

Tato bakalářská práce je zaměřena na titulky deníku Metro, které byly excerповány z vybraných vydání z let 1997, 2008 a 2014. Teoretická část nejprve přináší vymezení pojmu *publicistický funkční styl* a shrnuje, které stylové prostředky bývají v jeho rámci užívány. Rovněž předkládá různá vymezení termínu *titulek*. Těžištěm práce je jazykový rozbor titulků deníku Metro. Pozornost je věnována zejména jejich lexikální, syntaktické a pravopisné rovině a taktéž jejich vztahu k obsahu sdělení. Na základě výsledků, které jazyková analýza přinesla, je též zkoumáno, zda měla změna formátu novin v roce 2008 vliv i na podobu titulků.