

**Univerzita Karlova v Praze
Pedagogická fakulta
Katedra českého jazyka**

**NOVINOVÝ TITULEK – SROVNÁNÍ TITULKŮ
V BULVÁRNÍCH A SERIÓZNÍCH TISKOVINÁCH
A JEJICH INTERNETOVÉ VERZI**

**HEADLINE – COMPARISON OF HEADLINES
IN TABLOID AND SERIOUS PRESS
AND THEIR INTERNET VERSION**

Vedoucí diplomové práce: PhDr. Pavla Chejnová, Ph.D.

Autorka diplomové práce: Bc. Jana Kopřivová
Bukovany
N ČJ-ZSV
prezenční forma studia

2013

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury.

Prohlašuji, že odevzdaná elektronická verze diplomové práce je identická s její tištěnou podobou.

Bukovany
26. 11. 2013

OBSAH

Úvod

1. Žurnalistika, média a titulky	6
1.1. Žurnalistika, publicistika a zpravodajství	6
1.2 Média	7
1.2.1 Význam médií v moderní společnosti	7
1.2.2. Manipulace v médiích	10
1.2.3 Mediální publikum	13
1.3 Noviny	15
1.4 Internetová žurnalistika	16
1.4.1 Rozdíly mezi internetovou a tištěnou publicistikou	17
1.4.2 Hlavní znaky internetové publicistiky	20
1.4.3 Internetová publicistika v České republice	20
1.5 Bulvár	22
1.5.1 Bulvár v českém prostředí	25
1.6 Titulek	30
1.6.1 Z historie novinového titulku	33
1.6.2 Titulek v internetové publicistice	34
1.6.3 Grafická stránka titulků	36
2. Metodologie	36
2.1 Cíl práce	36
2.2. Popis sledovaného souboru	37
2.3 Použité metody	39
3. Grafická stránka titulků	39
3.1 Umístění titulků	39
3.2 Typ a velikost titulkového písma	44
3.3. Řez titulkového písma	46
3.4 Verzálky v titulkovém písmu	49
3.5 Podtržení v titulku	51
3.6 Barva titulku	54
3.7 Délka titulků	63
3.7.1 Délka titulku – počet řádků titulků	63
3.7.2. Délka titulků – počet slov v titulku	67
3.8 Grafická stránka titulků – shrnutí	69
4. Jazyková stránka titulků	71
4.1 Lexikální rovina titulků	71
4.1.1 Hovorový a nespisovný jazyk v titulcích	71
4.1.2 Obrazná pojmenování v titulcích	75
4.1.3. Pojmenování s citovou expresivitou v titulcích	76
4.1.3.1 Titulky obsahující kladné expresivní příznaky	78
4.1.3.2 Titulky obsahující záporné expresivní příznaky	83
4.1.4 Hra se slovy v titulcích	87
4.1.5 Frazémy v titulcích	88
4.1.6 Lexikální rovina titulků – shrnutí	90

4.2 Morfologická rovina titulků	91
4.2.1 Přechylování ženských příjmení cizího původu v titulcích	91
4.2.2 Morfologická rovina titulku – shrnutí	94
4.3 Syntaktická rovina titulků	95
4.3.1 Modifikace výpovědi v titulcích	95
4.3.1.1 Parcelace v titulcích	95
4.3.1.2 Elipsa v titulcích	97
4.3.1.3. Opakování výrazů v titulcích	101
4.2.1.4 Modifikace výpovědi v titulcích – shrnutí	102
4.3.2 Titulky statické a dynamické	103
4.3.3 Dvojnásobné výpovědi v titulcích	106
4.3.4 Syntaktická rovina titulků – shrnutí	107
4.4 Titulky z hlediska funkce výpovědi	108
4.4.1 Výpovědi s funkcí asertivní v titulcích	109
4.4.2 Výpovědi s funkcí direktivní v titulcích	114
4.4.3 Výpovědi s funkcí interogativní v titulcích	118
4.4.4 Titulky podle komunikační funkce výpovědi – shrnutí	123
5. Interpunkce v titulcích	124
5.1 Tečka v titulku	124
5.2 Otazník v titulku	128
5.3 Vykřičník v titulku	130
5.4 Dvojtečka v titulku	132
5.5 Uvozovky v titulku	135
5.6 Pomlčka v titulku	141
5.7 Spojovník v titulku	142
5.8 Tři tečky v titulcích	144
5.9 Závorky v titulku	146
5.10 Interpunkce v titulku – shrnutí	147
6 Závěr	150
7 Seznam literatury	153
7.1 Elektronické zdroje	155
7.2 Tištěná periodika	156
8 Seznam analyzovaných titulků	158
9 Resumé	181
10 Klíčová slova	182

ÚVOD

Lidé většinou listují novinami a vybírají si, které články si přečtou. Titulek je prvním textem, se kterým se setkávají. Zaujme-li je, rozhodnou se číst dále. V opačném případě se spokojí s titulkem, případně fotografií k článku a k samotnému obsahu článku se ani nedostanou. Novináři proto musí při tvorbě titulku vyhledat slova, která budou vyjadřovat obsah materiálu, vzbudí zájem čtenářů a budou odpovídat požadované grafické úpravě.

Na vzorku titulků Blesku, Blesk.cz, Mladé fronty Dnes a iDnes.cz budu sledovat, jaké jsou obecné tendence při tvorbě titulků v bulvárních a seriózních tiskovinách a jejich internetových verzích. Blesk a Blesk.cz jsou obecně považovány za bulvární média. Mladá fronta Dnes a iDnes.cz se řadí k médiím seriózním, ačkoli v poslední době sílí názor, že se tato média bulvarizují. Pokusím se zodpovědět otázku, zda jazyk titulků a jejich grafická úprava přispívají k tomu, zda lze daný list či internetový server označit jako bulvární, či seriózní. Zaměřím se rovněž na záměr autora a působení na recipienta textu.

Předpokládám, že v titulcích seriózních médií se bude vyskytovat výhradně spisovná čeština a složitější syntax, zatímco bulvár bude upřednostňovat jednoduchost a v jeho titulcích se objeví i nespisovné výrazy. Dále předpokládám, že pro titulky seriózních médií bude zvolena výhradně černá barva a titulky těchto médií nebudou zasahovat do dalších komponent článku, zatímco bulvár se bude snažit zaujmout potenciální čtenáře velkým stupněm písma, barevností, podtržením a titulky přesahujícími do fotografií.

Základem pro mou práci je vzorek titulků z dvanácti výtisků příslušných deníků z ledna a února roku 2013. Jedná se noviny, které vyšly 3. ledna 2013, 7. ledna 2013, 9. ledna 2013, 10. ledna 2013, 14. ledna 2013, 21. ledna 2013, 23. ledna 2013, 28. ledna 2013, 31. ledna 2013, 4. února 2013, 6. února 2013 a 7. února 2013. Budu porovnávat titulky na stejné téma, které byly v příslušných dnech otištěny na stránkách Blesku a Mladé fronty Dnes spolu s titulky na totéž téma, které byly publikovány na internetových portálech Blesk.cz a iDnes.cz. Články na totéž téma, o kterém pojednávaly články v příslušných novinách, vycházely většinou v předstihu jednoho dne oproti tištěné verzi daného média, případně byly publikovány ve stejný den, kdy článek na totéž téma vyšel v novinách. Výjimečně byl článek na internetu publikován o několik dní později než článek na stejné téma

v novinách. Celkový počet analyzovaných titulků činí 232, z toho 58 titulků Blesku, 58 titulků Blesk.cz, 58 titulků Mladé fronty Dnes a 58 titulků iDnes.cz.

1 ŽURNALISTIKA, MÉDIA A TITULEK

1.1 ŽURNALISTIKA, PUBLICISTIKA A ZPRAVODAJSTVÍ

Slovo žurnalistika pochází z franc. *journal* (deník) a lat. *diurnus* (denní). Žurnalistikou je míněn výsledek novinářské práce obsahující jak informace o aktuálních společenských událostech, tak názory na ně. „*Její součástí je sběr, třídění, zpracování a distribuování aktuálních informací a faktů prostřednictvím médií*“ (Osvaldová in Osvaldová a Halada, 2007, s. 244).

Osvaldová (tamtéž) označuje publicistiku a zpravodajství jako základní žurnalistické součásti médií a uvádí rozdíly mezi nimi. Publicistika je „*označení žurnalistické tvorby i části žurnalistické produkce; určené ke zveřejnění*“ (tamtéž, s. 164). Slovo publicistika pochází z lat. *publicus* (obecní, státní, veřejný). V užším slova smyslu se termín publicistika vztahuje na činnost, která je „*spojená se stanoviskem, objasňující události, situaci nebo myšlenky slovem, zvukem nebo obrazem v tisku, rozhlase, televizi i v tzv. nových médiích (internetu)*“ (tamtéž, s. 164). Ve zpravodajství „*se uplatňují především fakta*“ (tamtéž, s. 164). V publicistice se uplatňuje složka racionální i emotivní – obsahuje fakta i subjektivní názory, hodnocení, „*zahrnuje pojmy, soudy, postoje, kombinuje analytický a syntetický přístup, jejím výsledkem je poznání a eventuálně přesvědčení a získání recipienta*“ (tamtéž, s. 164). Jelikož publicistika směřuje ke generalizaci (zobecnění) a popisuje čtenářům, jak k ní dospěla, uplatňuje analýzu klasifikační (analyzuje a třídí fakta), komparativní (srovnávací), kauzální (příčinnou) apod. (tamtéž, s. 164). Publicistika užívá spisovné i nespisovné výrazy (nespisovné např. v charakteristice) a objevují se v ní literární postupy kompoziční a jazykové (př. metafora).

1.2 MÉDIA

Pojem *média* bývá užíván jednak pro označení komunikačního kanálu (ve smyslu technický prostředek), jednak pro označení organizace masové komunikace (ve smyslu sociální instituce). Šmíd (in Osvaldová a Halada, 2007, s. 118) uvádí, že anglosaská literatura rozlišuje „*média tištěná (angl. = print) a média elektronická (angl. = electronic), do nichž se v poslední době zařazuje také e-mail a internet*“.

V procesu masové komunikace užívaná média se označují jako *média, masmédia* či *masová média* (angl. *mass media* = hromadné sdělovací prostředky, prostředky masové komunikace). Jedná se o „*prostředky masové komunikace, které multiplikují sdělení veřejného charakteru a rozšiřují je směrem k širokému, rozptýlenému, rozmanitému a individuálně neurčenému anonymnímu publiku*“ (Šmíd in Osvaldová a Halada, 2007, s. 118). Do kategorie masmédií spadají např. noviny, časopisy, knihy, internet.

„*Masová média představují významnou součást života moderních společností*“ (Bednařík, Jiráček a Köpplová, 2011, s. 9). Noviny a internetové zpravodajské servery „*jsou součástí jak naší každodennosti, tak ekonomické existence společnosti a politického rozhodování*“ (tamtéž, s. 9). Masová média jsou k dispozici širokému okruhu lidí pravidelně (noviny) či v podstatě neustále (internetové zpravodajství). Noviny i internetové zpravodajské servery každý den bojují o pozornost potenciálních čtenářů. „*V kapitalistické společnosti je žurnalistický text zbožím, které musí být prodáno*“ (McNair, 2004, s. 22).

Proces komunikace prostřednictvím masmédií vede k ustanovení vztahů masového charakteru mezi podavateli a příjemci. Jedná se o vztahy neosobní a jednosměrné. Sdělení veřejného charakteru směřují k širokému, rozptýlenému, rozmanitému a anonymnímu publiku. Novodobá média produkují masovou kulturu, která je určena pro masového recipienta, jeho rozptýlení. Taková žurnalistika je nenáročná, podporuje pasivní přijímání obsahů a potlačuje kritické myšlení – neklade zvláštní požadavky na své čtenáře. Blažek (1995) za podstatu mas považuje právě skutečnost, že přijímají produkty lidské činnosti, aniž by s nimi vstupovaly do dialogu. Masoví recipienti „*jsou také ochotni zůstat naprostými konzumenty. To nevyklučuje, že reptají nad tím, co je zrovna k mání, ani že shánějí. Nejsou však schopni prohlédnout tuto spršku (nebo taky*

jen krápání) produktů jako monolog a proti němu staví leda své vlastní monology“ (tamtéž, s. 69).

Ze strany podavatele je proces komunikace prostřednictvím masmédií často manipulativní. „... *média nabízejí náhled na svět, jeho náhražku či pseudoprostředí, což jsou mocné potenciální nástroje manipulace s lidmi, ale také prostředky, s jejichž pomocí mohou lidé přežít ve složitých podmínkách“ (McQuail, 2002, s. 98).*

Burns (2004, s. 18) v této souvislosti zmiňuje, že někteří kritikové tvrdí, že úlohou moderních médií je „*výroba obecného souhlasu*“, nikoli „*přemýšlení o obecném mínění*“. Uvádí následující příklad: odborové akce mohou být hromadnými sdělovacími prostředky prezentovány jako obrana práv dělníků, nebo jako nátlak menšinové skupiny, která si bere veřejnost jako rukojmí (tamtéž, s. 18).

O promyšleném užívání masově mediovaných sdělení, která mají ovlivnit konání jednotlivců, píše rovněž DeFleur: „*V takto vymezeném kontextu se persvaze soustřeďuje na užití médií k prezentaci sdělení, která jsou záměrně sestavena tak, aby u určitých skupin příjemců vyvolala jisté formy jednání“ (Ball-Rokeach a DeFleur, 1996, s. 281).* Snaha přesvědčit může směřovat např. ke zvolení určitého kandidáta ve volbách. „*Navzdory usilovné snaze objevit teoretická východiska, o než by bylo možné opřít účinné persvazivní strategie, zůstávají výsledky všech výzkumů příliš neurčité“ (tamtéž, s. 302).*

1.2.1 VÝZNAM MÉDIÍ V MODERNÍ SPOLEČNOSTI

Představy o účincích médií prošly určitým vývojem, ve kterém se střídají období, kdy je médiím přisuzována schopnost vzbudit silné ohlasy, s etapami podceňování jejich vlivu. „*Přitom je důležité, jakou roli přisuzuje ta či ona etapa publiku a jeho aktivitě“ (Jiráková a Köpplová, 2003, s. 190).*

Za základní měřítko pro identifikaci druhů vlivů médií jsou považována:

1. časový rozměr dopadu (tj. jeho bezprostřednost a krátkodobost, nebo naopak jeho postupné prosazování a trvání v čase);

2. skutečnost, zda je účinek vyvolán přímo podnětem z média, nebo je zprostředkován, případně se na změně projeví další vlivy;
3. (ne)záměrnost účinku média;
4. povaha účinku;
5. intenzita účinku;
6. ti, kterých se účinek týká (tamtéž, s. 190).

McQuail (2002) je přesvědčen, že média mají tedy v moderní společnosti zásadní význam. Fungují jako zdroj výkladů sociální reality a představ o ní, představují pramen informací a základní nástroj jejich přenosu (tamtéž, s. 21). Zároveň jsou zdrojem moci – prostředkem vlivu, ovládání a prosazování změn ve společnosti – a místem, kde jsou tyto změny konstruovány a vyjadřovány. DeFleur (in Ball-Rokeach a De Fleur, 1996, s. 266) tvrdí, že „*platí, že to, co vnímáme, jsou znázornění skutečnosti, ne skutečnost sama, a že tento fakt má na nás vliv*“. Za jeden z rysů přechodu do éry masové komunikace považuje „*tedy to, že jsme stále více v kontaktu s mediovanými představami složitého fyzikálního i sociálního světa*“ (tamtéž, s. 266). Moc žurnalistiky spočívá v jejím postavení pravdivosti, ve schopnosti vyvolat přesvědčení a souhlas prostřednictvím vyprávění příběhů. „*Publikum má však právo vzepřít se sdělení nebo je odmítnout, interpretovat zprávy a zasazovat je do kontextu způsobem, který je mimo kontrolu kteréhokoli novináře nebo odborníka na politickou propagandu*“ (McNair, 2004, s. 62).

Žurnalistika definuje naše chápání světa tím, co nám sděluje, i tím, co vynechává. Nadbytek potenciálních zpráv nutí média vybudovat si mechanismy jejich výběru. Trampota (2006, s. 47) přirovnává osobnost toho, kdo má tuto selekci na starost, k dveřníkovi, který některé informace „pustí“ do novin a jiné „nechá stát venku“. Na jeho rozhodování má vliv řada faktorů od organizačního rámce jeho činnosti přes profesní rutiny po tlaky a zájmy (tamtéž, s. 47). Burns (2004, s. 80) podotýká, že novináři sice nerozhodují vždy sami o tom, co se dostane (případně nedostane) neveřejnost, ale mají kontrolu nad informacemi, jež přinášejí.

„*Chceme-li pochopit, jak nesmírně důležitým systémem se média stala, zkusme si představit, co by to udělalo s naším organizačním, osobním i společenským životem, kdyby jednoho krásného dne veškeré prostředky masové komunikace z nějakého nepředvídatelného důvodu nečekaně zmizely*“ (Blažek, 1995, s. 337). Jak by lidé mohli

porozumět světu? Jak by skupiny a organizace uspokojily své potřeby? Jak by bylo možné udržovat sociální stabilitu? Jak by mohly proběhnout sociální změny? Jak by šlo vést či řešit konflikty? „A jak by šlo zachovávat sdílené významy, které umožňují existenci naší složité společnosti?“ (tamtéž, s. 337).

1.2.2 MANIPULACE V MÉDIÍCH

Slovo manipulace pochází z lat. *manipulare*, což je složenina latinských slov *manus* = ruka a **pulus = plenus* = plný do ruky. Machová (in Machová a Šamalová, eds., 2007, s. 95–96) ji vymezuje jako vědomý či nevědomý (bezděčný) způsob jednání, který má za cíl přimět druhé, aby přijali předkládaná stanoviska a argumenty, a to proti své vůli, případně i proti svým zájmům. Daněk (in Machová a Šamalová, eds., 2007, s. 118) pod pojmem manipulace rozumí „*činnosti účastníka komunikační situace, které směřují k dosažení jeho cílů, a to bez ohledu na osobnosti ostatních účastníků téže komunikační situace (jejich komunikační cíle / jejich práva / pocity atd.) nebo obecně uznávaná pravidla mezilidského komunikování; ...činnosti směřující k ovládnutí a často charakteristické skrýváním pravého smyslu používaných komunikačních strategií a taktik a obecnou neotevřeností*“.

Daněk (tamtéž, s. 119) považuje manipulaci za přirozený potenciál a tendenci médií, „*uvažovat o masových médiích tedy samozřejmě znamená zabývat se manipulací*“. Objektivita zpravodajství je podle něj nedosažitelným ideálem už ze samé podstaty masmediální komunikace¹ (tamtéž, s. 119). Švehlová (in Machová a Švehlová, 2001, s. 105) je toho názoru, že všechna publicistika manipuluje s míněním recipientů a podotýká, že „*soustavná manipulace médií není ani jejich primární, ani jedinou funkcí, byť tento efekt je nejzřetelnější*“. O potenciálu médií pro politickou a ekonomickou manipulaci píše i Urban (in Urban, Dubský a Murdza, 2011). Výroky o manipulaci médií je podle něj třeba chápat neutrálně, nikoli negativně. Urban (tamtéž, s. 99) navrhuje korektnější vyjádření: média „*mají silný formativní vliv*“. Od svého vzniku totiž ovládají a formují společnost, ovlivňují veřejnost jak po stránce morální a emocionální, tak kulturní; prezentovanými

¹ Daněk stejně jako Jiráček vymezuje masmediální komunikace jako proces, v němž mediální organizace „*produkuji a přenášejí sdílené rozsáhlým skupinám příjemců (publiku), které s nimi nejrozličnějším způsobem nakládají a s vědomím jejich existence nejrozličnějším způsobem jednají* (Jiráček 1999, s. 15)“ (Daněk in Machová, Šamalová (eds.), 2007, s. 118).

informacemi, hodnotami a myšlenkami působí na mediální publikum a jeho vnímání společnosti a světa, v němž žije (tamtéž, s. 57). McChesney (2009, s. 14) se domnívá, že žurnalistika nemůže být objektivní a neutrální, jelikož její součástí je rozhodování (př. rozhodování o tom, jaké zprávy umístit na titulní stranu listu, jaký zvolit titulek k článku). „... pokud se toto neuzná, není možné odhalit hodnoty, které jsou ve hře a které určují, co se zprávou stane a co ne“. (tamtéž, s. 14) Důvod, proč se média věnují určitým událostem a jiným nikoli, kolik pozornosti zprávám věnují a jakým způsobem je zpracovávají, jsou zdroje² (McChesney, 2009 s. 16). Srovnáme-li obraz jednoho dne v několika novinách, televizních událostech, zprávách v rozhlasu a na internetových serverech, naskytne se nám ukázka „vpravdě tvůrčí činnosti mediálních společností a jejich zaměstnanců na tom, co jsme si zvykli považovat za realitu“ (tamtéž, s. 119).

„Manipulace začíná tam, kde informativnost sdělení ustupuje snaze manipulátora o ovlivnění adresáta, o změnu jeho stanoviska, jeho názorů, jeho skutků proti jeho vůli nekalými prostředky“ (Machová in Machová a Šamalová, eds., 2007, s. 96). Škála způsobů manipulace s mediálním publikem je široká. Aby se jedinec mohl bránit manipulaci, musí být obeznámen právě se způsoby manipulace. „Odkrýt manipulaci znamená neutralizovat ji, tzn. interpretovat nevyjádřené (skryté) informace v manipulátorově sdělení“ (Švehlová in Machová a Švehlová, 2001, s. 104). Machová (in Machová a Šamalová, eds., 2007) tvrdí, že snadněji odhalí manipulaci ten, kdo na ni zaměří pozornost, zná strategie (v našem případě verbální) manipulace a jazykové prostředky při ní užívané a je si vědom toho, v jaké je komunikační situaci. Hranice mezi manipulativní a nemanipulativní komunikací je však často nezřetelná; totožný „komunikační záměr z hlediska komunikačních funkcí výpovědi, např. rada, doporučení, uznání (Grepel – Karlík, 1998) může být při různých psychosociálních vztazích mezi komunikačními partnery manipulativní, či nemanipulativní“ (Machová in Machová a Šamalová, eds., 2007, s. 96).

Adresáti mediálních sdělení si tato sdělení většinou nemohou ověřit. Věřit jim mohou/musí/chtějí, či nemohou/nemusí/nechtějí, obvykle je však pokládají za dostatečné (Švehlová in Machová a Švehlová, 2001). Jiráček píše, že mnohdy nemáme jako mediální publikum „ani možnost konfrontovat svou vlastní, přímou zkušenost s obrazem reality,

² Ke zdrojům legitimním patří politické a ekonomické vlivy (McChesney, 2009).

který nám média předkládají.“³ Př. o válečných konfliktech ve světě čerpáme informace výhradně z médií. Podání těchto zpráv je založeno na záměrech novináře, technologických limitech média, kulturním a politickém kontextu atd., proto bychom se k mediálními produktům měli stavět kriticky⁴. Důležité je orientovat se ve světě médií a jeho zákonitostech, mít povědomí o tom, za jakých východisek a podmínek vzniká mediální realita. Můžeme si tak vytvořit „*sebeobranu před vlastním sklonem bez výhrad důvěřovat sugestivně podanému mediálnímu sdělení*“⁵ a naučit se zacházet s médii ke svému prospěchu. „*Jinými slovy – příslušníci vyspělé společnosti by měli být dostatečně mediálně gramotní.*“ Mediální gramotnost představuje „*dovednost využívat média v životě a bránit se jejich negativnímu vlivu*“ (Kosová in Machová a Šamalová, eds., 2007, s. 137). Rámcový vzdělávací program pro gymnázia⁶ ji definuje jako soubor vědomostí a dovedností, které jedinci „*umožní nakládat s mediální produkcí, jež se mu nabízí, účelně a poučeně, dovoluje mu média využívat ku svému prospěchu a dává mu nástroje, aby dokázal ty oblasti mediální produkce, které se jím snaží skrytě manipulovat, odhalit*“. Rozvíjení mediální gramotnosti je součástí mediální výchovy, jednoho z průřezových témat Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělání a Rámcového vzdělávacího programu pro gymnázia. Mediální výchova zahrnuje složku vědomostní a dovednostní, rozvíjí schopnost žáků/studentů kriticky a tvořivě zacházet s médii a mediálními produkty, resp. mediovanými obsahy. Žáci/studenti by se měli „*naučit, kdy se stávají obětí mediální manipulace a jak se této manipulaci ubránit*“ (Švehlová in Machová a Švehlová, 2001, s. 106).

³ JIRÁK, Jan. Proč potřebujeme mediální výchovu. In: *Metodický portál RVP.CZ - unikátní PROSTOR PRO UČITELE, sdílení zkušeností a spolupráci* [online]. [cit. 2013-06-03]. Dostupné z:

<http://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/540/PROC-POTREBUJEME-MEDIALNI-VYCHOVU.html/>

⁴ tamtéž

⁵ JIRÁK, Jan. Proč potřebujeme mediální výchovu. In: *Metodický portál RVP.CZ - unikátní PROSTOR PRO UČITELE, sdílení zkušeností a spolupráci* [online]. [cit. 2013-06-03]. Dostupné z:

<http://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/540/PROC-POTREBUJEME-MEDIALNI-VYCHOVU.html/>

⁶ *Rámcový vzdělávací program pro gymnázia*. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2007. 100 s. [cit. 2013-5-27]. Dostupné z: http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPG-2007-07_final.pdf. ISBN 978-80-87000-11-3.

1.2.3 MEDIÁLNÍ PUBLIKUM

Ti, kterých se účinek médií týká, se nazývají publikum. Aby se jedinec stal jeho součástí, musí disponovat:

1. vzděláním, které mu umožní dekodovat a interpretovat mediovaná sdělení. „*Média hrají natolik zásadní roli v životě jednotlivce i společnosti, že pochopení základních principů mediální komunikace představuje samo o sobě jistý stupeň vzdělání*“ (Jirák a Köpplová, 2003, s. 97).;
2. časem, který může médiu věnovat, přičemž „*různá média jsou různě časově náročná a vyžadují různou míru soustředěné pozornosti*“ (Jirák a Köpplová, 2003, s. 97–98);
3. financemi, které mu umožní přístup k médiu.

Vstup médií na půdu internetu znamenal rozpad a individualizaci publika. Namísto „*představy homogenní množiny příjemců nabízí se najednou představa nespočetného množství proměňujících se uživatelů*“ (tamtéž, s. 99), to však „*neznamená, že se budou rozpadat a individualizovat i vzorce typického chování publika*“ (tamtéž, s. 99).

Textům internetového zpravodajství bývají přisuzovány nové charakteristiky – „*(ne)přítomnost autora a nelineární struktura, což jsou argumenty, kterými se často operuje ve prospěch jeho větší otevřenosti, a následně i větší aktivity jeho konzumentů*“ (Pavličková in Osvaldová a Tejkalová, eds., 2009, s. 53).

Autor textu hraje důležitou roli v mysli čtenářů. Autorova přítomnost působí v článku jako „*síla, která stojí v pozadí textu a ukotvuje jej v rámci konkrétního kulturního, společenského a historického kontextu*“ (tamtéž, s. 54). Zná-li čtenář jméno autora textu, vnímá text jinak než čtenář, který je nezná. Je tedy svobodný, „*avšak pouze v rámci prostoru vymezeného právě znalostí a rozpoznáním konkrétních paratextových znaků*“ (tamtéž, s. 55).

V internetovém zpravodajství je potřeba otázky po tvůrci textu pravděpodobně silnější než u jiných médií, „*autorská autorita není jen otázkou vytváření významu, ale rovněž problémem relevance a spolehlivosti*“ (tamtéž, s. 57). Relevantnost textu může čtenář

rozpoznat z určitých charakteristik (náležitostí) textu, př. ze zdroje, kterým byl „konkrétní mediovaný obsah zpřístupněn (osobní doporučení, reference jiného média)“ (tamtéž, s. 54).

V souvislosti s novým (internetovým) prostředím vyvstává otázka aktivity čtenáře v něm. Aktivita uživatelů internetu může být „vnímána jako svoboda vybrat si, co kdo chce číst, kdy, a v jakém pořadí“ (tamtéž, s. 57). Pavlíčková (tamtéž, s. 58) tvrdí, že čtenář není aktivnějším než u tradičních médií, neboť „angažovanost ve vztahu k textu a míra aktivity nejsou určeny typem média a nejsou nutně spojeny s fyzickým úkonem, ale souvisejí se vztahem k danému tématu“.

McQuail (2002) podotýká, že v dějinách teorie masové komunikace bychom našli k pasivitě či aktivitě mediálního publika mnoho argumentů a protiargumentů, v současnosti převažují zastánci aktivního mediálního publika.

Aktivita přitom může být vyjádřena různými způsoby. „Ve svém přehledu různých významů a pojetí aktivity publika uvádí Biocca (1988) pět různých verzí, které lze v literatuře najít“ (McQuail, 2002, s. 347). Jsou to:

1. selektivita – aktivita jako volba publika a rozlišování ve vztahu k médiím a jejich obsahu;
2. utilitarismus – aktivita jako rozumovaná a motivovaná volba vedená zkušeností;
3. intencionalita – aktivita jako aktivní kognitivní zpracování informace a na tomto základně učinění vědomé volby;
4. odolnost vůči ovlivnění – aktivita jako schopnost zabránit nechtěnému ovlivnění či učení, recipient zůstává nezaújatý, nerozhodne-li se jinak;
5. vtažení (aktivita jako pohlcení mediálními zážitky (tamtéž, s. 347).

S internetovými médii se pojí tzv. personalizace. Podle toho, co uživatelé internetu čtou či vyhledávají, odhaduje webová stránka jejich zájmy a potřeby, které srovnává se zájmy a potřebami ostatních uživatelů. Může také „vyhodnocovat aktuální události podle toho, o co se zajímají ostatní“ (Čermák in Osvaldová a Tejkalová, eds., 2009, s. 34). Tento počítačový program přirovnává Čermák k redaktorovi, který ovšem není ovlivněn subjektivními dojmy. Ptá se, zda budou počítačové algoritmy schopné vyhodnotit, co

může být důležité za několik let (př. narůstající epidemie AIDS, globální oteplování)? Čermák (in Osvaldová a Tejkalová, eds., 2009) nastiňuje podobu tisku, ve kterém by bylo pouze to, co čtenáře zajímá a co potřebuje vědět: pár zpráv z politiky a ze společnosti, výsledky sportovního týmu, kterému čtenář fandí, informace o dopravní situaci na silnici, po které jezdí. „*Ale není funkcí novin přinášet čtenářům nejen zprávy, které jsou pro ně zajímavé, ale i ty, které jsou důležité? Byť je zrovna ani trochu nezajímají?*“ (tamtéž, s. 35).

V této souvislosti je nutno podotknout, že média bývají většinou kritizována za to, že „*dávají přednost událostem banálním a zábavným, aby se noviny lépe prodávaly..., nebo že své konzumenty úmyslně manipulují, a to obvykle z politických důvodů*“ (Čermák in Osvaldová a Tejkalová (eds.), 2009, s. 33). Internet jakožto snadno přístupné a obtížně kontrolovatelné médium přinesl v tomto směru naději.

1.3 NOVINY

Slovo noviny (lat. *novus* = nový) má různá použití. V širším slova smyslu se tak nazývají „*periodicky vycházející tiskoviny*⁷“ (Osvaldová in Osvaldová a Halada, 2007, s. 132), v užším slova smyslu denní tisk. Přenesený význam termínu noviny se užívá ve smyslu zpráva (novinka). Pojem „*se vžil rovněž jako synonymum pro šíření informací, takže v přeneseném smyslu ho používají pro označení svých zpravodajských pořadů i další média (rozhlasové noviny, televizní noviny, internetové noviny)*“ (tamtéž, s. 132).

Noviny v užším slova smyslu, tj. denní tisk, jsou považovány v žurnalistickém smyslu za nejstarší médium. Jejich vznik je spjat „*s vývojem knihtisku (v Evropě vznikl kolem roku 1445), všeobecné gramotnosti a rozvojem měšťanstva, které z ekonomických důvodů potřebovalo informace a komunikaci obecně*“ (tamtéž, s. 132). Noviny jsou „*periodické publikace určené široké obci čtenářů, vycházející pravidelně denně nebo častěji než jednou týdně s cílem informovat veřejnost*“ (tamtéž, s. 132).

⁷ Pojem tiskoviny souhrnně označuje „*polygrafické výrobky, jejichž společným znakem je zpracování tiskem*“ (Halada in Osvaldová, Halada, eds., 2007, s. 218), př. knihy, časopisy, noviny.

V historii novin se objevuje několik mezníků: pravidelné poštovní spojení, pokrok techniky, digitalizace, rozvoj internetu. První mezník s sebou přinesl přísun informací do novinových redakcí a distribuci plátků čtenářům. S pokrokem techniky došlo k nárůstu nákladu⁸ (od omezeného tisku se přešlo k tzv. masovému), zatímco „digitalizace umožnila tisk i jen jednotlivých exemplářů“ (tamtéž, s. 132). Rozvoj internetu s sebou přinesl vznik elektronické podoby deníků (př. elektronická podoba deníku Mladá fronta Dnes nazvaná iDnes.cz), která je průběžně aktualizována⁹, což mělo za následek ústup členění na vydání ranní a večerní.

1.4 INTERNETOVÁ PUBLICISTIKA

Zatímco první noviny vyšly na počátku 17. století, počátek internetového zpravodajství se datuje na přelomu 20. a 21. století. Novináři byli zpočátku ostražití, co se týče internetu jako média. „*Webové noviny a časopisy navíc chápali jako doplňkové médium, kam se pouze 'překlápějí' do elektronické verze články psané do papírových novin*“ (Čermák in Osvaldová a Tejkalová, eds., 2009, s. 22). Ačkoli novinám klesá vliv a prodejnost¹⁰ a objevují se hlasy o jejich možném zániku v budoucnosti, „*jsou stále považovány za médium, kde se odehrává ta pravá žurnalistika. A které zároveň určuje agendu ostatním médiím*“ (tamtéž, s. 7). Jako důvod poklesu prodeje novin bývá označována nová konkurence sdělovacích prostředků – internet. McChesney (2009, s. 73) tuto domněnku vyvrací: „*krize v žurnalistice se objevila dlouho před internetem. Sdělovací prostředky snižovaly stavy svých reportérů i prostředky už v osmdesátých letech a po roce 1990 zcela výrazně*“. Novinám klesají zisky „*zároveň s tím, jak ubývá čtenářstva a jak se jeho věkový průměr zásadně zvyšuje*“ (tamtéž, s. 73). McChesney (tamtéž, s. 73) uvádí, že k vyrovnání ztráty jednoho čtenáře novin (a tím i příjmu z inzerce) je zapotřebí získat nových dvacet až třicet internetových čtenářů. Je však

⁸ „*souhrnný počet všech vytištěných či vydaných výtisků jednoho vydání v periodické a neperiodickém tisku, tj. novin, časopisů, knih a dalších tiskovin; dříve se pro počet výtisků užíval i název tiráž*“ (tamtéž, s. 125).

⁹ Aktualizace je „*oživení, zpřítomnění, uvedení do nových souvislostí*“ (Osvaldová in Osvaldová, Halada, eds., 2007, s. 21).

¹⁰ Vliv na prodej tisku mají tyto faktory: kulturní zvyklosti, popularita a rozšíření internetu a skutečnost, že „*prodej novin výrazně roste v zemích, kde zároveň rychle roste populace*“ (Čermák in Osvaldová, Tejkalová, eds., 2009, s. 8).

přesvědčen, že vlastníci novin najdou způsob, jak se udržet na trhu. Jednou z cest může být spolupráce a sloučení mediálních organizací.

„Internetová publikace¹¹ je nejmladším oborem žurnalistické práce, přesto se paradoxně jedná o obor, který patří mezi nejvlivnější“ (Bednář, 2011, s. 9). Nástup internetové žurnalistiky považuje Bednář za *„historicky krátký a enormně rychlý“* (tamtéž, s. 9), což mělo a stále má za následek několik jevů. Jedním z nich je paradoxní situace: internetová publicistika se pokládá za důležitou a významnou, nicméně ustálená univerzální pravidla jí stále chybí. Dalším efektem krátkého a rychlého vývoje internetové žurnalistiky je fakt, že *„internetová média dodnes nemají jasno v otázce, co je budoucí hlavní zdroj jejich příjmů“* (Bednář, 2011, s. 9). Nejasnosti doprovází i otázku, *„kdo je vlastně internetovým novinářem“* (tamtéž, s. 9).

Počátky internetu sahají do konce 60. let 20. století. Původně se jednalo o síť propojující vědecká a výzkumná pracoviště, internet tedy *„původně nebyl jako platforma pro médium masové komunikace zamýšlen“* (tamtéž, s. 17). Od začátku 80. let 20. století lze hovořit *„o světové síti v tom smyslu, jak ji známe dnes“* (tamtéž, s. 13). Seriózní internetová se publicistika zrodila v polovině let devadesátých, na jejichž konci *„byl web médiem, kterého si ta ostatní musela všimnout“* (tamtéž, s. 13). Na přelomu tisíciletí bylo toto médium natolik silné, že *„mohlo při souhře určitých okolností zcela drasticky měnit způsob, kterým západní společnost chápe práci a podstatu žurnalistiky“* (tamtéž, s. 13).

1.4.1 ROZDÍLY MEZI INTERNETOVOU A TIŠTĚNOU PUBLICISTIKOU

Činnost internetových novinářů se od činnosti novinářů jiných médií liší z hlediska technologického, organizačního, časového i prostorového.

Tištěná média pracují v pravidelně se opakujících časových úsecích, které jsou dány technologií jejich výroby. Hotové noviny putují do tiskárny a z ní jsou distribuční společnostmi rozváženy do novinových stánků a poštovních schránek předplatitelů.

¹¹ Bednář (2011) vymezuje pojmy „internetová žurnalistika“, „internetová publicistika“ a „webová publicistika“ jako synonyma.

Uzávěrka každého vydání novin má proto pevně stanovený čas. Stanovena jsou rovněž „pevně daná okna, ve kterých lze v případě, kdy je v obsahu novin (např. po odeslání do tiskárny je objevena chyba) možné provádět korekční opatření“ (Bednář, 2011, s. 15). Webová publicistika je oproti tištěné flexibilnější, vyžaduje však soustavnější práci. „Internetová média v tomto ohledu pojetí času zcela rozostřila“ (tamtéž, s. 16). Neexistuje v nich uzávěrka vydání, jakou známe u tisku, ani „technická omezení, která by vynucovala dávkovanou přípravu informací a komunikátů, jako je tomu u novin“ (tamtéž, s. 16). Webové redakce na rozdíl od těch tradičních novinových mohou článek po jeho vydání aktualizovat a měnit. Jedná se o tzv. aditivní text. „Platí zásada, že nejaktuálnější informace jsou v textu vždy nejvýše. Informace pod nimi tvoří doplňující rámeček“ (Bednář, 2011, s. 125). Článek by měl proto být aktualizován odshora. Starší text by neměl být smazán a od nového by měl být oddělen. V případě opakované aktualizace by každá taková aktualizace měla být označena datem vydání.

„Tištěná média rozlišují poměrně rigidně typy žánrů komunikátů a jim odpovídajících stylů jejich psaní“ (tamtéž, s. 24), zatímco u webových médií se často objevují značné „posuny oproti klasicky chápaným žánrům“ (tamtéž, s. 24). Specifika publikace na webu, interaktivita a „možnosti kontinuální, přitom nespojitě publikace“ (tamtéž, s. 24) s sebou přinášejí vznik nových žánrů, př. online reportáž, interaktivní rozhovor, průběžně aktualizovaná zpráva. Tyto žánry v tištěných médiích nelze realizovat.

„On-line reportáž má typicky podobu stránky, do níž jsou doplňovány chronologicky seřazené textové informace k rychle se vyvíjející události“ (tamtéž, s. 24). Typická je online reportáž ze sportovních zápasů. Principem interaktivního rozhovoru je skutečnost, že otázky zodpovědanému mohou klást uživatelé internetu (a to i dříve, než osobnost začne odpovídat). Interaktivní rozhovor bývá časově omezen, zpovídána osoba si obvykle může vybrat, na jaké otázky odpoví. Omezen bývá i počet otázek, případně jejich délka. Záznam takového rozhovoru bývá čtenářům k dispozici na příslušném serveru. Průběžně aktualizovaná zpráva bývá zpráva, která bývá postupně rozšiřována dalšími informacemi o události, která se vyvíjí/mění.

S příchodem internetové publicistiky nastala změna hodnocení novinářské práce. Kritérii úspěchu tištěných novin jsou „prodáný náklad a odhad reálného počtu čtenářů“ (tamtéž, s. 26), cena inzerce, inzertní naplnění výtisku a v některých případech společenská

prestiž, resp. její míra. Svět webových médií považuje za nejpodstatnější kritérium úspěchu „návštěvnost“, sledovanost. Na rozdíl od tiskovin je důležitý tzv. share – „velikost poměrné části publika, které dané médium s ohledem na určitý čas dokáže zároveň postihnout“ (tamtéž, s. 27). Moderní metody umožňují „měřit, kolik návštěvníků webové médium navštívuje, odkud přicházejí, jak dlouho se zdrží i kdo přibližně jsou“ (tamtéž, s. 27). Rozdíl je ve vázanosti na médium – zatímco čtenáři novin jsou na ně vázáni, uživatelé internetu častěji prohlízejí i jiná média, srovnávají informace, diskutují pod články apod.

Ztráta soukromí a „přístupní na to, aby o nás vláda a korporátní vrstvy zjišťovaly, většinou pokradmu, čím dál více informací“ (McChesney, 2009, s. 99) jsou negativními stránkami užívání internetu. Netýká se přitom jen zločinců a teroristů, přes internet „rozšiřují a prohlubují svůj průnik do našich životů obchodníci a komerční vrstvy“ (tamtéž, s. 100).

Jedním z rozdílů mezi tištěnými a internetovými médii je možnost zpětné vazby. Tu tištěná média obvykle postrádají, „nebereme-li v úvahu rubriky typu *‘listárna’*“ (Bednář, 2011, s. 21). Zpětná vazba funguje jako zdroj podnětů a demonstrace otevřenosti daného média. Čtenáři „mají díky publikované zpětné vazbě dojem, že na nich médiu záleží, že je médium poslouchá a že mohou participovat na jejich obsahu“ (tamtéž, s. 21). Dojem je to však mylný, neboť redakce si vybírá zpětné vazby, které bude publikovat, navíc je může redakčně upravovat.

Web je označován jako multimédium, tzn. že „díky technickým prostředkům dochází k propojování různých druhů obsahu; textového, obrazového statického (fotografie, ilustrace), pohyblivého (video), zvukového (audiozáznamy) a dalších“ (tamtéž, s. 16). Tyto obsahy se vyskytovaly sice již před vznikem internetové publicistiky, ale propojení mezi nimi nastalo až s příchodem webu. V něm mohou být publikovány buď ve formě předem připravených komunikátů, jenž bývají uveřejněny jako celky, nebo ve formě dynamických proudů (online reportáže). „Současný web je v každém případě médiem, ve kterém došlo ke konvergenci několika dříve samostatně existujících typů publicistických formátů dohromady“ (tamtéž, s. 19). Někteří publicisté a teoretikové byli přesvědčeni o tom, že zmíněná konvergence bude příčinou zániku původních médií (novin, časopisů, rozhlasu) a jejich rozmělnění v médiu novém. Bednář (2011, s. 19) dodává: „V prvním

pololetí roku 2010 můžeme říct, že se nic takového nestalo, a můžeme se i domnívat, že se to v nejbližší době nestane“.

1.4.2 HLAVNÍ ZNAKY INTERNETOVÉ PUBLICISTIKY

Z rozdílů mezi tištěnou a internetovou publicistikou z hlediska času, žánrů, formátu, obsahu i hodnocení úspěchu lze vysledovat řadu vlastností internetové publicistiky. Bednář (2011) uvádí následující hlavní znaky internetové publicistiky.

1. Internetová publicistika je žurnalistikou v reálném čase – informace jsou publikovány „v reálném čase (tzn. s minimální technologickou prodlevou) a po odpublikování musí být aktualizovány“ (Bednář, 2011, s. 29).

2. Interaktivnost – počítá s interakcí čtenářů, jejich zpětnou vazbou, nad kterou je však nutné mít dohled.

3. Bezprostřední srovnání s konkurencí – čtenář může sledovat více médií současně, porovnávat je.

4. Provázanost informací – pro udržení čtenáře autoři odkazují na související články, současně však musí mít na paměti, že „*nevhodně volený nebo i chybějící odkaz prozrazuje nepřipravenost autora nebo celého média a může je i zkompromitovat*“ (tamtéž, s. 30).

