

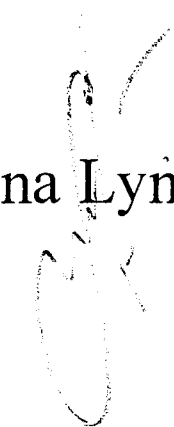
UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV SLAVISTICKÝCH A VÝCHODOEVROPSKÝCH STUDIÍ
SE SPECIALIZACÍ UKRAJINISTIKA

JAZYK TITULKŮ
V SOUČASNÉ
UKRAJINSKÉ PUBLICISTICE
(ZÁPADNÍ UKRAJINA, KYJEVSKÁ OBLAST)

IRYNA LYMARENKO
DIPLOMOVÁ PRÁCE
PRAHA 2009
VEDOUCÍ PRÁCE: PHDr. VĚRA LENDĚLOVÁ, CSc.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím uvedených pramenů.

V Praze 5.1.2009


Iryna Lymarenko

Poděkování

Děkuji PhDr. Věře Lendělové, CSc. za odborné vedení diplomové práce, za cenné rady, ochotu a podporu při zpracování tohoto tématu.

I. Úvod.....	7
II. O výchozím materiálu.....	9
III. Teoretická část.....	12
3.1.0. Publicistika jako žurnalistická tvorba a produkce.....	12
3.2.0. Publicistický styl aneb „styl novin“.....	13
3.2.1. Obecná charakteristika stylu.....	13
3.2.2. Žánry a útvary publicistického stylu.....	14
3.2.3. Prostředky publicistiky.....	15
3.2.3 a) v české teorii.....	15
3.2.3 b) v ukrajinské teorii.....	16
3.3.0. Noviny včera a dnes.....	17
3.4.0. Tituly zpráv aneb <i>titulky</i>	19
3.5.0. Titulek – Nadtitulek - Podtitulek.....	23
IV. Praktická část.....	25
4.1.0. Výrazové prostředky.....	25
4.1.1. Slova cizího původu.....	26
4.1.2. Ustálená slovní spojení.....	31
4.1.3. Obrazná vyjádření.....	33
4.1.4. Kontaktové prostředky, emocionalita.....	35
4.1.5. Ironie.....	46
4.1.6. Parenteze (citáty).....	48
4.1.7. Intertextualita.....	49
4.1.8. Slova a výrazy s ukrajinskou tematikou (reálie).....	52
4.1.9. Inverze slovosledu.....	55
4.1.10. Krátký nebo dlouhý titulek?.....	57

4.2.0. Typologie titulků.....	58
4.3.0. Titulek v ukrajinské a české publicistice (srovnávací pohled)	60
4.4.0. Grafická stránka titulků.....	62
V. Internetová publicistika.....	63
5.1.0. Změny posledních desetiletí.....	63
5.2.0. Druhy internetového tisku.....	65
5.3.0. Titulky v internetové publicistice.....	67
VI. Novinářská etika a titulek.....	68
6.1.0. Etika jako pojem z žurnalistické praxe.....	68
6.2.0. Titulek, který dezorientuje.....	69
6.3.0. Analýza adekvátnosti titulků.....	71
VII. Závěr.....	74
VIII. Summary.....	78
IX. Bibliografie.....	79
X. Příloha.....	82

I. Úvod

Cílem diplomové práce je detailnější pohled na problematiku titulků v současné ukrajinské publicistice. Na základě výchozího materiálu provedeme analýzu titulků a jejich stratifikaci z jazykového a mimojazykového hlediska. Postupně představíme hlavní tendence, které převládají v psaní titulků v současném ukrajinském tisku, a také hlavní rysy, jež charakterizují jednotlivé regiony.

Nejprve určíme oblast, která bude středem naší pozornosti, a uvedeme jednotlivá periodika výchozího materiálu. V teoretické části práce se zaměříme na problematiku titulků jako takového, na pojmy nadtitulek a podtitulek, a zároveň také na funkční styl publicistický, do kterého titulek bezprostředně patří. Mimo jiné se budeme zabývat publicistikou jako pojmem z žurnalistické teorie i praxe. Teoretickou část práce doplní krátká kapitola o významu a funkci tištěných médií, a to konkrétně novin, která nás provede i historickým vývojem tohoto média.

