 24. 12. 2013

Masový vrah z Frenštátu chtěl po radnici odškodnění – 24. 2. 2013

Příspěvek solárním baronům: Až 13 tisíc ročně! – 22. 2. 2013

ODS zrušila tři pražská sdružení: Černé duše, machinace s posty – 28. 2. 2013

- Metaforická substantiva

Kotě Pavel Bém je zpátky na scéně! – 18. 1. 2013

Okamžik smrti: Fotograf zachytil skok dvou milenců z mostu! – 1. 3. 2013

- Metaforická slovesa (Jak uvádí M. Mlčoch (2002), tento typ se začíná více využívat, jelikož se v titulku častěji vyskytuje verbum finitum, které může být metaforické. Využívají se často v oblasti sportu.)

Manchester United měl Chelsea na lopatkách, ta urvala remízu – 10. 3. 2013

Teplíce se doma propadly, Slovácko jim uštědřilo čtyřgólový debakl

– 10. 3. 2013

U sloves se metafora projevuje jako personifikace:

Jaro vtrhlo do zahrady! – 16. 5. 2012

Česko zadusil SMOG: Kde je situace nejhorší? – 24. 2. 2013

Slunce útočí i ve městě! – 7.8.2012

Hlavně v oblasti sportu se můžeme setkat s tzv. kvazipersonifikací (nepravou personifikací), ve které jsou konkrétní osoby zastoupeny „pojmenováním vyššího, významově nadřazeného celku,¹⁷ který působí jako neživotný.

Dalším případem přenesení významu může být metonymie, což je přenášení slova na denotát, který váže s původním denotátem souvislost vnitřní. (Hauser, 1980) Metonymie se na rozdíl od metafory vyskytuje pouze u substantiv a členíme ji do třech skupin na strukturní, kontextovou a etymologickou. V jazyce se s ní setkáváme velice často. Mezi metonymií bývá také zařazována ironie, perifráze a antonomazie (v titulcích se většinou vyskytuje jako „přezdívka“ sportovního klubu).

a) Metonymie etymologická (historická):

Facebookový Romeo získal 1 milion lajků – 20. 1. 2013

Elvis Zeman vs. princátka Karel – 16. 1. 2013

b) Metonymie strukturní

Komise trvá na svém: Plzeňská práva nemají dostatek profesorů – 8. 2. 2012

Policie pátrá po „lesním muži“, pomozte! – 4. 1. 2012

c) Metonymie kontextová – tento typ metonymie není pro novinové titulky typický

Sodoma Gomora! Na šéfa církve se vrhla nahá aktivistka – 27. 7. 2012

Kromě metonymie se může v novinovém titulku také vyskytnout synekdocha, která bývá někdy považována za jakýsi derivát metonymie. Synekdocha je založená na konfrontaci celku a jeho části (tzv. kvantitativní konfrontace).

¹⁷ SRPOVÁ, Hana. *K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice*. Ostrava : Ostravská univerzita, 1998, s. 119

Titulky obsahující synekdochu se nejčastěji nachází v oblasti sportovní a jde o typ, kdy je zaměněn celek za část (název klubu za jeho členy).

Sparta a Plzeň rozpoutaly přestupy za neskutečné peníze: Točí se 72 milionů!

– 16. 1. 2013

TO JE SENZACE! Arsenal má na seznamu posil gólmana Čecha – 19. 3. 2013

Mečbol mají na hokejkách hosté, utkání Vítkovic a Zlína sledujte ONLINE

– 19. 3. 2013

V některých případech autoři různě klasifikují konfrontaci týmu a města. (Někdy ji považují za metonymii, jindy za synekdochu.)