5. Propojenost textu s dalšími formáty (obrazem, videem, zvukem).

1.4.3 INTERNETOVÁ PUBLICISTIKA V ČESKÉ REPUBLICĚ

První internetový deník u nás – Neviditelný pes – začal vycházet v roce 1996, tedy šest let poté, co se Československo připojilo k internetu. Založil jej spisovatel a novinář Ondřej Neff. Vtiskl mu určitá specifika, díky nimž jej lze označit za „*počátek profesionální webové publicistiky v Česku*“ (tamtéž, s. 50). Neviditelný pes vycházel denně, jeho struktura byla pevně daná a rubriky pravidelné, navíc se stal „*výchozím*

bodem pro celou řadu dalších periodik“ (tamtéž, s. 50). Bednář tvrdí, že „jeho popularizace znamenala pro mnoho lidí v Česku popularizaci internetu jako takového“ (tamtéž, s. 50).

Doba 90. let 20. století a prvního desetiletí 21. století je nazývána obdobím „internetizace“ (Bednařík, Jirák a Köpplová, 2001).

Na přelomu století se internet rychle rozšiřoval a „*tradiční média si uvědomila, že bez přítomnosti v internetu jim hrozí neviditelnost*“ (tamtéž, s. 380). Noviny začaly mít své internetové verze a později v podstatě samostatné servery od nich odvozené (př. Mladá fronta Dnes – iDnes.cz, Lidové noviny – Lidovky.cz, Hospodářské noviny – iHned.cz). Osvaldová tvrdí, že elektronická podoba celostátních (případně regionálních) deníků a časopisů nabízí „*jak identický obsah distribuovaného čísla (dostupný od určitého hodiny u deníků nebo od určitého dne u časopisů, aby si elektronické a tištěné vydání nekonkurovalo), tak průběžnou aktualizaci informací on-line*“ (Osvaldová in Osvaldová a Halada, 2007, s. 63). Zatímco některé redakce tištěné verze deníků a časopisů tvoří zároveň jejich internetovou verzi, jinde jsou redakce tiskoviny a její internetové verze odděleny. Internetové verze periodik obsahují aktuální informace, články neotištěné v deníku (časopisu), případně blogy¹².

V roce 2003 se objevil „*bulvární deník Novinky.cz*“ (Bednář, 2011, s. 50). Postupně začala fungovat řada dalších internetových médií, jejichž „*on-line aktivita prudce stoupala víceméně až do splasknutí internetové bubliny, kdy došlo ke stagnaci.*“ (tamtéž, s. 50) Po ní následovalo „*pomalé oživení, v jehož průběhu začala média internet jednak objevovat, a jednak brát vážně*“ (tamtéž, s. 52).

Vznik ryze internetových profesionálních médií (př. Aktualne.cz) u nás spadá do prvního desetiletí 21. století. „*V důsledku toho došlo k profesionalizaci internetových novin*“ (tamtéž, s. 52).

¹² Blogování je „*vedení deníkových zápisků (tzv. blogů) na www-stránce. Autoři do blogů zapisují spíše postřehy z každodenního života, úvahy a komentáře k aktuálnímu dění... Autorem se tedy může stát prakticky kdokoliv, kdo má k internetu přístup*“ (Osvaldová in Osvaldová a Halada et al., 2007, s. 33).

Časem se odborné či specializované servery co se týče samostatného fungování rozdělily do několika větví. Některé existují samostatně již od svých počátků (Zive.cz), jiné se staly součástí velkých vydavatelství (Mobil.cz) a další se naopak oddělily od velkých celků, v nichž zpočátku figurovaly jako jejich součást. „*Mnoho serverů zpravodajského a publicistického charakteru zaniklo, (např. server pro 'náročného' čtenáře iPort.cz)*“ (Bednář 2011, s. 52), jiné změnilly svůj vzhled i obsah, ale zachovaly si značku (Novinky.cz).

1.5 BULVÁR

Bulvár (z franc. *boulevard* = široká třída se stromořadím, promenáda) bylo původně označení novin, které kameloti prodávali na ulicích a lákali kolemjdoucí vyvoláváním senzačních titulků. S pouličním prodejem se lze setkat od počátku 19. století, do té doby probíhal prodej novin a časopisů formou předplatného. „*Postupně se slovo bulvár stalo synonymem pro neseriózní, neověřený, hovčivý vkusu ulice, laciný a pokleslý typ novin či časopisů*“ (Osvaldová in Osvaldová a Halada, 2007, s. 35). Blažek (1995, s. 188) definuje bulvár jako „*zkratkový výraz pro ta média, která z celého zpravodajství zajímá pouze to, co nejvíc přitahuje masy, tedy aféry, nehody apod. – de facto druh desinformace*“.

Termín „bulvární“ označuje obecně to, co je neseriózní, laciné, vulgární. V užším slova smyslu bývá jako „bulvární“ nazýváno „*médium, které přináší neověřené informace, specializuje se pouze na senzace a podává je jednoduchou a zábavnou formou, která nenutí k přemýšlení, ale pouhé konzumaci*“ (Osvaldová in Osvaldová a Halada, 2007, s. 35). Bulvární novináři mají „*předepsanou poměrně omezenou slovní zásobu, aby byla pochopitelná co nejširšímu publiku*“ (tamtéž, s. 35).

Jiráček¹³ tvrdí, že o médiích nelze uvažovat v rámci protikladů bulvární-nebulvární, nýbrž v rámci určité škály, př. bulvár–popnoviny/masový tisk/seriózní tisk. Uprostřed této osy se nachází např. Mladá fronta Dnes, Jiráček ji označuje jako popnoviny. Podle jeho názoru

¹³ FIŠER, Radovan. Jan Jiráček: Na FSV jsou dva blízke, ale svébytné světy. *Sociál* [online]. [cit. 2013-11-28]. Dostupné z: <http://social.ukmedia.cz/jan-jirak-na-fsv-jsou-dva-blizke-ale-svebytne-svety>

se směrem k bulváru posunula již před lety a odlišuje se od něj grafickou úpravou a délkou článků. Tematicky se však Mladá fronta Dnes a bulvár příliš neliší. „*Stačí si vzít do ruky čtvrtěční Magazín. V podstatě jde o primitivní, neanalytickou, zábavní žurnalistiku, spekulativní, drbavou, oslněnou celebritami, skandály, aférami*“¹⁴. Tento trend se netýká jen Mladé fronty Dnes, ale Lidových novin a Práva, které jej rovněž „*vykazují – byť v jemnějším provedení... Chtějí být pokud možno pro každého. Aby si tam své našel ten, kdo chce bouračku na DI, i ten, kdo hledá esej významného historika*“¹⁵. Této tendence se snaží vyvarovat Hospodářské noviny. Jiráček¹⁶ je charakterizuje jako klidnější deník, kterému nejde příliš o senzaci, odlišuje se od ostatních listů svou grafickou stránkou a mnohdy i analýzami. „*Netlačí se do stejného rohu mediálního hřiště, využívají možnosti se odlišit a kazí si to vlastně jen magazínovými přílohami. A rozhodně jsou i pro jiné lidi než ekonomy, a to čím dál víc*“¹⁷.

McNair (2004) rozlišuje mezi bulvárním a seriózním zpravodajstvím a uvádí rozdíly mezi nimi. Zpravodajství seriózních novin považuje za důkladnější než zpravodajství bulváru. Seriózní žurnalistika se věnuje do hloubky různým tématům, „*s menší pravděpodobností se dá zlákat pseudoudálostmi a senzacemi a staví se skepticky vůči pokusům zmanipulovat zpravodajskou agendu*“ (McNair, 2004, s. 157). Pro bulvární média je charakteristická absence prostoru a chuti hlouběji se věnovat složitým tématům – předpokládají, že jejich čtenářům chybí jak zájem o důkladnější zpravodajství, tak schopnost vstřebat jej. K rysům bulvárních médií patří směšování skutečnosti a iluze, upřednostňování skandálů a neštěstí a jejich následná prezentace jakožto nejdůležitějších zpráv¹⁸. Čtenářům je tedy předkládána jen určitá část reality, která se jeví jako atraktivní a je vydávána za podstatnou.

¹⁴ tamtéž

¹⁵ tamtéž

¹⁶ FIŠER, Radovan. Jan Jiráček: Na FSV jsou dva blízké, ale svěbytné světy. *Sociál* [online]. [cit. 2013-11-28]. Dostupné z: <http://social.ukmedia.cz/jan-jirak-na-fsv-jsou-dva-blizke-ale-svebytne-svety>

¹⁷ tamtéž

¹⁸ V této souvislosti Osvaldová cituje amerického vydavatele Marshalla Fielda: „*Kdyby návštěvník z Marsu přišel náhle na Zemi a chtěl z kterýchkoli našich novin poznat, jaký je americký národ, dospěl by jistě ke zvláštním názorům. Dověděl by se, že pozemšťané jsou samí vrazi, sexuální zločinci, prodejní politikové nebo hrdinové. Ženy by se v jeho představách dělily na dvě kategorie. Jedny vždy plačící a oblečené, druhé krásné a usměvavé, ale svlečené*“ (Osvaldová in Osvaldová a Halada et al., 2007, s. 35).

Bulvární noviny se zajímají hlavně o to, co nejvíce přitahuje masy, tedy o různé aféry, zločiny a nehody, přičemž „*příběh nesmí postrádat hledisko lidského zájmu a příchut' osobní tragédie nebo triumfu; kromě toho musí novinám dát příležitost odhalit pobuřující skutečnosti*“ (tamtéž, s. 155). McNair (tamtéž, s. 155) konstatuje, že pokud jednotlivci i organizace vědí, jak „vyrobit“ pseudoudálost, jež zaujme média, mohou i s malými zdroji proniknout do zpravodajství, „*případně dotlačit vládu nebo další mocné instituce k rozhodnutí, která by jinak nebyla přijata*“.

Podle Jaurise (in Jauris a Zastávka, 1992, s. 59) se bulvár „*staví do role instituce, která chrání občana tím, že mu snímá šupiny z očí, odhaluje mu údajná spiknutí některých politických představitelů, spolků, menšin, národností*“. Bulvár se prezentuje jako přítel čtenářů, který je chrání a pomáhá jim. Snaží se získat si jejich důvěru, aby jej považovali za „svůj tisk“. Věnuje se denním starostem běžného občana, kritizuje nepořádky ve společnosti, odhaluje spiknutí politiků a přináší „exkluzivní“ informace o populárních osobnostech. Jauris píše, že bulvár ukazuje čtenáři, „*že je ohrožen, vydán na pospas nepřátelům, kteří mu zatajují pravdu a sledují podle zájmy*“ (tamtéž, s. 58). V očích svých čtenářů bude bulvární periodikum tím zasloužilejší a statečnější, z čím většího zločinu někoho obviní. Přitom však svá tvrzení neodůvodňuje a nepřináší pro ně relevantní důkazy. Staví na spojení primitivních zájmů a strachu „*před klikou spiklenců*“ (tamtéž, s. 59), využívá agresivity a nenávisti.

Bulvární tisk se obrací „*na čtenáře, jehož úsudek není pronikavý a jehož schopnost objektivního vidění věcí je malá*“ (tamtéž, s. 58) a nevěnuje se problémům „*na úrovni člověka se vzděláním a širším obzorem*“ (tamtéž, s. 58). Ovlivňuje názory recipientů, přičemž jeho argumentace či pseudoargumentace je plná „*projevů dynamismu, nespoutanosti, verbální agrese (sarkasmu, ironie, urážek, zesměšňování, obvinění a podezření), ale někdy i otevřených výzev k násilnému chování*“ (tamtéž, s. 59). Jauris (tamtéž, s. 59) dodává, že pozorování bulvárních médií může být velmi poučné a doporučuje všimnout si toho, „*na jaké psychické zvláštnosti apelují, s jakými vlastnostmi osobností počítají*“.

Informace a fotografie si bulvární novináři obstarávají někdy nelegálním a neetickým způsobem, př. „*nelegálním odposlechem telefonátů či rozhovorů v soukromí prominentních osob, snímáním skrytou kamerou nebo mikrofonem, dálkovými objektivy, prostřednictvím paparazziů apod.*“ (Osvaldová in Osvaldová a Halada, 2007, s. 34–

35) Paparazzi jsou fotografové, kteří bez dovolení fotografují známé osobnosti a pátrají po bulvárních informacích; v obecnějším smyslu jsou tak nazýváni senzacechtiví novináři (tamtéž, s. 142).

1.5.1 BULVÁR V ČESKÉM PROSTŘEDÍ

Náznaky bulváru u nás se objevují na konci 19. století, jeho rozvoj nastal ve větší míře ve druhé polovině 20. let 20. století. Žurnalistika za první republiky byla spojena se jmény spisovatele, překladatele a novináře Karla Čapka, spisovatele a novináře Ferdinanda Peroutky a dalších, zároveň zde však figurovala „početná skupina levných bulvárních tiskovin zábavního až pokleslého obsahu, určených širokým vrstvám společnosti“ (Bednařík, Jirák a Köpplová, 2011, s. 172). Bulvární noviny vycházely z produkce vydavatelských koncernů Melantrich a Tempo.

Tiskovou společnost Tempo založil politik Jiří Stříbrný v roce 1926. Jeho prvním počinem ve vydavatelství byl v prosinci 1926 pondělník Pondělní list. O čtvrt roku později (v březnu 1927) k němu přibyl deník Večerní list. Název novin se měnil, v únoru 1929 se ustálil titul Polední list. V lednu 1928 začal vycházet Nedělní list, v září téhož roku vznikl Expres. Stránky těchto novin plnily vraždy, krádeže, politické aféry, soukromý život slavných osobností, skandály, „nezastavily se například ani před symbolem československé státnosti – prezidentem Masarykem“ (tamtéž, s. 174). Obsah titulů proto často zajímal cenzory.

Vydavatelský koncern Melantrich nabízel mj. „deníky populárnějšího charakteru“ (tamtéž, s. 166), př. raník A-Zet a odpoledník Telegraf. Nejrozšířenějším deníkem v Československu bylo ve 20. letech 20. století Večerní České slovo, které kromě zpravodajství obsahovalo rubriky z kultury, sportu i soudních pří, romány na pokračování a přílohy pro ženy a děti.

Žurnalisté seriózních listů opakovaně kritizovali listy bulvární, př. v anketě Prager Pressu v roce 1929 se vyjádřil př. F. X. Šalda. „Ironickou reakcí na bulvární tiskoviny koncernu Tempa byl v letech 1929-1931 parodický týdeník Melantrichu *Příšerný večerník*“ (tamtéž, s. 175). Jiří Stříbrný se k označení produkce Tempa jako senzacechtivého

bulvárního tisku vyjádřil v roce 1936 takto: „*Kritizovali nás ti, kteří dobré noviny dělali sami neumí nebo spjati do svěřací stranické kazajky – nemohou... Vymýtili jsme z nich tasemnice zastaralých úvodních článků, mentorování všeho a články ‘odborníků’, které jinde nacházejí své místo – v revuích*“ (Bednařík, Jirák a Köpplová, 2011, s. 173).

Vydávání novin přerušila druhá světová válka, jelikož nacisté se snažili mít pod kontrolou produkci, která by mohla ovlivňovat veřejné mínění. V Protektorátu Čechy a Morava existovaly tři typy médií (legální, která kontrolovala a řídila okupační správa, ilegální a zahraniční). Druhé omezení představoval po roce 1948 komunistický režim, jemuž byla tištěná média podřízena a který rovněž zajišťoval jejich financování. Po válce u nás bulvár neexistoval jako tiskovina, „*ale jeho duch byl vždy po ruce, když bylo třeba vylít na někoho džber pomluv nebo rozpoutat špinavou kampaň*“ (Blažek, 1995, s. 123). Nejčastěji se tak dělo v Rudém právu – „*tyto šedivě puritánské noviny v těchto svých bulvárních výhoncích jazykově zpestřely*“ (tamtéž, s. 123). V tomto listu se tak objevovala hovorová slova (obvykle daná do uvozovek) a nadávky. Bulvár byl obnoven až po listopadu 1989.

V 90. letech se u nás „*změnil právní a ekonomický kontext působení médií, jejich postavení a funkce ve společnosti, stejně jako organizace práce v médiích, její technické podmínky a podoba a obsah samotné mediální produkce*“ (Bednařík, Jirák a Köpplová, 2011, s. 365). Počátek transformace českých médií se datuje do listopadu 1989 – tehdy „*se změnilo obsahové ladění médií a zásadním způsobem se oslabila jejich vazba na stát*“ (tamtéž, s. 365).

Došlo mj. ke změně názvu některých periodik (př. Mladá fronta se přejmenovala na Mladou frontu Dnes, z Rudého práva se postupně stalo Právo), vzkříšení dříve zrušených nebo zakázaných periodik (př. Lidové noviny) a založení nových (př. Blesk) (tamtéž, s. 374). Po roce 1989 u nás vzniklo kromě seriózních listů také několik bulvárních novin, časopisů. Později byly spuštěny také jejich internetových verze či na bulvár zaměřené internetové servery. „*V české společnosti tradičně nebyl přílišný sklon k bulvárním deníkům tak, jak je známe například z dějin amerického, anglického či francouzského tisku*“ (tamtéž, s. 374). Zpočátku se vedení potýkalo s nedostatkem personálu, jelikož „*čeští novináři si představovali, že mohou pracovat pouze v ‘seriózních’ listech*“ (tamtéž, s. 375). Pokud už se někteří novináři rozhodli psát pro bulvár, museli se nejprve

naučit způsobu práce v takovém titulu. V roce 1995 Blažek konstatuje: „*Dnes již máme, co jsme chtěli – bulváry takřkajíc na celý úvazek, v pořadí vzniku Expres a Špígl (dnes již zaniklé, pozn. aut.). Horší je, že se i mimo ně rozbujel onen bulvární duch – tentýž jako v době, kdy se úplný a nepokrytý bulvár nesměl –, který se snaží zvýšit prodejnost tiskovin tak bezzubých jako Květy, Svět v obrazech a Večerní Praha.*“ (Blažek, 1995, s. 124) Za hlavní princip našeho bulváru považuje to, že „*problém, který se tutlá, vykřičí do světa a doplní jej návrhem zcela falešného řešení.*“ (Blažek, 1995, s. 124) Podle Blažka (1995) by bulvární média nebyla tak razantní, pokud by se otevřeně mluvilo o problémech, násilí bylo pod veřejnou kontrolou, politická jednání by se zpřístupnila novinářům a politici by situaci, kdy žurnalista usvědčí politika z chyby, nechápali jako útok na politickou stranu. Blažek (1995) podotýká, že by politici měli nabízet analýzy situací, ne pouze mravní apely či varování.

Po počátečních potížích zaujal výjimečné postavení na mediálním trhu bulvární deník Blesk, který vychází od roku 1992. „*Vlastník Blesku, švýcarské vydavatelství Ringier, do českých podmínek přenesl osvědčený koncept deníku Blick*“ (Bednařík, Jiráková a Köpplová, 2011, s. 260) Nový bulvární deník objevil a vyplnil mezeru na zdejší mediálním trhu a postupem času se z něj stal nejčtenější deník v České republice. „*Právě Blesk předznamenal nástup budoucí komercializace¹⁹ tištěných médií v následujícím období, a to jak z hlediska mediálních obsahů, tak z hlediska marketingových strategií*“ (tamtéž, s. 260).

V současnosti vychází kromě Blesku další české bulvární deníky: Aha a Šíp.

¹⁹ Komercializaci žurnalistiky jako jednomu z problémů žurnalistiky se věnuje Robert W. McChesney v publikaci Problém médií s podtitulem Jak uvažovat o dnešních médiích. Zabývá se jí i Denis McQuail v knize Úvod do teorie masové komunikace. „*Masový tisk bývá nazýván 'komerčním' ze dvou hlavních důvodů: je provozován monopolistickými koncerny, a to kvůli tvorbě zisku; je přesprávně závislý na příjmech z reklamy výrobků ... Komerční zaměření a způsob financování masového tisku vyvíjejí obrovský tlak na obsah novin, a sice směrem k politickému populismu a současně k podpoře obchodu, konzumerismu a svobodného podnikání (Curran, 1986; Curran a Seaton, 1988). Takto formulovaným zaměřením, jež je výsledkem komercializace, lze také přijatelně vysvětlit vznik nového typu novin: odlehčených a zábavnějších, zdůrazňujících zprávy o konkrétních osudech obyčejných lidí ..., bulvárnějších ve vztahu ke zločinu, násilní, skandálům a zábavě a majících velice početnou čtenářskou obec, v níž převládají skupiny lidí s nižším příjmem a nižším vzděláním ... (Hughesová, 1940; Schudson, 1978; Curran et al., 1981)*“ (McQuail, 2002, s. 36).

Noviny Aha vycházely od listopadu 2004 jako nedělník, od března 2006 jako denní tisk. V roce 2007 je od vydavatelství Ebika koupilo vydavatelství Ringier. „*Koupí Aha se Blesk zbavil konkurence a Michael Ringier získal další bulvár, který bude o něco tvrdší než Blesk. Obsadí tak ještě jedno místo na mediální krajině a zabrání dalším pokusům o konkurenci*“²⁰, psal v roce 2007 Karel Hvížd'ala.

Deník Šíp vznikl v říjnu 2005 jako nástupce Večerníku Praha. V dubnu 2009 Vydavatelství Vltava-Labe-Press, a. s., tiskovinu přejmenovalo na Šíp plus a rozhodlo se (vzhledem k poklesu prodaného nákladu) vydávat ji jen jednou týdně.

Na poli bulvárních deníků dříve figurovaly i další tituly (Expres, Super a Impuls).

Expres byl založen v roce 1990 a časem začal ubírat čtenáře Blesku²¹, takže v roce 1996 vydavatelství Ringier přikročilo k jeho koupi od vydavatelství Expres a zastavilo jeho tisk. Tah to byl úspěšný, jelikož vzápětí došlo ke zvýšení prodejnosti Blesku²².

V dubnu 2001 vznikl deník Super, který mediální odborníci brzy považovali za projekt Občanské demokratické strany (ODS) před parlamentní volbami, „*v němž ODS utápí černé peníze ze zahraničí, nebo po volbách bude muset deník značně upozadit své politické cíle*“²³. Těmto spekulacím nahrávalo několik faktů: deník měl malý počet redaktorů, „*nerefletoval předešlý den, zřetelně fandil ODS (v prvním čísle vyšel obrovský, celostránkový rozhovor s Václavem Klausem) a hájil firmy, které jí byly nějak nakloněné (ČEZ a Novu)*“²⁴. Názory mediálních odborníků na deník Super se opíraly také o účast Vladimíra Železného (ředitele Novy) a Václava Klause (předsedy ODS) na

²⁰HVÍŽĎALA, Karel. Bulvár, to není nadávka. *Neviditelný pes* [online]. [cit. 2013-05-10]. Dostupné z: http://neviditelnypes.lidovky.cz/media-bulvar-to-neni-nadavka-dpx-/p_spolecnost.aspx?c=A071031_205744_p_spolecnost_wag

²¹ V březnu 1996 činil prodaný náklad Blesku 154 372 výtisků, prodaný náklad Expresu 150 062. Zdroj: *Periodický tisk* [online]. [cit. 2013-05-17]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk>

²² V květnu 1996 dosahoval počet prodaných výtisků Blesku 224 996. Zdroj: *Periodický tisk* [online]. [cit. 2013-05-17]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk>

²³ HVÍŽĎALA, Karel. Bulvár, to není nadávka. *Neviditelný pes* [online]. [cit. 2013-05-10]. Dostupné z: http://neviditelnypes.lidovky.cz/media-bulvar-to-neni-nadavka-dpx-/p_spolecnost.aspx?c=A071031_205744_p_spolecnost_wag

²⁴ tamtéž

recepti při příležitosti vydání prvního čísla. V červenci 2002 – necelý měsíc po parlamentních volbách – společnost e-Media skutečně ukončila vydávání listu.

V květnu roku 2003 se na novinových stáncích objevil deník Impuls. „*Majitelé sice hovořili o takzvaném informačním bulváru, ale s týmem dvaceti redaktorů a po měsíci příprav bylo jasné, že jde o nesmysl. Vydavatelem byl jeden ze spolumajitelů distribuční firmy Mediaprint Kapa a přes tuto kvalifikaci nebyl schopen ani v Praze zajistit řádnou distribuci. O krachu tohoto podniku nikdo nepochyboval a ten také na sebe nenechal dlouho čekat*“²⁵. Po stížnosti Rádia Impuls ohledně obdobně znějícího názvu nařídil soud vydavatelství Impuls ČR přejmenování deníku, to však provedlo pouze kosmetickou úpravu názvu (Inpuls). Krátce poté – v říjnu 2003 – vyšly noviny naposledy.

Opačný vývoj než Šíp prodělal týdeník Superspy, ze kterého se v březnu 2005 stal deník. Na konci roku 2006 vydavatelství Stratosféra tištěnou podobu deníku nahradilo jeho internetovou verzí.

V říjnu 1990 založil Ladislav Froněk deník (od léta 2001 týdeník) Špígl s charakteristikou politického bulváru. „*Od počátku se profiloval jako deník, jehož typologické zařazení oscilovalo mezi bulvárním a radikálním pojetím*“²⁶. V dubnu 2002 titul zanikl.

Mezi bulvární časopisy v České republice se řadí např. Spy, Pestrý svět, Rytmus života.

Na internetu fungují tyto bulvární servery: Ahaonline.cz (elektronická podoba deníku Aha), Blesk.cz (elektronická podoba deníku Blesk), Bleskove.cz (bleskove.centrum.cz), Extra.cz, Odhaleno.cz, Paparazzi.cz, revue.iDnes.cz, Spy.cz (elektronická podoba časopisu Spy), Super.cz a další.

²⁵ HVÍŽĎALA, Karel. Bulvár, to není nadávka. *Neviditelný pes* [online]. [cit. 2013-05-10]. Dostupné z: <http://neviditelnypes.lidovky.cz/media-bulvar-to-neni-nadavka-dpx->

[/p_spolecnost.aspx?c=A071031_205744_p_spolecnost_wag](http://p_spolecnost.aspx?c=A071031_205744_p_spolecnost_wag)

²⁶ Froněk prodal Špígl. *Brána do světa médií, marketingu a reklamy - E15.cz / strategie* [online]. [cit. 2013-05-18]. Dostupné z: <http://strategie.e15.cz/zpravy/fronek-prodal->

spigl#utm_medium=selfpromo&utm_source=e15&utm_campaign=copylink

1.6 TITULEK

Titulek (z lat. *titulus* = nápis, nadpis) je označení pro „*nadpis a u většiny tiskovin obvykle i hlavní poutač, který svým ztvárněním a umístěním zásadně ovlivňuje působení tiskoviny*“ (Slanec in Osvaldová a Halada, 2007, s. 219).

Titulek má několik funkcí: informační, orientační i estetickou, má upoutat pozornost čtenářů, vzbudit jejich zvědavost, ulehčit výběr a naznačit obsah článku (tamtéž, s. 219). Podtrhuje význam článku, shrnuje fakta a je výrazným prvkem stránky, který upoutá oko potenciálního čtenáře.

Russ-Mohl (2005), Bečka (1973) a Burns (2004) tvrdí, že lidé nečtou noviny celé, nýbrž si vybírají články, které si přečtou. Russ-Mohl (2005, s. 135) píše: „*Titulky všeho druhu jsou brány vážněji než texty. Kdo listuje novinami, ten na konci přečetl dvakrát tolik titulků než samotných článků*“. Podle Bečky (1973) není v silách čtenáře přečíst noviny od začátku až do konce. Výhodu psaného projevu vidí v tom, že si jedinec může volit dobu a tempo čtení (něco číst pomaleji a pozorněji, něco rychleji a zběžněji) a vybírat si z obsahu příslušného periodika (Bečka, 1973).

Člověk se tedy k článku vůbec nemusí dostat, pokud jej titulek dostatečně nezaujme. Titulky jsou spolu s fotografiemi a informační grafikou považovány za to nejdůležitější, co čtenáře přiměje k přečtení článku. Proto žurnalisté obvykle vymýšlejí takový titulek, který upoutá pozornost čtenáře, vzbudí jeho zvědavost, případně u něj vyvolá silné emoce – ať už kladné (pobavení), či záporné (smutek, pohoršení, hněv). Někdy si novináři pomáhají humorem, avšak jeho použití je nutné pečlivě zvážit. „*U některého typu článků je to vhodný přístup, ale do zpravodajství se hodí jen málokdy*“ (Burns, 2004, s. 140). Je třeba mít na paměti, že z hojně používané slovní hříčky se může stát klišé.

Titulek mnohdy vychází z úvodu článku, „*kteřý by měl obsahovat zpravodajsky nejzajímavější prvky*“ (tamtéž, s. 140). Existuje však zásada, že v titulku a úvodu článku by se neměly objevovat stejné slovní obraty. Platí také, že „*síla a účinnost dobrého titulku často spočívá ve slovese*“ (tamtéž, s. 140). To by mělo být v činném rodě.

„Hodgson tvrdí, že autor titulků má dvě hlavní funkce a obě souvisejí s manipulací se slovy“ (Burns, 2004, s. 140). Zaprvé „skládá a filtruje materiál tak, aby vybrousil jeho podstatu do prostého sdělení, které se dožaduje: ‘přečti si mne’“ (Hodgson, 1998 in Burns, 2004, s. 140), zadruhé musí dbát na to, aby délka titulku odpovídala požadované grafické úpravě. Ta určuje velikost písma a šířku titulku; závisí přitom na typu příslušného periodika.

„Gibbon (1989) upozorňuje, že dobré titulky jsou často chytré, ale kromě toho musí být vždy na všech úrovních významu pravdivé“ (Burns, 2004, s. 140). Titulek by měl být jasný, pravdivý, nezavádějící, proto novinář musí zvážit jeho formulaci a dát si pozor na to, že „některá slova, zejména ta kratší, která mají redaktoři v oblibě, mají více než jeden význam“ (tamtéž, s. 140).

V této souvislosti Schimon (2003, s. 56) upozorňuje, že titulky jsou zřejmě „tím nejcitlivějším místem v novinách“, jelikož „... právě zde jsme nejprve náchylní k tomu udělat faktickou či kontextovou chybu, případně v nich vystupujeme necitelně až arogantně“. Jeho slova potvrzuje Russ-Mohl (2005, s. 139), která tvrdí, že tvorbu titulku lze považovat za žurnalistické umění „a to nejen kvůli nechtěné komice, která vzniká při nevydařených formulacích“.

Psaní titulků tedy vyžaduje dokonalou znalost jazyka a bravurní zacházení s ním, neboť redaktoři musí pečlivě volit výrazy, jež výstižně vyjádří obsah materiálu, ale zároveň svou délkou nepřekročí přidělený prostor. Dále je třeba dbát na to, aby použitá slova byla „srozumitelná (obyčejná a snadno pochopitelná) a účinná (přesně odstíněná)“ (Burns, 2004, s. 140). Vymýšlení titulku vyžaduje naprostou soustředěnost na obsah textu, jeho klíčová slova, případně hledání jejich synonym.

„V praxi tvorba titulků funguje většinou tak, že redaktor napíše titulek společně s textem a kompletní materiál odevzdá. Při zlomu, v případě potřeby, asistuje editor. Ten je schopný titulek zkrátit, případně doplnit“ (Fliegl, 2004, s. 29). V některých redakcích probíhají tzv. titulkové konference. „O výběru a formulaci úvodního tématu a titulku samozřejmě rozhoduje vedení redakce“ (Russ-Mohl, 2005, s. 136).

Blažej (1990) a Slanec (in Osvaldová a Halada, 2007) shodně vyčleňují čtyři typy titulků. Podle tvaru a významu rozlišují titulky jednoduché, složené, kombinované a stabilní. Při sazbě jednoduchých titulků se používá jedna velikost z jednoho typu písma. Složené titulky obsahují kromě titulku také nadtitulek či podtitulek, případně obojí. Titulky kombinované „jsou v základním tvaru významově členěny změnami ve stupni, popř. i charakteru písma, někdy se využívá i možnosti rozlišování druhou (pestrou) barvou. Tento typ titulků může být také vhodně kombinován s perovými kresbami i jinými obrazovými doplňky“ (Blažej, 1990, s. 101). Složené a kombinované titulky lze vytvářet za pomoci různých velikostí a typů písma, jejich kombinaci je však nutné pečlivě uvážit. Pro opakované nadepisování rubrik bývají vytvářeny titulky stabilní. Kromě toho se mohou objevit „tam, kde opakování stejného tvaru určitého nadpisu (i zmenšeně) zdůrazňuje propagační účinek. Forma stabilního titulku musí splňovat všechna kritéria pro dlouhodobé použití“ (tamtéž, s. 102).

Celek tvořený titulkem, nadtitulkem a podtitulkem se nazývá titulkový blok. Upoutává pozornost čtenářů a zároveň plní funkci informační. „Užití titulkového bloku není vždy vhodné – přehlčuje čtenáře informacemi, a tak se může stát, že se příjemce spokojí s jeho obsahem a ztratí zájem o přečtení vlastního článku“ (Millianová, 2004, s. 24).

Nadtitulek „obsahuje krátké zobecnění obsahu“ (Slanec in Osvaldová a Halada, 2007, s. 219), podtitulek „rozvádí hlavní titul dalšími stručnými informacemi“ (tamtéž, s. 219). Při jejich sazbě se používají různé stupně i druhy písma.

Někdy se lze setkat také s mezititulkem. Jedná se o „krátký, výmluvný text, obvykle od dvou do šesti slov, umístěný uvnitř většího žurnalistického materiálu, jako je článek, interview, reportáž, esej“ (tamtéž, s. 120). Plní funkci informační, orientační a grafickou – vystihuje obsah textu, nad nímž je umístěn, odděluje od sebe pasáže, které následují za sebou, ale přímo spolu nesouvisejí. Graficky člení text, bývá od něj oddělen velikostí, řezem nebo typem písma a mezerou před ním a za ním (mezera před titulkem má být přítom větší než mezera za ním). Činí tedy materiál přehlednějším, zajímavějším a poutá pozornost čtenářů. „Pravidlem je, že by mezititulek neměl opakovat informace již jednou obsažené v titulku.“ (Osvaldová, Slanec in Osvaldová a Halada, 2007, s. 120)

1.6.1 Z HISTORIE NOVINOVÉHO TITULKU

Historie novinového titulku je spjata s vývojem médií, do něhož se promítají rozvíjející se technologie a změny ve společnosti.

Vývoje tisku se dotkla mj. průmyslová revoluce. „*Díky využívání nových komunikačních prostředků se zvyšovala rychlost, jakou byli lidé o událostech informováni, což souviselo s rozvojem využití telegrafu v novinářské práci*“ (Bednařík, Jirák a Köpplová, 2011, s. 92). Roku 1844 v USA byla zavedena první telegrafní linka, v následujícím desetiletí se telegraf rozšířil i do Evropy. Jelikož se telegrafní spojení platilo, dostála novinářská práce změny. Žurnalisté se nyní museli vyjadřovat stručně, přesně, úplně.

Výroba tištěných textů v minulosti zahrnovala mj. ruční lámání a horkou sazbu, která umožňovala krácení článků pouze po větách či odstavcích od konce článku. Tato náročná výroba tiskovin měla za následek, že převažovaly titulky krátké (obsahující maximálně tři slova) nad dlouhými, „*statické (bez slovesa v určitém tvaru) nad dynamickými, se strukturou jednočlenných vět nad dvoučlennými. Souvětí byla výjimečná, převažovaly jednočlenné věty jmenné a eliptické nad slovesnými*“ (Fliegl, 2004, s. 28). Rozvoj výrobních postupů v 19. století (př. vznik rotačky v roce 1846) umožnil zvýšit náklad listů.

Novinový titulek prodělal dlouhý vývoj, „*ale např. už v 70. letech minulého století převládl názor, že titulek by měl být formulován takovým způsobem, aby nalákal čtenáře k přečtení celého zpravodajského materiálu. Měl být relativně úplný, přesto neměl čtenáře odvádět od zájmu o celý text*“ (tamtéž, s. 28).

V 90. letech 20. století se změnil charakter titulků, proměnila se jejich formulace i obsah. Titulky jsou většinou delší a popisnější než byly dříve. Zároveň se v nich více projevuje funkce získávací. Ve zmíněné dekádě došlo také k rozlišení titulků publicistických a titulků zpravodajských. Toto rozlišení souvisí s posouzením „*formulace titulku ve vztahu k tématu a obsahu textu*“ (Minářová in Čechová, Krčmová a Minářová, 2008, s. 270). Existují dva typy zpravodajských titulků. První typ zpravodajských titulků obsahuje resumé článku, popř. první části článku; titulek či titulkový blok se snaží „*výstižně podat maximální množství informací*“ (tamtéž, s. 270). Př. titulek „*Výkup řepky ve finále s nadtitulem Letošní obilí vykazuje špatné parametry*“ (tamtéž, s. 270). Tento typ titulků je

obsahově vyčerpávající a poskytuje mediálnímu publiku rychlou orientaci v příslušném médiu (tamtéž, s. 270). Druhý typ zpravodajských titulků podává jen částečné informace, čímž se snaží přimět čtenáře k přečtení článku. Převážně se vyskytuje bez nadtitulků a podtitulků. Př. *Svědomy USA*. Titulky tohoto typu mohou být zavádějící (tamtéž, s. 270). V publicistických titulcích na rozdíl od zpravodajských „převládá obrazné vyjádření, mnohdy je pozoruhodná také výrazová originalita“ (tamtéž, s. 271). Minářová (tamtéž, s. 271) uvádí jako příklad výrazové originality titulek „*Zelená střecha střední Evropy*“.

1.6.2 TITULEK V INTERNETOVÉ PUBLICISTICE

„*Jestliže ve světě tradičních novin a časopisů platí, že titulek je klíčovou částí celého článku, v prostředí webových médií to platí mnohonásobně*“ (Bednář, 2011, s. 118). Volba titulků je „*z hlediska úspěchu článku faktorem, který může velmi pomoci, ale také katastrofálně ublížit*“ (tamtéž s. 118).

Bednář (2011, s. 118) uvádí čtyři body vystihující, jaký by měl být titulek:

1. *Titulek by měl pravdivě vystihovat obsah článku.*
2. *Titulek by měl dokázat přilákat čtenáře a to znamená, že ho musí zaujmout.*
3. *Je-li podstatou článku rozpor, měl by být v titulku zvýrazněn.*
4. *Chceme-li být originální a úspěšní, neměli bychom při tvorbě titulků podléhat módním vlivům“.*

Bednář (2011) podotýká, že většinou se dostávají do sporu body jedna a dvě, tedy pravdivost a snaha zaujmout. Čtenáři na internetu „*přichází na jednotlivé články ne z titulní stránky webzínu nebo z jeho rubrik, ale z jiných serverů, kde se o článku dozví díky RSS agregaci*“ (tamtéž s. 118). Ta zobrazuje titulky článků, nikoli však jejich kontext. Situaci, kdy titulek není v souladu s obsahem článku, nýbrž je mezi nimi rozpor, označuje Bednář (tamtéž, s. 118) za „*relativní problém u tištěného média, ale velký problém u média webového*“. Pokud titulek slibuje něco, co není splněno, může to u čtenáře vyvolat frustrační stav.

„*Titulky obsahující tzv. plnou výpověď*“ (tamtéž s. 118) jsou dlouhé a část potenciálních čtenářů je nepřečte celé, natož aby otevřela příslušný článek. Tento problém se týká obecných serverů, nikoli odborných článků.

Internetoví novináři občas používají v titulcích apel, př. „*Víme, co se stalo, další informace uvnitř!*“ (tamtéž, s. 118). Apel sice může přimět čtenáře k otevření příslušného článku, jeho užití je však ošemetné, neboť zvyšuje riziko frustrace čtenářů a bulvarizuje obsah článků. Bednář míní, že v médiích, která chtějí být považována za seriózní, by se titulky užívající apelativní postup neměly objevovat (tamtéž, s. 119).

Zapovězeny by měly být rovněž titulky obsahující prelegitimizační faktor, který „*spočívá v podstatě v tom, že již titulek článku obsahuje jeho závěr a vyvrací diskuzi (např. Potvrzeno. Kandidátem bude Novák)*“ (tamtéž, s. 119). Prelegitimizační faktor se na českých webových serverech objevuje od konce 90. let 20. století. Je to s podivem vzhledem k tomu, že by neměl pozitivně ovlivňovat příliv čtenářů „*a tak se spíše jedná o snahu sebeprosazení se autorů některých článků – dlužno dodat, že v neprospěch média*“ (tamtéž, s. 119).

Ačkoli se autoři titulků snaží být originální, i v tvorbě titulků se čas od času objeví módní trend, kterému podlehnou. „*Svého času populární titulky typu 'Obrat: Vrahem je zahradník' působily na publikum z počátku originálně, ale pospolně a s použitím v dalších a dalších médiích se z nich stalo klišé se všemi negativy, která z toho plynou.*“ (Bednář, 2011, s. 119) V této souvislosti Bednář píše, že vykřičníky a dvojtečky nepatří na stránky seriózních médií a že do obecného zpravodajství se nehodí otázka.

V některých redakcích bývá titulek vytvářen „*až při redakčním a typografickém zpracování článku*“ (tamtéž, s. 119.) Titulek musí „*zapadat do redakční strategie,*“ (tamtéž, s. 119) takže jej často píše editoři. „*... zatímco autor je většinou schopen lépe vystihnout titulkem obsah svého článku, editor ví, jak zaujmout publikum v neprospěch prve uvedeného*“ (tamtéž, s. 119). Tento způsob tvorby titulků „*je částečně tradicí z tištěných novin*“ (tamtéž, s. 119). Ačkoli jsou webová média co se týče titulků považována za benevolentnější než média tištěná, zatím v nich nedošlo k tomu, že by o titulků rozhodoval autor i editor společně. Mezi oběma stranami tak vznikají spory a nedorozumění.

1.6.3 GRAFICKÁ STRÁNKA TITULKU

Titulky jsou většinou „*hlavním typografickým poutačem novin*“ (Blažej, 1990, s. 100), přičemž forma jejich zpracování má vliv na vizuální stránku novin. Grafická úprava titulku se řídí především druhem a zaměřením daného periodika, textem článku (resp. jeho obsahem a rozsahem), případně doprovodným ilustračním materiálem. „*Podle charakteru tiskoviny, jejího obsahu a významu je možné v tvorbě uplatňovat vynalézavost se snahou o úderný, kontrastní výraz, nebo naopak o výraz dokonalý, uhlazený, opticky jednotně působící ve všech složkách typografické úpravy*“ (tamtéž, s. 100).

Titulky bývají nejčastěji umístěny nad textem, avšak „*podle druhu tiskoviny mohou s textem či ilustračním doprovodem být komponovány v různých obměnách*“ (Slanec in Osvaldová a Halada, 2007, s. 219) V každém případě by však mělo platit pravidlo „*sepětí formy s obsahem textu a dokonalé a jednotně estetické působení*“ (Blažej, 1990, s. 102). Širší paletu možností umístění titulku umožňuje vícesloupcová sazba.

2 METODOLOGIE

2.1 CÍL PRÁCE

Cílem této práce je vysledovat obecné tendence při tvorbě titulků v bulvárních a seriózních tiskovinách a bulvárních a seriózních internetových serverech. Důraz je kladen na komparaci titulků na totéž téma ze čtyř níže uvedených médií.

Stanovené hypotézy:

Bulvár se na rozdíl od seriózních médií snaží zaujmout pozornost čtenářů grafickou úpravou titulků – titulky zasahujícími do dalších komponent článku, barevnými titulky a verzálkami v titulku.

Titulky článků v seriózním tisku většinou obsahují větší počet slov než titulky v bulváru. Titulky seriózních médií obsahují výhradně spisovnou češtinu, v titulcích bulvárních médií se vyskytují i nespisovné výrazy.

Expresivní příznaky v titulcích jsou specifickým bulvárních médií.

Výpovědi s funkcí interogativní se vyskytují pouze v bulvárních médiích.

2.2 POPIS SLEDOVANÉHO SOUBORU

Základem pro tuto práci je vzorek titulků z dvanácti výtisků příslušných deníků z ledna a února letošního roku. Jedná se o noviny, které vyšly 3. ledna 2013, 7. ledna 2013, 9. ledna 2013, 10. ledna 2013, 14. ledna 2013, 21. ledna 2013, 23. ledna 2013, 28. ledna 2013, 31. ledna 2013, 4. února 2013, 6. února 2013 a 7. února 2013. Ve sledovaném souboru se nachází titulky nad články, které se věnují stejnému tématu a které v příslušný den vyšly na stránkách deníku Blesk a v deníku Mladá fronta Dnes. Tyto titulky porovnávám jednak navzájem mezi sebou, jednak s titulky nad obsahově odpovídajícími články, které publikovaly internetové servery Blesk.cz a iDnes.cz. Tištěná média v této práci zastupují deníky Blesk a Mladá fronta Dnes, internetová média jsou zastoupeny servery Blesk.cz a iDnes.cz. Blesk a Blesk.cz patří mezi bulvární média, zatímco Mladá fronta a iDnes.cz se řadí k médiím seriózním, ačkoli se v posledních letech objevují názory, že se bulvarizují.