Hlavní částí práce je část praktická, jež představuje analýzu titulků excerpovaného materiálu. Ta je rozdělena do několika podkapitol podle jednotlivých výrazových prostředků, které patří mezi nejpříznačnější prvky publicistiky. Na základě analýzy se pokusíme vytvořit vlastní typologii titulků v současné publicistice vymezeného regionu, po níž bude následovat stručný závěr, jehož cílem je sumarizovat výsledky této analýzy a poskytnout přehled hlavních tendencí v psaní titulků v současné publicistice uvedeného regionu. V další kapitole se pak pokusíme o stručnou komparativní analýzu hlavních tendencí ve vytváření novinových titulků v ukrajinské a české publicistice.

V posledních letech pozorujeme dynamický růst popularity elektronických médií, což by nemělo uniknout našemu zájmu, jelikož elektronická média jsou nedílitelnou součástí dnešní reality. Přiblížíme si tedy titulek i v rámci internetové publicistiky a pokusíme se charakterizovat situaci internetového tisku na Ukrajině i v České Republice.

Po této části práce bude následovat krátký vhled do Etického kodexu novináře se zaměřením na titulek, který nám pomůže zjistit, zda-li titulky ve výchozím materiálu odpovídají obsahu jednotlivých článků, a tudíž ne/splňují požadavky zmíněného kodexu.

Veškerý materiál je podložen odbornou literaturou, jejíž seznam je uveden v úplném závěru práce. Najdeme zde i důležité internetové odkazy, které přispěly k vzniku diplomové práce. Tuto část následuje materiál v příloze, který je zajímavým doplněním diplomové práce a bez nějž by práce nebyla úplná.

Ihned v úvodu je nutno specifikovat území, kterým se budeme zabývat. Středem naší pozornosti je tedy publicistika Západní Ukrajiny a Kyjevské oblasti (dále jen *ukrajinská publicistika*). Pod pojmem Západní Ukrajina si v této práci představujeme část území, které nese historický zeměpisný název Pravobřežní Ukrajina, a konkrétně – Volyňskou, Rovenskou, Vinnyckou a Žytomyrskou oblast¹. Do Západní Ukrajiny zde dále řadíme následující oblasti: Zakarpatskou, Lvovskou, Ivanofrankovskou, Ternopolskou, Černovickou a Chmelnyckou.

Náš výběr byl především podmíněn jazykovou situací v obou částech Ukrajiny, která je těsně spojena s historickým vývojem země a která výrazně ovlivňuje situaci s tištěnými médii v ukrajinštině v její východní části. Důležitým podnětem byly i studie ukrajinských vědců, kteří při analýze médií na celém ukrajinském území museli používat také ruskojazyčný materiál, což není cílem této diplomové práce.

Na tomto místě uvedeme i některá kritéria, která byla zásadní při volbě titulků ve výchozím materiálu. Při excerpci jsme používali metodu volného výběru takových titulků, které byly příznačné především z jazykového hlediska a jejichž frekvence výskytu v jednotlivých periodikách byla zjevná. Základem zkoumání jsou názvy článků, nikoliv názvy rubrik, které lze zkoumat jako samostatný celek. Graficky zvýrazněné začátky zpráv tak zůstávají za hranicemi naší pozornosti.

¹Názvy ukrajinských měst a jednotlivých oblastí uvádíme v souladu s otevřenou encyklopedií Wikipedie – <http://www.cs.wikipedia.org/>.

II. O výchozím materiálu

Jako výchozí materiál pro analýzu titulků v současné publicistice na námi určeném území byla zvolena následující periodika za období 2005-2008 (pro lepší přehlednost v analýze titulků jsou v závorkách uvedeny zkratky):

- **33-j kanal (33-й канал)** – společensko-politický regionální týdeník; vychází celkovým nákladem 162 000 ve Vinnyci (Vinnyč'a); šéfred. Anatolij Žučyns'kyj; www.vinnitsa.com/33channel;
(33K – 43; 19.10.05)
- **Doba (Доба)** – společensko-politický týdeník; vychází od r. 1998 v Černovicích (Černivci); šéfred. Volodymyr Stefanec'; www.doba.cv.ua;
(D27 – 7.07.05; D45 – 8.11.07)
- **Ekspres (Експрес)** – nezávislý týdeník „evropského formátu“, vychází ve Lvově (L'viv); celkový náklad 1 176 454 (největší ukrajinskojazyčný týdeník v zemi!); šéfred. Nadija Fedečko; www.expres.ua;
(E76 – 29.06.-6.07.06, E122 – 19.-26.10.06, E125 – 26.10.-2.11.06, E103 – 20.-21.07.07)
- **Enerhija (Енергія)** – regionální noviny energetiků Chmelnycké oblasti; vychází jednou měsíčně nákladem 1000; šéfred. Oleksij Vašenjak; www.hoe.com.ua;
(En 6-7, 08/07)
- **Fest (Фест)** – týdeník v ukrajinštině; vychází od r. 1996 v Užgorodu (Užhorod); celkový náklad 8 010; šéfred. Vasyl' Il'nyc'kyj;
(F – 26, 19.-25.07.07)
- **Halychyna (Галичина)** – regionální týdeník založený r. 1990; vychází třikrát týdně celkovým nákladem 95 000 v Ivano-Frankovsku (Ivano-Frankivs'k); šéfred. Vasyl' Nazarčuk; www.galychyna.if.ua;
(H 31/05/08)