3.7.3 Pojmenování frazeologická

Frazeologická pojmenování neboli frazeologismy jsou ustálená víceslovná pojmenování s přeneseným významem. Tato ustálenost je podle Hausera (1980) základní podmínkou frazeologismů. Slova v těchto pojmenováních ztrácí svůj původní význam a nabývají nový. „*Významová samostatnost slov, z nichž se skládají, je značně oslabena anebo je vůbec zrušena.*“¹⁸

Rozlišujeme frazeologismy, ve kterých se vyskytuje pouze jeden frazeologický člen a frazeologismy, které působí jako celek. Také můžeme frazeologické obraty dělit do tří skupin na *intenzifikační*, *verbalizační* a *konkretizační*. V novinovém slohu se setkáváme se všemi typy.

- Intenzifikační frazeologické obraty – u těchto obratů je základní slovo zesíleno dalším slovem, které vyjadřuje vyšší míru jeho obsahu a je většinou samo obratné.

Padlý Jan Fischer: Chtěl měnit politiku, bojoval penězi z podezřelých účtů?

– 11. 3. 2013

- Verbalizační frazeologické obraty – vznikají v takové situaci, kdy je potřeba použít podstatné jméno v dějovém vztahu. Mohou se vázat na různá slovesa, která nejsou na podstatná jména příliš vázaná a vyskytují se ve všech jazykových vrstvách.

¹⁸ BEČKA, J.V. *Jazyk a styl novin*. Praha : Vydavatelství a nakladatelství Novinář, 1973, s. 57

J. V. Bečka (1973) tvrdí, že právě verbalizační frazeologismy v novinách hodnotíme jako výrazový prostředek, který je velmi potřebný a výhodný.

Děsivá třetina Vítkovic, Kometa se dočkala výhry, Sparta padla – 13. 2. 2013

KLDR hrozí válkou: Vypověděla mírové dohody, generálové však vyrazili na golf! – 11. 3. 2013

Okamura má pech: Stížnosti nepomohly, soud je definitivně zamítl – 8. 1. 2013

- Konkretizační frazeologické obraty – jedná se o obraty, které jako celek vyjadřují skutečnost pomocí nepřímého pojmenování (metaforického, metonymického nebo synekdochického). Může se jednat o rčení nebo konkretizační přirovnání. Rčení bývají většinou slovesná.

Blýská se na lepší časy? – 18. 9. 2012

Kdo si počká, ten se dočká: Unikátní záběry lovu leoparda – 5. 10. 2012

Neštěstí ve hře, štěstí v lásce! Dědeček Maradona bude počtvrté otcem – 24. 9. 2012

Nečas vládu nezvládl: Ministři padají jako hrušky – 2. 10. 2012

Svaly jako bláto? Víme, jak na to: Posilujte v klidu doma! – 1. 10. 2012

3.7.4 Užívání slov cizího původu

Počet slov, která mají cizí původ, v posledním desetiletí zřetelně vzrostl. Největší vliv má jednoznačně anglický jazyk. Slova, která byla přejatá z angličtiny, se využívají především v politice, kultuře, ekonomice, sportu a počítačové technice. Anglickým výrazům v titulcích jsem se budu věnovat zvlášť v následující kapitole.

Titulky využívají také slova původně latinská, řecká, francouzská, italská a další.

V titulcích se kromě slov cizího původu mohou objevit i internacionalismy (slova, která se vyskytují v několika jazycích a mají stejný nebo podobný význam).

3.7.5 Anglické výrazy v titulcích

Problematikou anglických výrazů v titulcích se zabývala například Diana Svobodová. V poslední době se výrazy, které mají svůj původ v angličtině, vyskytují čím dál častěji. A to především v oblastech sportu, módy, výpočetní techniky, filmu a populární hudby. U některých anglických výrazů dochází k formální změně, jiné jsou použity ve své původní formě a pravopise a zůstávají tudíž nesklonné.

Nápadný vliv anglického jazyka na slovní zásobu zmiňuje i František Daneš (1997): „*Anglicismy, staršími, novějšími i zcela novými a stále přibývajícimi, jsou dnešní psané i mluvené jazykové projevy silně prostoupeny, a to v nejrůznějších komunikačních oblastech (s rozdíly generačními) a v různé stylové platnosti.*“

I v bulvárním tisku se často setkáváme s anglickými výrazy. Většinou se jedná o substantiva a adjektiva, která jsou ve funkci atributů v prepozici nebo v postpozici. Anglické výrazy se také často nachází v rámci tzv. hybridních složenin, což je spojení části anglické a české v jedno slovo.