Články na totéž téma na internetových serverech vycházely většinou v předstihu jednoho dne oproti tištěné verzi daného média, případně byly publikovány ve stejný den, kdy článek na totéž téma vyšel v tisku. Výjimečně byl článek na internetu publikován o několik dní později než článek na stejné téma v novinách.

Bylo prozkoumáno 232 titulků, z toho 58 titulků Blesku, 58 titulků Blesk.cz, 58 titulků Mladé fronty Dnes a 58 titulků iDnes.cz.

Jeden článek pod analyzovaným titulkem internetového serveru Blesk.cz svým obsahem odpovídá dvěma článkům (tj. i dvěma titulcům) v ostatních médiích²⁷. Článek na Blesk.cz

²⁷ Jedná se o titulek Blesk.cz *Schůzka Klause se Zemanem: Zůstaneme odvěcí nepřátelé! Opravdu?* (Blesk.cz, 5. 2. 2013), titulky Blesku *Přišel jsem do rozkradené kanceláře!* (Blesk, 6. 2. 2013, s. 3) a *Amnestii sis měl, Vašku, odpustit* (Blesk, 6. 2. 2013, s. 3), titulky Mladé fronty Dnes *Klaus a Zeman: A teď budeme zase nepřátelé!* (MFD, 6. 2. 2013, s. A1) a *Amnestie srazila důvěru v Klause na minimum* (MFD, 6. 2. 2013, s. A2), titulky iDnes.cz *Fandil jsem mu, ale zůstanu jeho nepřítel, řekl Klaus o Zemanovi* (iDnes.cz, 5. 2. 2013) a *Důvěra v Klause se propadla o desítky procent na historické minimum* (iDnes.cz, 5. 2. 2013).

pojednává o setkání odcházejícího prezidenta Václava Klause a nastupujícího prezidenta Miloše Zemana a dále o průzkumu, který zjišťoval, jaká je důvěra občanů v prezidenta České republiky.

Stejná situace nastala u jednoho titulku internetového serveru iDnes.cz²⁸. Článek pod tímto titulkem informuje čtenáře o prohře tenisty Tomáše Berdycha s Novakem Djokovičem na Australian Open a o blížícím se semifinále žen, v němž se utkají Maria Šarapovová a Li Na. Ostatní média publikovala tato sdělení ve dvou článcích, tj. pod dvěma titulky.

Naopak dva články (tj. dva titulky) internetového serveru Blesk.cz odpovídají jednomu článku deníku Blesk. Rovněž dva články (tj. dva titulky) internetového serveru iDnes.cz odpovídají jednomu článku deníku Mladé fronty Dnes. V obou případech se jedná o titulky nad článkem pojednávajícím o víkendových zápasech hokejového týmu Dallas Stars, v němž v té době hrál český hokejista Jaromír Jágr. Jelikož se jednalo o víkendové zápasy, vyšel v pondělním vydání obou deníků jeden článek, který pojednával o nich pojednával. Internetové servery přinesly čtenářům informace o těchto zápasech již o víkendu²⁹.

Součástí práce je soupis všech analyzovaných titulků.

²⁸ Článek pod titulkem *Berdych skončil v Melbourne ve čtvrtfinále, opět padl s Djokovičem* (iDnes.cz, 22. 1. 2013) odpovídá svým obsahem titulkům Blesku *Smrťák zklamal* (Blesk, 23. 1. 2013, s. 18) a *Ted' si ugrilují Šarapovu!* (Blesk, 23. 1. 2013), titulkům Blesk.cz *Berdychův sen o titulu z Australian Open rázně utál Djokovič* (Blesk.cz, 22. 1. 2013) a *Šarapovovou vyzve v semifinále Australian Open Číňanka Li Na* (Blesk.cz, 22. 1. 2013), titulkům Mladé fronty Dnes *Olé, Nole! Djokovič dál vítězí, Berdych zklamal sám sebe* (MFD, 23. 1. 2013, s. B12) a *O finále se utkají Šarapovová a Li Na* (MFD, 23. 1. 2013, s. B12).

²⁹ Jedná se o tyto titulky: *Jardo, nehol se* (Blesk, 4. 2. 2013, s. 16), *Dallas zastavil sérii proher, Jágr rozhodl v nájezdech o výhře 4:3* (Blesk.cz, 2. 2. 2013), *Vyhaslé Hvězdy. Dallas odvetu ve Phoenixu nezvládl a ani neskóroval* (Blesk.cz, 3. 2. 2013), *Jágrův víkend: proměněná penalta, pak však bída Dallasu* (MFD, 4. 2. 2013, s. C3), *Jágr ukončil černou sérii Dallasu, Tampa Bay vyhnala Pavelce z branky* (iDnes.cz, 2. 2. 2013), *Plekanec asistoval u dvou gólů Montrealu, Jágrův Dallas se neprosadil* (iDnes.cz, 2. 2. 2013).

2.3 POUŽITÉ METODY

Byla provedena pragmatická a stylistická analýza všech analyzovaných titulků a jejich komparace. Práce se věnuje lexikální, morfologické a syntaktické rovině titulku, interpunkci v titulcích a jejich grafické úpravě. V každé kapitole je uvedeno, v titulcích kterého média se sledovaný jev vyskytuje, případně je uvedena četnost výskytu tohoto jevu v konkrétním médiu. Na konci každé kapitoly je uvedeno shrnutí výsledků analýzy jednotlivých jevů, jehož součástí je komparace užití zkoumaných jevů v jednotlivých typech médiích. Výsledkem analýzy je přehled výskytu jazykových jevů v titulcích jednotlivých médií, přehled grafické úpravy analyzovaných titulků a srovnání užití těchto prostředků ve sledovaných médiích.

3 GRAFICKÁ STRÁNKA TITULKŮ

Titulky se navzájem liší nejen z hlediska obsahového a jazykového, ale také svým grafickým zpracováním. Grafická úprava titulku zahrnuje jeho umístění, typ a velikost písma, případně jeho tloušťku, barvu a podtržení.

3.1 UMÍSTĚNÍ TITULKU

Titulky bývají obvykle umístěny nad textem článku, od něhož jsou odděleny většími mezerami, případně nad fotografií (v případě internetových serverů popřípadě nad videem), která se k článku váže.

a) BLESK

Analyzované titulky Blesku lze rozdělit podle jejich umístění na dva typy – první typ titulků stojí samostatně nad článkem, druhý typ titulků částečně zasahuje do fotografie u článku či je umístěn přímo v ní. V některých případech tvoří titulky s fotografií barevný kontrast, jindy jí barevně odpovídají.

Příkladem titulků stojících samostatně je například titulek *V hospodách vám Heger títne cigarety!* (Blesk 9. 1. 2013, s. 8). Celý článek má modrý podklad, titulek stojí samostatně nad článkem, je tištěn černou barvou a nezasahuje do fotografie ministra zdravotnictví Leoše Hegera. Čtenářovu pozornost se tak soustředí na obsah titulku a není rozptýlena přesahem titulku do fotografie či barevnými efekty. Článek pod titulkem představuje návrh zákona, v němž Heger mj. navrhuje zákaz kouření v restauracích. Blesk se v titulku obrací na čtenáře pronominem *vám*, ačkoli nelze předpokládat, že všichni čtenáři jsou kuřáci. Titulek zkresluje skutečnost, neboť vyznívá tak, že ministr Heger adresátům sdělení v hospodách osobně „títne“ cigarety. Skutečnost zkresluje také tím, že užívá verbum ve tvaru indikativu futura (*títne*), ačkoli zákon zatím nebyl přijat. Záměrem titulku je upoutat pozornost čtenářů, případně v některých z nich (kuřácích) vzbudit emoce. K tomuto účelu se Blesk uchyluje ke zkreslení skutečnosti, dvojnásobně výpovědi zakončené vykřičníkem. Výpověď stojí samostatně a pozornost čtenářů se tak může soustředit pouze na obsah titulku.



Titulkem zasahujícím do fotografie je např. titulek *Tecla má Plzeň!* (Blesk, 3. 1. 2013, s. 14) Na snímku je fotbalista Stanislav Tecl, o němž se v článku píše v souvislosti s jeho přestupem z Jihlavy do FC Viktora Plzeň.



Ve fotografii je umístěn například titulek *Na Dr. Čuně se uvařila voda* (Blesk, 7. 2. 2013, s. 6–7). Fotografie zachycuje lékaře Jaroslava Bartáka u soudu ve chvíli, kdy jsou mu nasazována pouta. Titulek bílé barvy je vysázen ve vrchní části fotografie v místech dřevěného obložení soudní síně; hnědé obložení tak kontrastuje s bílou barvou písmen titulku. Čtenář neznalý kontextu situace může být překvapen hanlivým výrazem Dr. Čuně. Blesk tuto přezdívku v článku nevysvětluje, vyplývá pouze z kontextu článku – Blesk ji udělil Bartákovi za sexuální obtěžování asistentek, z něhož je lékař obviněn. Pisatel využívá podobnosti slov „čuně“ a „prase“ a české přísloví „Na každé prase se někde vaří voda“ modifikuje v titulku na „Na Dr. Čuně se uvařila voda“. Titulek článku obsahuje hodnocení obviněného a výsledku soudního procesu (*čuně, se uvařila voda*). Fotografie nasazování pout obviněnému dokresluje znění titulku. Blesk vybírá fotografii nasazování pout, vymýšlí hanlivou přezdívku a modifikuje české přísloví ve snaze upoutat pozornost čtenářů a ovlivnit jejich názor na Jaroslava Bartáka a jeho odsouzení.



Dalším příkladem titulku umístěného ve fotografii je titulek *Čech je zpět!* (Blesk, 14. 1. 2013, s. 17). Podtitulky jej doplňují o více informací: *Brankář vyléčil tříslu, Vychytal nulu.* I ony jsou umístěny ve snímku, který tvoří podklad pro titulkový blok i text článku. Brankář Petr Čech je na snímku zachycen v pohybu v brankovišti, za ním je vidět síť a rozostřeně také diváci. Barevné publikum kontrastuje s bíle sázeným titulkem. Porozumění titulku předpokládá znalost toho, kdo je Čech (fotbalový brankář) a kde je zpátky, tj. že po zranění se znovu vrátil do práce, doslova do brány, v níž je zachycen na fotografii.



Titulek *Vezme Šloufa na Hrad?* (Blesk, 28. 1. 2013, s. 4) je žlutou barvou sázen přes lidi obklopující nově zvoleného prezidenta České republiky Miloše Zemana a lobbistu Miroslava Šloufa. Šlouf po prezidentské volbě řekl, že se podílel na prezidentské kampani Zemana a je ochoten mu dále radit. Na základě jeho výroků Blesk v titulku vyslovuje domněnku, zda Zeman zvolí jako svého spolupracovníka v prezidentském úřadě Šloufa. Na tmavém pozadí fotografie tato žlutě sázená otázka vynikne.³⁰



Titulek *Zapomeňte na J. R., J. J. řídí Dallas* (Blesk, 21. 1. 2013, s. 14) je umístěn ve fotografii z hokejového zápasu, na níž je zachycen Jaromír Jágr a za ním je vidět rozostřené publikum. Titulek je tvořen souvětím o dvou větách, přičemž první z nich je vyvedena bílou barvou, druhá je tištěna žlutě. Písmena titulku jsou černě orámována. Titulek tak barevně odpovídá barvám dresu Jaromíra Jágra. Barevný soulad může být čtenářům příjemný na pohled a zaujmout je³¹.

³⁰ titulek je analyzován v kapitole Titulky s funkcí interogativní

³¹ titulek je analyzován v kapitole Tečka v titulcích



b) BLESK.CZ

Analyzované titulky článků na serveru Blesk.cz stojí ve všech případech samostatně nad článkem, fotografií či videem. Jedním z nich je titulek *Propadák před Australian Open. Kvitovou vyškolila Cibulková* (Blesk.cz, 6. 1. 2013). Článek pod tímto titulkem informuje čtenáře o prohře české tenistky Petry Kvitové v tenisovém utkání se slovenskou hráčkou Dominikou Cibulkovou a po 1. kole tak vypadla z tenisového turnaje v Sydney, který je považovaný za „generálku“ tenisového turnaje Australian Open, který začíná 14. ledna 2013. Adresáty sdělení jsou čtenáři, které zajímá sport či znají českou tenistku Petru Kvitovou. Titulek hodnotí výkon české tenistky (*propadák, vyškolila*), čímž pisatel předkládá čtenářům svůj názor a snaží se je zaujmout výrazy *propadák, vyškolila*.

c) MLADÁ FRONTA DNES

Analyzované titulky deníku Mladá fronta Dnes stojí samostatně, nepřesahují do dalších komponent článku. Samostatně stojí např. titulek *Plzeň byla taková výzva, že nabídku nešlo odmítnout* (MFD, 13. 1. 2013, s. B13). Pod titulkem přináší Mladá fronta Dnes rozhovor s fotbalistou Stanislavem Teclm, který z Jihlavy přestupuje do týmu FC Viktoria Plzeň.

d) IDNES.CZ

Samostatně nad článkem, fotografií či videem jsou umístěny titulky serveru iDnes.cz. Samostatně stojí např. titulek *Bauer druhý při premiéře na Jizerské padesátce, nestačil na Aucklanda* (iDnes.cz, 13. 1. 2013). iDnes.cz pod tímto titulkem publikuje článek přinášející výsledky závodu Jizerská padesátka, v němž se český reprezentant Lukáš Bauer umístil na

druhém místě. Pro správnou interpretaci titulku by čtenáři měli mít určité znalosti o tom, kdo je Bauer (český lyžař) a co je Jizerská padesátka (závod v běhu na lyžích klasickou technikou na trati dlouhé přibližně 50 km vedoucí Jizerskými horami).

UMÍSTĚNÍ TITULKU – SHRNU TÍ

Z analyzovaných titulků vyplývá, že pouze některé titulky bulvárního tisku zasahují do ostatních komponent článku. Bulvár se mnohdy snaží zaujmout pozornost čtenářů velkými fotografiemi, klade značný důraz na grafickou stránku. Čtenářova pozornost tak může být rozptýlena mezi různě barevně provedené články. Čtenář se také může spokojit s přečtením titulku a prohlédnutím fotografie (fotografií) a k samotnému textu se nedostane. Titulky seriózních médií a bulvárního internetového serveru stojí samostatně a nezasahují do ostatních komponent článku. U internetových serverů jsou důvodem technické možnosti. Seriózní tisk by měl působit důvěryhodně, objektivně a klást větší důraz na obsah titulků a článků než na jejich grafickou stránku, která by neměla opticky rušit čtenáře a odvádět jeho pozornost od sdělení v titulku a článku.

3.2 TYP A VELIKOST TITULKOVÉHO PÍSM A

„Základní typ titulkového písma musí být jednotný pro celé noviny“ (Blažej, 1990, s. 187). Volba z nepřehledného množství typů písma. „je mnohdy ovlivňována typografickou módou, snahou o originalitu a efektní dojem“ (tamtéž, s. 100). Blažej (1990) upozorňuje, že kombinace typů písem v titulcích by měla být důkladně promyšlená a provedena s výtvarným citem. Grafici jiným typem a velikostí písma zdůrazňují či potlačují určité slovo (určitá slova).

a) BLESK

Na stránkách deníku Blesk se typ a velikost písma liší někdy i v rámci jednoho titulku. Jedním z titulků tohoto typu je titulek *DEBAKL Kvitové* (Blesk, 7. 1. 2013, s. 17). Výraz *debakl* je sázen jiným typem písma, jinou velikostí a barvou písma než příjmení české tenistky. Slovo *debakl* zaujme čtenáře svým významem i grafickým zpracováním. Kromě

výrazu *debakl* používá autor i další hodnotící výrazy. V článku píše „*Nevěří si a je totálně z formy!*“ (Blesk, 7. 1. 2013, s. 17), „*Jak by řekl Radek Štěpánek: Generálka na úvodní grandslam sezony Australian Open dopadla pro Petru strašidelně*“ (Blesk, 7. 1. 2013, s. 17) a pokračuje mj. konstatováním „*Po výbuchu na posledním turnaji v Brisbane, kde skončila ve druhé rundě, se osmá hráčka světa trápila i v Sydney.*“ (Blesk, 7. 1. 2013, s. 17). Dále se čtenář dočte, že Petra Kvitová „*odešla smutná*“, „*zoufala si*“, „*popsala jednu z příčin krize*“ (Blesk, 7. 1. 2013, s. 17). Do kontrast k „debaklu“ a smutku Petry Kvitové Blesk staví výhru a radost její soupeřky Dominiky Cibulkové – naproti fotografii soustředěné Petry Kvitové při tenisovém zápase se nachází snímek smějící se Dominiky Cibulkové s popiskem ve formě přímé řeči „*Konečně jsem tě dostala, radovala se Cibulková*“ (Blesk, 7. 1. 2013, s. 17). Pisatel předkládá čtenářům vlastní stanovisko k utkání a výkonu Petry Kvitové v titulku i textu článku a ovlivňuje je tak. Adresátem sdělení jsou čtenáři zajímající se o tenis či Petru Kvitovou, jazykové a grafické provedení titulku však může oslovit i ostatní čtenáře.



Dalším příkladem použití jiného typu písma, jiné barvy a velikosti písma v rámci jednoho titulku je titulek *Zlín zahalil jedovatý dým* (Blesk, 10. 1. 2013, s. 6–7). Zde se od ostatních slov liší slovo *jedovatý*. Zatímco zbylá slova v titulku jsou tištěna bílou barvou a červeně orámována, výraz „*jedovatý*“ je tištěn černě a orámován červenou barvou; navíc pro něj byla zvolena větší velikost písma než pro ostatní slova v titulku. Grafici Blesku použili pro toto slovo stejný typ písma jako pro slovo „*debakl*“ v předchozím příkladě. Blesk graficky zdůrazňuje výraz *jedovatý*, využívá jeho negativních konotací slova a snaží se tak zaujmout čtenáře, vyvolat v nich emoce (př. zvědavost, obavy).



- b) BLESK.CZ
- c) MLADÁ FRONTA DNES
- d) IDNES.CZ

V analyzovaných titulcích ostatních médií se typ a velikost písma v jednom titulku nelišily.

TYP A VELIKOST TITULKOVÉHO PÍSMĀ – SHRUTÍ

Typ a velikost písma v rámci jednoho titulku jsou různé pouze v některých analyzovaných titulcích bulvárního tisku. Bulvár tak zdůrazňuje či potlačuje určité výrazy. Ostatní média tímto způsobem určité výrazy v analyzovaných titulcích nezdůrazňují.

3.3 ŘEZ TITULKOVÉHO PÍSMĀ

Titulky bývají tištěny tučným písmem, které se obecně „... používá všude tam, kde má zdůrazněný text nápadně upoutat pozornost“ (Blažej, 1990, s. 97), případně jsou tištěny kurzívou. Většina titulků je sázena antikvou (stojatým písmem). Její protiklad – kurzívu (nakloněné písmo) – zvolila v analyzovaných titulcích Mladá fronta Dnes, a to třikrát. Kurzívu považuje Blažej (1990, s. 97) za esteticky dokonalé vyznačovací písmo, které „nejméně narušuje jednotné zbarvení tisku, přesto svou kresbou a sklonem na sebe dostatečně upozorňuje“.

a) BLESK

V deníku Blesk se v titulku *Dvě zlata pro maminku do nebe* (Blesk, 21. 1. 2013, s. 16) vyskytuje kombinace antikvy a kurzívy. Výraz „pro maminku“ je sázen kurzívou a umístěn ve zlatém rámečku, který odkazuje na zlaté medaile, které získal skokan Jan Matura. Autor článku používá v titulku i textu deminutivum (maminka) a hodnotící výrazy („*Osudem těžce zkoušený*“, „*co se mu povedlo za senzaci*“ (Blesk, 21. 1. 2013, s. 16)). Hodnotící výraz je také součástí nadtitulku *Úžasný víkend skokana Maturity v Japonsku* (Blesk, 21. 1. 2013, s. 16). Deminutivem a hodnotícími výrazy spolu s textem článku, v němž popisuje osobní i sportovní život Jana Maturity, se autor snaží působit na city čtenářů.



b) BLESK.CZ

Kurzívou nebyl sázen ani jeden analyzovaný titulek serveru Blesk.cz.

c) MLADÁ FRONTA DNES

V analyzovaných titulcích byly kurzívou tištěné titulky zvoleny u článků z kulturní a sportovní rubriky a z rubriky „Z domova“. Konkrétně se jednalo o titulky *Poplach pod můstky! Skokan Matura o víkendu dvakrát vyhrál v Japonsku* (MFD, 21. 1. 2013, s. C1), *Zemanová řídila přehlídku s ochrankou za zády* (MFD, 4. 2. 2013, s. A2), *Jako v šedesátých letech. Gott zpíval pro stovku lidí* (MFD, 7. 2. 2013, s. B9).

Článek opatřený titulkem *Poplach pod můstky! Skokan Matura o víkendu dvakrát vyhrál v Japonsku* (MFD, 21. 1. 2013, s. C1) se věnuje úspěchu českého skokana na lyžích Jana Maturity, který o víkendu vyhrál dva závody Světového poháru. Slovo „poplach“ je přehnané v porovnání s textem druhého odstavce „*Když vyhrál sobotní závod Světového*

poháru, soupeři mu gratulovali. Po jeho nedělním triumfu už jen nevěřicně kroutili hlavou.“ (MFD, 21. 1. 2013, s. C1).

Kurzívou je rovněž sázený titulek *Zemanová řídila přehlídku s ochrankou za zády* (MFD, 4. 2. 2013, s. A2). Článek pod tímto titulkem informuje čtenáře o tom, že Kateřina Zemanová, dcera (v tu dobu budoucího) prezidenta Miloše Zemana, moderovala módní přehlídku a chránila ji při tom ochranka. Autor dále v článku zmiňuje video, na němž Kateřina Zemanová paroduje svého otce.

Zakončení koncertního turné Karla Gotta v Malostranské besedě se věnuje článek pod titulkem *Jako v šedesátých letech. Gott zpíval pro stovku lidí* (MFD, 7. 2. 2013, s. B9). I tento titulek je sázen kurzívou.

d) IDNES.CZ

Kurzíva se v analyzovaných titulcích serveru iDnes.cz nevyskytovala.

ŘEZ TITULKOVÉHO PÍSMÁ – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků sázených antikvou</i>	<i>Počet titulků sázených kurzívou</i>	<i>Počet titulků sázených antikvou i kurzívou</i>
Blesk	57	0	1
Blesk.cz	58	0	0
Mladá fronta Dnes	55	3	0
iDnes.cz	58	0	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků sázených antikvou</i>	<i>Počet titulků sázených kurzívou</i>	<i>Počet titulků sázených antikvou i kurzívou</i>
Tiskoviny	112	3	1
Internetové servery	116	0	0

<i>Typ média</i>	<i>Počet titulků sázených antikvou</i>	<i>Počet titulků sázených kurzívou</i>	<i>Počet titulků sázených antikvou i kurzívou</i>
Bulvární média	115	0	1
Seriózní média	113	3	0

Kurzíva se v analyzovaných titulcích vyskytla celkem čtyřikrát, ostatní analyzované titulky byly sázeny antikvou. Kurzíva se vyskytovala výhradně v tištěných denících – jak seriózních, tak bulvárních. Internetové servery s ní v titulcích nepracovaly. V seriózním tisku byly kurzívou sázeny celé titulky, které se tak odlišovaly od ostatních titulků v tisku. Bulvární tisk v jednom analyzovaném titulku zkombinoval antikvu a kurzívu, čímž se snažil upoutat na výrazy vytištěné kurzívou.

3.4 VERZÁLKY V TITULKOVÉM PÍSMU

Ke zdůraznění určitého slova v titulku a jeho odlišení od slov ostatních používají grafici také verzálky (majuskule, velká písmena). Je třeba je „*používat uvážlivě, protože už při více slovech za sebou nepůsobí opticky příznivě menší proklad od předcházející řádky*“ (Blažej, 1990, s. 97), proto jen výjimečně je verzálkami sázen celý titulek.

a) BLESK

Nejčastěji se verzálky vyskytovaly v analyzovaných titulcích Blesku.

Pomocí verzálek je zdůrazněn určitý výraz v titulcích *DEBAKL Kvitové* (Blesk, 7. 1. 2013, s. 17), *CENÍ ZUBY na šampiona* (Blesk, 21. 1. 2013, s. 16-17). Celý titulek (avšak jednoslovný) je sázen verzálkami v případě titulku *VYDROMÁNIE!* (Blesk, 28. 1. 2013, s. 21).

V titulku *DEBAKL Kvitové* (Blesk, 7. 1. 2013, s. 17) je slovo „debakl“ zdůrazněno kromě verzálek také jiným typem písma, jinou barvou a jinou velikostí písma než příjmení české tenistky Petry Kvitové. Autor předkládá čtenářům hodnocení výkonu Kvitové, který

v titulku nazývá hodnotícím výrazem „debakl“ a graficky jej zdůrazňuje, čímž se snaží upoutat pozornost čtenářů.

Titulek *CENÍ ZUBY na šampiona* (Blesk, 21. 1. 2013, s. 16–17) je umístěn ve fotografii Tomáše Berdycha při tenisovém utkání, přičemž český tenista má na snímku vyceněné zuby. Do levého horního rohu fotografie je vložen snímek Novaka Djokoviče, s nímž se Tomáš Berdych má utkat. Spojení obou fotografií a výrazu Tomáše Berdycha působí v duchu titulku. Článek navíc začíná větou: „*Jde z něj (Tomáše Berdycha – pozn. aut.) strach!*“ (Blesk, 21. 1. 2013, s. 16). Tím vším se Blesk snaží působit na čtenáře, jejich vnímání a emoce.

Verzátkami sázený jednoslovný titulek *VYDROMÁNIE!* (Blesk, 28. 1. 2013, s. 21) zaujme pozornost čtenářů jazykově i graficky. Pod titulkem se nachází článek o fotbalistovi Matěji Vydrovi, který má úspěšnou sezonu a v současnosti hraje za anglický tým Watford. Článek má nadtitulek *18 gólů ve 27 zápasech! Po blond'áčkovi Matěji Vydrovi šílí půl Anglie* (Blesk, 28. 1. 2013, s. 21). Titulek je umístěn ve fotografii, sázen verzátkami a podtržený žlutou barvou, která koresponduje se žlutou barvou dresu, který má Vydra na sobě na snímku. Titulek tak poutá pozornost čtenářů.

b) BLESK.CZ

Server Blesk.cz použil verzálky v titulku *Průzkum: Třetina Čechů říká, že ANO!* (Blesk.cz, 31. 1. 2013). Verzátky zde zdůrazňují výraz „ano“, ostatní slova v titulku jsou tištěny minuskulemi (malými písmeny). Článek přináší informace o průzkumu agentury STEM, která zjišťovala názory lidí na srovnání předlistopadového a současného režimu.

c) MLADÁ FRONTA DNES

d) IDNES.CZ

V analyzovaných titulcích deníku Mladá fronta Dnes a serveru iDnes.cz se tento jev nevyskytoval.

VERZÁLKY V TITULKOVÉM PÍSMU – SHRNUÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících verzálky</i>
Blesk	5
Blesk.cz	1
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících verzálky</i>
Tiskoviny	5
Internetové servery	1

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících verzálky</i>
Bulvární média	6
Seriózní média	0

Verzátky v analyzovaných titulcích použila pouze bulvární média, častěji bulvární média tištěná než internetová. Pomocí verzálek zdůraznila určitý výraz (určité výrazy) v titulku a odlišila ho (je) tak od ostatních slov v titulku, poutají na něj pozornost. Výjimečně je verzálkami sázen celý titulek, v analyzovaných titulcích se jednalo o titulek jednoslovný.

3.5 PODTRŽENÍ V TITULKU

Jednou z možností vyznačování v textové sazbě je podtržení určitého výrazu v titulku, případně titulku celého. „*Linky se používají nejen k podtrhávání slov, ale zejména v časopisech při oddělování celých řádek – nadtitulů, podtitulků nebo vstupních (rámcových) textových informací, které stručnou literární formou charakterizují obsah článku*“ (Blažej, 1990, s. 97).

a) BLESK

Ze sledovaných médií zvolil tento způsob vyznačování v titulku pouze deník Blesk.

Titulek VYDROMÁNIE! (Blesk, 28. 1. 2013, s. 21) je sázen bílou barvou v barevné fotografii. Pro jeho zdůraznění byly použity verzálky a vykřičník spolu s podtržením žlutou barvou. Žlutá barva podtržení titulku koresponduje se žlutým dresem fotbalisty Vydry na snímku, v němž je titulek umístěn. V nadtitulku autor píše „*Po blondáčkovi Matěji Vydrovi šílí půl Anglie*“ (Blesk, 28. 1. 2013, s. 21), toto tvrzení opakuje v textu „*Po blondáčkovi dnes šílí půl Anglie*“ (Blesk, 28. 1. 2013, s. 21) a v titulku nazývá tuto situaci pojmem vydrománie. Spolu se snímkem volajícího fotbalisty Matěje Vydry doplněným popiskem „*Góóó! Matěj Vydra sází jeden gól za druhým*“ (Blesk, 28. 1. 2013, s. 21) se tak autor snaží zaujmout čtenáře.



Žlutě podtrhnutý je také titulek Smrťák zklamal (Blesk, 23. 1. 2013, s. 18). Bíle sázený titulek na černém pozadí doplňuje několik fotografií, mj. fotografie prstenu ve tvaru lebky. Článek pod tímto titulkem se týká prohry tenisty Tomáše Berdycha s Novakem Djokovičem. Jak článek informuje, českého tenistu přišla na zápas podpořit jeho přítelkyně Ester Sátorová, která měla na ruce prsten ve tvaru lebky. Autor v článku uvádí: „*Na ruku si nasadila prsten smrťáka, jako by chtěla naznačit: Novaku, tohle je tvůj konec! Pod reflektory se lebka krásně leskla. Jenže Djokoviče neoslepila*“ (Blesk, 23. 1. 2013, s. 18). Článek několikrát evokuje smrt – černou barvou, která je v naší kultuře spojena se smrtí, hovorovým výrazem „smrťák“ a popiskem ke snímku Ester Sátorové s prstenem na ruce „... *Měl snad Djokoviče vyděsit k tenisové smrti?*“ (Blesk, 23. 1. 2013, s. 18).



- b) BLESK.CZ
- c) MLADÁ FRONTA DNES
- d) IDNES.CZ

V analyzovaných titulcích deníku Mladá fronta Dnes a serverů Blesk.cz a iDnes.cz se podtržení v titulku ani podtržení titulku nevyskytovalo.

PODTRŽENÍ V TITULKU – SHRNUÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet podtržených titulků</i>
Blesk	2
Blesk.cz	0
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet podtržených titulků</i>
Tiskoviny	2
Internetové servery	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet podtržených titulků</i>
Bulvární média	2
Seriózní média	0

Podtržením byly zdůrazněny celkem dva analyzované titulky, oba byly otištěny na stránkách bulvárního tisku. Internetové servery ani seriózní média tento způsob vyznačování v textové sazbě nepoužila. Podtržení určitých výrazů v titulku se v analyzovaných titulcích nevyskytovalo vůbec.

3.6 BARVA TITULKŮ

Titulky Blesku, Blesku.cz, Mladé fronty Dnes a iDnes.cz se značně liší co do barevnosti titulků. „Základní barvou v typografii je černá... V kontrastu s černou barvou je už z historie nejběžnější jasně červená“ (Blažej, 1990, s. 87). Pestrá barva se používá ke zdůraznění určitého výrazu v titulku, výraznější účinek „je u většího, popř. i tučnějšího písma, naopak u jemného a malého stupně písma je barevný účinek potlačen“ (tamtéž, s. 87).

a) BLESK

V analyzovaných titulcích byla jiná než černá barva použita v písmu třidvaceti titulků Blesku, jednalo se především o červenou a žlutou. Jelikož titulky Blesku někdy zasahují do barevné fotografie nebo je podklad pod nimi barevný, je pro jejich písmo rovněž užívána bílá barva, které na fotografii či barevném podkladu vynikne. Barvou Blesk zvýrazňuje jednak určitá slova v titulku, jednak titulek celý. Někdy volí pro titulkové písmo dokonce více barev (př. část titulku je tištěna bílou barvou a část černou nebo žlutou). Analyzované titulky deníku Blesk se tedy podle barevnosti dělí na tři typy – titulky černé, titulky jednobarevné a titulky vícebarevné.

K titulkům tištěným černou barvou se řadí např. titulek *Tecla má Plzeň!* (Blesk, 3. 1. 2013, s. 14). Článek na sebe poutá pozornost jinými způsoby než je barevný titulek: fotografií fotbalisty Stanislava Tecla, do níž titulek částečně zasahuje, znakem FC Viktoria Plzeň umístěným po levé straně nadtitulku a podtitulku a bíle sázeným nadtitulkem v červeném rámečku *Přestup zimy: Kanonýr za 20 milionů* (Blesk, 3. 1. 2013, s. 14). Vzhledem k barevnému nadtitulku už nebylo třeba volit barevný titulek.

Příklady použití červené barvy v titulcích deníku Blesk :

V titulku *Holík: Jsou to flákači!* (Blesk, 3. 1. 2013, s. 17) je červenou barvou zvýrazněno příjmení *Holík*, zbytek titulku je sázen černě. Od příjmení směřuje červená šipka k fotografii pod titulkem, na níž je zachycen Jaroslav Holík, který je trenérem juniorských mistrů světa z let 2000 a 2001 v ledním hokeji. Nadtitulek zní *Výprask 0:7 s USA ve čtvrtfinále hokejového MS „20“* (Blesk, 3. 1. 2013, s. 17). Článek pojednává o prohře české juniorské reprezentace ve čtvrtfinále mistrovství světa v ledním hokeji 2013 a přináší hodnocení výkonu reprezentace Holíkem. Jeho názor dává do titulku, jež poutá pozornost jak jazykovými prostředky (nespisovný výraz *flákači*), tak graficky (červeně zvýrazněné příjmení bývalého trenéra).



Také v titulku *Hysterie kolem Dejdar* (Blesk, 21. 1. 2013, s. 8) je červeně zvýrazněno příjmení (zde *Dejdar*) od ostatního textu, který je sázen černou barvou. Článek informuje o tom, že herec Martin Dejdar podpořil Miloše Zeman v prezidentské kampani. Režisér Hynek Bočan a scénárista Jiří Stránský, tvůrci seriálu *Zdivočelá země*, v němž Dejdar hrál hlavní roli, prohlásili, že s ním nadále nechtějí spolupracovat. I titulek tohoto článku poutá pozornost prostředky jazykovými (expresní výraz *hysterie*) v kombinaci s prostředky grafickými (červeně sázené příjmení herce Martina Dejdar).



Příklady použití bílé barvy v titulcích deníku Blesk:

Titulek *Angažoval Ivánka Horníka!* (Blesk, 3. 1. 2013, s. 14) je sázen bílou barvou, která vynikne na pozadí barevné fotografie, na níž je zachycen Ivan Horník v bílé košili. Článek tak obsahuje barevný kontrast i barevnou shodu zároveň. Článek se týká angažování Ivana Horníka jako manažera týmu Bohemians. Titulek i nadtitulek *Šéf Střížkova Kapr se „kapříků“ nelekne* jsou aluzí na fotbalovou aféru, ve které před několika lety Horník figuroval, což Blesk v článku připomíná: „*Ivánek, hlavní postava největší korupční aféry v českém fotbale, v níž se úplatkům říkalo kapříci, se s klubem dohodl na půlroční spolupráci*“ (Blesk, 3. 1. 2013, s. 14). Domácká obměna křestního jména Ivánek v titulku i textu článku rovněž souvisí s aférou, v níž byl Horník oslovován mj. „Iváňku, kamaráde...“ Titulek se tedy snaží zaujmout čtenáře jazykově (aluzí) i graficky (barevným kontrastem titulku a fotografie, v níž je umístěn).



I další titulek ze sportovní rubriky je sázen bílou barvou v barevné fotografii. Jedná se o titulek *Čech je zpět!* (Blesk, 14. 1. 2013, s. 17) umístěný ve snímku brankáře Petra Čecha v bráně během fotbalového utkání, čemuž napovídají diváci v hledišti za branou. Bílý titulek na barevném pozadí vynikne.



Příklad použití žluté barvy v titulcích deníku Blesk

Titulek *Vezme Šloufa na Hrad?* (Blesk, 28. 1. 2013, s. 4) je žlutou barvou sázen přes lidi obklopující nově zvoleného prezidenta České republiky Miloše Zemana a lobbistu Miroslava Šloufa. Žlutá a černá spolu tvoří barevný kontrast.³²



Žlutá barva je užita v titulku *Jágr riskoval 52 milionů!* (Blesk, 9. 1. 2013, s. 18–19). Autor v článku píše, že Jaromír Jágr i přes zákaz svého klubu Dallas Stars nastoupil v utkání Kladno vs. Litvínov. Podle Blesk v případě zranění by hokejista riskoval ztrátu 52 milionů korun. V titulku má číslovka 52 pod sebou žlutým podklad a je orámována žlutě, čímž se odlišuje od ostatních slov v titulku tištěných černě. Milionovou částku Blesk zvýrazňuje záměrně, neboť se snaží upoutat pozornost čtenářů.



³² titulek je více analyzován v kapitole Titulky s funkcí interogativní

Příklad bíložlutého titulku v deníku Blesk:

Titulek *Zapomeňte na J. R., J. J. řídí Dallas* (Blesk, 21. 1. 2013, s. 14) je umístěn ve fotografii z hokejového zápasu, na níž je zachycen Jaromír Jágr a za ním je vidět rozostřené publikum. Titulek je tvořen souvětím o dvou větách, přičemž první z nich je vyvedena bílou barvou, druhá je tištěna žlutě. Písmena titulku jsou černě orámována. Titulek tak barevně odpovídá barvám dresu Jaromíra Jágra. Barevný soulad může být čtenářům příjemný na pohled a zaujmout je.³³



Blesk pracuje také s barevnými rámečky okolo titulků, nadtitulků a podtitulků. Př. titulek *Bylo lépe za totáče?* (Blesk, 31. 1. 2013, s. 3) je tištěn bílým písmem na modrém podkladu³⁴, titulek *Zvrhlý voják z Plzně: Za 500 Kč koupil miminko na sex* (Blesk, 6. 2. 2013, s. 7) je tištěn červeným písmem na černém podkladu. Barevný kontrast, který tak vznikne, může zaujmout čtenáře.



³³ titulek je více analyzován v kapitole Tečka v titulcích

³⁴ titulek je analyzován v kapitole Uvozovky v titulcích

b) BLESK.CZ

Blesk.cz využívá pestré barvy u titulků sportovního zpravodajství, pro analyzované titulky ostatních rubrik byla zvolena barva černá. Každá oblast sportu má své barevné rozlišení – články z fotbalového prostředí bývají opatřeny zelenými titulky, hokeji patří modrá barva titulků, tenisu oranžová, titulky k článkům z ostatních sportů mívají červenou barvu. V analyzovaných titulcích Blesk.cz byla pestrá barva v titulku použita u všech článků kromě jednoho, který nespadal pod stránky iSport.blesk.cz, ale pod server Blesk.cz – *Kouč Holík byl dvakrát zlatý, na hokejisty se zlobí: Jsou to flákači!* (Blesk.cz, 2. 1. 2013)

Příklad použití červené barvy v titulcích Blesk.cz:

Červenou barvou má titulek *Hrdinka Sáblíková porazila bolest, k medaili chyběl kousek* (Blesk.cz, 13. 1. 2013). Článek pod ním se věnuje výsledkům české rychlobruslařky Martiny Sáblíkové mistrovství Evropy ve víceboji. Sáblíkovou nazývá v titulku „hrdinkou“, důvod je zřejmý z textu článku: česká rychlobruslařka absolvovala závody s bolestivými zády.



Příklad použití zelené barvy v titulcích Blesk.cz:

Parádní Čechův návrat! Na půdě Stoke nedostal gól ani z penalty (Blesk.cz, 12. 1. 2013) je titulek zelené barvy, která je přiřazena titulcům článků týkajících se fotbalu. Autor píše v článku o tom, že brankář Petr Čech po zranění znovu nastoupil do práce a i díky jeho výkonu jeho tým zvítězil.

Parádní Čechův návrat! Na půdě Stoke nedostal gól ani z penalty



Příklad použití oranžové barvy v titulcích Blesk.cz:

Oranžová barva je přiřazená tenisu, dokladem tohoto faktu je např. titulek oranžové barvy *Novak to zvládl! Djoković udolal Wawrinku, půjde na Berdycha* (Blesk.cz, 20. 1. 2013). Článek informuje čtenáře o tom, že se český tenista Tomáš Berdych utká ve čtvrtfinále turnaje Australian Open se Srbem Novakem Djokovićem.

Novak to zvládl! Djoković udolal Wawrinku, půjde na Berdycha



Příklad použití modré barvy v titulcích Blesk.cz:

Titulkům článků z hokejového prostředí náleží modrá barva, kterou má např. titulek *Snový začátek! Jágr dvěma góly a čtyřmi body zničil Phoenix* (Blesk.cz, 20. 1. 2013). Čtenáři se z článku pod titulkem dozví, že Jaromír Jágr poprvé nastoupil za tým Dallas Stars a k výhře svého týmu proti Phoenixu dopomohl dvěma góly a dvěma asistencemi.

Snový začátek! Jágr dvěma góly a čtyřmi body zničil Phoenix



<i>Druh sportu, jehož se týká titulek (článek) na serveru Blesk.cz</i>	<i>Barva titulku a počet takto barevných titulků</i>
fotbal	zelená (7)
hokej	modrá (8)
tenis	oranžová (7)
ostatní sporty (př. rychlobruslení)	červená (8)

Barva není k jednotlivým sportům přiřazena náhodně, ale souvisí s povrchem, na němž probíhají – fotbal (tráva), hokej (led), tenis (antuka).

- c) MLADÁ FRONTA DNES
- d) IDNES.CZ

Analyzované titulky Mladé fronty Dnes a iDnes.cz měly černou barvu. K upoutání pozornosti a odlišení určitých výrazů si tedy nedopomáhají barevnými titulky.

BARVA TITULKŮ – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet částečně barevných či barevných titulků</i>
Blesk	23
Blesk.cz	30
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet částečně barevných či barevných titulků</i>
Tiskoviny	23
Internetové servery	30

<i>Typ médií</i>	<i>Počet částečně barevných či barevných titulků</i>
Bulvární média	53
Seriózní média	0

Z uvedeného vyplývá, že titulky seriózních médií mají vždy černou barvu, zatímco bulvární média používají kromě černé také bílou, žlutou, oranžovou, červenou, zelenou a modrou barvu. Celobarevné či částečně barevné titulky se ve větší míře vyskytovaly nad články internetových serverů než nad články tiskovin. Barvou v titulcích média poutají pozornost k danému titulkovi či od ostatních slov v titulku odlišují barevně vyznačený výraz. Všechny titulky sportovního zpravodajství bulvárního internetového serveru byly barevně vyznačeny, přičemž barva těchto titulků se odvíjela od toho, o jakém druhu sportu příslušné články pojednávaly.

3.7 DÉLKA TITULKŮ

Titulky se také liší svou délkou. Záleží přitom na formátu novin, počtu a šířce sloupců, velikosti písma, počtu slov a jejich délce. Podle toho se může na jednom řádku nacházet jedno či několik slov.

3.7.1 DÉLKA TITULKU – POČET ŘÁDKŮ TITULKU

a) BLESK A MLADÁ FRONTA DNES

Blesk nejčastěji volil jednořádkové titulky, zatímco Mladá fronta Dnes titulky přes dva řádky. Počet řádků není úměrný počtu slov – na jednom řádku se může nacházet jedno i více slov. Obecně však platí, že delší titulek novináři dovoluje obohatit jeho obsah. Ke zobecnění obsahu slouží nadtitulky, podtitulky umožňují obsah rozvést dalšími informacemi. To může souviset s tím, že více nadtitulků a podtitulků lze nalézt u analyzovaných titulků Blesku, který nejčastěji využívá jednořádkové titulky, než u analyzovaných titulků Mladé fronty Dnes, která nejčastěji využívá titulky dvouřádkové. Nadtitulkem bylo opatřeno celkem čtyřicet článků Blesku a dva články Mladé fronty Dnes. Podtitulek obsahovalo deset Blesku a pět článků Mladé fronty Dnes. Podobně Blesk více než Mladá fronta Dnes využívá mezititulky – mezititulky se vyskytovaly v devatenácti článcích Blesku a ve čtyřech článcích Mladé fronty Dnes. Titulky, nadtitulky, podtitulky tvoří titulkový blok, který sice upoutává pozornost čtenářů a plní informační funkci, může však přehltnout recipienta informacemi „a tak se může stát, že se příjemce spokojí s jeho obsahem a ztratí zájem o přečtení vlastního článku“ (Millianová, 2004, s. 24).