- **Chreščatyk (*Хрещатик*)** – noviny magistrátu města Kyjeva, vychází od r. 1990 v Kyjevě čtyřikrát týdně; celkový náklad 54 250; první zástupce šéfred. Ol'ha Beztalanna; www.kreschatic.ua;

(CH – 115, 10.08.06)

- **Lvivs'ka hazeta (*Львівська газета*)** – informačně-politický deník; vychází od r. 2002 ve Lvově denně kromě soboty a neděle; celkový náklad 281 900; šéfred. Andrij Pavlyšyn; www.gazeta.lviv.ua;

(LH – 134, 27.07.06)

- **Reporter (*Репортер*)** – regionální společensko-politický týdeník; vychází od r. 2003 v Ternopolu (Ternopil') jednou týdně v sobotu; celkový náklad 59 300; šéfred. Orest Muc; www.reporter.te.ua;

(R – 47, 10.12.05)

- **Rivne večirně (*Рівне вечірнє*)** – informačně-reklamní týdeník; vychází v Rovnu (Rivne) dvakrát týdně celkovým týdenním nákladem 25 000; šéfred. Valentyna Šach; www.rivnepost.rv.ua;

(RV – 6, 25.01.07)

- **Ukrajina moloda (*Україна молода*)** – informačně-politický deník; vychází od r. 1991 v Kyjevě denně kromě neděle a pondělí; celkový náklad 163 650; šéfred. Mychajlo Dorošenko; www.UMoloda.kiev.ua;

(UM – 144, 9.08.06)

- **Urjadovyj kur'jer (*Урядовий кур'єр*)** – noviny ústředních orgánů výkonné moci Ukrajiny, vychází od r. 1994 pětkrát týdně včetně soboty v Kyjevě; celkový náklad 95 898; šéfred. Mychajlo Soroka; www.ukcc.com.ua

(UK – 119, 30.06.06)

- **Viče (*Віче*)** – společensko-politický týdeník Volyňské oblasti; vychází v Lucku (Luc'k) celkovým nákladem 17 000; šéfred. Vasyl' Prostopčuk; www.viche.lutsk.ua;

(V – 6/12/06; V – 11/05/07)

- **Vysokyj zamok (*Високий замок*)** – společensko-politický deník; vychází od r. 1991 ve Lvově pětkrát týdně včetně soboty a má svá zastoupení v řadě západoukrajinských měst (Rovno, Luck, Vinnyčja, Ivano-Frankovsk, Chmelnyckyj atd.); celkový náklad 565 000; šéfred. Natalija Bal'uk; www.wz.lviv.ua;

(VZ – 114, 29.06.-5.07.06)

- **Zakarpats'ka pravda (Закарпатська правда)** – nejstarší týdeník v regionu; vychází od r. 1920 v Užgorodu; celkový náklad 10 000; šéfred. Volodymyr Ušenko;

(ZP – 23, 16.-22.06.07)

- **Zvjahel'-inform (Звягель-інформ)** – reklamně-informační týdeník Žytomyrské oblasti, vychází ve městě Novohrad-Volynskyj (Novohrad-Volyns'kyj) od r. 1993 nákladem 10 000; šéfred. Oleksandr Hembars'kyj; www.zvyagel.com.ua;

(ZI – 02/06/08)

III. Teoretická část

Jak jsme se již zmínili, titulek patří do publicistického stylu. Ale ještě než se seznámíme s charakteristikou samotného titulku, přiblížíme si pojem publicistiky a uvedeme definici publicistického stylu v českých a ukrajinských teoretických příručkách.