Příklad hybridní složeniny: *Maminky, ušetřete si práci! Pořid'te si **baby mop!***
– 6. 11. 20112

Příklad anglického výrazu užitého v původním tvaru může být například:
Lovestory Kaiser a Vrtíšková: Láška komikovi zachraňuje zdraví – 2. 1. 2012

I přesto, že některé anglické výrazy zůstávají nesklonné, jsou většinou přiřazovány k některému ze tří rodů, např. výrazy *interview* (N), *hobby* (N), *story* (F) a další. U některých slov dochází k přiřazení k příslušnému rodu podle českého ekvivalentu daného výrazu, např. *star – hvězda*, *story – povídka* (rod ženský).

Příklad anglického výrazu, který je použit v původním tvaru, ale stává se sklonným (dochází u něj k deklinaci):

*Očima Františky: **Playboy** Slávik je velmi nedoceněný! - 18. 11. 2012*

Nebo příklad: *Olga Menzelová: V **outfitu** za milión a s novým mužem po boku*
- 24. 9. 2012

Nesklonné anglicismy můžeme vidět často v pozici atributů substantiv:

Halo4– nejlepší sci-fi střelečka široko daleko v celém vesmíru - 15.11.2012

V bulvárním tisku se můžeme setkat i s citoslovci, která byla „přejata“ z angličtiny:

Ooops! Minela gólmana Sparty dovršila prohru v derby se Slavií - 2. 10. 2012

I přesto, že je tento jev málo obvyklý, můžeme vidět v titulcích i celé spojení anglických výrazů:

Made in China: Extrémní výcvik ženských bodyguardů - 20. 1. 2012

Velice významnou skupinou výrazů jsou složeniny, které obsahují první komponent tvořený slovem „super“, přičemž druhý komponent může tvořit slovo české nebo anglické (srov. supermodelka x superman). V bulvárním tisku se vyskytuje také poměrně často prefix ex-, který je použit ve významu „bývalý“ (expřítel, exmanžel, apod.):

*Klaus chválil Vondru: Peake na obranu? Kuba **superministrem**? - 30. 11. 2012*

*Piu (24) uškrtil **expřítel**: Protože nechtěla jeho růže! - 4. 2. 2012*

Nejčastější oblastní, ve které se s anglickými výrazy setkáváme, je sport.:

*Tohle jsou jejich chlapi! S kým randí **fedcupové** královny? A která je volná?*

*Bon Jovi pomáhá obětem Sandy: Tam, kde mé děti **surfují**, shořelo 80 domů - 5. 11. 2012*

Václav Křístek¹⁹ uvádí, že právě „sportovní názvosloví, a zejména jeho slangové ekvivalenty, má relativně mnoho jednotek cizího původu.“ Tato slova jsou nejčastěji přejata z angličtiny, a to i díky tomu, že velký počet sportů vznikl v anglicky mluvících zemích (např. fotbal, hokej, golf a další). Některé názvy sportů mají své české označení (fotbal – kopaná), ale přesto se více používají slova, která byla přejata. Grafická stránka těchto slov se ve většině případů přizpůsobila češtině, ale vyskytují se i citátové výrazy jako je například slovo *fair play*:

VIDEO: Fair play žije. Hráči nechali soupeře vyrovnat – 6. 12. 2009

¹⁹ KŘÍSTEK, Václav. Poznámky k sportovním názvům cizího původu. *Naše řeč* [online]. 1971, roč. 54, č. 2 [cit. 2013-04-07]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5552>

3.7.6 Přirovnání a jeho využití

Přirovnání slouží, podobně jako metafora, jako prostředek analogie. Pomocí srovnávání se snaží dosáhnout větší názornosti. Jeden ze základních způsobů přirovnání je přirovnání názorné:

První portrét vévodkyně Kate: Jak se vám líbí? Vypadá prý jako upír!