Tabulka uvádí počet titulků daného média sázených přes jeden řádek/dva řádky/tři řádky/čtyři řádky.

<i>Médium</i>	<i>Počet jednořádkových titulků</i>	<i>Počet dvouřádkových titulků</i>	<i>Počet třířádkových titulků</i>	<i>Počet čtyřřádkových titulků</i>
Blesk	34	21	2	1
Mladá fronta Dnes	19	29	5	5

Tabulka uvádí počet článků obsahujících nadtitulky, podtitulky a mezititulky v tištěných médiích.

<i>Médium</i>	<i>Počet článků obsahujících nadtitulky</i>	<i>Počet článků obsahujících podtitulky</i>	<i>Počet článků obsahujících mezititulky</i>
Blesk	40	10	19
Mladá fronta Dnes	2	5	5

Příklady jednořádkových titulků:

Pohřby budou tři! (Blesk, 9. 1. 2013, s. 2) je jednořádkový titulek nad článkem informujícím o posledním rozloučení s Jiřinou Jiráskovou. Tomuto tématu se věnuje i Mladá fronta Dnes v článku pod titulkem *Pohřeb slavné herečky bude v pátek* (MFD, 9. 1. 2013, s. A5). Oba titulky jsou informačně neúplné, neobsahují jméno Jiřiny Jiráskové, o jejíž pohřeb (pohřby) se jedná. Titulek Blesku je doplněn nadtitulkem obsahujícím mj. jméno české herečky *Poslední rozloučení s Jiřinou Jiráskovou (†81) proběhne v pátek* a mezititulkem *Poslední přání*. Titulek Mladé fronty Dnes není doplněn nadtitulkem ani mezititulkem.

Příklady dvouřádkových titulků:

Bronz s vykloubeným

ramenem (Blesk, 28. 1. 2013, s. 19)

Březina vyskáká na bruslích

v Záhřebu evropský bronz (MFD, 28. 1. 2013, s. C1)

Blesk i MFD shodně zvolily dvouřádkový titulek nad článkem informujícím o třetím místě českého krasobruslaře Březiny na mistrovství Evropy. Více informací přináší čtenářům titulek MFD, který na rozdíl od titulku Blesku obsahuje jméno úspěšného sportovce (*Březina*), jeho disciplínu (zde *brusle*, resp. krasobruslení, místo konání šampionátu (*Záhřeb*) a typ šampionátu (*evropský*, respektive mistrovství Evropy). Příjmení českého krasobruslaře a jeho sportovní disciplínu obsahuje nadtitulek Blesku *Krasobruslař Březina*. Mladá fronta Dnes nadtitulek neobsahuje.

Příklady třířádkových titulků:

Hysterie

kolem

Dejdara (Blesk, 21. 1. 2013, s. 8)

Blesk zvolil třířádkový titulek u článku ohledně Martina Dejdara a reakce tvůrců Zdivočelé země na jeho podporu prezidentského kandidáta Miloše Zemana (viz výše). Na každém řádku se nachází jedno slovo titulku, čímž jednotlivá slova vyniknou.

Bylo to hrozné.

A pomůže jen

tvrký trénink. (MFD, 3. 1. 2013, s. B16)

Uvedený třířádkový titulek Mladé fronty Dnes patří do sportovní rubriky, konkrétně uvádí článek týkající se prohry juniorské hokejové reprezentace ve čtvrtfinále mistrovství světa. Obsahuje hodnocení výkonu reprezentace Jaroslavem Holíkem, který reprezentaci v minulosti trénoval. Třířádkový titulek dává vyniknout jednotlivým částem titulku.

Příklad čtyřřádkového titulku:

Něco je špatně.

Kvitová vypadla

při generálce

už v 1. kole (MFD, 7. 1. 2013, s. C1)

Z článku pod titulkem se čtenář dozví, že Kvitová prohrála tenisový zápas se slovenskou hráčkou Dominikou Cibulkovou a vypadla z turnaje v Sydney, který bývá „generálkou“ na blížící se turnaj Australian Open. Titulek přes čtyři řádky čtenáře informuje (*Kvitová vypadla při generálce už v 1. kole*) a předkládá mu hodnocení situace (*Něco je špatně.*)

b) BLESK.CZ A IDNES.CZ

Počtu řádků internetových titulků se v této práci nelze věnovat, neboť je doporučeno v internetových titulcích nezalamovat řádky³⁵.

³⁵ JANOVSKEÝ, Dušan. Jak psát titulek: a proč je důležitý. In: *Jak psát web, návod na html stránky* [online]. [cit. 2013-05-24]. Dostupné z: <http://www.jakpsatweb.cz/titulek.html>

3.7.2 DÉLKA TITULKŮ – POČET SLOV V TITULKU

Titulky se liší také počtem slov, která je tvoří. Následující tabulka uvádí počet titulků v jednotlivých médiích, které obsahují příslušný počet slov.

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících 1 slovo</i>	<i>Počet titulků obsahujících 2 slova</i>	<i>Počet titulků obsahujících 3 slova</i>	<i>Počet titulků obsahujících 4 slova</i>
Blesk	1	11	15	18
Blesk.cz	0	0	0	0
Mladá fronta Dnes	0	0	1	2
iDnes.cz	0	0	0	0

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících 5 slov</i>	<i>Počet titulků obsahujících 6 slov</i>	<i>Počet titulků obsahujících 7 slov</i>	<i>Počet titulků obsahujících 8 slov</i>
Blesk	5	5	0	2
Blesk.cz	1	3	2	5
Mladá fronta Dnes	5	7	7	18
iDnes.cz	0	0	1	4

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících 9 slov</i>	<i>Počet titulků obsahujících 10 slov</i>	<i>Počet titulků obsahujících 11 slov</i>	<i>Počet titulků obsahujících 12 slov</i>
Blesk	0	0	1	0
Blesk.cz	12	14	8	7
Mladá fronta Dnes	7	8	3	0
iDnes.cz	9	14	16	8

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících 13 slov</i>	<i>Počet titulků obsahujících 14 slov</i>
Blesk	0	0
Blesk.cz	6	0
Mladá fronta Dnes	0	0
iDnes.cz	5	1

DÉLKA TITULKŮ – SHRNU TÍ

Z tabulky vyplývá, že bulvární deník Blesk volí titulky o menším počtu slov než ostatní média – jeho specifíkem jsou titulky o jednom až dvou slovech. Nejčastěji mají titulky Blesku čtyři slova. Titulky jeho internetového protějšku Blesk.cz mají nejméně pět slov. Bulvární server Blesk.cz nejčastěji volí titulky o deseti slovech.

V seriózních médiích se jednoslovné a dvouslovné titulky nevyskytují. Nejdelší analyzovaný titulek seriózních médií obsahoval čtrnáct výrazů, jednalo se o titulek serveru iDnes.cz. Tento server publikuje titulky o nejméně sedmi slovech, nejčastěji tvoří jeho

titulky jedenáct slov. Analyzované titulky deníku Mladá fronta Dnes obsahovaly nejčastěji osm slov.

Platí, že delší titulek umožňuje pisateli obohatit jeho obsah. Chce-li médium titulky srozumitelné a pravdivé, delšímu počtu slov se mnohdy nevyhne.

Ojediněným jednoslovným titulkem je titulek VYDROMÁNIE! (Blesk, 28. 1. 2013, s. 21). Titulek zkresluje skutečnost, že samotného titulku čtenář mnoho informací nezíská, může však vzbudit jeho zvědavost. Vydromání nazývá autor článku působení fotbalisty Vydry v Anglii a jeho úspěšnou sezonu, v níž dal naposledy dva góly za svůj tým Watford. V nadtitulku tvrdí, že po něm Anglie „šílí“. Obsahově nasycenější je titulek internetového serveru Blesk.cz týkajícího se téhož zápasu *Zase dva góly! Nezastavitelný Vydra pomohl Watfordu k další výhře* (Blesk.cz, 26. 1. 2013).

Nejdelším analyzovaným titulkem byl titulek článku na serveru iDnes.cz *Šlouf: V kampani jsem Zemanovi radil jen dílčí věci, na Hrad s ním nejdu* (iDnes.cz, 26. 1. 2013). Titulek je obsahově nasycenější než titulek týkající se téhož tématu v deníku Blesk *Vezme Šloufa na Hrad?* (Blesk, 28. 1. 2013, s. 4).

3.8 GRAFICKÁ STRÁNKA TITULKŮ – SHRNU TÍ

Titulky článků se liší svým grafickým ztvárněním v rámci jednotlivých médií, přesto lze vysledovat určité obecné tendence jednotlivých tiskovin a internetových serverů, respektive tištěných a internetových médií a médií seriózních a bulvárních.

Bulvární tisk má několik specifíků oproti bulvárnímu internetovému serveru a seriózním médiím. Titulky bulvárního tisku se podle umístění na stránce dělí na dva typy. První typ titulků nezasahuje do ostatních komponent článku, zatímco druhý typ do nich zasahuje. Bulvár tak propojuje titulky s fotografiemi u článků či titulky s barevnými rámečky či pozadími článků. Odlišné pojetí umístění článků může upoutat pozornost čtenářů, ale rovněž působit nepřehledně, rozptylovat či odvádět pozornost čtenářů od sdělení v titulku. Titulky článků internetového bulvárního serveru a seriózních médií stojí samostatně nad články a nezasahují do ostatních komponent článku. Seriózní tisk by měl klást větší důraz

na obsah titulků než na jejich grafickou stránku, která by opticky neměla rušit čtenáře. Dalším specifikem bulvárního tisku je fakt, že typ a velikost písma se v některých titulcích liší v rámci jednoho titulku. Bulvár tímto způsobem zdůrazňuje určité slovo (určitá slova). Ostatní média tento způsob zdůrazňování slov nepoužívají. Pouze bulvární tisk pracuje s podtržením titulků, čímž na ně poutá pozornost čtenářů. Na titulek či určité výrazy v něm upozorňuje také prostřednictvím verzálek. Ostatní média s majuskulemi v analyzovaných titulcích nepracovala.

Bulvární a seriózní média se odlišně staví k použití jiné než černé barvy v titulcích. Zatímco titulky v seriózním tisku i jeho internetového protějšku měly výhradně černou barvu, bulvární tisk a bulvární internetový server se snažily upoutat pozornost čtenářů zcela či částečně barevnými titulky. Častěji se tato tendence projevovala v titulcích bulvárního internetového serveru, jehož titulku sportovního zpravodajství mají barvu podle druhu sportu, jehož se týká příslušný článek. Nutno dodat, že ne všechny titulky bulvárních médií byly barevné, některé byly sázeny černou barvou. Musíme si uvědomit, že na stránce bulvárního tisku se obvykle nachází několik článků, proto aby některý z nich zaujal a stránka působila přehledně, nesmí to list přehánět s barvami v titulkových komplexech a barevných pozadích článků.

Specifickým rysem tiskovin je užití kurzívy v titulcích. Kurzívou byly v seriózním tisku vždy sázeny celé titulky, které se tak odlišovaly od ostatních titulků v tisku. Ojedinelým jevem v analyzovaných titulcích byla kombinace antikvy a kurzívy, kterou v titulku použil bulvární deník. V titulcích článků na internetových serverech se kurzíva nevyskytovala.

Z důvodů uvedených výše lze počet řádků srovnávat pouze u tištěných médií. Bulvární tisk nejčastěji volí jednořádkové titulky, zatímco seriózní tisk dvouřádkové titulky. Jednořádkové titulky bulvárního tisku jsou častěji doplňovány nadtitulky, jejichž užití je v bulvárním tisku výrazně častější než v tisku seriózním.

Bulvární tisk volí spíše krátké titulky o menším počtu slov, což může někdy být na úkor pravdivosti, zatímco ostatní média titulky o větším počtu slov, které autorovi umožňují obohatit jejich obsah. S delšími titulky se v analyzovaných titulcích setkávali čtenáři především na internetových serverech. Roli hraje fakt, že autoři titulků na internetu nemusí řešit úsporu místa a umístění titulku na stránce tak jako tištěná média.

4 JAZYKOVÁ STRÁNKA TITULKŮ

Výběr a užití jazykových prostředků jsou ovlivněny základními funkcemi publicistického stylu, mezi něž Minářová (in Čechová, Krčmová a Minářová, 2008, s. 245) řadí funkci sdělnou (informativní, komunikační) a funkci ovlivňovací, persvazivní, působící.

4.1 LEXIKÁLNÍ ROVINA TITULKŮ

Základ titulků by měl tvořit neutrální spisovný jazyk. Neutrální slova mají pouze pojmový význam na rozdíl od slov expresních, která obsahují vedle pojmového významu i „*pragmatickou významovou složku vyjadřující citový a volní vztah mluvčího k sdělované skutečnosti*“ (Hladká in Karlík, Nekula a Rusínová, eds., 2008, s. 95) Analyzované titulky obsahují nejen neutrální spisovný jazyk, ale i hovorový jazyk a nespisovný jazyk.

4.1.1 HOVOROVÝ A NESPISOVNÝ JAZYK V TITULCÍCH

Volba kódu je jednou z komunikačních strategií. Autoři titulků někdy užívají hovorové a nespisovné výrazy ve snaze hovořit jazykem čtenářů a přiblížit se jim.

HOVOROVÉ VÝRAZY V TITULCÍCH

- a) BLESK

V analyzovaných titulcích Blesku se hovorové výrazy nevyskytovaly.

- b) BLESK.CZ
- c) MLADÁ FRONTA DNES

Hovorový výraz byl užit v titulcích Blesk.cz a Mladé fronty Dnes nad články týkajícími se stejné zprávy. Jednalo se o titulky *Voják platil matkám za sex s dětmi: Novorozeně koupil*

za pětistovku! (Blesk.cz, 5. 2. 2013) a Voják platil matce pětistovku za sex s dítětem (MFD, 6. 2. 2013, s. A4).

d) IDNES.CZ

Hovorové výrazy nebyly součástí analyzovaných titulků iDnes.cz

HOVOROVÉ VÝRAZY V TITULCÍCH – SHRNUÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících hovorové výrazy</i>
Blesk	0
Blesk.cz	1
Mladá fronta Dnes	1
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících hovorové výrazy</i>
Tiskoviny	1
Internetové servery	1

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících hovorové výrazy</i>
Bulvární média	1
Seriózní média	1

Hovorové výrazy byly součástí analyzovaných titulků ojedinele – v titulku bulvárního internetového serveru a seriózního deníku.

NESPISOVNÉ VÝRAZY V TITULCÍCH

Ačkoli by měl základ titulků tvořit neutrální spisovný jazyk, obsah některých titulků tvoří i nespisovné výrazy.

a) BLESK

Nespisovný výraz je součástí titulku *Holík: Jsou to flákači!* (Blesk, 3. 1. 2013, s. 17). V článku pod tímto titulkem hodnotí Stanislav Holík, bývalý trenér juniorské hokejové reprezentace, výkon české juniorské hokejové reprezentace ve čtvrtfinále mistrovství světa. Říká mj. to, že se hráči „flákají“ a Blesk tento výrok pro potřeby titulku modifikuje. Výraz *flákači* v titulku a zvolací charakter výpovědi může upoutat pozornost čtenářů.

Nespisovná čeština se objevila i v titulku *V hospodách vám Heger típne cigarety!* (Blesk, 9. 1. 2013, s. 8). Článek seznamuje čtenáře s návrhem ministra zdravotnictví Hegera, který navrhuje mj. zákaz kouření v restauracích.

9. ledna 2013 Blesk otiskl rozhovor s Jaromírem Jágrem pod částečně nespisovným titulkem *Žralo by mě svědomí!* (Blesk, 9. 1. 2013, s. 19). Hokejista Jágr nastoupil za Kladno a nerespektoval tak doporučení vedení svého dallaského klubu. Jágr v rozhovoru říká: „*Podíval jsem se na tabulku, jak je to vyrovnané. Abych neměl výčitky svědomí, že jsem neudělal maximum pro play off, tak jsem nastoupil.*“ (Blesk, 9. 1. 2013, s. 19) Blesk jeho slova pro účely titulku upravil na expresivní „žralo by mě svědomí“.

Tráva na předpis (Blesk, 31. 1. 2013, s. 2) je zčásti nespisovný titulek článku, v němž Blesk informuje čtenáře o tom, že Senát schválil zákon, podle kterého bude marihuana vydávána v lékárnách na elektronický předpis pacientům se závažnými onemocněními.

b) BLESK.CZ

Podobně jako je tomu ve výše uvedeném titulku Blesku pracuje Blesk.cz s výrokem Stanislava Holíka v titulku *Kouč Holík byl dvakrát zlatý, na hokejisty se zlobí: Jsou to flákači!* (Blesk.cz, 2. 1. 2013).

c) MLADÁ FRONTA DNES

V analyzovaných titulcích tohoto deníku se nespisovné výrazy nevyskytovaly.

d) IDNES.CZ

Nespisovný výraz byl součástí titulku *Gašparovič napodobil Klause, k výročí nezávislosti vypouští kriminály* (iDnes.cz, 2. 1. 2013). Článek pojednává o amnestii slovenského prezidenta Gašparoviče.

NESPISOVNÉ VÝRAZY V TITULCÍCH – SHRNUÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících nespisovné výrazy</i>
Blesk	4
Blesk.cz	1
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	1

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících nespisovné výrazy</i>
Tiskoviny	4
Internetové servery	2

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících nespisovné výrazy</i>
Bulvární média	5
Seriózní média	1

V analyzovaných titulcích se nespisovné výrazy objevovaly v tiskovinách častěji než na internetových serverech. Více se jich nacházelo v analyzovaných titulcích bulvárních

médií, který se snaží čtenáře těmito výrazy zaujmout a zároveň se jim tak ve snaze hovořit jazykem (některých z nich) přiblížit. V seriózních médiích se nespisovný výraz objevil pouze jedenkrát, neboť základem titulků by měl být neutrální spisovný jazyk.

4.1.2 OBRAZNÁ POJMENOVÁNÍ V TITULCÍCH

Obrazná pojmenování v titulcích znamenají informaci navíc, mohou připouštět více interpretací sdělení, zkreslovat jej (Russ-Mohl, 2005, s. 79). Nesnaží-li se novináři o srozumitelná a jednoznačná vyjadřování, nastává ovlivňování čtenářů jazykovými prostředky (tamtéž, s. 73). Níže jsou uvedeny příklady obrazných pojmenování v analyzovaných titulcích jednotlivých médií.

a) BLESK

Metonymie byla součástí např. titulku *Turek se povedl!* (Blesk, 7. 2. 2013, s. 14–15). Článek pod ním se týká fotbalového zápasu, v němž česká reprezentace porazila Turecko. Autor využil spojitosti mezi Tureckem, a tureckou kávou, hovorově „turkem“. Po levé straně titulku je fotografie kávy, v jejíž pění je znak Turecka, obrázek půlměsíce a hvězdy. Blesk tak vytváří titulek poutavý, avšak zavádějící.

Obrazné pojmenování se vyskytuje také v titulku *Na Dr. Čuně se uvařila voda* (Blesk, 7. 2. 2013, s. 6–7), v němž Dr. Čuně nazývá Blesk lékaře Jaroslav Bartáka, který byl odsouzen za znásilňování svých asistentek. Tuto přezdívku v článku nevysvětluje, čtenář na souvislost mezi přezdívkou a profesí a trestným činem Bartáka musí přijít sám. Blesk navíc při tvorbě této přezdívky využívá české přísloví „Na každé prase se někde vaří voda“, které modifikuje v titulku na „Na Dr. Čuně se uvařila voda.“ Titulek je však zavádějící a není z něj jasné, o co se v článku jedná.

b) BLESK.CZ

Metaforou je volný přívlastek v titulku *Zemřel Karel Čáslavský (†75), otec Videostopu. Rok nemohl dýchat* (Blesk.cz, 2. 1. 2013). Metafora souvisí s profesním životem Čáslavského a připomíná jej jako tvůrce pořadu Videostop.

c) MLADÁ FRONTA DNES

Podobně jako v předchozích případech je tomu v titulku *Karel Čáslavský, hledač jiných časů* (MFD, 3. 1. 2013, s. A1). Metaforou je zde volný přístavek „hledač jiných časů“, který je odkazem na pořad Hledání ztraceného času, který Čáslavský uváděl v České televizi.

d) IDNES.CZ

Metonymii obsahuje titulek *Plzeň jsem nedokázal odmítnout, říká o novém angažmá kanonýr Tecl* (iDnes.cz, 2. 1. 2013). Výrazem *Plzeň* je zde míněn fotbalový klub FC Viktoria Plzeň, do něhož fotbalista Stanislav Tecl přestupuje z Jihlavy. Titulek je i přes použití této metonymie srozumitelný. Pro jeho správnou interpretaci je však třeba znalost čtenářů o tom, kdo je Tecl (fotbalový hráč).

OBRAZNÁ POJMENOVÁNÍ V TITULKU – SHRNUÍ

Ačkoli obrazná pojmenování mohou připouštět více interpretací sdělení, jsou využívána v titulcích všech sledovaných médií. Autoři titulků ve snaze upoutat pozornost čtenářů mnohdy vytvoří titulek zavádějící, z něhož čtenář nepozná, o čem článek pod titulkem pojednává.

4.1.3 POJMENOVÁNÍ S CITOVOU EXPRESIVITOU V TITULCÍCH

Bečka (1973) rozlišuje mezi pojmenováním bez citové expresivity a pojmenováním s citovou expresivitou. Slovní zásobě vymezené příznakem expresivnosti se věnuje také Hladká (in Karlík, Nekula a Rusínová, eds., 2008). „*Expresivně zabarvená slova se diferencují především podle kladného a záporného hodnotícího příznaku*“ (tamtéž, s. 95).

Hladká (tamtéž, s. 95) uvádí, že mezi kladně zabarvená slova se řadí familiární slova³⁶, hypokoristika³⁷, dětská slova³⁸, eufemismy (meliorativa)³⁹ a že „častým formálním rysem kladně zabarvených slov je deminutivnost.“ Jelínek (in Karlík, Nekula a Rusínová, eds., 2008, s. 775) píše, že mezi kladné expresivní příznaky se řadí „příznak shovívavý (udělat chybu // klopýtnout), eufemistický (zemřít // zesnout // odejít na věčnost), libostní (pít víno // vínečko), mazlivý (ovce // beruška), žertovný (jít spát // jít do hajan).“

Mezi záporně zabarvená slova patří slova hanlivá neboli pejorativa (př. *špicl*), zhrubělá (př. *žrát*), vulgární (př. *hajzl*) dysfemismy⁴⁰ (př. *chcípnout* místo *zemřít*) (Hladká in Karlík, Nekula a Rusínová, eds., 2008, s. 96). Jelínek (in Karlík, Nekula a Rusínová, eds., 2008, s. 775) vyčleňuje tyto záporné expresivní příznaky: „příznak hanlivý neboli pejorativní (*osobní vlak // courák*) a vulgarizační (*noha // hnát*). Sem můžeme zařadit celou vrstvu nadávek (*nemotorný člověk // slon*) a kleteb (*sakra*).“ Podotýká, že u nadávek obvykle dochází k tomu, že expresivní příznak převažuje nad pojmovým obsahem. „Část expresivních slov, zejména záporně zabarvených a slov z dětské řeči, stojí mimo rámeček spisovného jazyka.“ (Hladká in Karlík, Nekula a Rusínová, eds., 2008, s. 96)

V analyzovaných titulcích se vyskytly jak výrazy považované za kladné expresivní příznaky (deminutiva, hypokoristika), tak výrazy, které se řadí mezi záporné expresivní příznaky (slova zhrubělá, kletba).

³⁶ „užívaná v důvěrném styku blízkých osob“ (Hladká in Karlík, Nekula, Rusínová, eds., 2008, s. 95), př.

brouček, miláček

³⁷ „domácké obměny vlastních nebo obecně příbuzenských jmen“ (tamtéž, s. 95), př. Milda, taťka, ségra

³⁸ „užívaná dětmi nebo dospělými v rozhovoru s dětmi“ (tamtéž, s. 95), př. hamat

³⁹ „zjemňující slova, která nahrazují primární pojmenování nějaké nepříjemné, společensky nevhodné skutečnosti a snaží se její nepříjemnost zastít (např. zesnout místo zemřít...)“ (tamtéž, s. 95)

⁴⁰ „výrazy zveličující nepřijemnost skutečnosti“ (tamtéž, s. 96)

4.1.3.1 TITULKY OBSAHUJÍCÍ KLADNÉ EXPRESIVNÍ PŘÍZNAKY

DEMINUTIVA V TITULCÍCH

Čtenáři se mohou v titulcích setkat s deminutivy (zdrobnělinami). Deminutiva se užívají v důvěrném styku. Ačkoli mediální komunikace je komunikace veřejná a nepředstavuje důvěrný styk, v analyzovaných titulcích se zdrobněliny objevily. Jejich užitím autor vyjadřuje svůj citový vztah k příslušnému sdělení, není tedy nezaujatý.

a) BLESK

Ve dvou analyzovaných titulcích Blesk se vyskytovala deminutiva „maminku“ a „miminko“.

Deminutiva volili autoři titulků u článku, jejichž obsah může vyvolat emoce sám o sobě: sportovní vítězství věnované zemřelé matce a znásilnění dítěte. Jednalo se o titulky *Dvě zlata pro maminku do nebe* (Blesk, 21. 1. 2013, s. 16) a *Zvrhlý voják z Plzně: Za 500 Kč koupil miminko na sex* (Blesk, 6. 2. 2013, s. 7).

První z těchto titulků se nacházel nad článkem informujícím o vítězství českého skokana na lyžích Jana Matury ve Světovém poháru. Během uplynulého víkendu Matura vyhrál dva závody Světového poháru v Japonsku a věnoval je mrtvé matce. Blesk publikoval článek pod titulkem *Dvě zlata pro maminku do nebe* (Blesk, 21. 1. 2013, s. 16) a nadtitulkem *Úžasný víkend skokana Matury v Japonsku*. Titulek svým obsahem a použitím deminutiva působí na city čtenářů. Kdo a v čem zvítězil však neuvádí, to se čtenář dozví až z textu článku.

Titulek *Zvrhlý voják z Plzně: Za 500 Kč koupil miminko na sex* (Blesk, 6. 2. 2013, s. 7) zaujme čtenáře svým obsahem a grafickým provedením⁴¹. Použitím deminutiva „miminko“ v titulku a spojení slov „miminko na sex“ se zmíněný čin jeví o to horší. I tento titulek svým obsahem a použitím deminutiva působí na emoce čtenářů.

⁴¹ bíločerveným titulkem na černém podkladu a bílou postavou střelce – viz kapitola Barva titulků

b) BLESK.CZ

Deminutiva byla také součástí titulků serveru Blesk.cz, shodou okolností se jednalo o stejná slova jako v deníku Blesk – „mamince“ a „miminko“.

Titulek *Šampion Matura poslal svoje dvě vítězství mamince do nebe* (Blesk.cz, 20. 1. 2013) se týkal stejného tématu jako titulek článku deníku Blesk. I o tomto titulku můžeme říct, že svým obsahem a použitím deminutiva působí na city čtenářů. Jejich pozornost může zaujmout i výraz hodnotící výkon Matury (*šampion*).

Karel Gott měl koncert v Malostranské besedě, na nějž přišla mj. jeho manželka Ivana a její bratr se svou těhotnou ženou. Informaci o těhotenství švagrové zpěváka Gotta Blesk.cz upřednostňuje před informací o zpěvákově koncertu a článek tak nese titulek *Krásná švagrová Karla Gotta čeká miminko!* (Blesk.cz, 6. 2. 2013). Ve snaze upoutat pozornost spojuje Blesk v titulku adjektivum „krásná“, jméno zpěváka a deminutivum „miminko“.

c) MLADÁ FRONTA DNES

d) IDNES.CZ

V analyzovaných titulcích Mladé fronty Dnes a iDnes.cz se deminutiva nevyskytovala.

DEMINUTIVA V TITULCÍCH – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících deminutiva</i>
Blesk	2
Blesk.cz	2
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících deminutiva</i>
Tiskoviny	2
Internetové servery	2

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících deminutiva</i>
Bulvární média	4
Seriózní média	0

Deminutiva se vyskytovala pouze v titulcích bulvárních médií, ve stejné míře v bulvárním tisku a bulvárním internetovém serveru. V titulcích médií seriózních použita nebyla, jelikož jejich užitím autor vyjadřuje určitý citový vztah k sdělení v titulku, není objektivní.

HYPOKORISTIKA V TITULCÍCH

Dalším kladným expresivním příznakem vyskytujícím se v analyzovaných titulcích jsou hypokoristika.

a) BLESK

Novináři Blesku použili domáckou podobu jména v případě titulků týkajících se sportovců (*Vašku, Vašíčku...* (Blesk, 10. 1. 2013, s. 18–19), *Jardo, nehol se* (Blesk, 4. 2. 2013, s. 16), fotbalového funkcionáře (*Angažoval Ivánka Horníka!* (Blesk, 3. 1. 2013) a končící prezidenta České republiky (*Amnestii sis měl, Vašku, odpustit* (Blesk, 6. 2. 2013, s. 3)).

V titulku *Angažoval Ivánka Horníka!* (Blesk, 3. 1. 2013, s. 18–19) je užití domáckého jména fotbalového manažera Ivana Horníka aluzí (narážkou) na zveřejněné odposlechy v kauze fotbalové korupce v Českomoravském fotbalovém svazu. Na základě těchto odposlechlů napsal Petr Čtvrtníček hru "Ivánku, kamaráde, můžeš mluvit?" Titul této hry v odposleších rovněž zazněl. Použitím výrazu *Ivánku* Blesk poukazuje na tuto kauzu.

Aluze je jednou z manipulativních strategií. Článek informuje o tom, že Ivan Horník bude nově manažerem fotbalového klubu Bohemians.

Titulku *Vašku, Vašíčku...* (Blesk, 10. 1. 2013) předchází nadtitulek *Zdrčená maminka Renata*: (Blesk, 10. 1. 2013), takže oslovení v titulku domácíkou podobou jména působí jako oslovení syna matkou. Článek se týká pohřbu fotbalisty Václava Drobného – viz kapitola Tři tečky v titulcích. V titulku je tento fotbalista osloven domácíkou podobou jeho jména. Titulek působí na city čtenářů.

Ve dvou titulcích Blesku je oslovení domácíkým jménem spojeno s tykáním spojeno s radou – *Jardo, nehol se* (Blesk, 4. 2. 2013, s. 16) a výtkou – *Amnestii sis měl, Vašku, odpustit* (Blesk, 6. 2. 2013, s. 3). Tyto komunikační funkce spolu s dalšími (př. rozkaz, prosba, kritika, pochvala) mohou být manipulativní (Machová 2007, s. 105–106).

Jardo, nehol se (Blesk, 4. 2. 2013, s. 16) je titulek nad článkem, v němž autor hledá spojitosti mezi oholeným/vousatým Jaromír Jágrem a jeho výkony a výkony jeho týmu v hokejových utkáních. Autor tvrdí, že vousatý Jágr je v hokeji úspěšnější, proto mu radí „nehol se“. Autor českého hokejistu v titulku oslovuje domácíkou podobou jeho jména, tyká mu a radí. Titulek působí nezdvořile, je zavádějící, avšak může upoutat pozornost čtenářů.

Oslovení prezidenta České republiky domácíkou podobou jeho jména, tykání a výtka jsou součástí titulku *Amnestii sis měl, Vašku, odpustit* (Blesk, 6. 2. 2013, s. 3). Článek má nadpis POKLES DŮVĚRY V PREZIDENTA a pojednává o lednovém průzkumu agentury CVVM, podle kterého Klausovi věří 26 % dotázaných zatímco loni to bylo 50–57 % dotázaných. Blesk předkládá čtenářům vlastní vysvětlení poklesu důvěry v prezidenta: důvodem je podle něj amnestie, kterou Klaus v lednu udělil. Titulek se tedy snaží zaujmout pozornost čtenářů, je nezdvořilý a subjektivní, předkládá názor autora článku.

b) BLESK.CZ

Domácká podoba jména se vyskytuje také v titulku serveru Blesk.cz *Rafa je zpět! Sílu šampiona na úvod odnesl český pár Čermák, Dlouhý* (Blesk.cz, 5. 2. 2013). Španělský tenista Rafael Nadal je v titulku důvěrně pojmenován *Rafa*. Článek informuje čtenáře o

tom, že po zdravotní odmlce začal Nadal opět hrát tenisová utkání. V prvním z nich s Nadalem a jeho tenisovým partnerem prohráli čeští tenisté Čermák a Dlouhý.

c) MLADÁ FRONTA DNES

d) IDNES.CZ

V analyzovaných titulcích iDnes.cz a Mladé fronty Dnes se domácká podoba jména neobjevila, neboť takový titulek působí příznakově.

HYPOKORISTIKA V TITULCÍCH – SHRUTÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících hypokoristika</i>
Blesk	4
Blesk.cz	1
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících hypokoristika</i>
Tiskoviny	4
Internetové servery	1

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících hypokoristika</i>
Bulvární média	5
Seriózní média	0

Na základě výše uvedeného lze konstatovat, že bulvární a seriózní média se liší v používání hypokoristik v titulcích. V analyzovaných titulcích seriózních médií se hypokoristika nevyskytovala, vyskytla se však v pěti analyzovaných titulcích bulvárních médií, přičemž v bulvárním tisku bylo jejich užití častější než v titulcích bulvárního internetového serveru. Použití hypokoristik titulek ozvláštňuje a může vzbudit pozornost čtenářů. Jelikož se hypokoristika užívají v důvěrném styku, je jejich použití v titulcích

novin a internetových server, která představuje veřejnou komunikaci, příznakové. Z tohoto důvodu je seriózní média v titulcích neužívají.

TITULKY OBSAHUJÍCÍ KLADNÉ EXPRESIVNÍ PŘÍZNAKY – SHRNUTÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících kladné expresivní příznaky</i>
Blesk	6
Blesk.cz	3
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících deminutiva</i>
Tiskoviny	6
Internetové servery	3

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících deminutiva</i>
Bulvární média	9
Seriózní média	0

Závěrem lze konstatovat, že kladný expresivní příznak mají ve svých titulcích pouze bulvární média, přičemž bulvární tisk je v titulcích užívá častěji než internetové servery. Vzhledem ke skutečnostem, že deminutivem vyjadřuje autor svůj citový vztah ke sdělení a že hypokoristika se užívají v důvěrném styku, je seriózní média nepoužívají.

4.1.3.2 TITULKY OBSAHUJÍCÍ ZÁPORNÉ EXPRESIVNÍ PŘÍZNAKY

V analyzovaných titulcích se vyskytovaly také titulky obsahující záporné expresivní příznaky, konkrétně se jednalo o zhrubělé slovo a kletbu.

ZHRUBĚLÁ SLOVA V TITULCÍCH

V titulcích se lze ojediněle setkat také se slovem zhrubělým.

a) BLESK

Zhrubělé slovo použil deník Blesk v titulku *Žralo by mě svědomí!* (Blesk, 9. 1. 2013, s. 19). Zde je zhrubělé slovo součástí parafráze výroku Jaromíra Jágra, který nastoupil v hokejovém utkání za tým Kladna i přes zákaz svého zaměstnavatele Dallas Stars. Po skončení výluky NHL bylo hráčům NHL doporučeno nehrát v Evropě, Jágr však toto doporučení nedodržel a novinářům řekl, že chce mít čisté svědomí. Zhrubělé slovo v titulku působí jako autentický výrok a je otázkou, zda čtenáře přiláká k přečtení článku, či je od jeho čtení odradí.

b) BLESK.CZ

c) MLADÁ FRONTA DNES

d) IDNES.CZ

Analyzované titulky serveru Blesk.cz, deníku Mladá fronta Dnes a serveru iDnes.cz zhrubělé slovo neobsahovaly.

ZHRUBĚLÁ SLOVA V TITULCÍCH – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících zhrubělé slovo</i>
Blesk	1
Blesk.cz	0
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících zhrubělé slovo</i>
Tiskoviny	1
Internetové servery	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících zhrubělé slovo</i>
Bulvární média	1
Seriózní média	0

Zhrubělé slovo je v titulcích používáno výjimečně, v analyzovaných titulcích se vyskytlo jen jednou – v bulvárním tisku. Je třeba zvážit, zda je jeho použití v titulcích vhodné, či nikoli.

KLETBA V TITULCÍCH

V analyzovaných titulcích se nacházela kletba, kterou Jelínek (in Karlík, Nekula, Rusínová, eds., 2008, s. 775) řadí k záporným expresivním příznakům. „*Kletby jsou vlastně jen výrazovými prostředky záporných citů*“ (tamtéž, s. 775).

a) BLESK

Jednalo se o titulek deníku Blesk *Zatracené vstávání!* (Blesk, 14. 1. 2013, s. 16). Nadtitulek článku zní *Bauer druhý na Jizerské 50:*. Článek informuje o výsledku českého lyžaře Lukáše Bauera na závodě Jizerská padesátka a začíná následovně: „*Když jede Světové poháry, prospí se do růžova a pak jde závodit. Včera ale Lukáš Bauer (34) jel poprvé lyžařský maraton a časné vstávání ho hodně zaskočilo.*“ (Blesk, 14. 1. 2013, s. 16). Z titulku není jasné, čeho se článek týká a málokterý čtenář by z titulku zřejmě odhadl, že článek se týká závodu Jizerská padesátka a umístění českého lyžaře Lukáše Bauera na druhém místě. Titulek je tedy zavádějící, kletba však může upoutat pozornost čtenářů, nebo je naopak od čtení článku odradit.

- b) BLESK.CZ
- c) MLADÁ FRONTA
- d) IDNES.CZ

V analyzovaných titulcích ostatních médií se tento záporný expresivní příznak nevyskytoval.

KLETBA V TITULCÍCH – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících kletbu</i>
Blesk	1
Blesk.cz	0
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících kletbu</i>
Tiskoviny	1
Internetové servery	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících kletbu</i>
Bulvární média	1
Seriózní média	0

Kletba je výjimečným jevem v titulcích, obsahoval ji pouze jeden titulek bulvárního tisku, který její použití ozvláštnilo, je však otázkou, zda tento jazykový prostředek patří do titulků.

TITULKY OBSAHUJÍCÍ ZÁPORNÉ EXPRESIVNÍ PŘÍZNAKY – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících záporné expresivní příznaky</i>
Blesk	2
Blesk.cz	0
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících záporné expresivní příznaky</i>
Tiskoviny	2
Internetové servery	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících záporné expresivní příznaky</i>
Bulvární média	2
Seriózní média	0

Záporné expresivní příznaky se v titulcích vyskytují méně než expresivní příznaky kladné. V analyzovaných titulcích se vyskytlo slovo zhrubělé a kletba, oboje zvolil do svých titulků bulvární deník. Titulky ostatních médií tyto jazykové prostředky neobsahovaly.

4.1.4 HRA SE SLOVY V TITULCÍCH

Hra se slovy je v žurnalistice „v principu dovolena. Pokud je originální, je dokonce žádoucí a zábavná“ (Russ-Mohl, 2005, s. 136). V seriózní žurnalistice je však hra se jmény nevhodná a odsouzeníhodná (tamtéž).

a) BLESK

Blesk využil v jednom analyzovaném titulku ke hře se slovy příjmení srbského tenisty Novaka Djokoviče. Jeho příjmení a pojem „joker“ (žolík, bavič) spojuje v jedno slovo v titulku *Djoker vládne Austrálii třetím rokem, nestačil na něj Murray* (Blesk.cz, 27. 1. 2013). Originální hrou se slovy Blesk titulek ozvláštňuje, avšak vzhledem k tomu, že se jedná o hru se jménem, je považována za nevhodnou.

b) BLESK.CZ

c) MLADÁ FRONTA DNES

d) IDNES.CZ

V analyzovaných titulcích ostatních médií jsem nezaznamenala podobně výraznou hru se slovy.

4.1.5 FRAZÉMY V TITULCÍCH

V titulcích se lze setkat také s frazémy, které mohou činit titulek poutavější, ale také sémanticky zastřenější. Autoři titulků by měli mít na paměti adresáty sdělení a jejich znalost užitých frazémů. Bez této znalosti nemusí adresáti titulkům správně porozumět.

a) BLESK

Frazém v titulku zvolil Blesk ke článku, v němž uvádí navzájem odporující si citace Miloše Zemana a Miroslava Šloufa týkající se údajné spolupráce Miroslava Šloufa na prezidentské kampani Miloše Zemana. Titulek zní *Šlouf hot, Zeman čehý: Chlapi, tak se domluvte!* (Blesk, 28. 1. 2013, s. 4). Frazém v titulku je tedy jakýmsi zobecněním, komentářem navzájem odporujících si výroků obou mužů.

CENÍ ZUBY na šampiona (Blesk, 21. 1. 2013, s. 16–17) je titulek článku, který informuje čtenáře o tom, že tenista Tomáš Berdych se utká s Novakem Djokovičem. Článek je doplněn fotografií Tomáše Berdycha, na níž má výraz odpovídající titulku – frazém je zde tedy užit jak přeneseně, tak doslovně.

b) BLESK.CZ

Článek o výhře České republiky nad Tureckem ve fotbalovém utkání nese titulek *Příliš silná káva pro Turky! České vítězství zařídili Krejčí s Lafatou* (Blesk.cz, 6. 2. 2013). Blesk zde využívá spojitosti Turecka a turecké kávy spolu s frazémem „příliš silná káva“, který se užívá při hodnocení určité situace. Z titulku však čtenář těžko odhadně, čeho se článek týká.

c) MLADÁ FRONTA DNES

d) IDNES.CZ

Titulky Mladé fronty Dnes a iDnes.cz nebyly tvořeny frazémy.

FRAZÉMY V TITULCÍCH – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících frazémy</i>
Blesk	2
Blesk.cz	1
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících frazémy</i>
Tiskoviny	2
Internetové servery	1

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících frazémy</i>
Bulvární média	3
Seriózní média	0

Frazémy v titulcích jsou charakteristické pro bulvární média, ve větší míře pro bulvární média tištěná než internetová. Titulky obsahující frazémy poutají pozornost čtenářů, ne

všichni čtenáři však těmto titulům mohou správně rozumět. Autoři titulků by proto měli s frazémy v titulcích pracovat obezřetně.

4.1.6 LEXIKÁLNÍ ROVINA TITULKŮ – SHRNU TÍ

Na základě analyzovaných titulků lze konstatovat, že lexikální stránky titulků jednotlivých médií se odlišuje použitím hovorových a nespisovných výrazů, pojmenováními s citovou expresivitou a frazémy.

Hovorové výrazy se v analyzovaných titulcích bulvárních i seriózních médií nacházely ojediněle. Častější bylo použití nespisovných výrazů, které – jak z analyzovaných titulků vyplynulo – je charakteristické pro bulvár. V seriózních médiích se nespisovný výraz objevil pouze v jednom analyzovaném titulku. Nespisovné výrazy mohou titulek ozvláštnit, upoutat pozornost čtenářů a vyvolat v nich dojem, že médium hovoří jejich jazykem.

Pro bulvární média byl v analyzovaných titulcích příznačný výskyt frazémů v titulcích, a to ve větší míře pro bulvární média tištěná než internetová. Frazém v titulku může zaujmout čtenáře, ale může také činit titulek nejednoznačným.

Specifickým rysem bulváru je také výskyt pojmenování s citovou expresivitou v titulcích – kladných i záporných. Kladný expresivní příznak v analyzovaných titulcích použil častěji bulvární tisk než bulvární internetový server. Jednalo se o deminutiva a hypokoristika, jejichž použití v titulku může vzbudit pozornost čtenářů. Seriózní média v analyzovaných titulcích tyto jazykové prostředky nepoužila, neboť deminutiva vyjadřují postoj mluvčího ke sdělované skutečnosti a užití hypokoristik v titulcích je nevhodné, neboť běžně je užíváme v důvěrném styku. Bulvárním média obsahovala i záporné expresivní příznaky. V analyzovaných titulcích se jednalo o titulky obsahující zhrubělé slovo a kletbu. Autor titulků musí zvážit, zda je jejich použití v titulcích vhodné, zda čtenáře od přečtení článku spíše neodradí.

Můžeme tedy říci, že pro bulvární média je charakteristické užívání nespisovných výrazů, frazémů a pojmenování s citovou expresivitou v titulcích. Jejich výskyt v titulku může

zaujmout čtenáře, v případě nespisovných výrazů se médium snaží hovořit jazykem (některých) čtenářů ve snaze přiblížit se jim. Pojmenování s citovou expresivitou do seriózní žurnalistiky nepatří, neboť vyjadřují stanovisko jejich autora.