3.1.0. Publicistika jako žurnalistická tvorba a produkce

Pojem publicistika pochází z latiny (lat. *publicus* = obecní, státní, veřejný, úřední)² a je označením jak žurnalistické tvorby, tak i části žurnalistické produkce. Je to činnost zaměřená k veřejnosti, jejímž prvotním cílem je zveřejnění. Publicistika zaujímá určité stanovisko, objasňuje události nebo myšlenky prostřednictvím slova, zvuku nebo obrazu v tisku, rozhlase, televizi a také v tzv. nových médiích tedy na internetu.

Publicistika však nejen informuje, ale obsahuje i určitý názor, hodnocení, má k věci či události subjektivní přístup, kombinuje analytický a syntetický přístup. Kromě racionálních prvků dále obsahuje prvky emotivní, aktualizuje různé jazykové vrstvy včetně nespisovných. Jejím výsledkem by mělo být poznání, přesvědčení a získání recipienta.

Podle Encyklopedie praktické žurnalistiky publicistika někdy označuje i část knižní produkce, která sdílí všechny tyto postupy a vymyká se beletrii a vědecké literatuře.³

Podle ukrajinského teoretika v oblasti žurnalistiky I. L. M y c h a j l y n a⁴ pojem publicistika je latinského původu (viz. výše), avšak do ukrajinštiny přichází z němčiny (něm. *publizistik*, které později ovlivnilo i další evropské jazyky).⁵ Ve své příručce *Základy žurnalistiky* autor dále uvádí:

„Публіцистика — це своєрідний тип творчості, предметом котрого є актуальні явища й важливі питання поточного життя суспільства, а метод їх освоєння характеризується поєднанням логічно-абстрактного й

²OSVALDOVÁ, B., HALDA, J. a kol., *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, Praha 1999, s. 146.

³Tamtéž.

⁴MYCHAJLYN, I. L., *Osnovy žurnalistyky*, Kyjiv 2002.

⁵Tamtéž, s. 199-200.

конкретно-образного мислення, внаслідок чого створюється нова духовно-інтелектуальна цінність (публіцистичний твір), спрямована на дослідження, узагальнення й пояснення явищ життя, з метою впливу на громадську думку й суспільну свідомість.”⁶

Z této definice také vyvodíme hlavní funkce publicistiky, a to vliv na společenské mínění, na přístup k určitým událostem a jejich hodnocení.

Jak vidíme, na definici i funkci pojmu publicistika se v koncepcích českých i ukrajinských teoretiků nahlíží velmi podobným způsobem. Dále budeme věnovat pozornost tomu, jak české i ukrajinské lingvistické příručky charakterizují publicistický styl.

3.2.0. Publicistický styl aneb „styl novin“⁷

3.2.1. **Obecná charakteristika stylu**

M. Č e c h o v á⁸ ve své příručce Stylistika současné češtiny charakterizuje publicistický styl následovně:

„Publicistika je známá jako mezilidská komunikace informující o aktuálních společenských a politických událostech a komentující je. Pro tuto svéráznou veřejnou sféru a jí odpovídající oficiální komunikaci se vyvinul specifický objektivní styl – styl publicistický. Jako jeden z funkčních stylů současné češtiny představuje zobecněné a nadřazené označení pro všechny typy jazykových projevů, které vedle funkce sdělné, informativní, komunikační plní ještě funkci ovlivňovací, přesvědčovací a získávací...

Do publicistiky patří projevy publicistiky psané i mluvené. Styl textů psané publicistiky lze pak už označit jako styl novinářský nebo žurnalistický... Mluvenou publicistiku reprezentují publicistické pořady vysílané rozhlasem a televizí. Ke sféře publicistických projevů lze přiřadit i oblast agitace a propagandy, dílčí stylovou oblast reklamy...

Celkový charakter projevů publicistického stylu je podmíněn jejich širokým společenským posláním – úkolem rychle, výstižně a co nejúčinněji informovat,...

⁶Tamtéž, s. 200.

⁷BEČKA, J. V., *Jazyk a styl novin*, Praha 1973.

(Toto značení používá ve své definici titulku J. Bečka, na nějž ve své práci často odkazujeme. Srov.)

⁸ČECHOVÁ, M. a kol. aut., *Stylistika současné češtiny*, Praha 1997.

zprostředkovávat myšlenky s maximální srozumitelností a jednoznačností, ... získávat čtenáře nebo posluchače...