- 11. 1. 2013

Vypadáte jako Zeman? Hledáme jeho dvojníka! - 12. 3. 2013

Bučková se rozplývala jako malina – 18. 3. 2013

Prvotní funkce těchto přirovnání byla podle Srpové (1998) "vysvětlovat jevy abstraktní (přirovnáním k jevům konkrétním) nebo jinak obtížně vysvětlitelné, neznámé, cizokrajné."

Přirovnání mohou mít také funkci estetickou a atrakční, tudíž neslouží primárně k objasňování skutečnosti, ale obsahují spíše složku expresivní. Do této skupiny řadíme přirovnání estetická a intenzifikační (která někdy mohou korespondovat s hyperbolou). Například:

Bojíte se pavouků? Tenhle vás vyděsí! Vypadá jako klaun z hororu To!

- 13. 2. 2013

Fuj! S tímhle parfémem budete "vonět" jako mrtvola - 13. 3. 2013

Adamcovi na Zanzibaru: Exotika jako náplast na bolavá záda - 27.2. 2013

Nepůvodní přirovnání vychází nejčastěji z lidového jazyka (např. *Bylo toho málo jako šafránu*), z reálií cizí provenience nebo z mytologie či Bible. Jako spojovací výraz slouží ve většině případů spojka "jako". Některá přirovnání mohou plnit více funkcí najednou (názornost, intenzifikace, estetičnost).

3.8 Sémanticko-syntaktická výstavba novinových titulků

Sémanticko-syntaktickou výstavbou novinových titulků se zabýval například J. V. Bečka a Eva Macháčková, která touto problematikou přispěla do časopisu *Slovo a slovesnost* (ročník 1985).

3.8.1 Slovosled novinových titulků

Důležitou otázkou je v syntaktické rovině slovosled novinového titulku. Josef Bečka (1973) popisuje, že se v titulcích můžeme často setkat s obrácenou sdělnou perspektivou. To znamená, že se jádro výpovědi nachází v titulku na začátku. Verbum finitum jako tranzitivní prvek se většinou vynechává, protože si jej může čtenář snadno odvodit z kontextu. Především v oblasti sportu můžeme často pozorovat vynechání slovesa sponového, např. *Nadal znovu ve finále. (22. 2. 2013)*. V případě, že je slovosled obrácený, spona se většinou vyjadřuje: *V kníru je síla (31. 10. 2012)*. Na začátku titulku se můžeme setkat se slovesy, která vyjadřují vznik, zánik, trvání, konání, změnu atd., např. *Zemřela Květa Legátová (+93) (22. 12. 2012)*. V deníku Blesk jsem se ale setkala spíše s titulky, které měly na začátku podstatné jméno, které bylo dále rozvíté. Nejčastěji vyskytující se slovesa byla slovesa dějová, většinou ve 3. osobě:

Seriálová hvězda Sabina Králová bourala opilá - 21. 12. 2012

Astrolog předpověděl redaktorce Blesku budoucnost - 5. 12. 2012

3.8.2 Elipsa a eliptické věty

Elipsa je u novinových titulků poměrně častý jev. Dochází k vypuštění některého z větných členů z různých důvodů. Lze ji obecně rozdělit na anaforickou a kataforickou. Elipsa anaforická neboli textová se váže k větnému členu, který byl již dříve v textu zmíněn a můžeme tudíž odvodit význam z kontextu. V novinových titulcích se vyskytuje elipsa kataforická. Teprve až po přečtení textu, který

následuje za titulkem, se dozvíme, které slovo či větný člen byl vypuštěn. Může jít například o větu s nevyjádřeným subjektem či objektem:

Ucházeli se o místa u policie, ale testy zdatnosti nepřežili! - 30. 12. 2012

Zabil seniora jednou ranou pěstí: Kvůli poškrábanému autu! – 18. 3. 2013

Musíte vidět! – 30. 3. 2013

V deníku Blesk se kataforická elipsa vyskytuje málokdy. Pokud je v titulku vynecháno sponové nebo pomocné sloveso, nejedná se o tento druh elipsy. V titulku mohou být vynechána i slovesa plnovýznamová, která si můžeme domyslet, ale čas těchto sloves není vždy jednoznačný.