Autoři analyzovaných titulků bulvárních i seriózní médií ve snaze upoutat pozornost čtenářů vytvářeli pro účely titulku obrazná pojmenování. Výpovědi obsahující obrazná pojmenování mohou připouštět více interpretací sdělení, média tedy mohou tímto způsobem ovlivňovat čtenáře.

4.2 MORFOLOGICKÁ ROVINA V TITULKŮ

Analyzované titulky se navzájem odlišují rovněž v morfológické rovině, př. (ne)přechylováním ženských příjmení cizího původu v titulcích.

4.2.1 PŘECHYLOVÁNÍ ŽENSKÝCH PŘÍJMENÍ CIZÍHO PŮVODU V TITULCÍCH

Vyskytne-li se v titulku ženské příjmení cizího původu, stojí média před volbou, zda jej přechylovat, či nikoli. Internetová jazyková příručka Ústavu pro jazyk český uvádí, že při užívání ženských příjmení rozlišujeme dva základní typy komunikace – úřední a neúřední, přičemž užívání ženských příjmení v médiích spadá do druhé kategorie. „*Pro úřední komunikaci platí závazné předpisy, pro jiné projevy striktní pravidla stanovená nejsou*“⁴².

V analyzovaných denících se vyskytla tři ženská příjmení cizího původu: Li Na (čínská tenistka), Lindsey Vonn/Vonnová (americká lyžařka), Maria Šarapova/Šarapovová (ruská tenistka). Deníky a internetové servery tato příjmení buď přechýlily, nebo zůstaly u nepřechýlené varianty.

⁴² Přechylování ženských příjmení pocházejících z jazyků, které mají vlastní přechylovací prostředky. In: *Internetová jazyková příručka* [online]. [cit. 2013-05-24]. Dostupné z: <http://prirucka.ujc.cas.cz/?id=705&dotaz=p%C5%99echylov%C3%A1n%C3%AD>

a) BLESK

Blesk příjmení ani v jednom případě nepřechýlil: *Ted' si ugriluji Šarapovu!* (Blesk, 23. 1. 2013, s. 18), *Vonn pod kudlu* (Blesk, 7. 2. 2013, s. 16).

b) BLESK.CZ

Blesk.cz v titulcích nepřechýlil příjmení čínské tenistky, ostatní dvě příjmení přechýlil: *Šarapovovou vyzve v semifinále Australian Open Číňanka Li Na* (Blesk.cz, 22. 1. 2013), I Blesk.cz použil přechýlenou podobu příjmení americké lyžařky: *Vonnová půjde na operaci za týden. Olympiádu by měla stihnout* (Blesk.cz, 6. 2. 2013).

c) MLADÁ FRONTA DNES

V titulku Mladé fronty Dnes bylo příjmení čínské tenistky uvedeno v nepřechýlené variantě, zatímco příjmení její ruské soupeřky ve variantě přechýlené: *O finále se utkají Šarapovová a Li Na* (MFD, 23. 1. 2013, s. B12). Příjmení americké lyžařky Mladá fronta Dnes přechýlila: *Vonnová se chystá na souboj s přírodou. Stihne olympiádu?* (MFD, 7. 2. 2013, s. C10).

d) IDNES.CZ

Přechýlenou podobu příjmení americké lyžařky použil v titulku také server iDnes.cz: *Vonnová se chystá na souboj s přírodou. Stihne olympiádu v Soči?* (iDnes.cz, 7. 2. 2013)

Příjmení čínské tenistky Li Na Blesk.cz a Mladá fronta Dnes v titulcích nepřechylovaly – *Šarapovovou vyzve v semifinále Australian Open Číňanka Li Na* (Blesk.cz, 22. 1. 2013), *O finále se utkají Šarapovová a Li Na* (MFD, 23. 1. 2013, s. B12). Jiří Kostečka vysvětluje: „Věřím, že naprostá většina rodilých mluvčích bude souhlasit s tím, že titulky jako Williams v semifinále porazila Pennetta zní hodně nečesky (nehledě na to, že není jasné, kdo porazil koho). Dost zde záleží i na tom, z jakého jazyka se přechyluje: rozhodně přijmeme bez potíží větu Kvitová v semifinále porazila Číňanku Li Na, zvláště, bude-li zde ono Číňanku. Věc však opravdu není jednoduchá; kdo by soudil, že přechýlení na *Naová zní podivně,

měl by pravdu, a to nejen kvůli zvukové podobě: Číňané totiž uvádějí na prvním místě to, co my označujeme jako příjmení, takže přechýlení by mělo mít podobu Kvitová porazila Číňanku Liovou Na – což je v naší mateřštině doslova absurdní“⁴³.

Příjmení americké lyžařky Lindsey Vonn přechýlila všechna analyzovaná média kromě Blesk.cz, z jehož titulku *Vonn pod kudlu* (Blesk, 7. 2. 2013, s. 16) není jasné, zda je Vonn muž, či žena. Tuto informaci čtenář, který Vonn nezná, získá až z textu článku či fotografie u článku. Přechylováním se snažíme vyhnout podobným nedorozuměním a významovým nejasnostem „(např. *Na návštěvu přijde Smith – muž?, žena?, Stone navštívila Roberts – kdo koho navštívil?*)“⁴⁴.

Rovněž příjmení ruské tenistky se v analyzovaných titulcích objevilo jak v přechýlené, tak nepřechýlené podobě. Přechýlenou variantu jejího příjmení zvolily Blesk.cz a MFD – *Šarapovou vyzve v semifinále Australian Open Číňanka Li Na* (Blesk.cz, 22. 1. 2013), *O finále se utkají Šarapová a Li Na* (MFD, 23. 1. 2013, s. B12). Deník Blesk se rozhodl toto příjmení nepřechýlit – *Ted' si ugriluji Šarapovu!* (Blesk, 23. 1. 2013, s. 18).

V titulcích *Šarapovou vyzve v semifinále Australian Open Číňanka Li Na* (Blesk.cz, 22. 1. 2013) a *O finále se utkají Šarapová a Li Na* (MFD, 23. 1. 2013, s. B12) se tedy vyskytla jak přechýlená, tak nepřechýlená podoba ženského příjmení cizího původu zároveň.

⁴³ KOSTEČKA, Jiří. *Poradna ASC: Přechylování příjmení*. In: *ASC* [online]. [cit. 2013-05-24]. Dostupné z: <http://ascestinaru.cz/prechylovani-prijmeni/comment-page-1/>

⁴⁴ *Přechylování – obecné poučení*. In: *Internetová jazyková příručka* [online]. [cit. 2013-05-24]. Dostupné z: <http://prirucka.ujc.cas.cz/?ref=701&id=700>

PŘECHYLOVÁNÍ ŽENSKÝCH PŘÍJMENÍ CIZÍHO PŮVODU V TITULCÍCH – SHRNUTÍ

<i>Médium</i>	<i>Příjmení Li</i>	<i>Příjmení Šarapova</i>	<i>Příjmení Vonn</i>
Blesk	v titulku se nevyskytuje	nepřechýleno	nepřechýleno
Blesk.cz	nepřechýleno	přechýleno	přechýleno
Mladá fronta Dnes	nepřechýleno	přechýleno	přechýleno
iDnes.cz	v titulku se nevyskytuje	v titulku se nevyskytuje	přechýleno

Závěrem lze konstatovat, že bulvární tisk ženská příjmení cizího původu v titulcích nepřechyľuje, což může ztěžovat srozumitelnost titulku pro čtenáře, který danou osobu nezná, pokud není v titulku uveden například substantivum „tenistka“ či predikát „hrála“ apod. Ostatní média použila v titulcích přechýlené i nepřechýlené podoby ženských příjmení cizího původu.

4.2.2 MORFOLOGICKÁ ROVINA TITULKŮ – SHRNUTÍ

Jednotlivá média se odlišně staví k přechylování ženských příjmení cizího původu. Bulvární tisk ženská příjmení cizího původu v analyzovaných titulcích nepřechýľil, což mohlo ztěžovat jejich srozumitelnost pro čtenáře, kteří danou osobu neznají. Větší srozumitelnosti v tomto případě mohou napomáhat ostatní slova v titulku (př. substantivum *tenistka*, predikát *hrála*). Ostatní média některá ženská příjmení cizího původu přechyľovala, jiná nikoli.

4.3 SYNTAKTICKÁ ROVINA TITULKŮ

Vedle lexikální a morfologické rovině titulků hovoříme také o syntaktické rovině titulků. Tato kapitola pojednává o modifikacích výpovědi v titulcích, titulcích statických a dynamických a dvojnásobných výpovědích v titulcích.

4.3.1 MODIFIKACE VÝPOVĚDI V TITULCÍCH

Grepl (in Karlík, Nekula, Rusínová, eds., 2008, s. 569) považuje „*modifikace úplných (explicitních) větných struktur (vět)*“ za jeden z důsledků zakotvenosti výpovědi v komunikačních situacích. Mluvčí/pisatel běžně uvádí jen to, co je v dané komunikační situaci dostačující k porozumění a dosažení jeho záměrů. Grepl (tamtéž, s. 570) předpokládá, že recipient interpretuje smysl výpovědi „*na základě svých jazykových, slohových a komunikačních kompetencí vždy s pomocí S⁴⁵, a to tak, že si je intuitivně (v duchu, do značné míry neuvědoměle), „převádí“ na úplné (explicitní) větné (souvětné) formulace*“. V analyzovaných titulcích se vyskytovaly tyto modifikace výpovědi: parcelace, elipsa a opakování výrazu.

4.3.1.1 PARCELACE V TITULCÍCH

Parcelace (rozčlenění) výpovědi je považována za expresivní syntaktické schéma (Jelínek in Karlík, Nekula, Rusínová, eds., 2008, s. 776). V novinových titulcích se jedná o záměrnou parcelaci (segmentování), neboť jejich autor má čas promyslet si celkovou perspektivu vyjádření.

- a) BLESK
- b) BLESK.CZ

V analyzovaných titulcích deníku Blesk a serveru Blesk.cz se rozčlenění výpovědi nevyskytovalo.

⁴⁵ komunikační situace

c) MLADÁ FRONTA DNES

Parcelace byla použita v titulku Mladé fronty Dnes *Aleš Loprais v první etapě testoval záda. Na patnáctimetrovém skoku* (iDnes.cz, 6. 1. 2013). V tomto případě jde o rozčlenění rematické složky na dílčí fragmenty. Autor parcelací od ostatního sdělení oddělil informaci o výšce skoku, který český jezdec Loprais absolvoval se svou tatrou v první etapě závodu Rallye Dakar. Titulek vychází z leadu, v němž autor článku zmiňuje, že v loňském ročníku závodu si Loprais zlomil dva obratle. Záda a obratle otestoval v úvodní etapě letošního závodu, kdy musel se svou tatrou překonat patnáctimetrový skok. Dále článek popisuje, jak si Aleš Loprais vedl při první etapě závodu Rallye Dakar.

Rozčleněním výpovědi „*Aleš Loprais v první etapě testoval záda na patnáctimetrovém skoku*“ na výpovědi „*Aleš Loprais v první etapě testoval záda. Na patnáctimetrovém skoku*“ vynikne uvedená výška skoku, která může zaujmout čtenářovu pozornost. V článku otištěném o den později v Mladé frontě Dnes Karel Loprais tento skok označil za nejzajímavější místo první etapy (Mladá fronta Dnes, 7. 1. 2013, s. C5). Parcelace tedy zdůraznila určité informace v titulku, které jsou považovány za zajímavé a mohou být tedy poutavé pro čtenáře. Titulek má funkci sdělnou a získávací.

d) IDNES.CZ

V analyzovaných titulcích serveru iDnes.cz k parcelaci výpovědi nedošlo.

PARCELACE V TITULCÍCH – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících parcelaci</i>
Blesk	0
Blesk.cz	0
Mladá fronta Dnes	1
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících parcelaci</i>
Tiskoviny	1
Internetové servery	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících parcelaci</i>
Bulvární média	0
Seriózní média	1

Parcelace výpovědi byla použita pouze v titulku seriózního tisku. Jednalo se o rozčlenění rematické složky na dílčí fragmenty. V případě novinových titulků hovoříme o parcelaci záměrné, neboť pisatel má možnost promyslet si perspektivu vyjádření. Parcelací autor titulků osamostatňuje a zvýrazňuje určité informace, př. zajímavosti, které upoutají pozornost čtenářů. V analyzovaných titulcích ostatních médií se toto expresivní syntaktické schéma nevyskytovalo.

4.3.1.2 ELIPSA V TITULCÍCH

Dalším jazykovým jevem, který se vyskytuje v analyzovaných titulcích, je elipsa (výpusťka). Obecně se jedná o vynechávání toho, co je v komunikační situaci dáno, co z ní recipient může vydedukovat (Grepl in Karlík, Nekula, Rusínová, eds. 2008, s. 570). Jinak řečeno je to „*vypuštěná část syntaktické konstrukce, kterou v ní podle větného schématu očekáváme*“ (Panevová in Karlík, Nekula, Pleskalová, eds., 2002, s. 122).

V analyzovaných titulcích se jednalo především o elipsu slovesného predikátu. Grepl (in Karlík, Nekula, Rusínová, eds., 2008) považuje vynechávání predikátových výrazů nebo jejich konstitutivního elementu být v novinových titulcích za běžné. Uvádí příklady takových titulků – př. „*Naši hokejisté ve čtvrtfinále s Kanadou*“ (tamtéž, s. 571) – a poznamenává, že je na nich „*dobře vidět, jak silně jsou výpovědní modifikace (elize) podmíněny zakotveností v S⁴⁶*“ (tamtéž, s. 571). Svou roli hraje také umístění článků

⁴⁶ komunikační situaci

v novinových rubrikách a autory článků předpokládané znalosti recipientů o světě (tamtéž, s. 571).

a) BLESK

Slovesný predikát je vynechán v titulku *Vydra: 2 góly* (Blesk, 14. 1. 2013, s. 16). Titulek stojí nad článkem informujícím o tom, že fotbalista Matěj Vydra hrající za anglický tým Watford vstřelil dva góly v zápasu s Middlesbroughem. Článek je sázený na jeden sloupek, na stránce zabírá sedm řádek. Je umístěn ve sportovní rubrice, v rámečku „*BLESKEM*“. Ke krátkému článku autor zvolil tříslavný titulek, v němž vynechal slovesný predikát *vstřelil, dal*. V tomto případě tedy hraje svou roli vymezený prostor na článek, úspora místa, umístění článku ve sportovní rubrice a ve zmíněném rámečku i předpoklad, že čtenáři vědí, že Vydra je fotbalista.

I v titulku *Tráva na předpis* (Blesk, 31. 1. 2013, s. 2) chybí slovesný predikát, zde *bude vydávána, bude prodávána / se bude vydávat, se bude prodávat*. Článek pod titulem je umístěn v rubrice „*politika*“, spadá do rámečku označeného „*BLESKEM*“, je jednosloupkový, sázený přes jedenáct řádek. Pojednává o tom, že Senát schválil novelu týkající se využívání konopí k léčebným účelům. Podle této novely si těžce nemocní lidé budou moci na elektronický předpis vyzvednout v lékárně marihuanu. Elipsa slovesného predikátu je tedy zvolena vzhledem k délce článku, úspoře místa, umístění článku v rámečku „*BLESKEM*“. Titulem se Blesk snaží zaujmout pozornost čtenářů, přimět je k přečtení článku. Z titulku totiž není jasné, zda je marihuana již předepisována, či se tato možnost chystá (případně od kdy), komu všemu je/bude marihuana předepisována, zda se jedná/bude jednat o papírový, či elektronický předpis. Toto vše se čtenář dozví až z textu článku, titulek tedy elipsou získal na atraktivnosti, zároveň však do určité míry pozbyl srozumitelnosti.

Kromě elipsy slovesného predikátu se lze v některých analyzovaných titulcích setkat také s elipsou podmětu. Pokud má „*přísudkový výraz formu 1. nebo 2. os., základní je slovní nevyjadřování podmětu, neboť informaci o tom, kdo je participantem umístěným v podmětu, beze zbytku poskytuje morfém kategorie osoby přísudkového výrazu*“ (Karlík in Karlík, Nekula, Rusínová, eds., 2008, s. 411). Naopak je tomu u přísudkového výrazu, který má formu 3. osoby. V tom případě je základní „*slovní vyjádření podmětu, neboť*

morfém 3. os. v daném případě podává (necháme-li stranou rodovou shodu v préteritu) pouze informaci o tom, že participantem umístěným v podmětu není mluvčí ani adresát“ (tamtéž, s. 413). Proto pokud věta obsahující přísudkový výraz mající formu 3. osoby postrádá podmět, je informačně neúplná, jelikož „z ní samé nepoznáme, komu nebo čemu se připisuje děj nebo stav vyjadřovaný přísudkem.“ (tamtéž, s. 413) Titulek, v němž došlo k elipse podmětu, je např. titulek *Umíral němý!* (Blesk, 3. 1. 2013, s. 6). Více informací poskytuje čtenářům nadtitulek *Odešel Rosákův parťák z Videostopu Karel Čáslavský (†75)* (Blesk, 3. 1. 2013, s. 6). Článek je doplněn fotografiemi, na největší z nich je filmový historik Karel Čáslavský, o jehož úmrtí, zdravotních problémech v poslední době a životě se v článku píše.

b) BLESK.CZ

I Blesk.cz využívá v titulcích elipsu slovesného predikátu. V analyzovaných titulcích se jednalo např. o titulek *Ples v Opeře v Brně: Halucinace večera? Christová v kostýmu!* (Blesk.cz, 20. 1. 2013). Autorka v textu popisuje průběh slavnostního večera a hodnotí róby hostů, vše je doplněno fotogalerií a dvěma videi. V titulku zmíněnou Miss Československo 1989 Ivanu Christovou autorka v článku kritizuje za výběr oblečení, píše mj. „Její bujný dekolt v krajce byl hypnotizující, ale kalhoty byly úplně mimo mísu. Je zřejmé, že Ivana chtěla kostýmem zakrýt kila navíc. Ale ani to ji neomlouvá. Na ples jsou šaty povinnost“ (Blesk.cz, 20. 1. 2013). V titulku je Christová nazývána „halucinací večera“. Titulek o deseti slovech je rozčleněn na tři výpovědi pomocí středníku, otazníku a vykřičníku, přičemž ani jedna část neobsahuje slovesný predikát. První výpověď je název a místo proběhnuté akce, druhou část titulku tvoří otázka, na kterou autor v třetí části odpovídá. Z titulku lze usuzovat, že článek se bude věnovat oblečení hostů plesu, pozornost v titulku poutá především výraz „halucinace večera“. Titulek se slovesnými predikáty by byl příliš dlouhý a nezaujal by čtenáře (Proběhl/Konal se *Ples v Opeře v Brně: Kdo byl halucinace večera? Byla jí Christová v kostýmu!*), slovesné predikáty jsou tedy vynechány z důvodu úspory místa a atraktivnosti titulku pro čtenáře.

c) MLADÁ FRONTA DNES

Titulky s elipsou slovesného predikátu lze nalézt také na stránkách Mladé fronty Dnes. Jedním z takových titulků je např. titulek *Hospody bez cigaret a se sodovkou* (MFD, 9. 1.

2013, s. A1). Článek pod tímto titulkem se nachází na titulní straně listu, kam bývají umístěny hlavní zprávy dne. Důležité je list prodat, proto se autoři většinou snaží o titulky poutavé, úderné. V případě tohoto titulku se jedná o titulek informačně neúplný, více informací než titulek podává čtenáři podtitulek *Ministr Heger chce protlačit zákaz kouření v hospodách. Omezení se má týkat i alkoholu* (MFD, 9. 1. 2013, s. A1). Článek se týká návrhu zákona, který mj. zakazuje kouření na veřejných prostranstvích a nařizuje hospodám nabízet jeden nealkoholický nápoj levněji než pivo. V článku jsou uvedeny i další části návrhu zákona, do titulku však byly vybrány pouze zmíněné dvě, navíc z titulku není jasné, že se jedná o návrh zákona. Titulek *Hospody (budou) bez cigaret a se sodovkou* má funkci získávací, snaží se upoutat pozornost čtenáře.

d) IDNES.CZ

Také v titulcích článků na serveru iDnes.cz se lze setkat s vynecháním slovesného predikátu. Jednalo se např. o titulek *Turecko - Česko 0:2⁴⁷, vítězství za výborný výkon v první půli* (iDnes.cz, 6. 2. 2013). Titulkem byl opatřen článek ze sportovní rubriky, který čtenářům přibližoval průběh zápasu české fotbalové reprezentace s Tureckem a hodnotil její výkon. Mužstva se spolu utkala v přípravném zápasu před kvalifikací na fotbalové mistrovství světa 2014. Titulek má funkci sdělnou – obsahuje informace o tom, kdo se utkal a jaké bylo konečné skóre utkání. Autor užívá ustálenou formu sdělení týkajících se sportovních utkání „družstvo – družstvo skóre zápasu“. Titulek předpokládá znalost čtenářů o tom, že se jednalo o fotbalový zápas. Titulek má také funkci získávací – čtenáře může k přečtení článku lákat hodnocení výkonu české reprezentace obsažené v titulku (*výborný výkon v první půli*).

ELIPSA V TITULCÍCH – SHRNU TÍ

Elipsu obsahovaly analyzované titulky všech sledovaných médií. Elipsa titulek zestručňuje, může upoutat pozornost čtenářů. Některé titulky obsahující elipsu však byly informačně neúplné a více informací se čtenáři dozvěděli až z nadtitulku, podtitulku či textu článku.

⁴⁷ v titulku je chybně užit spojovník místo pomlčky

4.3.1.3 OPAKOVÁNÍ VÝRAZŮ V TITULKU

Jednou z výpovědních modifikací obsažených v analyzovaných titulcích bylo opakování výrazů v titulku.

- a) BLESK
- b) BLESK.CZ

Opakování výrazů v jednom titulku se v analyzovaných titulcích deníku Blesk a serveru Blesk.cz nevyskytovalo.

- c) MLADÁ FRONTA DNES

Ve dvou titulcích deníku Mladé fronta Dnes došlo k opakování výrazů.

Sérii prohraných zápasů hokejového klubu Dallas ilustruje počet slov „prohra“ v titulku *Prohra. Prohra. Prohra. Prohra. Ale Jágr tvrdí: Budeme v pohodě* (iDnes.cz, 30. 1. 2013). Opakování slova „prohra“ umocňuje dojem z titulku, adresát sdělení může mít pocit zmaru. Totéž jinými slovy říká titulek *Dallas jde od porážky k porážce. Týmu věřím, říká Jágr* (MFD, 31. 1. 2013, s. B10).

Opakování slov je rovněž součástí titulku *Výjimečný trest za výjimečné ohavnosti* (MFD, 7. 2. 2013, s. A1). Opakováním výrazu „výjimečný/výjimečné“ autor tato slova zdůrazňuje. Titulek se nachází nad článkem o odsouzení Jaroslava Bartáka na čtrnáct let do vězení za znásilňování. Jelikož se jedná o jeden z nejvyšších trestů za znásilňování v české historii, použil autor titulku přívlastek „výjimečný“. Hodnotící výraz „výjimečné ohavnosti“ se týká chování Jaroslava Bartáka k poškozeným, autor předkládá čtenářům vlastní stanovisko k případu.

- d) IDNES.CZ

Server iDnes.cz opakování slov v rámci jednoho titulku nepoužil.

OPAKOVÁNÍ VÝRAZŮ V TITULKU – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících opakování výrazů</i>
Blesk	0
Blesk.cz	0
Mladá fronta Dnes	2
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících opakování výrazů</i>
Tiskoviny	2
Internetové servery	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících opakování výrazů</i>
Bulvární média	0
Seriózní média	2

Opakování výrazů bylo součástí analyzovaných titulků seriózní tiskoviny. Opakováním výrazů deník tyto výrazy zvýraznil v titulku. Jednalo se o opakování substantiva a adjektiva. Bulvární tisk je charakteristický svými krátkými titulky (viz kapitola Délka titulků), tudíž opakování slov v analyzovaných titulcích nepoužil. V analyzovaných titulcích internetových serverů se opakování slov rovněž nevyskytlo, ke zdůraznění určitých výrazů či umocnění dojmu z titulků používají jiné prostředky.

4.3.1.4 MODIFIKACE VÝPOVĚDI V TITULKU – SHRNU TÍ

Modifikace výpovědi se objevila v analyzovaných titulcích všech sledovaných médií, konkrétně se jednalo o elipsu. Tento jazykový jev titulek zestručňuje, může jej však činit informačně neúplný a vzbudit tak pozornost čtenářů. Specifikem seriózní tisku bylo užití

parcelace výpovědi v titulku a opakování výrazů v titulku. Jednalo se o parcelaci záměrnou, kterou autor osamostatnil a zvýraznil určité informace. Opakováním výrazů (substantiv, adjektiv) v titulku došlo k jejich zvýraznění v titulku. Tímto způsobem může být upoutána pozornost čtenářů.

4.3.2 TITULKY STATICKÉ A DYNAMICKÉ

Podle přítomnosti či absence slovesa v určitém tvaru rozlišuje Minářová (in Čechová, Krčmová a Minářová, 2008, s. 270) titulky statické a dynamické. Rozdíl mezi nimi je ilustrován na příkladu titulků týkajících se úmrtí filmového historika Karla Čáslavského, Plesu v opeře a zprávou o tom, že na Václavském náměstí se zapálil muž.

Příklady titulků týkajících se úmrtí Karla Čáslavského:

a) BLESK

Umíral němý! (Blesk, 3. 1. 2013, s. 6)

b) BLESK.CZ

Zemřel Karel Čáslavský (†75), otec Videostopu. Rok nemohl dýchat (Blesk.cz, 2. 1. 2013)

c) MLADÁ FRONTA DNES

Karel Čáslavský, hledač jiných časů (MFD, 3. 1. 2013, s. A1)

d) IDNES.CZ

Zemřel Karel Čáslavský, autor Videostopu a Hledání ztraceného času (iDnes.cz, 2. 1. 2013)

Statický titulek nad článkem týkajícím se úmrtí Karla Čáslavského použil seriózní tisk. Absence slovesa v určitém tvaru spolu s pojetím titulku (jméno osobnosti a přístavek) zapříčinily, že se z titulku čtenář nedozví podstatnou informaci, tj. že zemřel Karel

Čáslavský. Toto sdělení obsahuje až podtitulek článku. Čtenáře tento titulek zaujme spíše přístavkem, který Čáslavského označuje jako „hledače jiných časů“, čímž autor naráží na Čáslavského televizní pořad Hledání ztraceného času.

Titulky ostatních médií byly dynamické, užily slovesa v určitém tvaru „umíral“, „nemohl dýchat“, „zemřel“. Titulek bulvárního tisku sice obsahoval sloveso v určitém tvaru, avšak chyběl v něm podmět, tedy jméno toho, kdo „umíral němý!“ Blesk vyvolává zvoláním v titulku i jeho obsahem zvědavost čtenářů a snaží se je tak přimět k přečtení článku.

Příklady titulků nad články pojednávajícími o Plesu v opeře:

a) BLESK

Delon byl za fešáka (Blesk, 21. 1. 2013, s. 10–11)

b) BLESK.CZ

Ples v Opeře v Brně: Halucinace večera? Christová v kostýmu! (Blesk.cz, 20. 1. 2013)

c) MLADÁ FRONTA DNES

Tančí v opeře Ples s chutí Středomoří (MFD, 21. 1. 2013, s. A4)

d) IDNES.CZ

Ples v opeře rozzářil Anthony Delon i nejkrásnější Češka (iDnes.cz, 20. 1. 2013)

Absence slovesa v určitém tvaru se týká titulků bulvárního internetového serveru a seriózního deníku. Fakt, že se konal Ples v opeře se z uvedených titulků dozví pouze čtenáři internetových serverů. Absence slovesa v určitém tvaru v titulku tedy nutně nemusí znamenat, že se z něj čtenáři nedozví základní informaci, v tomto případě skutečnost, že proběhl Ples v opeře.

Titulky informující o muži, který se zapálil na Václavském náměstí:

a) BLESK

Muž se zapálil v centru Prahy! (Blesk, 21. 1. 2013, s. 6)

b) BLESK.CZ

Drama na Václavském náměstí: Muž se zapálil tam, kde před 44 lety Palach (Blesk.cz, 20. 1. 2013)

c) MLADÁ FRONTA DNES

Na náměstí se zapálil muž, policisté ho uhasili (MFD, 21. 1. 2013, s. A4)

d) IDNES.CZ

Na Václavském náměstí se zapálil muž. Uhasili ho policisté (iDnes.cz, 20. 1. 2013)

V analyzovaných titulcích nad články týkajícími se činu muže na Václavském náměstí, který se na připomínku Jana Palacha zapálil zvolila sledovaná média shodně nejen dynamický titulek, ale také stejné verbum v určitém tvaru (*zapálil se*). Důvodem může to, že toto slovesa vystihuje celou událost a zároveň zaujme pozornost čtenářů. Pouze seriózní média však v titulku uvedla, že policisté tohoto muže uhasili. Bulvární média tuto informaci v titulku nezmínila, čtenářům ji předložila až v textu článku.

TITULKY STATICKÉ A DYNAMICKÉ – SHRNUÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet statických titulků</i>	<i>Počet dynamických titulků</i>
Blesk	19	39
Blesk.cz	2	57
Mladá fronta Dnes	5	53
iDnes.cz	1	57

<i>Typ médií</i>	<i>Počet statických titulků</i>	<i>Počet dynamických titulků</i>
Tiskoviny	24	92
Internetové servery	3	114

<i>Typ médií</i>	<i>Počet statických titulků</i>	<i>Počet dynamických titulků</i>
Bulvární média	21	96
Seriózní média	6	110

Analyzované titulky inklinovaly spíše k dynamičnosti než ke staticčnosti, jednalo se především o titulky článků na internetových serverech. Minářová (in Čechová, Krčmová a Minářová, 2008, s. 271) považuje dynamické titulky za účinnější než titulky statické.

Deník Blesk jako jediné ze sledovaných médií volil častěji titulky statické. Svou roli v tom může hrát úspora místa – deník Blesk otiskuje často krátké titulky (viz kapitola Délka titulku) – navíc absence slovesa v určitém tvaru může čtenářům znesnadnit porozumění titulku, zároveň však u nich vyvolat zvědavost.

4.3.3 DVOJZNAČNÉ VÝPOVĚDI V TITULCÍCH

Jednou z manipulačních strategií autorů titulků je dvojznačné vyjadřování, které ilustrujeme na níže uvedených titulech.

Dvojznačného vyjádření se dopustily Blesk a Mladá fronta v titulech nad články o amnestii prezidenta na Slovensku. V obou níže uvedených titulech se jednalo o sémantickou neurčitost, konkrétně o nejednoznačnost, „*pro kterou je příznačná konkurenční interpretace*“ (Čermák, Nekula in Karlík, Nekula a Pleskalová, eds., 2002, s. 517).

a) BLESK

3. ledna 2013 Blesk věnuje několik stránek svého vydání tématu udělení amnestií prezidentem České republiky Václavem Klausem. Na straně 20 je titulek *Osvobodí 550 lidí* (Blesk, 3. 1. 2013, s. 20). Po přečtení titulku může mít čtenář mylný dojem, že se jedná o amnestii udělenou Václavem Klausem, avšak článek pod titulem se týká amnestie, kterou na Slovensku udělil tamní prezident Ivan Gašparovič.

b) MLADÁ FRONTA DNES

Téhož dne otiskuje i Mladá fronta Dnes několik článků na toto téma, přičemž na straně A6 se nachází titulek *Na amnestii se dostane z vězení na 550 vězňů* (MFD, 3. 1. 2013, s. A6). I po přečtení tohoto titulku může mít čtenář mylný dojem, že se jedná o amnestii udělenou Václavem Klausem, ačkoli článek pod titulem informuje o amnestii, kterou na Slovensku udělil prezident Ivan Gašparovič. Jediným vodítkem pro čtenáře může být šedivý nápis nad titulem SLOVENSKO.

4.3.4 SYNTAKTICKÁ ROVINA TITULKŮ – SHRNUTÍ

Všechna sledovaná média v analyzovaných titulcích použila modifikace výpovědi. Oba deníky i oba internetové servery pracovaly v analyzovaných titulcích s elipsou, která titulek zestručňuje, může jej však činit informačně neúplným. V případě informačně neúplných titulků se čtenáři více informací dozví z nadtitulku, podtitulku či ze samotného textu článku, pokud se rozhodnout si jej přečíst. Informačně neúplný titulek je může k přečtení článku motivovat.

Specifikem seriózního tisku je parcelace titulku. Autor titulku má možnost promyslet si perspektivu vyjádření, proto hovoříme o záměrné parcelaci. Toto expresivní syntaktické schéma osamostatňuje a zvýrazňuje určitou část výpovědi v titulku. V analyzovaných titulcích ostatních médií se parcelace nevykytovala.

Některé analyzované titulky lze označit jako dvojznačné výpovědi. Tyto titulky mohou svou nejednoznačností uvádět čtenáře v omyl. Je však možné, že zaujmout jejich pozornost a motivují je k přečtení příslušného článku.

4.4 TITULKY Z HLEDISKA FUNKCE VÝPOVĚDI

O komunikačních funkcích výpovědi pojednává Grepl (in Karlík, Nekula a Rusínová, eds., 2008, s. 585n.). Autor výpovědi realizuje výpověď v dané komunikační situaci s určitým záměrem. Smysl výpovědi se skládá z obsahu (toho, co se říká) a komunikační funkce (s jakým záměrem se to říká) (tamtéž, s. 585). Grepl (tamtéž, s. 588n.) uvádí klasifikaci komunikačních funkcí. Tato klasifikace zahrnuje výpovědi s funkcí *asertivní* (oznamovací, sdělovací; záměrem mluvčího je informovat adresáta), *direktivní* (výzvovou; záměrem mluvčího je, aby adresát vykonal to, co je zpravidla obsahem výpovědi), *interogativní* (otázkovou; záměrem mluvčího je získat určitou informaci o světě), *komisivní* (záměrem mluvčího je zavázat se k vykonání určitého skutku, zpravidla ve prospěch adresáta), *permissivní a koncesivní* (dovolení, souhlasu; záměrem mluvčího je odstranit překážky, které adresátovi brání učinit to, co si dělat přeje), *varování* (záměrem mluvčího je, aby se adresát vyvaroval jednání, které by mohlo mít negativní následky), *expresivní a satisfaktivní* (záměrem mluvčího je dát adresátovi najevo kladné či záporné stanovisko k jeho jednání či stavu) a *deklarativní* (záměrem mluvčího je měnit stav světa).

Interpretace výpovědi je ovlivněna komunikační situací, v níž je výpověď pronesena. Grepl (tamtéž, s. 591) uvádí, že „každý jazyk disponuje prostředky, jimiž může mluvčí víceméně jednoznačně signalizovat, s jakým cílem (záměrem) svůj výpověď realizuje, a které adresátovi umožňují správně (úspěšně) její KF⁴⁸ v dané S⁴⁹ porozumět. Jazykové prostředky jsou však většinou víceznačné“. K jazykovým indikátorům komunikačních funkcí patří mj. slovesný způsob (modus) a slovesná osoba. Verba v analyzovaných titulcích byla ve tvaru indikativu (způsob oznamovací), případně imperativu (způsob rozkazovací). Verba ve tvaru kondicionálu (způsob podmiňovací) se v analyzovaných titulcích nevyskytovala. Slovesná osoba signalizuje, zda mluvčí či adresát je/není

⁴⁸ komunikační funkce

⁴⁹ komunikační situace

účastníkem události, „*kteřá tvořív obsah dané výpovědi, a to účastníky umístěnými v pozici podmětu*“ (tamtéž, s. 595).

V analyzovaných titulcích se zaměříme na výpovědi s funkcí asertivní, direktivní a interogativní.

4.4.1 VÝPOVĚDI S FUNKCÍ ASERTIVNÍ V TITULCÍCH

Záměrem mluvčího je obohatit vědomí adresáta o určitou informaci (Grepl in Karlík, Nekula a Rusínová, eds., 2008). Za základní prostředek indikace výpovědi s funkcí asertivní je považována „*KVF⁵⁰ konstituovaná elementy indikativ/kondicionál*“ (tamtéž, s. 598).⁵¹

Indikativ slouží k vyjadřování reálného děje v minulosti „*(tvrzení o něm), v přítomnosti a záměr o něm v budoucnosti*“ (Rusínová in Karlík, Nekula a Rusínová, eds., 2008, s. 321). Verbum v titulku má nejčastěji tvar 3. osoby indikativu, což souvisí s orientací na perspektivu nezúčastněného pozorovatele, která je žádoucí a žádaná (Russ-Mohl 2005, s. 79). Analyzované titulky obsahovaly také verbum ve tvaru 1. osoby singuláru indikativu a verbum ve tvaru 1. osoby plurálu indikativu.

VERBUM VE TVARU 1. OSOBY SINGULÁRU INDIKATIVU V TITULCÍCH

a) BLESK

Verbum ve tvaru 1. osoby singuláru indikativu se vyskytuje nejvíce v analyzovaných titulcích Blesku – pětkrát. V jednom titulku se vyskytuje verbum ve tvaru 1. osoby plurálu indikativu.

⁵⁰ komunikační výpovědní forma

⁵¹ v mluvené řeči také kadence (ukončenost výpovědi) klesavá či stoupavě klesavá

Verbum v tomto tvaru obsahuje např. titulek *Zabíjel jsem!* (Blesk, 23. 1. 2013, s. 24). Článek přináší čtenářům informaci o tom, že britský princ Harry se vrací z mise NATO v Afghánistánu. V leadu autor mj. uvádí: „*Jako pilot bitevního vrtulníku Apache se účastnil mnoha nebezpečných akcí a přiznal, že při nich zabil několik bojovníků Tálíbánu.*“ (Blesk, 23. 1. 2013, s. 24). Nadtitulek zní *Princ se přiznal:* a jako podtitulek je zvolena parafráze výroku prince, který se objevila v článku: *Abys někoho zachránil, někoho musíš zastřelit.* V titulkovém bloku se tedy nenachází žádná informace o tom, že se princ vrátil z mise, titulek je informačně neúplný. Blesk ve snaze zaujmout čtenáře a působit na jejich city volí pro titulek verbum *zabíjet* a tvar první osobu singuláru indikativu préterita.

Sejdeme se v Praze (Blesk, 31. 1. 2013, s. 16) je titulek informující o tom, že při příležitosti 15. výročí zisku zlaté medaile v ledním hokeji na zimních olympijských hrách v Naganu se uskuteční setkání jejich držitelů v Praze. Blesk zvolil v titulku verbum ve tvaru 1. osoby plurálu indikativu futura. Tým z Nagana byl známý svou soudržností, i to může být jeden z důvodů, proč autor titulku volil daný tvar verba. Z titulku se čtenář nedozví, kdo se sejde v Praze a z jakého důvodu. Titulek přináší neúplnou informaci, více se čtenář dozví v nadtitulku (*Zlatí hoši z Nagana po 15 letech*) a textu článku.

b) BLESK.CZ

Ve dvou analyzovaných titulcích serveru Blesk.cz bylo verbum ve tvaru 1. osoby singuláru indikativu, jeden titulek obsahoval verbum ve tvaru 1. osoby plurálu indikativu.

Jedním z těchto titulků je titulek *Kateřina Zemanová přiznala: Chci si teď užívat, nového chlapa nehledám!* (Blesk.cz, 3. 2. 2013) Titulek patří k článku pod videem s rozhovorem s Kateřinou Zemanovou, dcerou českého prezidenta. Kateřina Zemanová poskytla Blesku rozhovor poté, co odmoderovala módní přehlídku, to se však čtenáři Blesku z titulku nedozvědí. Titulek obsahuje jeden z výroků Zemanové, autor titulku zvolil verba ve tvaru 1. osoby singuláru indikativu přezens.

Verbum ve tvaru 1. osoby plurálu indikativu futura je součástí titulku *Schůzka Klause se Zemanem: Zůstaneme odvěcí nepřátelé! Opravdu?* (Blesk.cz, 5. 2. 2013) Článek pod titulkem se týká schůzky odcházejícího prezidenta ČR Václava Klause a jeho nástupce Miloše Zemana, kteří po setkání na pražském Hradě předstoupili před novináře. Miloš

Zeman mj. poděkoval Klausovi za podporu, kterou mu vyjádřil při prezidentské volbě, na což Klaus reagoval: "*Miloš Zeman určitě ví, že jakkoli jsem mu v té volbě, která byla, fandil, takže i nadále zůstanu jeho odvěkým a nesmrtelným nepřítelem, který nesouhlasí téměř s každým výrokem, který kdy v životě udělal,*" pronesl končící prezident." (Blesk.cz, 5. 2. 2013). Blesk.cz z celého setkání vybral jednu výpověď Klause, převedl ji ze singuláru do plurálu a použil v titulku. Titulek má funkci sdělnou, získávací a interogativní – informuje o setkání Klause se Zemanem a zároveň zmiňuje výrok Klause o odvěkém nepřátelství mezi nimi, o čemž vyslovuje pochybnost.

c) MLADÁ FRONTA DNES

Mladá fronta Dnes použila verbum ve tvaru 1. osoby singuláru indikativu ve čtyřech titulcích a verbum ve tvaru 1. osoby plurálu indikativu v jednom titulku.

Verbum ve tvaru 1. osoby singuláru indikativu přezens a verbum ve tvaru 1. osoby singuláru indikativu futura obsahuje titulek *Dobry den, jsem Jágr a budu tu střílet góly* (MFD, 21. 1. 2013, s. C1). Ačkoli taková výpověď Jaromíra Jágra v článku publikována není, výpověď v titulku působí jako přímá řeč hokejisty Jaromíra Jágra. Ve skutečnosti jde o narážku na to, že Jágr nastoupil poprvé za hokejový tým Dallas Stars a dal dva góly a na další dva góly přihrál. Forma titulku může zaujmout čtenáře.

I Mladá fronta Dnes informovala čtenáře o schůzce Václava Klause a Miloše Zemanem a pro titulek vybrala výrok Klause a nepřátelství mezi nimi. Jednalo se o titulek *Klaus a Zeman: A teď budeme zase nepřátelé!* (MFD, 6. 2. 2013, s. A1). Stejně jako Blesk ani Mladá fronta Dnes nevolí perspektivu nezúčastněného pozorovatele.

d) IDNES.CZ

Blesk, Mladá fronta Dnes i iDnes.cz použily v titulku výrok Václava Klause ohledně schůzky jeho schůzky s Milošem Zemanem. Internetový server iDnes.cz jeho výrok pro účely titulku upravil, nicméně ponechal jej v 1. osoby singuláru indikativu: *Fandil jsem mu, ale zůstanu jeho nepřítel, řekl Klaus o Zemanovi* (iDnes.cz, 5. 2. 2013).

INDIKATIV V TITULCÍCH – SHRNUÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících verbum ve tvaru 1. osoby singuláru indikativu</i>
Blesk	5
Blesk.cz	2
Mladá fronta Dnes	4
iDnes.cz	1

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících verbum ve tvaru 1. osoby singuláru indikativu</i>
Tiskoviny	9
Internetové servery	3

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících verbum ve tvaru 1. osoby singuláru indikativu</i>
Bulvární média	7
Seriózní média	5

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících verbum ve tvaru 1. osoby plurálu indikativu</i>
Blesk	1
Blesk.cz	1
Mladá fronta Dnes	1
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících verbum ve tvaru 1. osoby plurálu indikativu</i>
Tiskoviny	2
Internetové servery	1

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících verbum ve tvaru 1. osoby plurálu indikativu</i>
Bulvární média	2
Seriózní média	1

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících verbum ve tvaru 1. osoby indikativu</i>
Blesk	6
Blesk.cz	3
Mladá fronta Dnes	5
iDnes.cz	1

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících verbum ve tvaru 1. osoby indikativu</i>
Tiskoviny	11
Internetové servery	4

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících verbum ve tvaru 1. osoby indikativu</i>
Bulvární média	9
Seriózní média	6

Verba ve tvaru indikativu se vyskytla v analyzovaných titulcích všech sledovaných médií. Kromě titulků obsahujících verba ve tvaru 3. osoby indikativu měla verba v analyzovaných titulcích tvar 1. osoby indikativu prezéns a 1. osoby indikativu futura. Častěji se v analyzovaných titulcích vyskytovala verba ve tvaru 1. osoby singuláru indikativu než verba ve tvaru 1. osoby plurálu indikativu.

Mezi analyzovanými titulky tiskovin se vyskytl větší počet titulků obsahujících verbum ve tvaru 1. osoby indikativu než mezi analyzovanými titulky článků na internetových serverech. Ve větší míře volila verba ve tvaru 1. osoby indikativu v analyzovaných titulcích bulvární média. Analyzované titulky seriózních médií obsahovaly verbum v tomto

tvaru méně často než bulvární média, neboť v seriózní žurnalistice je žádoucí perspektiva nezúčastněného pozorovatele, která souvisí s verby ve tvaru 3. osoby.