Publicistický styl je styl výrazně dynamický... “⁹

Pohled na publicistický styl a jeho funkci se v obou kontextech, českém i ukrajinském, neliší. Pro potvrzení tohoto výroku uvádíme následující charakteristiku publicistického stylu L. I. M o c' k a¹⁰, který ve své Stylistice ukrajinského jazyka uvádí:

„Публіцистичний стиль – це стиль суспільної комунікації та громадського життя... Публіцистика є ніби проміжною сферою художнього, ділового і наукового спілкування, вона синтезує в собі частину функцій, мовних ознак та засобів художнього, ділового, наукового стилів.

...Основним призначенням публіцистичного стилю є служити розв'язанню суспільно-політичних питань, активно впливати на читачів, переконувати у справедливості певної ідеї, спонукати їх до творчої діяльності, пропагувати прогресивні ідеї, учення, знання, здоровий спосіб життя.“¹¹

Níže si přiblížíme žánry a útvary publicistického stylu a dále také jeho nejvýraznější jazykové prostředky v obou jazycích.

3.2.2. Žánry a útvary publicistického stylu

Podle Čechové¹² rozlišujeme tři druhy publicistických žánrů: *z p r a v o d a j s k é*, *a n a l y t i c k é* a *b e l e t r i s t i c k é*. Cílem zpravodajských žánrů je poskytnout příjemci informaci; žánry analytické mimo sdělovací funkce mají za cíl čtenáře ovlivnit (přesvědčit či získat). Beletristické žánry sice zařazujeme do publicistiky, ty se ale díky výrazovému materiálu, stylizaci a charakteru kompozice často blíží stylu literatury umělecké.

Jak uvádí M. Čechová, jednotlivé žánry jsou zastoupeny následujícími útvary:

⁹Tamtéž, s. 176-177.

¹⁰МОС'КО, L. I. a kol., *Stylistyka ukrajins'koji movy*, Kyjiv 2003.

¹¹Tamtéž, s. 270-272.

¹²ČECHOVÁ, M. a kol. aut., *Stylistika současné češtiny*, Praha 1997, s. 195-197.

- a) zpravodajské: zpráva, oznámení, reklama, interview, referát aj.;
- b) analytické: úvodník, komentář, článek, glosa, recenze, kritika, diskuse, debata, polemika aj.;
- c) beletristické: reportáž, fejeton, sloupek, črta aj.

Je nezbytné dodat, že četné konkrétní projevy nesou příznaky dvou i tří funkčních stylů, např. fejetony s prvky stylu publicistického a uměleckého, informativní články obsahující jazykové prostředky odborné i publicistické.¹³

3.2.3. Prostředky publicistiky

Forma i vnitřní struktura publicistických projevů je velmi pestrá. Mohli bychom uvést nekonečnou řadu naprosto odlišných sdělení, např. zpráva o počasí, reportáž z ME v krasobruslení, plakátové oznámení o programu kina, tabulka statistiky růstu obyvatelstva nebo fejeton na téma Tramvaj do minulosti...

Níže uvádíme výčet nejfrekventovanějších výrazových prostředků používaných v české a ukrajinské publicistice.

3.2.3a) v české teorii

Jak uvádí J. Hoffmannová¹⁴, základem textů publicistického funkčního stylu je neutrální spisovný jazyk. Dále je pro tento styl charakteristická jakási modelovost způsobu vyjadřování (tzv. automatizace). Oproti tomu stojí záměrné porušování modelových struktur prostřednictvím nejrůznějších výrazových prostředků. Tak dochází k tzv. aktualizaci, která mění neutrální ráz textu, čímž napomáhá publicistickému stylu plnit svou funkci (viz. kap. 3.1.1.)

Podle Hoffmannové najdeme v moderní publicistice tyto specifické výrazové prostředky:

- schémata, modely;
- módní výrazy, slova přejatá, neologizmy;
- publicizmy;
- frazémy, idiomy;
- fráze, klišé;
- obrazná vyjádření;

¹³HUBÁČEK, J., *Učebnice stylistiky*, Praha 1987, s. 70.

¹⁴HOFFMANNOVÁ, J., *Čeština pro překladatele II – Kurz přednášek z české stylistiky*, Praha ZS 2005/2006.

- kontaktové prostředky, emocionalita;
- parenteze (citáty);
- intertextualita;
- nepravé věty vedlejší;
- metajazyk (uvozovky);
- jazykové prostředky z jiných útvarů národního jazyka.