3.8.3 Druhy a typy vět v novinových titulcích

J.V. Bečka (1973) rozčleňuje věty podle určitých kritérií. Podle druhu predikace rozlišuje věty dvojčlenné a jednočlenné. Tyto druhy se pak dále dělí na věty slovesné, slovesně jmenné a neslovesné. Podle Hany Srpové (1998) se v titulcích nejčastěji vyskytují konstrukce, které jsou nevětné (čili větné ekvivalenty). Pokud bychom se měli zaměřit na druhy vět, tak se nejčastěji vyskytují věty dvojčlenné slovesné, což jsou ty, které obsahují jak subjekt, tak predikát a sloveso je vyjádřeno v určitém tvaru. Tento druh vět se využívá hlavně pro svou dějovost a dynamičnost.

Janda sbalil rodinu a zmizel do teplých krajín – 7. 2. 2013

*Bezdomovec Marek (39) zahodil svou šanci: Z tepla se vrátil mrznout na ulici!
– 19. 2. 2013*

Klaus se stěhuje: Z hradu do zámečku – 28. 2. 2013

Poměrně často se v deníku Blesk setkáváme s přímou řečí. Většinou však nebývá označena uvozovkami. Jde o výroky celebrit a známých lidí, kterých se celý článek týká. Například:

*Fialová o konci Voříška: **Jsem ráda** – 2. 3. 2013*

*Yveta Blanarovičová: **Růžičková mi předpověděla syna!** – 27. 12. 2012*

Pokud bychom se zaměřili na oblast typů vět podle modality, tak v novinách převládají jednoznačně věty oznamovací. Ale můžeme se setkat i s ostatními typy,

například s větami tázacími. Tyto věty jsou většinou ještě doplněné větou oznamovací, která „radí“ čtenářům, co mají dělat nebo vypovídají o tom, v čem spočívá jejich „problém“.

Jste na dně? Obráťte se na stát – 11. 1. 2013

Leze na vás chřipka? Pomůžte domácí čaj! – 12. 1. 2013

Máte deprese? Mohou za to sladké limonády – 15. 1. 2013

Věty oznamovací mají často v novinových titulcích formu výzvy a snaží se apelovat na čtenáře. S větami rozkazovacími se můžeme také setkat, ale ne příliš často.

Sexy jako celebrity: Zbořte mýty o blond vlasech! – 22. 1. 2013

ZÁVĚR

V bakalářské práci jsem se zaměřila na novinové titulky internetové formy bulvárního deníku Blesk a snažila jsem se je charakterizovat z více hledisek a podat jejich celkový obraz. Definovala jsem pojmy jako je žurnalistika, bulvární tisk a především novinový titulek.

V první části práce jsem nastínila vývoj a historii žurnalistiky, která sahá až do období starověkého Říma. Česká žurnalistika má kořeny v období poloviny 19. století a také si prošla zřetelným vývojem, který byl ovlivněn především různými společenskými a politickými změnami. Tato část práce je čistě teoretická a vychází především z knihy *Dějiny českých médií 20. století* Jakuba Končelíka, Pavla Večeři a Petra Orsága.

Druhá kapitola je taktéž teoretická a charakterizuje tisk bulvární a deník Blesk, z něhož pochází excerpta použitá v této práci. Popsala jsem vývoj bulvárního tisku, který se k nám dostal z angloamerických zemí a strukturu a témata deníku Blesk.