Z analyzovaných titulků vyplývá, že titulky s verbem ve tvaru 1. osoby indikativa jsou často parafráze výroků pocházejících z příslušného článku.

Analyzované titulky s verbem ve tvaru 1. osoby indikativu často nevystihovaly obsah článku, ale jejich autoři z článku vybrali určitou pasáž, přímou řeč určité osoby (určitých osob) a modifikovaly ji pro účely titulku. Jeden analyzovaný titulek s verbem ve tvaru 1. osoby indikativu působil jako citace či parafráze výroku osoby zmíněná v titulku, ačkoli ta jej ve skutečnosti neproněsala. Autor titulku tuto formu titulku zvolil jako narážku na sportovní výkon Jaromíra Jágra a jako prostředek upoutání pozornosti čtenářů. Závěrem lze konstatovat, že titulky s verbem ve tvaru 1. osoby indikativu nejenže často nevystihují obsah článku, ale čtenář z nich mnohdy nepozná, čeho se článek týká. Tyto informace přináší až nadtitulek, podtitulek či samotný text článku.

4.4.2 VÝPOVĚDI S FUNKCÍ DIREKTIVNÍ V TITULCÍCH

Mluvčí může vyzývat adresáta k tomu, aby něco vykonal, či naopak nevykonal. Výpovědi s funkcí výzvovou jsou „*realizovatelné komunikační výpovědní formy imperativ*“⁵² (Grepl in Karlík, Nekula a Rusínová, eds., 2008, s. 599).

Imperativ (rozkazovací způsob) „*slouží k vyjádření apelu (výzvy)*“ (Rusínová in Karlík, Nekula a Rusínová, eds., 2008, s. 321). Proto jeho užívání „*je často považována za hrubě nezdvorné*“ (Chejnová in Machová, Šamalová, eds., 2007, s. 23) Pokud však „*skutečnost vyjádřená v rozkazu znamená pro posluchače výhodu, přímému rozkazu se neubráníme*“ (tamtéž, s. 24). Imperativ patří k prostředkům signalizujícím kontakt se čtenářem. Prostředky, které signalizují kontakt se čtenářem, mají v publicistickém stylu funkci získávací a uvědomovací. (Minářová in Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 260). „*Výpovědi s funkcí apellovou a rovněž zvolací jsou* (v publicistických titulcích – pozn.)

⁵² v mluvené řeči také konkluzivní kadence

řidší“ (tamtéž, s. 271). „K naznačení nápadného zvolacího charakteru výpovědi“ (Janovec et al., 2006, s. 118) slouží vykřičník⁵³.

a) BLESK

V analyzovaných titulcích deníku Blesk se imperativ vyskytl dvakrát, jednalo se výpověď s funkcí direktivní.

Konkrétně šlo o titulek Blesku „*Zapomeňte na J. R., J. J. řídí Dallas*“⁵⁴ (Blesk, 21. 1. 2013, s. 14–15), k němuž byly připojeny podtitulky *JAROMÍR JÁGR začal božsky a Phoenix zničil 4 BODY*. Článek se týká hokejového zápasu NHL Dallas Stars proti Phoenixu. Za Dallas Stars poprvé nastoupil český hokejista Jaromír Jágr, který týmu dopomohl k výhře čtyřmi body (dvěma góly a dvěma asistencemi). Před několika lety běžel na českých obrazovkách americký seriál Dallas, v němž Larry Hagman hrál ropného magnátu J. R. Ewinga. Tyto dvě věci spojuje Blesk v titulku a v článku vysvětluje: „*Tak jako dlouhá léta šéfoval Dallasu ve slavném seriálu J. R. Ewing, nyní mu vládne muž s podobnými iniciálami J. J., tedy Jaromír Jágr*“ (Blesk, 21. 1. 2013, s. 14). Titulek se snaží zaujmout čtenáře hrou s iniciálami, zároveň se na ně obrací prostřednictvím slovesa ve tvaru 2. osoby plurálu imperativu – obsahuje přímo vyjádřenou výzvu. Výzva je v titulku signalizována výpovědní formou s imperativem. Výzva v titulku se však může minout svým účinkem na čtenáře, neboť ne všichni čtenáři vědí, co se pod zkratkami skrývá, případně znají seriál Dallas. Záměrem autora však není to, aby čtenáři reagovali na výzvu v titulku tím, že „zapomenout na J. R.“, ale jeho záměrem je zaujmout je tak, aby si přečetli článek.

Druhým titulkem obsahujícím imperativ byl titulek *Jardo, nehol se!* (Blesk, 4. 2. 2013, s. 16). Autor předkládá čtenářům svou domněnku: spojitost mezi oholeným/vousatým Jaromírem Jágrem a jeho výkony a výkony jeho týmu v hokejových utkáních. Tvrdí, že Jágr s vousy je v hokeji úspěšnější a radí mu, ať se neholí. Autor hokejistu v titulku oslovuje domáckou podobou jeho jména, tyká mu a radí – titulek působí nezdvořile, je zavádějící, avšak může upoutat pozornost čtenářů.

⁵³ O vykřičníku v titulcích pojednává samostatná kapitola.

⁵⁴ Podrobnější analýzu tohoto titulku obsahuje kapitola Tečka v titulcích.

b) BLESK.CZ

Server Blesk.cz imperativ v analyzovaných titulcích nepoužil.

c) MLADÁ FRONTA DNES

d) IDNES.CZ

Mladá fronta Dnes a iDnes.cz shodně použily imperativ v titulcích týkajících se stejné události – světového šampionátu biatlonistů v Novém Městě na Moravě.

Druhá věta titulku Mladé fronty Dnes *Šampionát biatlonistů začíná. Neberte psy a litry alkoholu* (MFD, 7. 2. 2013, s. A1) má charakter výpovědi s funkcí výzovou. Souvisí s odstavcem článku, který se týká instrukcí pro diváky šampionátu: *„Ti, kteří je (české biatlonisty – pozn. aut.) přijdou podpořit, jsou vyzýváni: Neberte psy ani větší množství alkoholu. Se psem vás dovnitř nepustí a alkohol vám zabaví. ‘Ale s placatkou projdete,’ směje se šéf organizačního výboru Jiří Hamza“* (MFD, 7. 2. 2013, s. A1). Článek informuje o čtenáře o tom, kdo jsou čeští biatlonisté a obsahuje instrukce pro návštěvníky šampionátu.

Pokyny pro návštěvníky šampionátu obsahuje i článek na iDnes.cz – jsou zmíněny v leadu: *„Přijďte s dostatečným předstihem. Využívejte dopravu zajištěnou organizátory. Neberte s sebou větší množství alkoholu. Psy nechte doma. Tedy pokud se od čtvrtka v nadcházejících 10 dnech vydáte do Nového Města na biatlonový šampionát“* (iDnes.cz, 7. 2. 2013) a v článku se poté opakují: *„I zvířecím mazlíčkům je vstup do Vysočina Areny zapovězen. Stadion bude otevřený čtyři hodiny před startem štafety. Tvrdý alkohol ve větším množství neprojde bezpečnostní prohlídkou. ‘Ale placatku nezakážeme,’ směje se Hamza“* (iDnes.cz, 7. 2. 2013). I titulek tohoto článku obsahuje instrukce pro diváky a imperativ: *Biatlonový zázrak na Vysočině startuje. Přijďte včas!* (iDnes.cz, 7. 2. 2013). I v tomto případě má druhá věta titulku charakter výpovědi s funkcí výzovou.

V obou případech se jedná o titulek o dvou větách. První věta má funkci sdělovací (sděluje, že se koná biatlonový šampionát), zatímco druhá věta obsahuje přímo vyjádřenou výzvu. Výzva je v těchto titulcích signalizována výpovědní formou s imperativem.

V titulku *Šampionát biatlonistů začíná. Neberte psy a litry alkoholu* (MFD, 7. 2. 2013, s. A1) je přitom použit záporný imperativ.

IMPERATIV V TITULCÍCH – SHRNUÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících verbum ve tvaru imperativu</i>
Blesk	2
Blesk.cz	0
Mladá fronta Dnes	1
iDnes.cz	1

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících verbum ve tvaru imperativu</i>
Tiskoviny	3
Internetové servery	2

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících verbum ve tvaru imperativu</i>
Bulvární média	2
Seriózní média	2

V analyzovaných titulcích se verbum ve tvaru imperativu objevilo stejně často v seriózních i bulvárních médiích. Imperativ byl v těchto titulcích použit ve výpovědích s funkcí direktivní. Výzva byla ve většině titulků určena čtenářům, v jednom titulku osobnosti, o níž článek pojednával. V titulku bulvárního tisku a seriózního internetového serveru byla výpověď obsahující imperativ zakončena vykřičníkem, který naznačuje její nápadný zvolací charakter. Imperativ je prostředkem signalizujícím kontakt se čtenářem, jeho výskyt v titulku může upoutat pozornost čtenářů a přimět je ke čtení článku. Jeho použití v titulku je však třeba dobře zvážit, neboť časté používání imperativu je považováno za nezdvořilé.

4.4.3 VÝPOVĚDI S FUNKCÍ INTEROGATIVNÍ V TITULCÍCH

Jedná se o výpovědi s funkcí tázací, přičemž tázací formu mohou mít jak věty, „*tak nevětné výrazy (větné ekvivalenty)*“ (Janovec et al., 2006, s. 116). Grepl (in Karlík, Nekula a Rusínová, eds., 2008) uvádí, že záměrem mluvčího je doplnit si chybějící informaci a že i otázky lze považovat za druh výzvy vůči adresátovi (výzva k odpovědi).

a) BLESK

Deník Blesk ve sledovaném období publikoval např. tyto titulky s funkcí interogativní.

Během prezidentské kampaně se řešilo, zda se na kampani Miloše Zemana podílí Miroslav Šlouf. Ačkoli to prezidentský kandidát popíral, Miroslav Šlouf po zvolení Zemana prezidentem ČR prohlásil v rozhovoru pro Českou televizi, že se na jeho kampani podílel. Blesk se roli Šloufa v Zemanově kampani věnuje v článku pod titulkem *Vezme Šloufa na Hrad?* (Blesk, 28. 1. 2013, s. 4). V textu jsou citována slova Miroslava Šloufa: „*Pokud bude mít pan Zeman o moje názory zájem, tak mu je samozřejmě rád řeknu*“ (Blesk, 28. 1. 2013, s. 4). Autor na základě tohoto výroku uvažuje, zda bude Miroslav Šlouf spolupracovat s Milošem Zemanem nadále. Nepředkládá tedy čtenářům ověřené informace, ale pouze spekulace, domněnky. Proto je titulek zakončen otazníkem, neboť „*Blesk si je často dobře vědom, že za konstatování určitých polopravd či lží by byl právně napadnutelný, a tak otazníky a vykřičníky užívá velmi často*“ (Milianová, 2004, s. 20).

Řečnickou otázkou je titulek *Bylo lépe za totáče?* (Blesk, 31. 1. 2013, s. 3). Je umístěn nad článkem týkajícím se výsledku průzkumu agentury STEM, která zjišťovala názory lidí na srovnání současného režimu s režimem před listopadem 1989. Z titulku není zřejmé, že se článek týká průzkumu, titulek se tedy snaží vyvolat zvědavost. Titulek nemůže vyvolat přímou odpověď čtenáře. Čtenář si však tuto otázku může na základě přečtení titulku sám položit, případně očekávat určitou odpověď v textu článku.

b) BLESK.CZ

Výpověď s funkcí interogativní představuje titulek *Bylo lépe za totáče? Průzkum: Třetina Čechů říká, že ANO!* (Blesk.cz, 31. 1. 2013). Článek pod titulkem seznamuje čtenáře

s výsledky průzkumu agentury STEM, která zjišťovala názory lidí na srovnání současného režimu s režimem před listopadem 1989. Z něj vyplývá, že třetina dotázaných považuje současný režim za horší ten minulý. V textu jsou zmíněny také některé výsledky průzkumu z let minulých. Titulek má povahu řečnické otázky a odpovědi; tento jev publicistických titulků zmiňuje Minářová (in Čechová, Krčmová, Minářová, 2008, s. 271): „*Některé výpovědi s funkcí tázací mají povahu řečnické otázky a odpovědi...*“ V daném titulku je položena otázka „*Bylo lépe za totáče?*“. „*V mediálních sděleních otázka nemůže plnit svou primární funkci (vyvolat řečovou reakci projevu)*“ (Fliegl, 2004, s. 36) Otázka zde sice nemůže vyvolat přímou odpověď čtenáře, ale ten si ji po přečtení sám může položit a zodpovědět ji. V titulku otázku následuje odpověď zformulované autorem článku, která se opírá o výsledky průzkumu agentury STEM: „*Průzkum: Třetina Čechů říká, že ANO!*“. Forma titulků zde tedy plní funkci sdělovací i interogativní.

Po položení otázky v titulku někdy následuje autorem titulku zformulovaná odpověď. To je případ např. titulku *Ples v Opeře v Brně: Halucinace večera? Christová v kostýmu!* (Blesk.cz, 20. 1. 2013). V tomto titulku se odpověď neopírá o žádná fakta, jedná se o subjektivní názor autora. Článek popisuje průběh Ples Opeře v Brně a jeho autorka hodnotí róby hostů plesu. V titulku jmenovaná Ivana Christová je v textu kritizována za výběr oblečení. Titulek tedy není zdvořilý, obsahuje subjektivní hodnocení a kritiku, čímž může zaujmout určitý okruh čtenářů.

Titulky zakončené otazníkem slouží kromě řečnických otázek (sugerujících odpověď) také jako výraz pochybnosti (Bečka, 1973), př. *Schůzka Klause se Zemanem: Zůstaneme odvěcí nepřátelé! Opravdu?* (Blesk.cz, 5. 2. 2013). Titulek se týkal setkání odcházejícího prezidenta ČR Václava Klause a jeho nástupce Miloše Zemana. Po setkání na pražském Hradě předstoupili před novináře. Miloš Zeman mj. poděkoval Klausovi za podporu, kterou mu vyjádřil při prezidentské volbě, na což Klaus reagoval: „*Miloš Zeman určitě ví, že jakkoli jsem mu v té volbě, která byla, fandil, takže i nadále zůstanu jeho odvěkým a nesmrtelným nepřítelem, který nesouhlasí téměř s každým výrokem, který kdy v životě udělal,*“ *pronesl končící prezident*“ (Blesk.cz, 5. 2. 2013). Autor/ka článku⁵⁵ pochybuje o jeho slovech: „*Miloš Zeman a Václav Klaus si potřásli rukou, usmívali se na sebe, hýřili dobrou náladou... Až by člověk těžko věřil jejich slovům, že zůstanou odvěcí nepřátelé*“

⁵⁵ Článek je podepsán pouze značkou, tudíž nelze poznat, zda se jedná o autora, či autorku.

(Blesk.cz, 5. 2. 2013). Titulek tedy informuje čtenáře o tom, že se setkal Václav Klaus a Miloš Zeman, z jejich setkání vybírá větu Klause o tom, že oba muži zůstanou nepřátelé a nad tímto vyjádřením vyjadřuje pochybnost (větný ekvivalent *Opravdu?*). Otázky a domněnky v titulku jsou přitom považovány za známku špatného žurnalistického stylu (Russ-Mohl, 2005, s. 136).

Pochybnost je vyjádřena také v titulku *Odstřižení? Takhle Šlouf gratuloval Zemanovi* (Blesk.cz, 27. 1. 2013). Titulek vychází z leadu článku: „Nový prezident Miloš Zeman se ve své kampani dušoval, že se od lobbisty Miroslava Šloufa odstříhl. Ten pak ale dorazil do volebního štábu, veselil se s ostatními a dokonce Zemanovi pogrataloval podáním ruky“ (Blesk.cz, 27. 1. 2013). Na základě výroku Miroslav Šloufa v rozhovoru pro Českou televizi, že na prezidentské kampani Miloše Zemana spolupracoval předkládá autor čtenářům svou pochybnost o tom, že oba muži nejsou tzv. „odstřižení“.

Tomuto tématu se o den dříve věnuje článek pod titulkem *Šedá eminence Šlouf: Bude dělat Zemanovi tajemníka, nebo řidiče?* (Blesk.cz, 26. 1. 2013). Titulek obsahuje řečnickou otázku sugerující odpověď, že Miroslav Šlouf bude spolupracovat s Milošem Zemanem za jeho působení ve funkci prezidenta České republiky. Nejedná se však o ověřenou informaci, nýbrž pouhou domněnku autora článku. Navíc je Miroslav Šlouf v titulku označen jako „šedá eminence“, jedná se tedy o hodnocení autora titulku. Titulek tedy nemá funkci sdělnou, ale staví na spekulacích a domněnkách autora, čímž uvádí čtenáře v omyl.

c) MLADÁ FRONTA DNES

Otázka v titulku může navozovat určitý problém, jež chce autor textu osvětlit a vyřešit nebo vyzývat k položení si určité otázky (Fliegl, 2004, s. 36). Titulkem druhého typu je titulek *Klaus mluví o debaklu pravice. Spasí ji on?* (MFD, 14. 1. 2013, s. A5). Pod titulkem se nachází článek obsahující spekulace o tom, zda Václav Klaus po skončení prezidentského mandátu nezačne zasahovat do české politiky. Článek se také věnuje tomu, jak se k těmto spekulacím staví Václav Klaus, který je v textu citován. Jedna z jeho přímých řečí je základem pro část titulku článku: „Nespekulujme o tom. Ale ten výsledek ODS je skutečně špatný. ... Jsem smutný z toho, jak strašně pravice prohrála“ (MFD, 14. 1. 2013, s. A5). Špatným výsledkem ODS a prohrou pravice má Klaus na mysli výsledek jejich kandidáta v prezidentské volbě. Titulek má tedy funkci sdělovací (Klausovo hodnocení současné situace české pravice) a interogativní (otázka pisatele, zda Klaus

„spasí“ českou pravici). Otázka je však pouhou spekulací, nikoli ověřeným faktem. V otázce je verbum „spasí“ – čtenář se může pouze domnívat, zda autor toto verbum vědomě užil jako hyperbolu, či nikoli.

Vonnová se chystá na souboj s přírodou. Stihne olympiádu? (MFD, 7. 2. 2013, s. B10) je titulek vyjadřující pochybnost nad tím, zda se zraněná americká sjezdářka Lindsey Vonnová uzdraví a bude moci reprezentovat svou zemi na olympiádě, která se koná v roce 2014 v Soči. Článek zmiňuje odhodlání sportovkyně stihnout olympiádu, přináší informaci o jejím zdravotním stavu a obvyklé délce rekonvalescence při zraněních, které lyžařka utrpěla při posledním závodě. Přináší také komentář ortopeda Toma Hacketta a českého lyžaře Ondřeje Banka. Oba oslovení hovoří o tom, že lyžařka olympiádu stihnout může i nemusí. Z toho vychází druhá věta v titulku, která má funkci interogativní a zároveň vyjadřuje pochybnost.

d) IDNES.CZ

Podobně jako v předchozím příkladu je tomu i v titulku iDnes.cz *Vonnová se chystá na souboj s přírodou. Stihne olympiádu v Soči?* (iDnes.cz, 7. 2. 2013).

Výpověď s funkcí interogativní představuje také titulek *Berdych: Turnaj začíná. Přinese mu proti Djokovičovi štěstí třináctka?* (iDnes.cz, 21. 1. 2013). Článek informuje o tom, že českého tenistu Tomáše Berdycha čeká zápas se Srbem Novakem Djokovičem. Jelikož proti sobě budou hrát potřinácté v kariéře a třináctku pověřiví lidé nepovažují za šťastné číslo, autor titulku využívá této spojitosti. Titulek plní funkci sdělnou, interogativní a získávací (snaží se upoutat pozornost čtenářů otázkou a číslovkou třináct ve spojení s pověřivostí).

VÝPOVĚDI S FUNKCÍ INTEROGATIVNÍ V TITULCÍCH – SHRNUÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků s funkcí interogativní</i>
Blesk	2
Blesk.cz	5
Mladá fronta Dnes	2
iDnes.cz	2

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků s funkcí interogativní</i>
Tiskoviny	4
Internetové servery	7

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků s funkcí interogativní</i>
Bulvární média	7
Seriózní média	4

Výpovědi s funkcí interogativní se vyskytly v analyzovaných titulcích všech sledovaných médií. Častější výskyt tohoto typu výpovědí lze vysledovat v bulvárních médiích a na internetových serverech. Výpovědi s funkcí interogativní sloužily v titulcích k vyjádření pochybností, domněnek, k položení určitých otázek, na které ne vždy následovala odpověď v titulku či textu článku. Titulky vyjadřující pochybnosti a domněnky svých autorů mohou čtenáře uvádět v omyl, manipulovat s ním. Za konstatování lži lze médium právně napadnout, i to je jeden z důvodů, proč redaktoři v titulcích pracují s otazníkem. Pochybnosti a domněnky v titulku se neslučují s objektivitou, která by měla být vlastní seriózní žurnalistice. Seriózní média proto volila výpovědi s funkcí interogativní v analyzovaných titulcích méně často než média bulvární.

4.4.4 TITULKY PODLE KOMUNIKAČNÍ FUNKCE VÝPOVĚDI – SHRNUÍ

Russ-Mohl (2005) tvrdí, že verbum v titulku má nejčastěji tvar 3. osoby indikativu, což souvisí s orientací na perspektivu nezúčastněného pozorovatele, která je žádoucí a žádaná. Na základě analyzovaných titulků můžeme konstatovat, že v titulcích se vyskytuje také imperativ a verba v 1. a 2. osobě. Výpovědi v analyzovaných titulcích neměly pouze funkci asertivní, ale rovněž funkci direktivní a interogativní.

Pro titulky bulváru jsou charakteristické výpovědi s funkcí interogativní, jimiž autoři vyjadřují pochybnosti, domněnky a pokládají otázky, na které ne vždy čtenář nalezne v titulkovém bloku či článku odpověď. Výpovědi obsahující pochybnosti a domněnky mohou čtenáře uvádět v omyl, manipulovat s ním.

Bulvární média častěji než média seriózní volí verbum ve tvaru 1. osoby indikativu. V těchto titulcích se jedná především o parafráze výroků z příslušných článků. Titulky s verbem ve tvaru 1. osoby indikativu někdy nevystihují obsah článku, záměrem autorů je upoutat pozornost čtenářů a přimět je k přečtení článku. Seriózní média verbum v tomto tvaru volí v titulcích méně často, neboť žádoucí je perspektiva nezúčastněného pozorovatele, která je spojena s verby ve tvaru 3. osoby.

Imperativ byl součástí shodného počtu titulků bulvárních a seriózních médií. Jednalo se o titulky s funkcí direktivní. Některé titulky obsahující imperativ byly zakončeny vykřičníkem, který signalizuje nápadný zvolací charakter výpovědi. Výzva ve výpovědích byla určena převážně čtenářům, ojediněle byla určena osobnosti, o níž článek pojednával. Titulky s funkcí direktivní signalizují kontakt se čtenářem, mohou působit nezdvořile, proto musí média jejich použití dobře zvážit.

5 INTERPUNKCE V TITULCÍCH

Oba deníky (Blesk, Mladá fronta Dnes) a jejich internetové protějšky (Blesk.cz, iDnes.cz) v různé míře pracují s interpunkčními znaménky v titulcích. V analyzovaných titulcích se objevila tato interpunkční znaménka: tečka, čárka, dvojtečka, uvozovky, otazník, vykřičník, tři tečky, závorka, pomlčka, spojovník.

5.1 TEČKA V TITULKU

Platí, že za titulkem se tečka nepíše. V analyzovaných titulcích toto pravidlo dodržely oba deníky a jejich internetové protějšky. Tečka se nachází v titulcích za větným ekvivalentem či větou, je-li jich v titulku více a nejsou odděleny jiným způsobem. Bývá rovněž součástí titulků obsahujících zkratky, za nimiž píšeme tečku.

a) BLESK

Tečka se vyskytla ve dvou analyzovaných titulcích deníku Blesk. Součástí těchto titulků byly zkratky obsahující tečku.

Zkratky obsahující tečku použil deník Blesk v titulku *Zapomeňte na J. R., J. J. řídí Dallas* (Blesk, 21. 1. 2013, s. 14-15). Všem čtenářům nemusí být význam použitých zkratek jasný. Jedná se o iniciály českého hokejisty Jaromíra Jágra (J. J.) a postavy z amerického seriálu Dallas Johna Rosse Ewinga (J. R.). Postava Johna Rosse Ewinga byla ve zmíněném seriálu nazývána krátce J. R. (Džejár). Souvislost mezi Jágrem a seriálovou postavou je uměle vytvořená. Jaromír Jágr ve svém prvním zápase za tým Dallas Stars vstřelil dva góly a na další dva nahrál. V Dallasu žil ve stejnojmenném seriálu John Ross Ewing, texaský ropný magnát. Blesk spojení těchto dvou skutečností vysvětluje v článku následovně: „*Tak jako dlouhá léta šéfoval Dallasu ve slavném seriálu J. R. Ewing, nyní mu vládne muž s podobnými iniciálami J. J., tedy Jaromír Jágr.*“ (Blesk, 21. 1. 2013, s. 14). Článek je doplněn fotografiemi Jágra a představitele J. R. (herec Larry Hagman). Snímek Larryho Hagmana má popisek *Ropný magnát J. R. Ewing, alias Larry Hagman (†81), ze seriálu*

Dallas je zapomenut. Novým vládcem Texasu je J. J., tedy Jaromír Jágr.“ (Blesk, 21. 1. 2013, s. 15).

Adresáti sdělení mohou být lidé, kteří se zajímají o hokej či Jaromíra Jágra, titulek může přimět k přečtení článku i příznivce seriálu Dallas, který se u nás vysílal před několika lety. Adresát sdělení z titulku nezíská informaci o tom, že se článek týká hokejového zápasu Dallas Stars proti Phoenixu a výkonu Jaromíra Jágra v utkání, to mu sděluje až podtitulek *JAROMÍR JÁGR začal božsky a Phoenix zničil 4 BODY*. Podtitulek obsahuje hodnocení výkonu českého hokejisty (*božsky*). Čtenář si tedy nemusí konstruovat vlastní názor, ale názor je mu předložený. Titulek zkresluje informace, manipuluje se čtenáři, kteří mohou mít problém s interpretací titulku. Snaha zaujmout čtenáře vede Blesk k tomu, že uměle spojuje věci, které spolu nesouvisí. Řada čtenářů nemusí znát význam zkratk použitých v titulku ani seriál Dallas a postavu J. R. Ewinga. Proto se může účinkem mýjet i výzva v titulku signalizována výpovědní formou s imperativem (*zapomeňte*). Čtenáři neznají seriálu a postavy J. R. Ewinga nemají na koho zapomenout. Záměr deníku prodat výtisk a touha po senzaci byly však splněny.

Blesk použil zkratku s tečkou také v titulku *Na Dr. Čuně se uvařila voda* (Blesk, 7. 2. 2013, s. 6-7). Blesk ve snaze zaujmout pozornost čtenářů použil v titulku hanlivý výraz „Dr. Čuně“. Pro čtenáře může být tato zkratka nesrozumitelná, v článku není vysvětlena. Článek pojednává o obvinění lékaře Jaroslava Bartáka ze sexuálního obtěžování jeho asistentek. Zkratka Dr. v titulku souvisí s profesí a akademickým titulem Jaroslava Bartáka. K ní je připojen výraz „čuně“. Autor článku využívá podobnosti slov „čuně“ a „prase“ a české přísloví „Na každé prase se někde vaří voda“ modifikuje v titulku na „Na Dr. Čuně se uvařila voda“. Znění tohoto titulku dokresluje fotografie, v níž je titulek umístěn a na které jsou obviněnému u soudu nasazována pouta. Titulek zkresluje skutečnost a čtenář z něj nepozná, čeho se článek týká. Čtenáři mohou na základě obsahu článku a především titulku obsahujícím výraz „Dr. Čuně“ odsoudit Jaroslava Bartáka, aniž by nad tím přemýšleli, neboť názor je jim předložený deníkem Blesk. Blesk zaujímá k celé situaci vlastní stanovisko – lékaře Bartáka nazývá Dr. Čuně a jeho odsouzení komentuje slovy „se uvařila voda“ (konečně došlo k odsouzení).

b) BLESK.CZ

Server Blesk.cz použil tečku v analyzovaných titulcích několikrát. Obsahovaly ji např. titulky tvořené více větami *Zemřel Karel Čáslavský (†75), otec Videostopu. Rok nemohl dýchat* (Blesk.cz, 2. 1. 2013) a *Jágr poprvé od premiéry bodoval. Dallas ale dostal nářez od Detroitu* (Blesk.cz, 30. 1. 2013). V titulku *Propadák před Australian Open. Kvitovou vyškolila Cibulková* (Blesk.cz, 6. 1. 2013) se tečka nacházela za větným ekvivalentem (*Propadák před Australian Open.*). Oddělení výpovědi v titulku může upoutat pozornost čtenářů.

c) MLADÁ FRONTA DNES

Deník Mladá fronta užívá tečku v titulcích za větou, př. *Česku zuří. Amnestie jde k soudu* (MFD, 7. 1. 2013, s. A4) či za větným ekvivalentem, např. *Trable obhájců. Štěpánek musí na operaci zad* (MFD, 28. 1. 2013, s. C1). Tečka v těchto titulcích odděluje výpovědi, která svou délkou (dvě slova výpovědi před tečkou), výrazy *zuří/trable* a informační neúplností mohou zaujmout pozornost čtenářů.

d) IDNES.CZ

Tečka za větou či větným ekvivalentem byla součástí také analyzovaných titulků serveru iDnes.cz. Za větou je umístěna tečka např. v titulku *Karel Gott zpíval v malém klubu. Připomnělo mu to 60. léta* (iDnes.cz, 6. 2. 2013). Zvláštností bylo použití čtyř teček v jednom titulku. Jednalo se o titulek *Prohra. Prohra. Prohra. Prohra. Ale Jágr tvrdí: Budeme v pohodě* (iDnes.cz, 30. 1. 2013). Tečky se v tomto titulku nachází za větným ekvivalentem *Prohra*, jehož opakováním se server snaží upoutat pozornost čtenáře a zároveň jím ilustrovat počet prohraných zápasů hokejového týmu Dallas Stars, v němž hraje Jaromír Jágr.

TEČKA V TITULCÍCH – SHRNUÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících tečku za větou</i>	<i>Počet titulků obsahujících tečku za větným ekvivalentem</i>	<i>Počet titulků obsahujících zkratku s tečkou</i>
Blesk	0	0	2
Blesk.cz	2	3	0
Mladá fronta Dnes	14	1	0
iDnes.cz	17	3	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících tečku za větou</i>	<i>Počet titulků obsahujících tečku za větným ekvivalentem</i>	<i>Počet titulků obsahujících zkratku s tečkou</i>
Tiskoviny	14	1	2
Internetové servery	19	6	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících tečku za větou</i>	<i>Počet titulků obsahujících tečku za větným ekvivalentem</i>	<i>Počet titulků obsahujících zkratku s tečkou</i>
Bulvární média	2	3	2
Seriózní média	31	4	0

Bulvární a seriózní média se výrazně odlišují v použití tečky za větou v titulku. Seriózní média pracují s tečkou v titulcích častěji. Tečka odděluje jednotlivé výpovědi v titulku a může tak činit titulek přehlednější. Počet titulků obsahujících tečku za větným ekvivalentem byl u obou typů médií téměř shodný.

Zkratka s tečkou byla v analyzovaných titulcích výjimečně a to pouze v bulvárním tisku. Zkratky byly užity ve snaze zaujmout pozornost čtenářů, ozvláštnit titulek. Jejich užití v titulcích činilo titulky méně srozumitelné až nesrozumitelné pro čtenáře, neboť nebylo jasné, co zkratka znamená a koho/čeho se článek týká. Význam zkratk se čtenáři dozvěděli až z textu článku. V titulcích seriózních médií ani internetových serverů se zkratky s tečkou nevyskytovaly, důvodem mohla být otázka srozumitelnosti zkratk pro čtenáře, neboť v titulcích je vhodné uvádět pouze běžně používané zkratky. Platí, že „všechny názvy a zkratky, které nejsou běžně používány, by měly být alespoň jednou vysvětleny a vypsány celým jménem“ (Russ-Mohl, 2005, s. 79).

5.2 OTAZNÍK V TITULKU

Otazník se vyskytoval v analyzovaných titulcích obou deníků a obou internetových serverů. Je to „*znaménko pro označení otázky*“ (Šaur, 2005, s. 182). Analyzovaným titulcům s funkcí interogativní je v této práci věnována samostatná kapitola, zde jsou uvedeny pouze počty a příklady těchto titulců v jednotlivých médiích.

a) BLESK

Deník Blesk použil otazník ve dvou analyzovaných titulcích. Jednalo se o otazník na konci tázacích výpovědí majících formu věty.

Vezme Šloufa na Hrad? (Blesk, 28. 1. 2013, s. 4)

Bylo lépe za totáče? (Blesk, 31. 1. 2013, s. 3)

b) BLESK.CZ

V analyzovaných titulcích byl tento interpunkční znak nejčastěji součástí titulců serveru Blesk.cz. Otazník se v jeho titulcích tohoto vyskytoval na konci tázacích výpovědí majících formu věty či formu samostatného výrazu nevětného.

Příklad titulku obsahujícího otazník na konci tázací výpovědi mající formu věty:

Bylo lépe za totáče? Průzkum: Třetina Čechů říká, že ANO! (Blesk.cz, 31. 1. 2013)

Příklad titulku obsahujícího otazník na konci tázací výpovědi mající formu samostatného výrazu nevětného:

Schůzka Klause se Zemanem: Zůstaneme odvěcí nepřátelé! Opravdu? (Blesk.cz, 5. 2. 2013)

c) MLADÁ FRONTA DNES

Deník Mladá fronta Dnes užila otazník ve dvou analyzovaných titulcích, a to na konci tázacích výpovědí, které mají formu věty.

Klaus mluví o debaklu pravice. Spasí ji on? (MFD, 14. 1. 2013, s. A5)

Vonnová se chystá na souboj s přírodou. Stihne olympiádu? (MFD, 7. 2. 2013, s. B10)

d) IDNES.CZ

Otazník se vyskytoval také ve dvou analyzovaných titulcích serveru iDnes.cz, v obou případech se nacházel na konci tázacích výpovědí, které mají formu věty.

Berdych: Turnaj začíná. Přinese mu proti Djokovičovi štěstí třináctka? (iDnes.cz, 21. 1. 2013)

Vonnová se chystá na souboj s přírodou. Stihne olympiádu v Soči? (iDnes.cz, 7. 2. 2013)

OTAZNÍK V TITULKU – SHRNUÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících otazník</i>
Blesk	2
Blesk.cz	4
Mladá fronta Dnes	2
iDnes.cz	2

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících otazník</i>
Tiskoviny	4
Internetové servery	6

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících otazník</i>
Bulvární média	6
Seriózní média	4

Na základě výše uvedené tabulky lze konstatovat, že v analyzovaných titulcích článků internetových serverů byl otazník použit v analyzovaných titulcích tiskovin častěji než v analyzovaných titulcích internetových serverů. Častěji než seriózní média s ním pracují bulvární média. Otazník se v analyzovaných titulcích nacházel na konci tázacích výpovědí, které mají formu věty. V titulcích bulvárního serveru byl umístěn jak na konci tázacích výpovědí majících formu věty, tak na konci tázacích výpovědí majících formu samostatného výrazu nevětného.

5.3 VYKŘIČNÍK V TITULKU

Vykřičník byl součástí analyzovaných titulků všech sledovaných médií. Toto interpunkční znaménko „slouží k naznačení nápadného zvolacího charakteru výpovědi. Vykřičník píšeme za výpovědí, jež může mít podobu větnou i nevětnou“ (Janovec et al., 2006, s. 118). O titulcích s funkcí apelovou a zvolací pojednává samostatná kapitola této práce, proto zde uvádím pouze počty titulků obsahujících vykřičník a příklady takovýchto titulků.

a) BLESK

Jágr riskoval 52 milionů! (Blesk, 9. 1. 2013, s. 18–19)

Muž se zapálil v centru Prahy! (Blesk, 21. 1. 2013, s. 6)

b) BLESK.CZ

Detaily pohřbu Jiráskové (†81): Její ostatky převezli na Šumavu! (Blesk.cz, 8. 1. 2013)

Kouč Holík byl dvakrát zlatý, na hokejisty se zlobí: Jsou to flákači! (Blesk.cz, 2. 1. 2013)

c) MLADÁ FRONTA DNES

Poplach pod můstky! Skokan Matura o víkendu dvakrát vyhrál v Japonsku (MFD, 21. 1. 2013, s. C1)

Klaus a Zeman: A teď budeme zase nepřátelé! (MFD, 6. 2. 2013, s. A1)

d) IDNES.CZ

Žádný analyzovaný titulek iDnes.cz neobsahoval vykřičník.

VYKŘIČNÍK V TITULKU – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících vykřičník</i>
Blesk	25
Blesk.cz	27
Mladá fronta Dnes	6
iDnes.cz	1

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících vykřičník</i>
Tiskoviny	31
Internetové servery	28

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících vykřičník</i>
Bulvární média	52
Seriózní média	7

Zatímco počty analyzovaných titulků obsahujících vykřičník se v tiskovinách a internetových serverech přibližně shodují, výrazný rozdíl panuje mezi bulvárními a seriózními médii. Znaménko sloužící k naznačení výrazné zvolací povahy výpovědi se ve větší míře vyskytovalo v bulvárních médiích.

5.4 DVOJTEČKA V TITULKU

V titulcích, v nichž se nachází citace či parafráze, je často používána dvojtečka. Tento znak uvozuje „určitou část věty, jež nějakým způsobem souvisí s předcházející částí věty, vyplývá z ní, rozvádí ji, shrnuje její obsah, doplňuje jej apod.“ (Janovec et al., 2006, s. 83). Dvojtečkou v titulcích „bývají často odděleny citáty od uvozovacích vět, zejména pokud mají větný charakter (obsahují sloveso v určitém tvaru)“ (tamtéž, s. 85).

a) BLESK

Jméno citovaného od jeho výroku odděluje dvojtečka např. v titulku *Eva Jurinová: Ta holka má talent* (Blesk, 4. 2. 2013, s. 2–3). Dcera prezidenta Miloše Zemana Kateřina Zemanová moderovala módní přehlídku a Blesk požádal moderátorku Evu Jurinovou o hodnocení jejího výkonu. Její hodnocení shrnul výpovědí *Ta holka má talent*. Výraz „ta holka“ je příznakový.

b) BLESK.CZ

Dvojtečka uvozující určitou část věty, která souvisí s předcházející částí věty je součástí titulků př. *Drama na Václavském náměstí: Muž se zapálil tam, kde před 44 lety Palach* (Blesk.cz, 20. 1. 2013) a *Trest za podporu Zemana: Dejdare, u nás si už nezahraješ!* (Blesk.cz, 21. 1. 2013).

V případě prvního titulku dvojtečka uvozuje větu *Muž se zapálil tam, kde před 44 lety Palach* (Blesk.cz, 20. 1. 2013), která souvisí s částí titulku před dvojtečkou – *Drama na Václavském náměstí* (Blesk.cz, 20. 1. 2013). Článek pojednává o včerejším činu nejmenovaného muže před budovou Národního muzea na Václavském náměstí v Praze, který se zapálil muž a utrpěl lehké popáleniny. Článek přináší vyjádření Policie ČR k této události a informace o zdravotním stavu muže. Autor v textu připomíná čtenářům, že kousek od tohoto místa se před 44 lety upálil Jan Palach. Vzbudit emoce čtenářů a upoutat jejich pozornost může vzbudit první slovo titulku (*drama*) a připomenutí Jana Palacha, který se v roce 1969 upálil na protest proti sovětské okupaci a pokračujícím ústupkům okupantů. Záměrem titulku je informovat (*Muž se zapálil*) a upoutat pozornost, vzbudit ve čtenářích emoce určitými výrazy (*drama*) i spojením dnešní události s obecně známým činem v novodobých českých dějinách (*zapálil, tam, kde před 44 lety Palach*). Pro správnou interpretaci titulku čtenářem je potřeba, aby měl určité povědomí o činu Jana Palacha, neboť tomu se článek více nevěnuje. Dvojtečka titulek rozčleňuje na dvě části, druhá část titulku specifikuje část první.

Podobně je tomu u druhého zmíněného titulku, v němž jsou odděleny části *Trest za podporu Zemana* (Blesk.cz, 21. 1. 2013) a *Dejdare, u nás si už nezahraješ!* (Blesk.cz, 21. 1. 2013). Martin Dejdar vyjádřil v prezidentské kampani podporu Miloši Zemanovi. Hynek Bočan a Jiří Stránský, tvůrci Zdivočelé země, v níž Martin Dejdar hrál hlavní roli, prohlásili, že s ním již nechtějí spolupracovat. Blesk z jejich vyjádření učinil vzkaz, který v první části titulku nazývá „trestem za podporu Zemana“. V titulku však autoři „vzkazu“ nejsou uvedeni, čtenář se jejich jména dozvídá až z textu článku. Titulek obsahuje hodnocení celé situace (*trest*) a není informačně úplný, čtenář neznalý kontextu pochopí význam titulku až z článku. Autor titulku není objektivní a nenechává hodnocení celé situace na čtenáři.

c) MLADÁ FRONTA DNES

Dvojtečka může oddělovat i jména více osob od parafráze či citace jejich výroku. Tuto funkci má dvojtečka v titulku *Klaus a Zeman: A teď budeme zase nepřátelé!* (MFD, 6. 2. 2013, s. A1). Titulek se týká článku, který informuje o schůzce končícího prezidenta Václava Klause s nově zvoleným prezidentem Milošem Zemanem. Po této schůzce oba předstoupili před novináře. Miloš Zeman poděkoval Klausovi za podporu, kterou mu

vyjádřil v prezidentské kampani, na což Klaus reagoval mj. slovy, že Zeman opět bude jeho nepřítelem. Právě tento výrok si autor článku vybral do titulku a oddělil jej od jmen obou politiků. Čtenáře může k přečtení článku přimět slovo „nepřítel“, osoby zmíněné v titulku i parafráze v titulku.

d) IDNES.CZ

Jméno citovaného od parafráze jeho výroku odděluje dvojtečka také v titulku *Šlouf: V kampani jsem Zemanovi radil jen dílčí věci, na Hrad s ním nejdu* (iDnes.cz, 26. 1. 2013).

DVOJTEČKA V TITULKU – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících dvojtečku</i>
Blesk	6
Blesk.cz	26
Mladá fronta Dnes	3
iDnes.cz	4

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících dvojtečku</i>
Tiskoviny	9
Internetové servery	30

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících dvojtečku</i>
Bulvární média	32
Seriózní média	7

Bulvární média pracovala s dvojtečkou v titulcích častěji než média seriózní. Vyšší výskyt tohoto znaku byl zaznamenán v titulcích internetových serverů, tiskoviny ji používaly v menší míře. V použití dvojtečky v titulcích výrazně vyčnívá bulvární server Blesk.cz, který ji použil v šestadvaceti titulcích, zatímco v ostatních médiích byla použita nejvýše v šesti titulcích.

Dvojtečka uvozuje část věty, která souvisí s předchozí větou, odděluje výroky od jejich autorů. Titulek by měl shrnovat obsah článku, ale pisatel někdy vybere určitou pasáž z textu (př. přímou řeč) a tu – obvykle parafrázovanou – použije do titulku. Jméno autora příslušného výroku bývá od přímé řeči (parafráze) odděleno dvojtečkou. Takto pracuje s titulky často Blesk.cz, proto se dvojtečka nejčastěji vyskytuje v jeho titulcích. Dvojtečku novináři mohou volit pro ozvláštňení titulku a ekonomičnost (úsporu místa).

5.5 UVOZOVKY V TITULKU

Uvozovky měly v analyzovaných titulcích různou funkci: vyznačovaly citace či odlišovaly příslušný výraz od ostatního textu. Do uvozovek se dávají „výrazy, *od jejichž dopadu se chce autor z různých důvodů distancovat (jedná se o výraz nespisovný, nářeční, domácký, vulgarismus, který stylisticky neodpovídá typu textu) nebo chce uvozovkami naznačit svůj osobní postoj, např. ironii, sarkazmus apod.*“ (Janovec et al., 2006, s. 89).

a) BLESK

Uvozovky se vyskytly v titulku bulvárního deníku Blesk *Prezident Zeman už začíná „úřadovat“* (Blesk, 4. 2. 2013, s. 2–3). Článek seznamuje čtenáři s kroky, které Zeman podnikl či podnikne v brzké době ve funkci nově zvoleného prezidenta, což Blesk v titulku shrnuje jako „úřadování“. Uvedením výrazu „úřadovat“ v uvozovkách jej odlišuje od ostatního textu.

b) BLESK.CZ

Bulvární server Blesk.cz v titulcích uvozovky nepoužil.

c) MLADÁ FRONTA DNES

Mladá fronta Dnes užila uvozovky k vyznačení citací v titulcích „*Vždy hrál fér. Škoda, že odešel tak brzy*“ (MFD, 10. 1. 2013, s. C10), „*Lidi milují vítěze. Když budeme úspěšní, přijdou*“ (MFD, 21. 1. 2013, s. C4), *Miroslav Šlouf: „Rozluku v kampani jsem vymyslel já.*“ (MFD, 28. 1. 2013, s. A2).