3.2.3b) v ukrajinské teorii

Hlavní příznaky publicistického jazyka jsou podmíněny mimolingvistickými faktory, zejména cílem novinových textů, což je informovat a ovlivnit. Vše je zaměřeno na hromadného, jazykově neutrálního adresáta. Jak uvádí Moc'ko, „...Публіцистичний стиль відрізняється від наукового і художнього більшою сьогочасністю, оперативністю, інформаційною місткістю. Він має свої специфічні жанри, в яких реалізуються різні ознаки...“¹⁵

V již citované příručce stylistiky Moc'ko uvádí tyto výrazové prostředky publicistického stylu:

- slova a výrazy s ukrajinskou tematikou (jejich aktivizace);
- neologizmy, slova cizího původu;
- okazionalizmy;
- termíny, klišé;
- obrazné vyjadřování;
- aluze;
- opakování;
- zvolací věty, rétorické otázky;
- inverze (aktualizace větných členů).¹⁶

Jak jsme již zmiňovali, charakteristika publicistického stylu a jeho specifických výrazových prostředků se v obou jazycích v mnohém překrývá. Liší se však některé výrazové prostředky stylu. Např. v ukrajinštině zcela nedávno začal proces aktivizace slov a výrazů s ukrajinskou tematikou, což neplatí pro

¹⁵MOC'KO, L. I. a kol., *Stylistyka ukrajins'koji movy*, Kyjiv 2003, s. 279.

¹⁶Tamtéž, s. 272-279.

češtinu. Dále v současné ukrajinské publicistice je na rozdíl od češtiny velice oblíbená inverze slovosledu. Naopak pro výrazové prostředky v české publicistice jsou příznačné nepravé věty vedlejší.

3.3.0. Noviny včera a dnes

Noviny se staly nedělitelnou součástí našeho života. V souvislosti s knihou často slyšíme: „Řekni mi, co čteš, a já ti řeknu, kdo jsi.“ Dovolíme si tvrdit, že s novinami je to podobné. Současná nabídka tiskovin se snaží vyhovět i tomu nejnáročnějšímu čtenáři a nabízí široké spektrum titulů od bulvárního tisku až po solidní deníky a týdeníky. Dále uvádíme krátký pohled na teorii novin v ukrajinském a českém kontextu a na jejich historický vývoj.

Podle Mychajlyna¹⁷ ukrajinský výraz pro noviny *zazema* pochází z italského *gazzetta* a znamená pravidelné tištěné vydání obsahující systematizovaný materiál o jevech a událostech společenského, politického, ekonomického a kulturního života. Jak píše autor, původně noviny měly pouze informativní funkci, ale v průběhu času vyvíjely čím dál větší zájem o analytický materiál, rozšiřovaly tematiku svých rubrik, a tak se postupně staly faktorem, který začal výrazně ovlivňovat společenský názor a přístup k jednotlivým skutečnostem.¹⁸

Jak dokládá historie, předchůdcem novin byly informační věstníky ještě v 1. st. př. Kr. První skutečné noviny se objevují v Číně již v 8. st., jedná se o oběžník zvaný *PAO* (zpráva), který se v různých úpravách a pod různými názvy vydával až do roku 1911.¹⁹

V Evropě vznik novin souvisí s vývojem knihtisku (Gutenberg, 1450), gramotnosti a rozvojem měšťanstva, které potřebovalo informace a komunikaci všeobecně. Dalším mezníkem v rozvoji evropského tisku bylo navázání pravidelného poštovního spojení. Umožnilo totiž přísun informací do redakcí a také pravidelnou distribuci tiskovin. Technický pokrok pak umožnil přejít od omezených nákladů k masovému tisku.

¹⁷MYCHAJLYN, I. L., *Osnovy žurnalistyky*, Kyjiv 2002.

¹⁸Tamtéž, s. 107.

¹⁹Tamtéž, s. 108;

BARTOŠEK, J., *Žurnalistika – úvod do studia*, Olomouc 1997, s. 9.