Třetí kapitola již popisuje novinový titulek, který je hlavním zájmem této práce. Stejně jako se vyvíjel tisk, měnil se i pohled na novinové titulky. Titulky jsou projevem jak automatizace, tak i aktualizace novinového textu. Změnila se nejen grafická stránka titulků, ale i jejich struktura. Celou podkapitolu jsem věnovala funkcím titulků.

Druhá část třetí kapitoly je již praktická a jsou v ní použity titulky z deníku Blesk z roku 2012 a 2013. Nejdříve jsem se zaměřila na členění z hlediska struktury, které je však v internetové formě deníku omezené. Pro příklad jsem tudíž použila titulek z Mladé fronty DNES. Následuje kapitola zaměřená na členění titulků z hlediska jejich rozsahu, která se týká obzvláště počtu slov v titulcích. Abych lépe znázornila rozdíl mezi deníkem bulvárním a seriózním, využila jsem materiály z obou tiskovin a vložila je do dvou tabulek, ve kterých jsou zobrazeny informace týkající se počtu slov v titulcích, počty titulků, obrázků a reklamních sdělení.

Novinové titulky jsem se snažila rozdělit podle různých kritérií. Například na titulky určité a neurčité, tematické, rematické a tematicko-rematické, podle přítomnosti slovesa v určitém tvaru jsem rozdělila titulky na statické a dynamické. Ve stavbě titulků hraje také důležitou roli hledisko morfologické. Z tohoto pohledu

jsem rozdělila titulky na verbální, nominální, adverbiální a smíšené, přičemž vždy záleží na větném členu, který je v titulku centrální (verbum finitum, subjekt, adverbiále). Ke každému typu titulků jsem uvedla příklady pro lepší názornost.

Velkou pozornost jsem věnovala lexikální analýze titulků, jelikož se v žurnalistice často vyskytují různá obrazná pojmenování a další lexikální prostředky. V bulvárním tisku je možné pozorovat velký výskyt slov expresivních – mezi nimi i výrazy pejorativní a zhrubělé. Jedna podkapitola se věnuje také zkratkám a zkratkovým slovům. V oblasti lexikální jsem se zaměřila převážně na pojmenování s přeneseným výrazem, kam patří metafory a metonymie a na pojmenování frazeologická, která jsou taktéž zastoupena v novinových titulcích. V této části jsem se také snažila ukázat vliv anglického jazyka na novinové titulky. Výrazy, které mají původ v angličtině, jsou velmi četné, obzvláště v určitých oblastech, jako je například sport, technika a hudba.

Posledním oddílem (3.8) je sémanticko-syntaktická výstavba novinových titulků, kde jsem naznačila syntaktickou stavbu titulku a slovosled a také jsem se zabývala kataforickou elipsou, která se však v deníku Blesk příliš nevyskytovala. Samostatnou podkapitolu také tvoří druhy a typy vět v titulcích.

PRAMENY

Internetový deník Blesk.cz (2012, 2013)

Mladá fronta DNES (únor 2013)

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BARTOŠEK, Jaroslav, DAŇKOVÁ, Helena. *Žurnalistika a škola: Příručka pro učitele mediální výchovy*. 1.vydání. Frýdek-Místek: Václav Daněk, 2008, 208 s. ISBN 978-80-254-3020-0.

BARTOŠEK, Jaroslav. *Žurnalistika. Úvod do studia*. 1. vydání. Olomouc: UP Olomouc, 1997. 130 s. ISBN 80-244-0235-1

BEČKA, Josef Václav. *Česká stylistika*. 1. vydání. Praha: Academia, 1992, 476 s. ISBN 80-200-0020-8

BEČKA, Josef Václav. *Jazyk a styl novin*. 1. vydání. Praha: Vydavatelství a nakladatelství Novinář, 1973, 216 s.

DANEŠ, František. Situace a celkový stav češtiny. In: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha 1997, 292 s. ISBN 80-200-0617-6

HAUSER, Přemysl. *Nauka o slovní zásobě*. 1. vydání. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1980, 192 s.