Titulek „*Vždy hrál fér. Škoda, že odešel tak brzy*“ (MFD, 10. 1. 2013, s. C10) stojí nad článkem o pohřbu fotbalisty Václava Drobného, který zemřel tragickou smrtí ve 32 letech. Připomíná jeho působení v národním týmu a cituje Ivana Haška: „*Škoda, že odešel tak mladý. Vždycky hrál fair play – ve fotbale i v životě,*“ řekl Ivan Hašek, který Drobného trénoval ve Štrasburku. (MFD, 10. 1. 2013, s. C10). Mladá fronta Dnes tuto přímou řeč v modifikované podobě použila jako titulek článku. Titulek nepřesně cituje Ivana Haška, je vzpomínkou na Václava Drobného, kladným hodnocením jeho chování (*Vždy hrál fér.*) i vyjádřením lítosti nad smrtí v mladém věku (*Škoda, že odešel tak brzy*). Z titulku není jasné, kdo o kom hovoří. Není z něj patrný ani fakt, že článek je otištěn ve sportovní rubrice listu. Článek má nadtitulek, který informuje čtenáře o tom, čeho se článek týká: *Poslední rozloučení s Václavem Drobným* (MFD, 10. 1. 2013, s. C10). Nad nadtitulkem je umístěna fotografie z pohřbu Drobného. Adresáti titulku jsou lidé zájímaví se o fotbal – článek spadá do sportovní rubriky listu a pojednává o pohřbu fotbalisty. Forma titulku může zaujmout i čtenáře, kteří se o kopanou nezajímají a vyvolat v nich citovou reakci nad smrtí mladého fotbalisty.

Přímou řečí v uvozovkách je tvořen titulek „*Lidi milují vítěze. Když budeme úspěšní, přijdou*“ (MFD, 21. 1. 2013, s. C4). Výrok stojí v titulku samostatně, není uveden jeho autor a není jasné, čeho se titulek týká. Forma titulku a některé výrazy, které obsahuje (*milují, vítěze, úspěšní*) mohou vzbudit pozornost čtenářů. Mladá fronta Dnes pod tímto titulkem přináší rozhovor s hokejistou Jaromírem Jágrem, který v prvním zápasu za tým Dallas Stars dal dva góly a na další dva přihrál. K článku je připojena jeho fotografie. V rozhovoru mj. říká: „*Každý miluje vítěze. Myslím, že když budeme vyhrávat a dáme do hry srdce, tak chodit budou.*“ (MFD, 21. 1. 2013, s. C4). Tato část rozhovoru je použita jako titulek celého rozhovoru v upravené podobě – přímá řeč v titulku se neshoduje s přímou řečí v rozhovoru. Adresátem jsou čtenáři zájímaví se o hokej, případně Jaromíra Jágra. Titulek svou mnohoznačností může zaujmout i jiné čtenáře.

V titulku *Šloufův tříletý projekt „Jak vytvořit prezidenta“ se dovršil* (MFD, 28. 1. 2013, s. A2) je do uvozovek dán název neexistujícího projektu *Jak vytvořit prezidenta*. Po zvolení Miloše Zemana prezidentem jeho přítel Miroslav Šlouf novinářům řekl, že se na Zemanově prezidentské kampani podílel, na což Miloš Zeman později reagoval slovy, že Šlouf nemluvil pravdu. Článek pojednává o roli Šlouf v Zemanově „cestě na Hrad“ a krocích, které Šlouf a spolupracovníci podnikli, aby se Zeman stal prezidentem. Není přítom jasné,

co z toho řekl Šlouf či jiný zdroj a co z toho je domněnka autora článku. V textu mj. stojí „Bývalý zapálený komunista začal sprádat plány na Zemanovu kandidaturu před třemi lety.“ (MFD, 28. 1. 2013, s. A2), „Šlouf je skutečně strůjcem Zemanovy cesty na Hrad“ (MFD, 28. 1. 2013, s. A2). Mladá fronta Dnes se ve svých tvrzeních opírá o výroky nejmenovaných osob: „Mirku, chci ti poblahopřát ještě před Milošem,“ říkal jeden z gratulantů. „Je to hlavně tvoje zásluha, dokázal jsi to!“ ocenil další. V Zemanově štábu bylo v sobotu při vyhlášení výsledků voleb cítit, koho místní považují za architekta triumfu. Miroslava Šloufa“ (MFD, 28. 1. 2013, s. A2) Záměrem titulku je přesvědčit čtenáře o tom, že Šlouf stojí za zvolením Miloše Zemana prezidentem. Uvozovky v titulku slouží k odlišení výrazu „Jak vytvořit prezidenta“ od ostatního textu. Výraz v uvozovkách má formu návodu („Jak vytvořit...“), což je v případě prezidenta nonsens – čtenář tedy výraz v uvozovkách může chápat také jako určitý sarkazmus Mladé fronty Dnes.

Titulkem obsahujícím výrok v uvozovkách a jeho autora je titulek *Miroslav Šlouf: „Rozluku v kampani jsem vymyslel já.“* (MFD, 28. 1. 2013). Patří k rozhovoru s lobbistou Miroslavem Šloufem, o jehož roli v prezidentské kampani Miloše Zemana se v lednu letošního roku v médiích spekulovalo. Šlouf v rozhovoru mj. tvrdí, že doporučil Zemanovi, aby během prezidentské kampaně tvrdil, že se od Šloufa „odstříhнул“. Tuto informaci vybírá autor rozhovoru do titulku. Adresátem článku jsou čtenáři, které zajímá prezidentská volba. Titulek má funkci informativní, avšak je informačně neúplný, neboť neuvádí, o jakou rozluku (respektive rozluku s kým) a jakou kampaň se jedná. Pro správnou interpretaci titulku jsou potřeba určité znalosti adresátů – znalost toho, kdo je Miroslav Šlouf a o jaké rozluce v jaké kampani hovoří. Čtenáři s těmito znalostmi mohou správně interpretovat daný titulek.

d) IDNES.CZ

iDnes.cz použila uvozovky v titulku „První slečna“ Zemanová moderovala přehlídku s ochrankou za zády (iDnes.cz, 3. 2. 2013). Server dal do uvozovek výraz „první slečna“, čímž jej odlišil od ostatního textu. Tuto funkci zatím v České republice nikdo nezastával, po zvolení Miloše Zemana se jedná o nově používané slovní spojení v souvislosti s prezidentským úřadem.

Uvozovky od ostatního textu odlišují také výrazy nespisovné a hovorové. Odlišný pohled analyzovaných novin a serverů na užívání nespisovných a hovorových výrazů v titulcích a jejich případné dávání do uvozovek ilustrujeme na příkladu titulků článku týkajících se průzkumu agentury STEM, která zjišťovala názory lidí na současný a minulý režim.

- a) BLESK
- b) BLESK.CZ

Blesk a Blesk.cz shodně užily v titulcích nespisovný výraz *totáč* a nechaly jej bez uvozovek. Zbylá slova v titulku byla spisovná včetně *lépe*.

Bylo lépe za totáče? (Blesk, 31. 1. 2013, s. 3)

Bylo lépe za totáče? Průzkum: Třetina Čechů říká, že ANO! (Blesk.cz, 31. 1. 2013)

- c) MLADÁ FRONTA DNES

Hovorový výraz *líp* použila v titulku Mladá fronta Dnes, pojem totalita nechala v titulku v jeho spisovné podobě.

Za totality bylo líp, říká každý třetí Čech (MFD, 31. 1. 2013, s. A4)

- d) IDNES.CZ

iDnes.cz dala nespisovný výraz *totáč* do uvozovek, hovorový výraz *líp* nechala bez uvozovek.

Za „totáče“ bylo líp, říká každý třetí. Spokojenost ubírá Nečasova vláda (iDnes.cz, 30. 1. 2013)

Nespisovný výraz *totáč* použily v titulku deník Blesk a servery Blesk.cz a iDnes.cz. Deník Blesk a server Blesk.cz jej do uvozovek nedaly, zatímco server iDnes.cz ano. iDnes.cz dala uvozovkami najevo, že se od nespisovného výrazu distancuje.

Hovorový výraz v těchto titulcích použily deník Mladá fronta Dnes a server iDnes.cz, a to bez uvozovek. Titulek obsahoval konstatování, názor (*Za totality bylo líp/Za „totáče“ bylo líp*) a uvedení jeho autora (*každý třetí/každý třetí Čech*). Vzhledem k této formě zvolily Mladá fronta Dnes a iDnes.cz hovorový výraz v titulku – titulek tak vyznívá autentičtěji. Za hovorovým výrazem v titulku může být i snaha média hovořit jazykem svých čtenářů, přiblížit se jim tak.

UVOZOVKY V TITULKU – SHRNUÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících uvozovky vyznačující citace</i>
Blesk	0
Blesk.cz	0
Mladá fronta Dnes	3
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících uvozovky vyznačující citace</i>
Tiskoviny	3
Internetové servery	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících uvozovky vyznačující citace</i>
Bulvární média	0
Seriózní média	3

Citace dané do uvozovek se nacházely pouze v analyzovaných titulcích seriózního tisku, ve zmíněných příkladech se však neshodovaly s přímou řečí v rozhovoru, z níž titulek vychází. Ostatní média uvozovky tímto způsobem neužila.

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících uvozovky vyjadřující distancování autora od příslušného výrazu</i>
Blesk	1
Blesk.cz	0
Mladá fronta Dnes	1
iDnes.cz	2

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících uvozovky vyjadřující distancování autora od příslušného výrazu</i>
Tiskoviny	2
Internetové servery	2

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících uvozovky vyjadřující distancování autora od příslušného výrazu</i>
Bulvární média	1
Seriózní média	3

Práce s uvozovkami v analyzovaných titulcích se lišila i v případě uvozovek, jejichž užitím autor dává najevo distanc od výrazu v uvozovkách. V analyzovaných titulcích byly uvozovkami odlišeny určité výrazy od ostatního textu (př. nespisovné, hovorové) a naznačován postoj autora titulku (př. sarkasmus). S uvozovkami použitými v těchto funkcích se častěji setkávali čtenáři seriózních médií.

Odlišný pohled analyzovaných novin a serverů na užívání nespisovných a hovorových výrazů v titulcích a jejich případné dávání do uvozovek byl demonstrován na titulcích článků týkajících se průzkumu agentury STEM, která zjišťovala názory lidí na současný a předlistopadový režim. Nespisovný výraz v titulcích použila všechna média kromě seriózního tisku. Zatímco seriózní internetový server v příslušném titulku dal nespisovný výraz do uvozovek, bulvární média tentýž výraz ponechala bez nich. Hovorový výraz

v analyzovaných titulcích týkajících se zmíněného průzkumu použily obě seriózní média, ani jedno nedalo tento výraz do uvozovek.

5.6 POMLČKA V TITULKU

Interpunkční znaménkem použitým v analyzovaných titulcích je také pomlčka, která „*od sebe odděluje části projevu*“ (Šaur, 2005, s. 184).

- a) BLESK
- b) BLESK.CZ

V analyzovaných titulcích článků Blesk a Blesk.cz se pomlčka nevyskytovala.

- c) MLADÁ FRONTA DNES

V titulku *Nadal je po 8 měsících zpět – vyhrál v deblu* (MFD, 7. 2. 2013, s. B11) pomlčka slouží jako zvýrazňující prostředek k oddělení dvou výrazů větné povahy (Janovec et al. 2006, s. 128). Titulek má funkci sdělnou, je však informačně neúplný, jeho správná interpretace předpokládá určitou znalost čtenářů (kdo je Nadal, proč a v čem je zpět, co je debl). Teprve s těmito znalostmi jej čtenář může správně interpretovat. Titulek je umístěn nad článkem informujícím o tom, že španělský tenista Rafael Nadal po osmiměsíční zdravotní pauze vyhrál tenisový zápas. Pomlčka v titulku odděluje informaci o Nadalově návratu na tenisové kurty, délce jeho odmlky od informace o jeho vítězství. Funkcí pomlčky je v titulku zvýraznit a oddělit obě tyto informace.

- d) IDNES.CZ

Pomlčka nebyla součástí ani jednoho analyzovaného titulku iDnes.cz

POMLČKA V TITULKU – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících pomlčku</i>
Blesk	0
Blesk.cz	0
Mladá fronta Dnes	1
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících pomlčku</i>
Tiskoviny	1
Internetové servery	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících pomlčku</i>
Bulvární média	0
Seriózní média	1

V analyzovaných titulcích se pomlčka vyskytovala pouze v titulku seriózního deníku, v němž zvýrazňovala a oddělovala jednotlivé informace. V titulcích ostatních médiích se toto znaménko nenacházelo.

5.7 SPOJOVNÍK V TITULKU

Ojedinele se v titulcích vyskytuje spojovník. Je to znaménko, které „*spojuje dvě části nebo dvě slova, naznačuje jejich blízkost*“ (Janovec et al., 2006, s. 130).

- a) BLESK
- b) BLESK.CZ
- c) MLADÁ FRONTA DNES

Čtenáři výše uvedených médií se se spojovníkem v analyzovaných titulcích nesetkali.

d) IDNES.CZ

Jak bylo již uvedeno výše, v titulku *Turecko - Česko 0:2, vítězství za výborný výkon v první půli* (iDnes.cz, 6. 2. 2013) je chybně užit spojovník místo pomlčky⁵⁶. V tomto případě navíc znaménko stojí na místě, kde by mohla být užitá předložka kontra a v tom případě se mezerou neodděluje (Janovec et al. 2006, s. 128). Pro porozumění titulku jsou třeba znalosti čtenářů o tom, že proběhlo fotbalové utkání mezi českou a tureckou fotbalovou reprezentací. Titulek má funkci informativní (*Turecko - Česko 0:2*) a hodnotící (*výborný výkon*). Užití znaménka činí informace v titulku přehledné a uspořádané, titulek však postrádá dynamizující prvek výpovědi (slovesný predikát). Čtenáře se Mladá fronta Dnes snaží zaujmout předložením vlastního stanoviska k výkonu české fotbalové reprezentace v utkání. V textu článku popisuje a hodnotí průběh utkání.

SPOJOVNÍK V TITULKŮ – SHRNU TÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících spojovník</i>
Blesk	0
Blesk.cz	0
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	1

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících spojovník</i>
Tiskoviny	0
Internetové servery	1

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících spojovník</i>
Bulvární média	0
Seriózní média	1

⁵⁶ Pomlčka (–) je charakteristická tím, že „výrazněji od sebe odděluje jednotlivé složky textu“ (Janovec a kol., 2006, s. 128), spojovník (-) „spojuje dvě části nebo dvě slova, naznačuje jejich blízkost.“ (Janovec a kol., 2006, s. 130). Pomlčka bývá oddělena mezerami, zatímco spojovník nikoli. (Janovec a kol., 2006, s. 129). Obě znaménka se liší svou délkou.

Spojovník byl v analyzovaných titulcích použit jedenkrát, a to v titulku seriózního internetového serveru. Jednalo se však o jeho chybné užití, neboť správně by na jeho místě měla stát pomlčka. Znaménko zde stálo na místě, kde by mohla být užitá předložka kontra.

5.8 TŘI TEČKY V TITULCÍCH

Jedním z interpunkčních znamének jsou tři tečky, které se vyskytovaly v jednom analyzovaném titulku.

a) BLESK

Tři tečky byly součástí titulku *Zdrčená maminka Renata: Vašku, Vašíčku...* (Blesk, 10. 1. 2013, s. 18-19), v němž signalizují „silné citové rozrušení“ (Janovec et al. 2006, s. 121) Renaty Drobné na pohřbu jejího syna Václava Drobného. Článek informuje čtenáře o posledním rozloučení s fotbalistou Václavem Drobným, je doplněn fotografiemi zesnulého, smutečních hostů a katafalku s věnci. Titulek je tištěn černou barvou, která je v naší kultuře považována za pohřební barvu a barvu smutku. Slova v titulku se opakují v článku, avšak zde je za nimi použit vykřičník: „*Vašku, Vašíčku!*“ *špitla Renata s očima zalitýma slzami, když se za tónů písňe Michala Tučného Tam u nebeských bran vydal na poslední cestu.* (Blesk, 10. 1. 2013, s. 18-19). Článek je postaven na osobě Renaty Drobné, text začíná slovy „*Ztichlou obřadní síní se nesl její pláč. Slzy paní Renata ronila pro své jediné dítě – fotbalistu Václava Drobného (†32), který tragicky zahynul na sjezdovce ve Špindlerově Mlýně.*“ (Blesk, 10. 1. 2013, s. 18), na největší z fotografií na dvojstraně je rovněž zachycena plačící Renata Drobná spolu se svým manželem a přítelkyní jejich syna. Snímek je doplněn následujícím popiskem: „*Ztráta syna je pro Vaškovu maminku obrovsky bolestivá. Jí i matce malého Sebestiána Ndeshi byl oporou Václav Drobný starší*“ (Blesk, 10. 1. 2013, s. 18). Blesk působí na city čtenářů černou barvou titulku, titulkem ve formě oslovení domáckou obměnou vlastního jména, hypokoristiky (*mamince, Sebíka*) užíváním eufemismů (*zesnulého, vydal na poslední cestu*) a fotografiemi plačících příbuzných zesnulého a smutečních hostů, které zabírají podstatně více místa na stránce než text článku.

- b) BLESK.CZ
- c) MLADÁ FRONTA DNES
- d) IDNES.CZ

V analyzovaných titulcích Blesk.cz, Mladé fronty Dnes a iDnes.cz se tento interpunkční znak nevyskytoval.

TŘI TEČKY V TITULKU – SHRNUÍ

<i>Médium</i>	<i>Počet titulků obsahujících tři tečky</i>
Blesk	1
Blesk.cz	0
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících tři tečky</i>
Tiskoviny	1
Internetové servery	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících tři tečky</i>
Bulvární média	1
Seriózní média	0

Tři tečky byly v analyzovaných v titulcích užívány výjimečně, v titulku je použil pouze bulvární deník, ostatní média nikoli. Funkcí tří teček v analyzovaném titulku byla signalizace nedokončené výpovědi.

5.9 ZÁVORKY V TITULKU

Závorky byly v analyzovaných titulcích použity dvakrát, v obou případech byl v závorce uveden věk zemřelých osob.

a) BLESK

V analyzovaných titulcích Blesku se závorky nevyskytovaly.

b) BLESK.CZ

Závorky ve svých titulcích užil internetový server Blesk.cz. Jednalo se o titulky *Zemřel Karel Čáslavský (†75), otec Videostopu. Rok nemohl dýchat* (Blesk.cz, 2. 1. 2013) a *Detaily pohřbu Jiráskové (†81): Její ostatky převevli na Šumavu!* (Blesk.cz, 8. 1. 2013). V závorkách těchto titulků byl uveden věk zemřelých osob – filmového historika a televizního moderátora Karla Čáslavského a herečky Jiřiny Jiráskové. Závorky v těchto titulcích tedy oddělují výrazy, které vyjadřují doplňující informaci a „*takto napomáhají k větší přehlednosti, a tím částečně i k vyšší srozumitelnosti textu, který je do závorek vložen*“ (Janovec et al., 2006, s. 123).

c) MLADÁ FRONTA DNES

d) IDNES.CZ

Mladá fronta Dnes a iDnes.cz v analyzovaných titulcích se závorkami nepracují.

ZÁVORKY V TITULKU– SHRNUÍ

Médium	Počet titulků obsahujících závorky
Blesk	0
Blesk.cz	2
Mladá fronta Dnes	0
iDnes.cz	0

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících závorky</i>
Tiskoviny	0
Internetové servery	2

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících závorky</i>
Bulvární média	2
Seriózní média	0

Se závorkami v analyzovaných titulcích pracuje pouze internetový server s bulvární tematikou. Závorky napomáhají větší přehlednosti titulku a vyjadřují doplňující informace, zde konkrétně věk zemřelých osob.

5.10 INTERPUNKCE V TITULKU – SHRNU TÍ

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících interpunkční znaménko (kromě čárky)</i>
Tiskoviny	51
Internetové servery	67

<i>Typ médií</i>	<i>Počet titulků obsahujících interpunkční znaménko (kromě čárky)</i>
Bulvární média	94
Seriózní média	26

Na základě analyzovaných titulků a četnosti užití interpunkčních znamének v nich lze vyvodit následující závěry.

Tištěné deníky častěji než internetové servery mají v titulcích vykřičník a uvozovky, neboť se snaží zaujmout čtenáře zvýrazněním určitých výrazů či výpovědí v titulku. Uvozovkami

odlišují určitý výraz (určité výrazy) v titulku od ostatních slov, čímž na něj poutají pozornost. Čtenáře může zaujmout zvolací charakter výpovědi, kterou vykřičník v titulku naznačuje.

Internetové servery oproti tiskovinám více využívají v titulcích otazník a dvojtečku, tedy častěji vyjadřují pochybnosti a domněnky, pokládají řečnické otázky. Dvojtečkou jsou v titulcích odděleny dvě související výpovědi. Slouží také k oddělení jména osobností od citací či parafrází jejich výroků.

Spojovník se vyskytl pouze v analyzovaných titulcích internetových serverů, došlo však k jeho chybnému užití. Znaménko v příslušném titulku stálo na místě, kde by mohla být užita předložka kontra – místo spojovníku měl tedy autor titulku zvolit pomlčku.

Specifikem titulků tiskovin byl výskyt pomlčky oddělující dva výrazy větné povahy, závorek vyjadřujících doplňující informace (zde věk zemřelých osob) a tří teček, které v analyzovaném titulku signalizovaly nedokončenou výpověď.

Na základě analyzovaných titulků lze konstatovat, že pro bulvární média je příznačné užití otazníku, vykřičníku a dvojtečky. Bulvár ve snaze vzbudit pozornost čtenářů mnohdy v titulcích apeluje na své čtenáře či osobnosti, o nichž píše, nebo je k něčemu vyzývá. Cizí mu není ani publikování polopravd, pochybností a domněnek v titulcích, k čemuž užívá výpovědi s funkcí interogativní. Dvojtečku slouží v titulcích především k oddělení jmen osob a jejich výroku (či parafrází výroků) a k oddělení dvou souvisejících výpovědí. Titulky bulváru obsahující dvojtečku bývají spíše než shrnutím obsahu článku citací či parafrází některé z výpovědí v textu článku, o nichž se autor domnívá, že je důležitá či že zaujme pozornost čtenářů, ačkoli obsah článku ne vždy vystihuje.

Pouze v titulcích bulváru se vyskytly závorky vyjadřující doplňující informace a tři tečky signalizující neukončenou výpověď.

Seriózní média častěji než média bulvární volí v titulcích uvozovky a tečku za větou či větným ekvivalentem. V uvozovkách kromě přímé řeči uvádí výrazy, které tak odlišuje od ostatního textu či se od nich chce distancovat (např. z důvodu jejich nespisovnosti). Bulvár nespisovné výrazy nechává bez uvozovek. Seriózní média na rozdíl od bulvárních

používají v titulcích pomlčku jako zvýrazňující prostředek k oddělení výrazů větné povahy.

Nepočítáme-li čárku v titulcích, která odděluje jednotlivé výpovědi v titulcích, můžeme konstatovat, že interpunkční znaménka užívají internetové servery častěji než tiskoviny. Rozdíl ve výskytu interpunkčních znamének je také v titulcích bulvárních a seriózních médií, přičemž ta bulvární pracují se znaménky v titulcích ve větší míře. Velkou roli v tomto rozdílu hraje v bulváru často užívaná funkce apelová a výzvolá a interogativní, které se pojí s užitím vykřičníku a otazníku, a použití dvojtečky. Ve snaze zaujmout pozornost čtenářů a prodat co nejvíce výtisků či mít co největší návštěvnost internetových stránek si bulvár dopomáhá apelováním a výzvami směrem ke čtenářům či osobnostem, o nichž píše, či publikováním polopravd, pochybností a domněnek. Titulky musí především zaujmout čtenáře, proto mnohdy nejsou shrnutím obsahu, ale jsou informačně neúplné nebo obsahují vybranou pasáž z textu článku, ačkoli mnohdy obsah článku nevystihuje. Má-li být médium skutečně seriózní, pak musí být objektivní a vyvarovat se otázek a domněnek v titulku. To je jedním z důvodů, proč se interpunkční znaménka v menší míře vyskytují v titulcích seriózních tiskovin a internetových serverů.

6 ZÁVĚR

Cílem této práce bylo vysledovat obecné tendence při tvorbě titulků v bulvárních a seriózních tiskovinách a internetových serverech.

Základ pro tuto práci tvořil vzorek titulků z dvanácti výtisků deníku z ledna a února letošního roku. Jedná se o noviny, které vyšly 3. ledna 2013, 7. ledna 2013, 9. ledna 2013, 10. ledna 2013, 14. ledna 2013, 21. ledna 2013, 23. ledna 2013, 28. ledna 2013, 31. ledna 2013, 4. února 2013, 6. února 2013 a 7. února 2013.

Bylo prozkoumáno 232 titulků, z toho 58 titulků Blesku, 58 titulků Blesk.cz, 58 titulků Mladé fronty Dnes a 59 titulků iDnes.cz. Deník Blesk a servery Blesk.cz zastupovaly bulvární média, deník Mladá fronta Dnes a server iDnes.cz byly zvoleny jako zástupci médií seriózních.

Byla provedena pragmatická a stylistická analýza všech analyzovaných titulků a jejich komparace.

Práce se věnovala lexikální, morfologické a syntaktické rovině titulků, titulky podle funkcí výpovědi, interpunkci v titulcích a jejich grafické úpravě. Jednotlivé kapitoly obsahovaly shrnutí výsledků analýzy jednotlivých jevů.

Na začátku práce byly stanoveny následující hypotézy:

Bulvár se na rozdíl od seriózních médií snaží zaujmout pozornost čtenářů grafickou úpravou titulků – titulky zasahujícími do dalších komponent článku, barevnými titulky a verzáčkami v titulku.

Titulky článků v seriózním tisku většinou obsahují větší počet slov než titulky v bulváru. Titulky seriózních médií obsahují výhradně spisovnou češtinu, v titulcích bulvárních médií se vyskytují i nespisovné výrazy.

Expresivní příznaky v titulcích jsou specifickým bulvárních médií.

Výpovědi s funkcí interogativní se vyskytují pouze v bulvárních médiích.

Tyto hypotézy byly v průběhu práce potvrzeny, či vyvráceny.

Hypotéza „Bulvár se na rozdíl od seriózních médií snaží zaujmout pozornost čtenářů grafickou úpravou titulků – titulky zasahujícími do dalších komponent článku, barevnými titulky a verzálkami v titulku“ byla potvrzena. Bulvární tisk obsahuje jednak titulky nepřesahující do dalších komponent, jednak titulky zasahující do dalších komponent článku (většinou do fotografie). Oproti tomu titulky seriózního tisku stojí samostatně a do dalších komponent článku nezasahují. Zatímco pro titulky seriózních médií byla použita výhradně černá barva, grafici bulváru volily pro titulky i další barvy. Tímto způsobem byly vyznačovány jak určité výrazy v titulku, tak titulky celé. Specifikem bulvárního internetového serveru byly titulky sportovního zpravodajství. Titulky zpráv z oblasti sportu byly vždy celobarevné a barva pro ně byla volena podle druhu sportu, jehož se titulky týkaly. Př. fotbalu je v titulcích sportovního zpravodajství serveru Blesk.cz přiřazena zelená barva. Charakteristickým rysem bulváru jsou rovněž verzálky, kterými bulvár zdůrazňuje určitý výraz (určité výrazy) v titulku a odlišuje jej (je) tak od ostatních slov v titulku. Stejně jako barevné řešení titulků i verzálky poutají pozornost čtenářů. Výjimečně je jimi sázen celý titulek. Seriózní média s barevnými titulky ani verzálkami v analyzovaných titulcích nepracovala. Grafická stránka titulků seriózních médií by neměla čtenáře odvádět od sdělení v titulku a člancích, seriózní média by měla klást větší důraz na obsah titulků než jejich grafickou úpravu.

Na základě provedené analýzy lze konstatovat, že titulky článků v seriózním tisku většinou obsahují větší počet slov než titulky v bulváru. Titulky článků v seriózním tisku obsahovaly nejčastěji osm slov, titulky článků internetového serveru byly obvykle tvořeny jedenácti slovy. Bulvár nejčastěji volil titulky o čtyřech slovech, objevily se v něm i titulky jednoslovné či dvouslovné – titulky této délky se v seriózních médiích vůbec nevyskytují. Platí, že delší titulek umožňuje pisateli obohatit jeho obsah. Pokud chce médium čtenářům nabízet titulky srozumitelné a pravdivé, delšímu počtu slov se mnohdy nevyhne. Můžeme tedy říct, že byla potvrzena druhá hypotéza – „Titulky článků v seriózním tisku většinou obsahují větší počet slov než titulky v bulváru“.

Základem titulků by měl být neutrální spisovný jazyk. V analyzovaných titulcích se vyskytovaly také nespisovné výrazy, jejichž použitím se médium snaží zaujmout čtenáře a ve snaze hovořit jazykem (některých z nich) přiblížit. Nespisovné výrazy se objevovaly

jak v bulvárních médiích, tak v jednom titulku seriózního internetového serveru. Tímto se nepotvrdila následující hypotéza: „Titulky seriózních médií obsahují výhradně spisovnou češtinu, v titulcích bulvárních médií se vyskytují i nespisovné výrazy“.

Kladné i záporné expresivní příznaky se vyskytovaly pouze v titulcích bulvárních médií, a to především v bulvárním tisku. Titulky obsahující expresivní příznaky mohou čtenáře zaujmout, jejich užitím však autor vyjadřuje vlastní stanovisko ke sdělované skutečnosti. Proto se v titulcích seriózních médií expresivní příznaky nenachází. Analýza titulků tedy potvrdila hypotézu „Expresivní příznaky v titulcích jsou specifikem bulvárních médií“.

Výpovědi v titulcích mají nejčastěji funkci asertivní. Kromě této funkce se v titulcích vyskytují také výpovědi s funkcí direktivní či interogativní. Titulky s funkcí direktivní signalizují kontakt se čtenářem, mohou však působit nezdvořile. Ve svých titulcích je užila jak média bulvární, tak média seriózní. Pro titulky bulváru jsou charakteristické výpovědi s funkcí interogativní, jimiž autoři vyjadřují pochybnosti, domněnky a pokládají otázky, na které ne vždy čtenář nalezne v titulkovém bloku či článku odpověď. Výpovědi obsahující pochybnosti a domněnky mohou čtenáře uvádět v omyl, manipulovat s ním. Přesto i v titulcích seriózních médiích se lze setkat s výpovědí s funkcí interogativní. Hypotéza „Výpovědi s funkcí interogativní se vyskytují pouze v bulvárních médiích“ byla tímto vyvrácena.

7 SEZNAM LITERATURY

BALL-ROKEACH, S. J. a M. L. DeFLEUR. *Úvod do teorie masové komunikace*. Přel. J. Jiráček a O. Šoltys. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7178-714-0.

BEČKA, J. V. *Jazyk a styl novin*. 1. vyd. Praha: Novinář, 1973.

BEDNÁŘ, V. *Internetová publicistika*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3452-1.

BEDNAŘÍK, P., J. JIRÁK a B. KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Portál, 2011. ISBN 978-80-247-3028-8.

BLAŽEJ, B. *Grafická úprava tiskovin pro IV. ročník SPŠG, studijní obor polygrafie*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990. ISBN 80-04-23201-9.

BLAŽEK, B. *Tváří v tvář obrazovce*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995. ISBN 80-85850-11-7.

BURNS, L. S. *Žurnalistika*. Přel. H. Loupová. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-871-6.

ČECHOVÁ, M., M. KRČMOVÁ a E. MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4.

DUBSKÝ, J., K. MURDZA a L. URBAN. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3563-4.

FLIEGL, T. *Událost, její zobrazení a titulky (na vzorku 7 finálových utkání play off hokejové extraligy 2002/2003)*. Praha, 2004. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky.

JANOVEC, L. et. al. *Jak používat čárku a další interpunkční znaménka*. Praha: Klett, 2006. ISBN 80-86906-76-0.

JAURIS, M. a Z. ZASTÁVKA. *Základy neformální logiky: Učební text pro střední školy*. Praha: S&M, 1992. ISBN 80-901387-1-3.

JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.

KARLÍK, P., M. NEKULA a J. PLESKALOVÁ (eds.). *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Lidové noviny, 2002. ISBN 978-80-7106-484-8.

KARLÍK, P., M. NEKULA a Z. RUSÍNOVÁ (eds.). *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-980-5.

McCHESNEY, R. W. *Problém médií : jak uvažovat o dnešních médiích*. Přel. B. Holubová. Všeň: Grimmus, 2009. ISBN 978-80-902831-2-1.

McNAIR, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Přel. H. Loupová. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6.

McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Přel. J. Jirák a M. Kabát. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178 714-0.

MACHOVÁ, S. a M. ŠVEHLOVÁ. *Sémantika a pragmatická lingvistika*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, 2001. ISBN 80-72-90-061-7.

MACHOVÁ, S. a M. ŠAMALOVÁ (eds.). *Výuka pragmatických aspektů řečové komunikace ve vyšších třídách gymnázií a na SOŠ*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, 2005. ISBN 978-80-7290-316-0.

MILLIANOVÁ, M. *Typologie a popis struktury titulků na první straně výrazně odlišných deníků za období od 23. října do 31. října 2003*. Praha, 2004. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky.

OSVALDOVÁ, B. a J. HALADA et al. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri, 2007. ISBN 978-80-7277-266-7.

OSVALDOVÁ, B. a A. TEJKALOVÁ (eds.) *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1684-1.

RUSS-MOHL, S. *Žurnalistika*. Přel. H. Bakičová. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-0158-8.

SCHIMON, P. *Kde začíná bulvár v novinové typografii*. Praha, 2003. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií.

ŠAUR, V. *Pravidla českého pravopisu s výkladem mluvnice*. Praha: Ottovo nakladatelství, 2009. ISBN 978-80-7360-288-8.

TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.

7.1 ELEKTRONICKÉ ZDROJE

Blesk.cz [online]. ISSN 1213-8991. Dostupné z: <http://www.blesk.cz>.

FIŠER, Radovan. Jan Jiráček: Na FSV jsou dva blízké, ale svěbytné světy. *Sociál* [online]. [cit. 2013-11-28]. Dostupné z: <http://social.ukmedia.cz/jan-jirak-na-fsv-jsou-dva-blizke-ale-svebytné-svety>

Froněk prodal Špigl. *Brána do světa médií, marketingu a reklamy - E15.cz / strategie* [online]. [cit. 2013-05-18]. Dostupné z: http://strategie.e15.cz/zpravy/fronek-prodal-spigl#utm_medium=selfpromo&utm_source=e15&utm_campaign=copylink

HVÍŽĎALA, Karel. Bulvár, to není nadávka. *Neviditelný pes* [online]. [cit. 2013-05-10]. Dostupné z: http://neviditelnypes.lidovky.cz/media-bulvar-to-neni-nadavka-dpx-/p_spolecnost.aspx?c=A071031_205744_p_spolecnost_wag

iDnes.cz [online]. Dostupné z: <http://www.idnes.cz>.

JANOVSKÝ, Dušan. Jak psát titulek: a proč je důležitý. In: *Jak psát web, návod na html stránky* [online]. [cit. 2013-05-24]. Dostupné z: <http://www.jakpsatweb.cz/titulek.html>

JIRÁK, Jan. Proč potřebujeme mediální výchovu. In: *Metodický portál RVP.CZ - unikátní PROSTOR PRO UČITELE, sdílení zkušeností a spolupráci* [online]. [cit. 2013-06-03]. Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/540/PROC-POTREBUJEME-MEDIALNI-VYCHOVU.html/>

Periodický tisk [online]. [cit. 2013-05-17]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk>

Rámcový vzdělávací program pro gymnázia. [online]. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, 2007. 100 s. [cit. 2013-5-27]. Dostupné z: http://www.vuppraha.cz/wp-content/uploads/2009/12/RVPG-2007-07_final.pdf. ISBN 978-80-87000-11-3.

7.2 TIŠTĚNÁ PERIODIKA

Blesk. Ringier Axel Springer CZ a.s. Praha a Ostrava: Ringier Axel Springer Print CZ, 2013, roč. 32, č. 2. ISSN 1210 – 5333.

Blesk. Ringier Axel Springer CZ a.s. Praha a Ostrava: Ringier Axel Springer Print CZ, 2013, roč. 32, č. 5. ISSN 1210 – 5333.

Blesk. Ringier Axel Springer CZ a.s. Praha a Ostrava: Ringier Axel Springer Print CZ, 2013, roč. 32, č. 7. ISSN 1210 – 5333.

Blesk. Ringier Axel Springer CZ a.s. Praha a Ostrava: Ringier Axel Springer Print CZ, 2013, roč. 32, č. 8. ISSN 1210 – 5333.

Blesk. Ringier Axel Springer CZ a.s. Praha a Ostrava: Ringier Axel Springer Print CZ, 2013, roč. 32, č. 11. ISSN 1210 – 5333.

Blesk. Ringier Axel Springer CZ a.s. Praha a Ostrava: Ringier Axel Springer Print CZ, 2013, roč. 32, č. 17. ISSN 1210 – 5333.

Blesk. Ringier Axel Springer CZ a.s. Praha a Ostrava: Ringier Axel Springer Print CZ, 2013, roč. 32, č. 19. ISSN 1210 – 5333.

Blesk. Ringier Axel Springer CZ a.s. Praha a Ostrava: Ringier Axel Springer Print CZ, 2013, roč. 32, č. 23. ISSN 1210 – 5333.

Blesk. Ringier Axel Springer CZ a.s. Praha a Ostrava: Ringier Axel Springer Print CZ, 2013, roč. 32, č. 26. ISSN 1210 – 5333.

Blesk. Ringier Axel Springer CZ a.s. Praha a Ostrava: Ringier Axel Springer Print CZ, 2013, roč. 32, č. 29. ISSN 1210 – 5333.

Blesk. Ringier Axel Springer CZ a.s. Praha a Ostrava: Ringier Axel Springer Print CZ, 2013, roč. 32, č. 31. ISSN 1210 – 5333.

Blesk. Ringier Axel Springer CZ a.s. Praha a Ostrava: Ringier Axel Springer Print CZ, 2013, roč. 32, č. 32. ISSN 1210 – 5333.

Mladá fronta Dnes. MAFRA, a. s. Praha a Olomouc: Tiskárny Mafaprint, 2013, 32, č. 2.
ISSN 1210 1168.

Mladá fronta Dnes. MAFRA, a. s. Praha a Olomouc: Tiskárny Mafaprint, 2013, 32, č. 5.
ISSN 1210 1168.

Mladá fronta Dnes. MAFRA, a. s. Praha a Olomouc: Tiskárny Mafaprint, 2013, 32, č. 7.
ISSN 1210 1168.

Mladá fronta Dnes. MAFRA, a. s. Praha a Olomouc: Tiskárny Mafaprint, 2013, 32, č. 8.
ISSN 1210 1168.

Mladá fronta Dnes. MAFRA, a. s. Praha a Olomouc: Tiskárny Mafaprint, 2013, 32, č. 11.
ISSN 1210 1168.

Mladá fronta Dnes. MAFRA, a. s. Praha a Olomouc: Tiskárny Mafaprint, 2013, 32, č. 17.
ISSN 1210 1168.

Mladá fronta Dnes. MAFRA, a. s. Praha a Olomouc: Tiskárny Mafaprint, 2013, 32, č. 19.
ISSN 1210 1168.

Mladá fronta Dnes. MAFRA, a. s. Praha a Olomouc: Tiskárny Mafaprint, 2013, 32, č. 23.
ISSN 1210 1168.

Mladá fronta Dnes. MAFRA, a. s. Praha a Olomouc: Tiskárny Mafaprint, 2013, 32, č. 26.
ISSN 1210 1168.

Mladá fronta Dnes. MAFRA, a. s. Praha a Olomouc: Tiskárny Mafaprint, 2013, 32, č. 29.
ISSN 1210 1168.

Mladá fronta Dnes. MAFRA, a. s. Praha a Olomouc: Tiskárny Mafaprint, 2013, 32, č. 31.
ISSN 1210 1168.

Mladá fronta Dnes. MAFRA, a. s. Praha a Olomouc: Tiskárny Mafaprint, 2013, 32, č. 32.
ISSN 1210 1168.