První známé dochované periodické noviny vznikají v Evropě až v 17. st. v Antverpách (1605) a ve Štrasburku (1609).²⁰ Vznik pojmu *gazetta* inspiroval název ručně psaných novin v Benátkách, které měly cenu stejnojmenné mince. Termín se výrazně rozšířil po tom, co se ve Francii v r. 1617 objevilo periodické vydání *La Gazette de France*.²¹ První anglický týdeník *The Weekly News* vyšel v roce 1622, prvním moderním deníkem se staly německé noviny *Einkommende Zeitung*, které byly vydány v Lipsku v roce 1650.²² Jedním z nejstarších periodik na světě vydávaných i dnes je deník *The Times* založený v Londýně v r. 1785.²³

První noviny na ukrajinském území vycházely v polštině (*Kurier Lwowski*, 1749), ve francouzštině (*Gazette de Léopol*, 1776) a v ruštině (*Харьковский еженедельник*, 1812, *Харьковские известия*, 1817-1823). První ukrajinskojazyčné noviny vycházely ve Lvově v letech 1848-1857 a nesly název *Zor'a Halyc'ka* (*Зоря Галицька*).²⁴

První české noviny (od lat. *novus* = nový)²⁵ vydal v Praze v roce 1719 tiskař Karel František Rosenmüller pod názvem *Český postylioň*. Od roku 1789 Václav Matěj Kramérius vydává *Pražské poštovské noviny*, později přejmenované na *Krameriusovy vlastenecké noviny*.²⁶

Co se týče názvů článků a novinových zpráv, není to tak dávno, co titulky vůbec neexistovaly. Text se označoval datem a místem původu. Až po 1. sv. válce začínají být noviny graficky atraktivnější. Převládá dlouhý titulek psaný několika druhy písma, a to především v bulvárních novinách. Po 2. sv. válce se však začínají ustalovat titulky charakteristické pro dnešní noviny.²⁷

Podle Bartoška²⁸ převažoval v sedmdesátých letech názor, že titulky by měly být stručné, neúplné a že by měly přimět čtenáře k zájmu o plný text. Významným faktorem, který ovlivnil větší oblibu krátkých titulků (do tří slov), byla zdlouhavá tisková výroba (např. ruční lámání atd.). Statické titulky bez

²⁰Tamtéž.

²¹MYCHAJLYN, I. L., *Osnovy žurnalistyky*, Kyjiv 2002., s. 108.

²²BARTOŠEK, J., *Žurnalistika – úvod do studia*, Olomouc 1997, s. 9;
REIFOVÁ, I., *Slovník mediální komunikace*, Praha 2004, s. 164-165.

²³<http://cs.wikipedia.org/wiki/Noviny>;

MYCHAJLYN, I. L., *Osnovy žurnalistyky*, Kyjiv 2002., s. 108.

²⁴Tamtéž, s. 109.

²⁵OSVALDOVÁ, B., HALDA, J. a kol., *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*, Praha 2007, s. 132.

²⁶BARTOŠEK, J., *Žurnalistika – úvod do studia*, Olomouc 1997, s. 11;
REIFOVÁ, I., *Slovník mediální komunikace*, Praha 2004, s. 165.

²⁷NADĚJOVÁ, M., *Titulky v denním tisku*, diplomová práce FF UK v Praze 1967, s. 1-2.

²⁸BARTOŠEK, J., *Žurnalistika – úvod do studia*, Olomouc 1997.

slovesa převažovaly nad dynamickými, jednočlenných vět v novinových názvech bylo víc než dvojčlenných a souvětí se vyskytovala jen vzácně. Hojně se užívaly hlavní titulky v kombinaci s nadtitulky a podtitulky.

Naopak v devadesátých letech se povaha titulků změnila a kromě jejich orientační funkce vzrůstá také jejich úloha poutací a výtvarná. Začala se prohlubovat struktura nadtitulků, hlavních titulků a úvodních odstavců; objevují se delší až víceřádkové novinové názvy, u delších sdělení se často užívají tzv. citátové mezititulky.²⁹

3.4.0. Tituly zpráv aneb titulky

Než přejdeme k praktické části práce, je nezbytné si přiblížit definici titulku v publicistickém stylu. Encyklopedický slovník charakterizuje titulek následovně: „*titulek, nadpisová řádka v knihách, časopise nebo jiných tiskovinách...*“³⁰ a zmiňuje i odvozeniny „nadtitulek“ a „podtitulek“, k nimž se podrobněji vyjádříme v následující podkapitole.