HUDEC, Vladimír. *Úvod do teorie žurnalistiky*. 1. vydání. Praha: Vydavatelství a nakladatelství Novinář, 1982, 263 s.

KONČELÍK, Jakub a kol. *Dějiny českých médií 20. století*. 1. vydání. Praha: Portál, 2010. 310 s. ISBN 978-80-7367-698-8.

KŘÍSTEK, Václav. Poznámky k sportovním názvům cizího původu. *Naše řeč* [online]. 1971, roč. 54, č. 2 [cit.2013-04-07]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5552>

MACHÁČKOVÁ, Eva. K sémanticko-syntaktické výstavbě novinových titulků. *Slovo a slovesnost* [online]. 1985, roč. 46, č. 4 [cit. 2013-04-07]. Dostupné z: <http://kramerius.lib.cas.cz/search/i.jsp?pid=uuid:ca7dfc47-530d-11e1-1726-001143e3f55c&q=K%20s%C3%A9mantickosyntaktick%C3%A9%20v%C3%BDstavb%C4%9B%20novinov%C3%BDch%20titulk%C5%AF>

MISTRÍK, Josef. *Kompozícia jazykového prejavu*. 1. vydání. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1985, 172 s.

MISTRÍK, Jozef. *Štylistika*. 1. vydání. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1985, 582 s.

MLČOCH, Miloš. Několik poznámek k neязыkovým a jazykovým prostředkům v současném bulvárním a tzv. seriózním tisku. *Naše řeč*, 2002, roč. 85, č. 5, s. 235 - 243.

MLČOCH, Miloš. Titulek ve sportovní žurnalistice. In: *AUPO Facultas Paedagogica, Philologica XIX, Studia Philologica 9*, UP Olomouc 1999, s. 7 - 22.

OSVALDOVA, Barbora a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vydání. Praha: Libri, 1999, 256 s. ISBN 80-85983-76-1

SRPOVÁ, Hana. *K aktualizaci a automatizaci v současné psané publicistice*. 1. vydání. Ostrava: Ostravská univerzita, 1998. 168 s. ISBN 80-7042-490-7.

SVOBODOVÁ, Diana. Anglické výrazy v českém publicistickém stylu. *Naše řeč* [online]. 1996, roč. 79, č. 2 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7305>

TĚŠITELOVÁ, Marie a kol. *Kvantitativní charakteristiky současné češtiny*. 1. vydání, Praha: Academia, 1985. 249 s.

INTERNETOVÉ ZDROJE:

Bulvární médium. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Bulv%C3%A1rn%C3%AD_tisk

Blesk (noviny). In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2013-03-10].

Žlutá žurnalistika. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2013-03-19]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/%C5%BDlut%C3%A1_%C5%BEurnalistika

ANOTACE

Jméno a příjmení:	Tereza Kouřilová
Katedra:	Katedra českého jazyka a literatury
Vedoucí práce:	Mgr. Miloš Mlčoch, Ph.D.
Rok obhajoby:	2013

Název práce:	Analýza titulků v deníku Blesk
Název v angličtině:	Analysis of newspaper headlines in Blesk
Anotace práce:	Bakalářská práce se snaží podat stručný obraz historie žurnalistiky a bulvárního tisku, rozčlenit novinové titulky podle různých kritérií a analyzovat je z hlediska morfologického, lexikologického a sémanticko-syntaktického. V práci jsou použity excerpta z internetového deníku Blesk.
Klíčová slova:	žurnalistika, publicistika, novinový titulek, deník Blesk, noviny, tisk
Anotace v angličtině:	Bachelor thesis briefly describes the history of journalism and tabloid press, divides the newspaper headlines according to different criteria and analyses them from the morphological, lexicological and semantically-syntactic point of view. The excerpts used in this thesis are taken from the internet journal Blesk.
Klíčová slova v angličtině:	journalism, newspaper headline, journal Blesk, newspaper, press
Přílohy vázané v práci:	
Rozsah práce:	42 s. (57 941 znaků)
Jazyk práce:	čeština