8 SEZNAM ANALYZOVANÝCH TITULKŮ

SEZNAM ANALYZOVANÝCH TITULKŮ DENÍKU BLESK

- Angažoval Ivánka Horníka! (Blesk, 3. 1. 2013, s. 14)
- Holík: Jsou to flákači! (Blesk, 3. 1. 2013, s. 17)
- Osvobodí 550 lidí (Blesk, 3. 1. 2013, s. 20)
- Tecla má Plzeň! (Blesk, 3. 1. 2013, s. 14)
- Umíral němý! (Blesk, 3. 1. 2013, s. 6)
- Amnestie k ústavnímu soudu (Blesk, 7. 1. 2013, s. 2)
- DEBAKL Kvitové (Blesk, 7. 1. 2013, s. 17)
- Loprais si otestoval páteř (Blesk, 7. 1. 2013, s. 16)
- Jágr riskoval 52 milionů! (Blesk, 9. 1. 2013, s. 18–19)
- Pohřby budou tři! (Blesk, 9. 1. 2013, s. 2)
- V hospodách vám Heger típne cigarety! (Blesk, 9. 1. 2013, s. 8)
- Žralo by mě svědomí! (Blesk, 9. 1. 2013, s. 19)
- Práce je méně (Blesk, 10. 1. 2013, s. 2)
- Zdrčená maminka Renata: Vašku, Vašíčku... (Blesk, 10. 1. 2013, s. 18–19)
- Zlín zahalil jedovatý dým (Blesk, 10. 1. 2013, s. 6–7)
- Debakl pravice (Blesk, 14. 1. 2013, s. 2)
- Čech je zpět! (Blesk, 14. 1. 2013, s. 17)
- Plakala bolestí (Blesk, 14. 1. 2013, s. 16)
- Vydra: 2 góly (Blesk, 14. 1. 2013, s. 16)
- Zatracené vstávání! (Blesk, 14. 1. 2013, s. 16)
- CENÍ ZUBY na šampiona (Blesk, 21. 1. 2013, s. 16–17)
- Delon byl za fešáka (Blesk, 21. 1. 2013, s. 10–11)
- Dvě zlata pro maminku do nebe (Blesk, 21. 1. 2013, s. 16)
- Hysterie kolem Dejdara (Blesk, 21. 1. 2013, s. 8)
- Muž se zapálil v centru Prahy! (Blesk, 21. 1. 2013, s. 6)
- Necítil jsem se dobře! (Blesk, 21. 1. 2013, s. 15)
- Zapomeňte na J. R., J. J. řídí Dallas (Blesk, 21. 1. 2013, s. 14)
- Smrt'ák zklamal (Blesk, 23. 1. 2013, s. 18)
- Teď si ugriluji Šarapovu! (Blesk, 23. 1. 2013, s. 18)

Zabíjel jsem! (Blesk, 23. 1. 2013, s. 24)
Bronz s vykloubeným ramenem (Blesk, 28. 1. 2013, s. 19)
Nahradil Jágra (Blesk, 28. 1. 2013, s. 21)
Operace páteře! (Blesk, 28. 1. 2013, s. 18)
Rekord za 48 milionů! (Blesk, 28. 1. 2013, s. 18)
Šlouf hot, Zeman čehý: Chlapi, tak se domluvte! (Blesk, 28. 1. 2013, s. 4)
Utěšitelka v černém (Blesk, 28. 1. 2013, s. 3)
Vezme Šloufa na Hrad? (Blesk, 28. 1. 2013, s. 4)
Vítězný návrat! (Blesk, 28. 1. 2013, s. 20)
VYDROMÁNIE! (Blesk, 28. 1. 2013, s. 21)
Bylo lépe za totáče? (Blesk, 31. 1. 2013, s. 3)
Sejdeme se v Praze (Blesk, 31. 1. 2013, s. 16)
Tráva na předpis (Blesk, 31. 1. 2013, s. 2)
Týmu věřím, řekl Jágr (Blesk, 31. 1. 2013, s. 16)
Eva Jurinová: Ta holka má talent (Blesk, 4. 2. 2013, s. 2–3)
Jardo, nehol se! (Blesk, 4. 2. 2013, s. 16)
Opilou přejelo 2x metro Přežila! (Blesk, 4. 2. 2013, s. 6)
Po 42 letech! (Blesk, 4. 2. 2013, s. 6)
Prezident Zeman už začíná „úřadovat“ (Blesk, 4. 2. 2013, s. 2–3)
Senzační Matura! (Blesk, 4. 2. 2013, s. 15)
Amnestii sis měl, Vašku, odpustit (Blesk, 6. 2. 2013, s. 3)
Přišel jsem do rozkradené kanceláře! (Blesk, 6. 2. 2013, s. 3)
Zvrhlý voják z Plzně: Za 500 Kč koupil miminko na sex (Blesk, 6. 2. 2013, s. 7)
Gottova rodina se rozrůstá (Blesk, 7. 2. 2013, s. 9)
Na Dr. Čuně se uvařila voda (Blesk, 7. 2. 2013, s. 6–7)
Nadal se vrátil (Blesk, 7. 2. 2013, s. 16)
Turek se povedl! (Blesk, 7. 2. 2013, s. 14–15)
Vonn pod kudlu (Blesk, 7. 2. 2013, s. 16)
Za medaili fandům zazpívám (Blesk, 7. 2. 2013, s. 16)

SEZNAM ANALYZOVANÝCH TITULKŮ INTERNETOVÉHO SERVERU BLESK.CZ

Horník se vrací na scénu. Nastupuje do střížkovských Bohemians (Blesk.cz, 2. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/fotbal-domaci-souteze-druha-liga/135677/hornik-se-vraci-na-scenu-nastupuje-do-strizkovskych-bohemians.html>

Kouč Holík byl dvakrát zlatý, na hokejisty se zlobí: Jsou to flákači! (Blesk.cz, 2. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/sport-blesk-sport/188187/kouc-holik-byl-dvakrat-zlaty-na-hokejisty-se-zlobi-jsou-to-flakaci.html>

Skromnější amnestie na Slovensku: Až 550 propuštěných. V Česku jich může být 6876! (Blesk.cz, 2. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/188162/skromnejsi-amnestie-na-slovensku-az-550-propustenych-v-cesku-jich-muze-byt-6876.html>

Tecl: Plzeň nešla odmítnout, takovou nabídku už bych nemusel dostat (Blesk.cz, 2. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/fotbal-gambrinus-liga-gambrinus-liga-12-13/135679/tecl-plzen-nesla-odmitnout-takovou-nabidku-uz-bych-nemusel-dostat.html>

Zemřel Karel Čáslavský (†75), otec Videostopu. Rok nemohl dýchat (Blesk.cz, 2. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/188146/zemrel-karel-caslavsky-75-otec-videostopu-rok-nemohl-dychat.html>

Rally Dakar začala, třetí Loprais otestoval svoje obratle (Blesk.cz, 5. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/ostatni-motorismus-rally/135859/rally-dakar-zacala-treti-loprais-otestoval-svoje-obratle.html>

Propadák před Australian Open. Kvitovou vyškolila Cibulková (Blesk.cz, 6. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/tenis/135861/propadak-pred-australian-open-kvitovou-vyskolila-cibulkova.html>

Václav Klaus o amnestii: Svého rozhodnutí nelituji (Blesk.cz, 6. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/188418/vaclav-klaus-o-amnestii-sveho-rozhodnuti-nelituji.html>

Detaily pohřbu Jiráskové (†81): Její ostatky převezli na Šumavu! (Blesk.cz, 8. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-zemrela-jirina-jiraskova/188523/detaily-pohrbu-jiraskove-81-jeji-ostatky-prevezli-na-sumavu.html>

Jágr se podíval na tabulku a šel hrát: Nechtěl jsem mít výčitky svědomí! (Blesk.cz, 8. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/hokej-tipsport-extraliga/136024/jagr-se-podival-na-tabulku-a-sel-hrat-nechtel-jsem-mit-vycitky-svedomi.html>

Jágr vlétl na Litvínov a překvapil fanoušky, své Kladno i soupeře (Blesk.cz, 8. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/hokej-tipsport-extraliga/136008/jagr-vletl-na-litvinov-a-prekvapil-fanousky-sve-kladno-i-souperem.html>

Obří požár skladu ve Zlíně: Hrozí zřícení budovy, škoda za 210 milionů! (Blesk.cz, 9. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/188564/obri-pozar-skladu-ve-zline-hrozi-zriceni-budovy-skoda-za-210-milionu.html>

Pohřeb Václava Drobného: Rozloučit se přišli Jarošík i Řepková (Blesk.cz, 9. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/fotbal/136052/pohreb-vaclava-drobneho-rozloucit-se-prisli-jarosik-i-repkova.html>

Půl milionů nezaměstnaných zoufale hledá práci (Blesk.cz, 9. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/166420/pul-milionu-nezamestnanych-zoufale-hleda-praci.html>

V hospodách vám Heger típne cigarety! (Blesk.cz, 9. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/188556/v-hospodach-vam-heger-tipne-cigarety.html>

Parádní Čechův návrat! Na půdě Stoke nedostal gól ani z penalty (Blesk.cz, 12. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/fotbal-zahranici-anglie/136241/paradni-cechuv-navrat-na-pude-stoke-nedostal-gol-ani-z-penalty.html>

Vydra řádí! Ve druhé anglické lize zničil dvěma góly Middlesbrough (Blesk.cz, 12. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/fotbal-zahranici-anglie/136255/vydra-radi-ve-druhe-anglicke-lize-znicil-dvema-goly-middlesbrough.html>

Hrdinka Sáblíková porazila bolest, k medaili chyběl kousek (Blesk.cz, 13. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/ostatni-zimni-sporty-rychlobrusleni/136309/hrdinka-sablikova-porazila-bolest-k-medaili-chybel-kousek.html>

Jizerskou padesátku vyhrál Aukland, Bauer dojel v premiéře druhý (Blesk.cz, 13. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/ostatni-zimni-sporty-lyzovani/136288/jizerskou-padesatku-vyhral-aukland-bauer-dojel-v-premiere-druhy.html>

Václav Klaus: Prezidentské volby jsou debakl pravice a jasná prohra ODS! (Blesk.cz, 13. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-volba-prezidenta/188875/vaclav-klaus-prezidentske-volby-jsou-debakl-pravice-a-jasna-prohra-ods.html>

Drama na Václavském náměstí: Muž se zapálil tam, kde před 44 lety Palach (Blesk.cz, 20. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/189329/drama-na-vaclavskem-namesti-muz-se-zapalil-tam-kde-pred-44-lety-palach.html>

Jágr po premiéře snů: Na to si nezvykejte, smál se při rozhovoru (Blesk.cz, 20. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/hokej-nhl/136717/jagr-po-premiere-snu-na-to-si-nezvykejte-smal-se-pri-rozhovoru.html>

Novak to zvládl! Djoković udolal Wawrinku, půjde na Berdycha (Blesk.cz, 20. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/tenis-australian-open/136712/novak-to-zvladl-djokovic-udolal-wawrinku-pujde-na-berdycha.html>

Ples v Opeře v Brně: Halucinace večera? Christová v kostýmu! (Blesk.cz, 20. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/189327/ples-v-opere-v-brne-halucinace-vecera-christova-v-kostymu.html>

Snový začátek! Jágr dvěma góly a čtyřmi body zničil Phoenix (Blesk.cz, 20. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/hokej-nhl/136711/snovy-zacatek-jagr-dvema-goly-a-ctyrmi-body-znicil-phoenix.html>

Šampion Matura poslal svoje dvě vítězství mamince do nebe (Blesk.cz, 21. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/ostatni-zimni-sporty/136790/sampion-matura-poslal-svoje-dve-vitezstvi-mamince-do-nebe.html>

Trest za podporu Zemana: Dejdare, u nás si už nezahraješ! (Blesk.cz, 21. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-volba-prezidenta/189367/trest-za-podporu-zemana-dejdare-u-nas-si-uz-nezahrajes.html>

Berdychův sen o titulu z Australian Open rázně ut'al Djokovič (Blesk.cz, 22. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/tenis-australian-open/136835/berdychuv-sen-o-titulu-z-australian-open-razne-utal-djokovic.html>

Princ Harry se vrací z Afghánistánu: Ano, zabíjel jsem lidi (Blesk.cz, 22. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-kralovske-rodiny/189428/princ-harry-se-vraci-z-afghanistanu-ano-zabijel-jsem-lidi.html>

Šarapovovou vyzve v semifinále Australian Open Číňanka Li Na (Blesk.cz, 22. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/tenis-australian-open/136834/sarapovovou-vyzve-v-semifinale-australian-open-cinanka-li-na.html>

Rosický nastoupil za Arsenal poprvé od prosince a přispěl k postupu (Blesk.cz, 26. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/fotbal-zahranici-anglie/137122/rosicky-nastoupil-za-arsenal-poprve-od-prosince-a-prispel-k-postupu.html>

Senzace! Březina má první velkou medaili, na ME urval bronz (Blesk.cz, 26. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/ostatni-zimni-sporty-krasobrusleni/137112/senzace-brezina-ma-prvni-velkou-medaili-na-me-urval-bronz.html>

Šedá eminence Šlouf: Bude dělat Zemanovi tajemníka, nebo řidiče? (Blesk.cz, 26. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-volba-prezidenta/189737/seda-eminence-slouf-bude-delat-zemanovi-tajemnika-nebo-ridice.html>

Zase dva góly! Nezastavitelný Vydra pomohl Watfordu k další výhře (Blesk.cz, 26. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/fotbal-zahranici-anglie/137117/zase-dva-goly-nezastavitelny-vydra-pomohl-watfordu-k-dalsi-vyhre.html>

Djoker vládne Austrálii třetím rokem, nestačil na něj Murray (Blesk.cz, 27. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/tenis-australian-open/137166/djoker-vladne-australii-tretim-rokem-nestacil-na-nej-murray.html>

Jágr chyběl, Stars nezachránil od porážky ani první gól Vincoura (Blesk.cz, 27. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/hokej-nhl/137128/jagr-chybel-stars-nezachranil-od-porazky-ani-prvni-gol-vincoura.html>

Odstřižení? Takhle Šlouf gratuloval Zemanovi (Blesk.cz, 27. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-volba-prezidenta/189782/odstrizeni-takhle-slouf-gratuloval-zemanovi.html>

Oslavy knížecí prohry: Loučení s Therese, focení s fanynkami a odjezd domů (Blesk.cz, 27. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-volba-prezidenta/189775/oslavy-knizeci-prohry-louceni-s-therese-foceni-s-fanynkami-a-odjezd-domu.html>

Ztráta před Davis Cupem: Štěpánek jde na operaci páteře, proti Švýcarům nenastoupí (Blesk.cz, 27. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/tenis/137167/ztrata-pred-davis-cupem-stepanek-jde-na-operaci-patere-proti-svycarum-nenastoupi.html>

Jágr poprvé od premiéry bodoval. Dallas ale dostal nářez od Detroitu (Blesk.cz, 30. 1. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/hokej-nhl/137327/jagr-poprve-od-premiery-bodoval-dallas-ale-dostal-narez-od-detroitu.html>

Bylo lépe za totáče? Průzkum: Třetina Čechů říká, že ANO! (Blesk.cz, 31. 1. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/190022/bylo-lepe-za-totace-pruzkum-tretina-cechu-rika-ze-ano.html>

Dallas zastavil sérii proher, Jágr rozhodl v nájezdech o výhře 4:3 (Blesk.cz, 2. 2. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/hokej-nhl/137511/dallas-zastavil-serii-proher-jagr-rozhodl-v-najezdech-o-vyhre-4-3.html>

Nad Hradem zavlaje vlajka EU: Vztyčí ji Miloš Zeman (Blesk.cz, 2. 2. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-volba-prezidenta/190167/nad-hradem-zavlaje-vlajka-eu-vztyci-ji-milos-zeman.html>

Kateřina Zemanová přiznala: Chci si teď užívat, nového chlapa nehledám! (Blesk.cz, 3. 2. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/video-svet-showbyznysu/190203/katerina-zemanova-priznala-chci-si-ted-uzivat-noveho-chlapa-nehledam.html>

Namol opilá žena spadla do kolejiště: Metro ji dvakrát přešlo! Lidé jenom koukali (Blesk.cz, 3. 2. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/190199/namol-opila-zena-spadla-do-kolejiste-metro-ji-dvakrat-prejelo-lide-jenom-koukali.html>

Ráno bronz, odpoledne stříbro! Matura v Harrachově zářil (Blesk.cz, 3. 2. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/ostatni-zimni-sporty/137612/rano-bronz-odpoledne-stibro-matura-v-harrachove-zaril.html>

Vyhaslé Hvězdy. Dallas odvetu ve Phoenixu nezvládl a ani neskóroval (Blesk.cz, 3. 2. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/hokej-nhl/137588/vyhasle-hvezdy-dallas-odvetu-ve-phoenixu-nezvladl-a-ani-neskoroval.html>

Rafa je zpět! Sílu šampiona na úvod odnesl český pár Čermák, Dlouhý (Blesk.cz, 5. 2. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/tenis/137760/rafa-je-zpet-silu-sampiona-na-uvod-odnesl-cesky-par-cermak-dlouhy.html>

Schůzka Klause se Zemanem: Zůstaneme odvěcí nepřátelé! Opravdu? (Blesk.cz, 5. 2. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/190324/schuzka-klause-se-zemanem-zustaneme-odveci-nepratele-opravdu.html>

Voják platil matkám za sex s dětmi: Novorozeně koupil za pětistovku! (Blesk.cz, 5. 2. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/190314/vojak-platil-matkam-za-sex-s-detmi-novorozene-koupil-za-petistovku.html>

Doktor Čuně Barták u soudu: Dostal 14 let! (Blesk.cz, 6. 2. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/190351/doktor-cune-bartak-u-soudu-dostal-14-let.html>

Krásná švagrová Karla Gotta čeká miminko! (Blesk.cz, 6. 2. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/190375/krasna-svagrova-karla-gotta-ceka-miminko.html>

Příliš silná káva pro Turky! České vítězství zařídili Krejčí s Lafatou (Blesk.cz, 6. 2. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/fotbal-reprezentace/137789/prilis-silna-kava-pro-turky-ceske-vitezstvi-zaridili-krejci-s-lafatou.html>

Radost v pražské ZOO: Orangutane, na tebe jsme čekali 42 let! (Blesk.cz, 6. 2. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/190287/radost-v-prazske-zoo-orangutane-na-tebe-jsme-cekali-42-let.html>

Start MS v biatlonu se blíží! Češi chtějí medaili už ze čtvrtéční štafety (Blesk.cz, 6. 2. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/ostatni-zimni-sporty-biatlon/137790/start-ms-v-biatlonu-se-blizi-cesi-chteji-medaili-uz-ze-ctvrtecni-stafety.html>

Vonnová půjde na operaci za týden. Olympiádu by měla stihnout (Blesk.cz, 6. 2. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/ostatni-zimni-sporty-lyzovani/137778/vonnova-pujde-na-operaci-za-tyden-olympiadu-by-mela-stihnout.html>

Marihuana v lékárnách na předpis: Klaus podepsal nový zákon (Blesk.cz, 15. 2. 2013)

<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti/190977/marihuana-v-lekarnach-na-predpis-klaus-podepsal-novy-zakon.html>

Hrdinové z Nagana se v sobotu sejdou na výstavě i u hrobu Hlinky (Blesk.cz, 20. 2. 2013)

<http://isport.blesk.cz/clanek/hokej-reprezentace-nagano/138741/hrdinove-z-nagana-se-v-sobotu-sejdou-na-vystave-i-u-hrobu-hlinky.html>

SEZNAM ANALYZOVANÝCH TITULKŮ DENÍKU MLADÁ FRONTA DNES

- Karel Čáslavský, hledač jiných časů (MFD, 3. 1. 2013, s. A1)
- Na amnestii se dostane z vězení na 550 vězňů (MFD, 3. 1. 2013, s. A6)
- Horník bude manažerem střížkovských Bohemians (MFD, 3. 1. 2013, s. B12)
- Plzeň byla taková výzva, že nabídku nešlo odmítnout (MFD, 3. 1. 2013, s. B13)
- Bylo to hrozné. A pomůže jen tvrdý trénink (MFD, 3. 1. 2013, s. B16)
- Česko zuří. Amnestie jde k soudu (MFD, 7. 1. 2013, s. A4)
- Něco je špatně. Kvitová vypadla při generálce už v 1. kole (MFD, 7. 1. 2013, s. C1)
- Loprais je druhý, otestoval i záda (MFD, 7. 1. 2013, s. C5)
- Hospody bez cigaret a se sodovkou (MFD, 9. 1. 2013, s. A1)
- Pohřeb slavné herečky bude v pátek (MFD, 9. 1. 2013, s. A5)
- Překvapení! Hvězda Rytířů nastoupila (MFD, 9. 1. 2013, s. B1)
- Chci mít čisté svědomí, řekl Jágr (MFD, 9. 1. 2013, s. B12)
- Obrovský požár zahalil Zlín dýmem a vyhnal děti ze školky (MFD, 10. 1. 2013, A2)
- Nezaměstnanost rychle roste (MFD, 10. 1. 2013, C1)
- „Vždy hrál fér. Škoda, že odešel tak brzy“ (MFD, 10. 1. 2013, s. C10)
- Klaus mluví o debaklu pravice. Spasí ji on? (MFD, 14. 1. 2013, s. A5)
- Čech je zpátky v brance Chelsea, ale Anglii vládne dál Manchester (MFD, 14. 1. 2013, s. C1)
- Sáblíková bojovala s vlastními zády. A je těsně pod stupni. (MFD, 14. 1. 2013, s. C1)
- Rozhodly zkušenosti, řekl druhý Bauer po premiéře (MFD, 14. 1. 2013, s. C4)
- Vydra rozhodl o výhře Watfordu dvěma góly (MFD, 14. 1. 2013, s. C9)
- Dejdar v šoku. Nechtějí s ním točit, protože volí Zemana (MFD, 21. 1. 2013, s. A1)
- Na náměstí se zapálil muž, policisté ho uhasili (MFD, 21. 1. 2013, s. A4)
- Ples s chutí Středomoří (MFD, 21. 1. 2013, s. A4)
- Cesta za snem vede přes Djokoviče (MFD, 21. 1. 2013, s. C1)
- Dobrý den, jsem Jágr a budu tu střílet góly (MFD, 21. 1. 2013, s. C1)
- Poplach pod můstky! Skokan Matura o víkendu dvakrát vyhrál v Japonsku* (MFD, 21. 1. 2013, s. C1)
- „Lidi milují vítěze. Když budeme úspěšní, přijdou“ (MFD, 21. 1. 2013, s. C4)
- Princ Harry je zpět z války, střílení přirovnal ke hře (MFD, 23. 1. 2013, s. A7)
- O finále se utkají Šarapovová a Li Na (MFD, 23. 1. 2013, s. B12)
- Olé, Nole! Djokovič dál vítězí, Berdych zklamal sám sebe (MFD, 23. 1. 2013, s. B12)

Miroslav Šlouf: „Rozluky v kampani jsem vymyslel já.“ (MFD, 28. 1. 2013, s. A2)
Šloufovův tříletý projekt „Jak vytvořit prezidenta“ se dovršil (MFD, 28. 1. 2013, s. A2)
Smutné úsměvy, řeči o démonech (MFD, 28. 1. 2013, s. A6)
Březina vyskáká na bruslích v Záhřebu evropský bronz (MFD, 28. 1. 2013, s. C1)
Trable obhájců. Štěpánek musí na operaci zad (MFD, 28. 1. 2013, s. C1)
V Austrálii vládly jedničky. Djokovič má čtvrtý titul, Azarenková druhý (MFD, 28. 1. 2013, s. C1)
Za maroda Jágra zaskočil Vincour, dal gól, přesto Dallas prohrál (MFD, 28. 1. 2013, s. C4)
Nezastavitelný Vydra dal další dva góly (MFD, 28. 1. 2013, s. C5)
Rosický nastoupil za Arsenal a slavil výhru (MFD, 28. 1. 2013, s. C5)
Marihuana jako lék prošla Senátem (MFD, 31. 1. 2013, s. A4)
Za totality bylo líp, říká každý třetí Čech (MFD, 31. 1. 2013, s. A4)
Dallas jde od porážky k porážce. Týmu věřím, říká Jágr (MFD, 31. 1. 2013, s. B10)
Hokejisté oslaví v Praze 15 let od Nagana (MFD, 31. 1. 2013, s. B12)
Až bude vlajka EU na Hradě, přijede Barroso (MFD, 4. 2. 2013, s. A2)
Zemanová řídila přehlídku s ochrankou za zády (MFD, 4. 2. 2013, s. A2)
V zoo se po 42 letech narodil orangutan (MFD, 4. 2. 2013, s. A4)
Ženu dvakrát přejelo metro, nic se jí nestalo (MFD, 4. 2. 2013, s. A4)
Letic Matura druhý a třetí. Jsem ve špičce, těší jej (MFD, 4. 2. 2013, s. C1)
Jágrův víkend: proměněná penalta, pak však bída Dallasu (MFD, 4. 2. 2013, s. C3)
Amnestie srazila důvěru v Klause na minimum (MFD, 6. 2. 2013, s. A2)
Klaus a Zeman: A teď budeme zase nepřátelé! (MFD, 6. 2. 2013, s. A1)
Voják platil matce pětistovku za sex s dítětem (MFD, 6. 2. 2013, s. A4)
Výjimečný trest za výjimečné ohavnosti (MFD, 7. 2. 2013, s. A1)
Jako v šedesátých letech. Gott zpíval pro stovku lidí (MFD, 7. 2. 2013, s. B9)
Vonnová se chystá na souboj s přírodou. Stihne olympiádu? (MFD, 7. 2. 2013, s. B10)
Nadal je po 8 měsících zpět – vyhrál v deblu (MFD, 7. 2. 2013, s. B11)
U Alláha, to byl vydařený start! Fotbalisté překvapili (MFD, 7. 2. 2013, s. B12)
Světový biatlon na Vysočině startuje právě dnes. Přijďte včas! (MFD, 7. 2. 2013, s. B12)

SEZNAM ANALYZOVANÝCH TITULKŮ INTERNETOVÉHO SERVERU IDNES.CZ

Gašparovič napodobil Klause, k výročí nezávislosti vypouští kriminály (iDnes.cz, 2. 1. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/slovensko-amnestie-gasparovic-dzx/zahranicni.aspx?c=A130102_113139_zahranicni_aha

Horník si plácl s Kaprem a bude sportovním manažerem na Střížkově (iDnes.cz, 2. 1. 2013)

http://fotbal.idnes.cz/hornik-bude-sportovnim-manazerem-strizkovskych-bohemians-pob-fot_dsouteze.aspx?c=A130102_200254_fot_dsouteze_par

Plzeň jsem nedokázal odmítnout, říká o novém angažmá kanonýr Tecl (iDnes.cz, 2. 1. 2013)

http://fotbal.idnes.cz/fotbalista-tecl-o-prestupu-do-plzne-dbk-fotbal.aspx?c=A130102_191729_fotbal_par

Zemřel Karel Čáslavský, autor Videostopu a Hledání ztraceného času (iDnes.cz, 2. 1. 2013)

http://kultura.idnes.cz/zemrel-karel-caslavsky-07b-filmvideo.aspx?c=A130102_094432_filmvideo_ob

Holík: Mladým hokejistům se nechce pracovat. To platí i o trenérech (iDnes.cz, 3. 1. 2013)

http://hokej.idnes.cz/hokejova-dvacitka-jaroslav-holik-d49-reprezentace.aspx?c=A130103_093828_reprezentace_cig

Aleš Loprais v první etapě testoval záda. Na patnáctimetrovém skoku (iDnes.cz, 6. 1. 2013)

http://sport.idnes.cz/loprais-po-prvni-etape-rallye-dakar-d6m/motorsport.aspx?c=A130106_130943_motorsport_mah

Kvůli amnestii začala padat trestní oznámení, na Klause jsou krátká (iDnes.cz, 6. 1. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/kvuli-amnestii-padlo-trestni-oznameni-dhv-/domaci.aspx?c=A130106_101652_domaci_hv

Pokažená generálka. Kvitová v Sydney uhrála s Cibulkovou jen dvě hry (iDnes.cz, 6. 1. 2013)

http://sport.idnes.cz/tenisove-turnaje-sydney-08s/tenis.aspx?c=A130106_081530_tenis_ald

Dallas mu hrát nedoporučil. Jágr proti Litvínovu přesto nastoupil (iDnes.cz, 8. 1. 2013)

http://hokej.idnes.cz/jagr-hokej-nhl-extraliga-kladno-dmw-/hokej.aspx?c=A130108_171017_hokej_cig

Chci mít čisté svědomí, rozloučil se Jágr po utkání s Litvínovem (iDnes.cz, 8. 1. 2013)

http://hokej.idnes.cz/jagr-po-utkani-s-litvinovem-dpc/hokej.aspx?c=A130108_210136_hokej_ald

Minerálka musí být levnější než pivo, navrhuje ministr zdravotnictví (iDnes.cz, 8. 1. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/heger-navrhuje-levnejsi-nealko-a-uplny-zakaz-koureni-p0f-/domaci.aspx?c=A130108_113811_domaci_hv

Vinohrady se Jiráskové pokloní v pátek, pondělní mši povede kardinál (iDnes.cz, 8. 1. 2013)

[http://kultura.idnes.cz/pohreb-jiraskove-bude-v-patek-djb-
/divadlo.aspx?c=A130108_131554_divadlo_ob](http://kultura.idnes.cz/pohreb-jiraskove-bude-v-patek-djb-/divadlo.aspx?c=A130108_131554_divadlo_ob)

Česko má téměř 550 tisíc lidí bez práce. Nezaměstnanost stoupla na 9,4 % (iDnes.cz 9. 1. 2013)

[http://ekonomika.idnes.cz/nezamestnanost-v-prosinci-2012-dja-
/ekonomika.aspx?c=A130109_083656_ekonomika_spi](http://ekonomika.idnes.cz/nezamestnanost-v-prosinci-2012-dja-/ekonomika.aspx?c=A130109_083656_ekonomika_spi)

Sklad ve Zlíně může hořet několik dnů, škoda je přes 200 milionů (iDnes.cz, 9. 1. 2013)

[http://zpravy.idnes.cz/pozar-svitu-zlin-0en-/krimi.aspx?c=A130109_060818_zlin-
zpravy_wlk](http://zpravy.idnes.cz/pozar-svitu-zlin-0en-/krimi.aspx?c=A130109_060818_zlin-zpravy_wlk)

Rodina, známí i kamarádi se rozloučili s fotbalistou Drobným (iDnes.cz, 9. 1. 2013)

[http://fotbal.idnes.cz/fotbalista-vaclav-drobny-pohreb-daj-
/fotbal.aspx?c=A130109_120537_fotbal_pes](http://fotbal.idnes.cz/fotbalista-vaclav-drobny-pohreb-daj-/fotbal.aspx?c=A130109_120537_fotbal_pes)

Vydra drží Watford ve hře o Premier League, znovu vstřelil dva góly (iDnes.cz, 12. 1. 2013)

[http://fotbal.idnes.cz/vydra-rozhodl-v-druhe-anglicke-lize-dvema-goly-o-vyhre-watfordu-
psl-/fot_zahranici.aspx?c=A130112_183529_fot_zahranici_vl](http://fotbal.idnes.cz/vydra-rozhodl-v-druhe-anglicke-lize-dvema-goly-o-vyhre-watfordu-psl-/fot_zahranici.aspx?c=A130112_183529_fot_zahranici_vl)

Bauer druhý při premiéře na Jizerské padesátce, nestačil na Auklanda (iDnes.cz, 13. 1. 2013)

[http://sport.idnes.cz/jizerska-padesatka-0a7-
/lyzovani.aspx?c=A130113_112001_lyzovani_rou](http://sport.idnes.cz/jizerska-padesatka-0a7-/lyzovani.aspx?c=A130113_112001_lyzovani_rou)

Byl to dobrý comeback, pochvaloval si Čech po výhře nad Stoke (iDnes.cz, 13. 1. 2013)

[http://fotbal.idnes.cz/cech-se-vratil-do-branky-chelsea-d3y-
/fot_zahranici.aspx?c=A130113_143638_fot_zahranici_rou](http://fotbal.idnes.cz/cech-se-vratil-do-branky-chelsea-d3y-/fot_zahranici.aspx?c=A130113_143638_fot_zahranici_rou)

Klaus označil výsledek volby za debakl pravice a prohru ODS (iDnes.cz, 13. 1. 2013)

[http://zpravy.idnes.cz/klaus-oznacil-volby-za-debakl-pravice-dwb-
/domaci.aspx?c=A130113_103457_domaci_kop](http://zpravy.idnes.cz/klaus-oznacil-volby-za-debakl-pravice-dwb-/domaci.aspx?c=A130113_103457_domaci_kop)

Sáblíková vyhrála na ME ve čtyřboji pětku, na medaili to ale nestačilo (iDnes.cz, 13. 1. 2013)

[http://sport.idnes.cz/sablikova-na-me-v-rychlobruslarskem-viceboji-fnv-
/sporty.aspx?c=A130113_145230_sporty_rou](http://sport.idnes.cz/sablikova-na-me-v-rychlobruslarskem-viceboji-fnv-/sporty.aspx?c=A130113_145230_sporty_rou)

Famózní Jágr byl u čtyř gólů Dallasu. Start NHL vyšel i dalším Čechům (iDnes.cz, 19. 1. 2013)

[http://hokej.idnes.cz/nhl-odstartovala-jagr-se-blyskl-ctyrmi-body-fzp-
/nhl.aspx?c=A130120_000043_nhl_Mkr](http://hokej.idnes.cz/nhl-odstartovala-jagr-se-blyskl-ctyrmi-body-fzp-/nhl.aspx?c=A130120_000043_nhl_Mkr)

Čtyři body za zápas. Přitom jsem se necítil dobře, říká Jágr po debutu (iDnes.cz, 20. 1. 2013)

[http://hokej.idnes.cz/jaromir-jagr-dallas-premiera-dgb-
/nhl.aspx?c=A130120_060713_nhl_lge](http://hokej.idnes.cz/jaromir-jagr-dallas-premiera-dgb-/nhl.aspx?c=A130120_060713_nhl_lge)

Matura si podmanil japonské můstky. V Sapporu vyhrál i druhý závod (iDnes.cz, 20. 1. 2013)

[http://sport.idnes.cz/jan-matura-vitezstvi-svetovy-pohar-skok-na-lyzich-sapporo-pop-
/lyzovani.aspx?c=A130120_081444_lyzovani_ten](http://sport.idnes.cz/jan-matura-vitezstvi-svetovy-pohar-skok-na-lyzich-sapporo-pop-/lyzovani.aspx?c=A130120_081444_lyzovani_ten)

Na Václavském náměstí se zapálil muž. Uhasili ho policisté (iDnes.cz, 20. 1. 2013)

[http://zpravy.idnes.cz/u-narodniho-divadla-se-zapalil-muz-d5f-
/krimi.aspx?c=A130120_150133_praha-zpravy_klm](http://zpravy.idnes.cz/u-narodniho-divadla-se-zapalil-muz-d5f-/krimi.aspx?c=A130120_150133_praha-zpravy_klm)

Tvůrci Zdivočelé země zatracují Dejgara za podporu Zemana (iDnes.cz, 20. 1. 2013)

[http://kultura.idnes.cz/dejdar-podpora-zemana-zdivocela-zeme-dvw-
/filmvideo.aspx?c=A130120_150359_filmvideo_skr](http://kultura.idnes.cz/dejdar-podpora-zemana-zdivocela-zeme-dvw-/filmvideo.aspx?c=A130120_150359_filmvideo_skr)

Ples v opeře rozzářil Anthony Delon i nejkrásnější Češka (iDnes.cz, 20. 1. 2013)

[http://revue.idnes.cz/ples-v-opere-brno-0e3-/lidicky.aspx?c=A130120_125855_brno-
zpravy_mav](http://revue.idnes.cz/ples-v-opere-brno-0e3-/lidicky.aspx?c=A130120_125855_brno-zpravy_mav)

Berdych: Turnaj začíná. Přinese mu proti Djokovičovi štěstí třináctka? (iDnes.cz, 21. 1. 2013)

[http://sport.idnes.cz/berdycha-ceka-ve-ctvrtfinale-australian-open-djokovic-pfh-
/tenis.aspx?c=A130121_124531_tenis_ma](http://sport.idnes.cz/berdycha-ceka-ve-ctvrtfinale-australian-open-djokovic-pfh-/tenis.aspx?c=A130121_124531_tenis_ma)

Berdych skončil v Melbourne ve čtvrtfinále, opět padl s Djokovičem (iDnes.cz, 22. 1. 2013)

[http://sport.idnes.cz/ctvrtfinale-tenisoveho-australian-open-berdych-fty-
/tenis.aspx?c=A130122_065939_tenis_bem](http://sport.idnes.cz/ctvrtfinale-tenisoveho-australian-open-berdych-fty-/tenis.aspx?c=A130122_065939_tenis_bem)

Zabíjel jsem talibance, přiznal princ Harry po návratu z Afghánistánu (iDnes.cz, 22. 1. 2013)

[http://zpravy.idnes.cz/princ-harry-po-navratu-z-afghanistanu-dxf-
/zahranicni.aspx?c=A130122_095924_zahranicni_btw](http://zpravy.idnes.cz/princ-harry-po-navratu-z-afghanistanu-dxf-/zahranicni.aspx?c=A130122_095924_zahranicni_btw)

Český krasobruslař Březina vybojoval v Záhřebu evropský bronz (iDnes.cz, 26. 1. 2013)

http://sport.idnes.cz/krasobruslar-brezina-vybojoval-v-zahrebu-evropsky-bronz-pmw-/sporty.aspx?c=A130126_165520_sporty_rou

Je to jedna prohraná bitva, boj pokračuje, řekl kníže smutnicí Lucerně (iDnes.cz, 26. 1. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/volba-prezidenta-druhe-kolo-u-karla-schwarzenberga-f8v-/domaci.aspx?c=A130126_132356_domaci_kop

Lobbista Šlouf přiznal, že Zemanovi pomáhal s předvolební kampaní (iDnes.cz, 26. 1. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/lobbista-slouf-priznal-ze-radil-zemanovu-tymu-s-predvolebni-kampani-1iz-/domaci.aspx?c=A130126_181743_domaci_im

Mladík Vydra řadí dál, znovu dal dva góly. Trefil se také Rezek (iDnes.cz, 26. 1. 2013)

http://fotbal.idnes.cz/zahranicni-fotbalove-souteze-utocnik-matej-vydra-znovu-vstrelil-dva-goly-1tn-/fot_zahranici.aspx?c=A130126_182432_fot_zahranici_pes

Rosický je po zranění zpátky, Chelsea v Anglickém poháru zklamala (iDnes.cz, 26. 1. 2013)

http://fotbal.idnes.cz/anglicky-fotbalovy-pohar-fa-cup-tomas-rosicky-je-zdravy-pjs-/fot_zahranici.aspx?c=A130126_181010_fot_zahranici_pes

Šlouf: V kampani jsem Zemanovi radil jen dílčí věci, na Hrad s ním nejdu (iDnes.cz, 26. 1. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/prezidentska-volba-a-lobbista-miroslav-slouf-fam-/domaci.aspx?c=A130126_200009_domaci_jav

Djokovič slaví v Melbourne potřetí v řadě, ve finále přehrál Murrayho (iDnes.cz, 27. 1. 2013)

http://sport.idnes.cz/finale-tenisoveho-australian-open-djokovic-murray-f8l-/tenis.aspx?c=A130127_092913_tenis_bem

Obhajoba Davis Cupu se komplikuje, zraněný Štěpánek musí na operaci (iDnes.cz, 27. 1. 2013)

http://sport.idnes.cz/davis-cup-svycarsko-cesko-stepanek-nejede-fi0-/tenis.aspx?c=A130127_142550_tenis_bem

Vincour nahradil Jágra obstojně. Sám však tuší: Jen gól mě tu neudrží (iDnes.cz, 27. 1. 2013)

http://hokej.idnes.cz/tomas-vincour-jaromir-jagr-dd3-/nhl.aspx?c=A130127_033109_nhl_lge

Hokejisté oslaví v Praze 15 let od Nagana, dorazí téměř všichni (iDnes.cz, 30. 1. 2013)

http://hokej.idnes.cz/nagano-hokej-triumf-15-let-0xu-/reprezentace.aspx?c=A130130_165802_reprezentace_cig

Marihuana bude nově k dostání na předpis. Stát ji uznal jako lék (iDnes.cz, 30. 1. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/senat-o-legalizaci-marihuany-pro-lekarske-ucely-ft0-/domaci.aspx?c=A130130_112242_domaci_kop

Prohra. Prohra. Prohra. Prohra. Ale Jágr tvrdí: Budeme v pohodě (iDnes.cz, 30. 1. 2013)

http://hokej.idnes.cz/jagr-hokej-dallas-0eo-/nhl.aspx?c=A130130_110752_nhl_cig

Za „totáče“ bylo líp, říká každý třetí. Spokojenost ubírá Nečasova vláda (iDnes.cz, 30. 1. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/pruzkum-spokojenost-se-soucasnym-rezimem-fjh-/domaci.aspx?c=A130130_162612_domaci_wlk

Jágr ukončil černou sérii Dallasu, Tampa Bay vyhnala Pavelce z branky (iDnes.cz, 2. 2. 2013)

http://hokej.idnes.cz/zpravodajstvi-z-nhl-0qw-/nhl.aspx?c=A130202_072035_nhl_ten

Plekanec asistoval u dvou gólů Montrealu, Jágrův Dallas se neprosadil (iDnes.cz, 2. 2. 2013)

http://hokej.idnes.cz/zpravodajstvi-z-nhl-0qw-/nhl.aspx?c=A130202_214001_nhl_Mkr

Zeman už ví, kdy uvidí Klause a Nečase. Na Hradě vyvěsí vlajku EU (iDnes.cz, 2. 2. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/s-prichodem-zemanana-nad-hradem-zavlaje-vlajka-eu-f6o-/domaci.aspx?c=A130202_093405_domaci_js

Matura doletěl znovu na pódium, ve druhém závodě v Harrachově byl druhý (iDnes.cz, 3. 2. 2013)

http://sport.idnes.cz/matura-druhy-ve-druhem-zavode-sp-v-harrachove-faq-/lyzovani.aspx?c=A130203_155800_lyzovani_fil

Opilou ženu dvakrát přejelo metro, vyvázla bez zranění (iDnes.cz, 3. 2. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/opila-zena-ve-stanice-hurka-prezila-dvakrat-prejeti-soupravou-metra-1gw-/krimi.aspx?c=A130203_095842_praha-zpravy_cen

„První slečna“ Zemanová moderovala přehlídku s ochrankou za zády (iDnes.cz, 3. 2. 2013)

http://revue.idnes.cz/katerina-zemanova-moderovala-modni-prehlidku-fog-lidicky.aspx?c=A130203_124855_lidicky_nh

V pražské zoo se narodil orangutan, první po 42 letech (iDnes.cz, 3. 2. 2013)

http://hobby.idnes.cz/v-zoo-praha-se-narodil-oraguntan-prvni-po-42-letech-f76-/hobby-mazlicci.aspx?c=A130203_171937_praha-zpravy_js

Důvěra v Klause se propadla o desítky procent na historické minimum (iDnes.cz, 5. 2. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/duvera-v-klause-na-minimu-0hm-domaci.aspx?c=A130205_141154_domaci_jw

Fandil jsem mu, ale zůstanu jeho nepřítel, řekl Klaus o Zemanovi (iDnes.cz, 5. 2. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/zeman-na-navsteve-u-konciciho-prezidenta-klause-ftz-domaci.aspx?c=A130205_095731_domaci_kop

Veterán platil matkám za sex s dětmi, podle policie zneužil i novorozeně (iDnes.cz, 5. 2. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/byvaly-ELITNI-vojak-vyhledaval-sex-s-detmi-lakali-ho-i-novorozenci-10y-/krimi.aspx?c=A130205_111006_jihlava-zpravy_mkk

Barták je vinen, za znásilnění svých asistentek půjde na 14 let za mříže (iDnes.cz, 6. 2. 2013)

http://zpravy.idnes.cz/rozsudek-nad-bartakem-0uj-krimi.aspx?c=A130206_153126_krimi_klm

Karel Gott zpíval v malém klubu. Připomnělo mu to 60. léta (iDnes.cz, 6. 2. 2013)

[http://kultura.idnes.cz/karel-gott-hral-v-malostranske-besede-dwv-
/hudba.aspx?c=A130206_112336_hudba_ob](http://kultura.idnes.cz/karel-gott-hral-v-malostranske-besede-dwv-/hudba.aspx?c=A130206_112336_hudba_ob)

Turecko - Česko 0:2, vítězství za výborný výkon v první půli (iDnes.cz, 6. 2. 2013)

[http://fotbal.idnes.cz/fotbalova-priprava-turecko-cesko-dqs-
/fot_reprez.aspx?c=A130206_170855_fot_reprez_min](http://fotbal.idnes.cz/fotbalova-priprava-turecko-cesko-dqs-/fot_reprez.aspx?c=A130206_170855_fot_reprez_min)

Biatlonový zázrak na Vysočině startuje. Přijďte včas! (iDnes.cz, 7. 2. 2013)

[http://sport.idnes.cz/start-zacatek-biatlonove-ms-d1p-
/biatlon.aspx?c=A130206_214701_biatlon_mah](http://sport.idnes.cz/start-zacatek-biatlonove-ms-d1p-/biatlon.aspx?c=A130206_214701_biatlon_mah)

Nadal ukončil osmiměsíční tenisový půst. Vrátil se výhrou ve čtyřhře (iDnes.cz, 6. 2. 2013)

[http://sport.idnes.cz/nadal-hral-po-osmi-mesicich-tenis-d4z-
/tenis.aspx?c=A130206_080306_tenis_rou](http://sport.idnes.cz/nadal-hral-po-osmi-mesicich-tenis-d4z-/tenis.aspx?c=A130206_080306_tenis_rou)

Vonnová se chystá na souboj s přírodou. Stihne olympiádu v Soči (iDnes.cz, 7. 2. 2013)

[http://sport.idnes.cz/stihne-vonnova-zoh-v-soci-0ya-
/lyzovani.aspx?c=A130207_131030_lyzovani_rou](http://sport.idnes.cz/stihne-vonnova-zoh-v-soci-0ya-/lyzovani.aspx?c=A130207_131030_lyzovani_rou)

9 RESUMÉ

Cílem této práce bylo vysledovat obecné tendence při tvorbě titulků v bulvárních a seriózních tiskovinách a jejich internetových verzích. Základem pro tuto práci byl vzorek titulků z dvanácti novin, které vyšly v lednu a únoru roku 2013. Na základě stylistické a pragmatické analýzy a komparace těchto titulků lze vyvodit následující závěry.

Analyzované titulky se odlišují grafickou úpravou a použitými jazykovými prostředky. Bulvární média se snaží zaujmout potenciální čtenáře především grafickou úpravou titulků, zatímco seriózní média kladou větší důraz na obsah titulků. Pro bulvár jsou charakteristické barevné titulky, verzálky a přesah titulků do ostatních komponent článku. Titulky seriózních médií jsou tištěny černou barvou a stojí na stránce samostatně. Jedním z rozdílů mezi titulky bulvárních a seriózních médií je jejich délka – bulvár obvykle volí kratší titulky než média seriózní. Základ titulků by měl tvořit neutrální spisovný jazyk, přesto se v titulcích seriózních a bulvárních médií vyskytují i nespisovné výrazy. Titulky bulvárních médií na rozdíl od titulků médií seriózních obsahují expresivní příznaky. Výpovědi v titulcích mají nejčastěji funkci asertivní, dále funkci interogativní a direktivní. Bulvární média častěji než média seriózní volí v titulcích výpovědi s funkcí interogativní.

The basis for this work was a sample of twelve newspaper headlines that came out in January and February 2013. There were drawn following conclusions on the basis of stylistic and pragmatic analysis and comparison of these titles. Analyzed subtitles are different designs and used language tools. The tabloid media is trying to attract potential readers, especially graphic design titles, while serious media put more accent on the content of the title message. The tabloid headlines have characteristic color caps and overhang heading to other cell components. Headlines of serious media are printed in black and stands on the site separately. One of the differences between tabloid headlines and serious media is their length – tabloid usually decide for shortes ones than the serious media. Basis subtitles should form a neutral literary language, yet there are presented present colloquial expressions in the headlines of tabloids and media. Tabloid headlines include expressive sign unlike the serious media headlines. Statements in the headlines are assertive and have interogative and directive use. The tabloid media uses interogative function in headlins more than the serious media.

10 KLÍČOVÁ SLOVA

bulvární tisk

internetová žurnalistika

novinový titulek

seriózní tisk

stylistická a pragmatická analýza