Podle Encyklopedie praktické žurnalistiky titulek (z lat. *titulus* = nápis, nadpis)³¹ představuje nadpis, který podobou i umístěním ovlivňuje působení tiskoviny. Hlavní funkcí titulků je funkce informační, orientační a estetická. Autor dále dělí titulky podle tvaru a významu na titulky:

- jednoduché (sázeny jednou velikostí z jednoho typu písma);
- složené (kromě hlavního mají ještě nadtitulek, podtitulek, popř. obojí);
- kombinované (různé velikosti i typy písma, avšak esteticky vyvážené);
- stabilní (opakované použití pro názvy rubrik atd.).³²

Explicitnější vysvětlení pro titulek najdeme u J. V. B e č k y³³, který zároveň uvádí i funkci titulku, a také krátké poučení pro vytváření titulků. Podle Bečky je titulek tím, co naznačuje obsah článku, co jej předznamenává. Často je

²⁹Tamtéž, s. 69.

³⁰BRADNOVÁ, H. a kol., *Encyklopedický slovník*, Praha 1993, s. 1117.

³¹OSVALDOVÁ, B., HALDA, J. a kol., *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, Praha 1999, s. 193.

³²Tamtéž, s. 193.

³³BEČKA, J. V., *Jazyk a styl novin*, Praha 1973.

stylizován tak, aby vzbudil pozornost a zájem čtenáře, proto dle autora musí být co nejstručnější.³⁴

Ne vždy se však v minulých letech názory vědců na titulek shodovaly. Jinak je tomu u funkce titulku, jak se dočteme níže. Tak např. ve své diplomové práci B. Z i k m u n d o v á³⁵ uvádí tvrzení V. Jísla, že titulek není obsahem článku. Toto tvrzení je však nepřijatelné, jelikož v současné době je jisté, že titulek není od textu oddělený.

Názory ukrajinských vědců na titulek se shodují se současnou definicí tohoto publicistického jevu v českém kontextu. Např. V. O. S a d i v n y č y j³⁶ nahlíží na titulek jako na první lexikální jednotku, s níž se čtenář setkává:

„У розпорядженні публіциста достатньо засобів для досягнення мети впливу на споживача інформації та для аргументації висловлених ідей, суджень, положень. Одна зі значних ролей при цьому відводиться заголовку – найпершій лексичній одиниці, з якою зіштовхується читач, з котрої почерпне первинний компонент символів, подій та аналогій щодо поданої теми.“³⁷

Jedni vědci označují titulek „tvář“ textu obsaženého v tiskovině, druzí jej charakterizují jako „indikátor“, který informuje čtenáře o hlavní myšlence textu a upoutává jeho pozornost. Titulek bývá také definován jako kontrahovaný a výstižný „popis“ hlavní myšlenky článku, společně s nímž tvoří titulek jeden nedělitelný celek. Mimo jiné existuje mínění, že dobrý titulek je velkým publicistickým počinem, uměleckým výtvorem, který může způsobit u čtenáře silný estetický dojem.³⁸

Najít k textu vhodný název však není jednoduché. Dokonce můžeme slyšet paradoxní tvrzení, že vytvořit dobrý titulek dá někdy více práce než napsat článek. Důležitost titulku je ve skutečnosti mnohem vyšší, než si dokážeme představit. A nezáleží jen na tom, zdali čtenář přečte ten či onen článek či nikoliv.

³⁴Tamtéž, s. 111.

³⁵ZIKMUNDOVÁ, B., *Novinové titulky*, FF UK v Praze 1984, s. 18.

³⁶SADIVNYČYJ, V. O., *Vlastyvosti, funkciji j typu zaholovkiv u strukturi ta zmisti publicystyky Mykoly Daňka*, [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2007/1\(102_1\)/12_Sadivnychy.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2007/1(102_1)/12_Sadivnychy.pdf)

³⁷Tamtéž.

³⁸HAVRYLOVA, J., *Rol' lnhvistyčnych zasobiv vyravnosti hazetnych zaholovkiv u spryjnjatti tekstu povidomlennja*, <http://www.kspu.edu/downloads/chairukr/Gav2.doc>.

Titulek by měl korespondovat s obsahem článku, měl by vyjadřovat hlavní téma nebo myšlenku textu. Neméně důležitá je přitažlivost, stručnost, informativnost a nápaditost titulku, která ovlivní, zda titulek utkví v paměti čtenáře či nikoliv.³⁹

Níže se pokusíme sumarizovat hlavní funkce titulku. S tím nám pomůže studie V. V. Zajceva⁴⁰, která rozlišuje tyto tři funkce titulku:

- kompoziční (organizační úloha titulku v systému „titulek-text“);
- informativní (poskytnout čtenáři hlavní myšlenku textu, aniž by čtenář četl celý článek);
- atraktivní (upoutat pozornost čtenáře).

Jak autorka dále uvádí, ve skutečnosti tyto funkce jen zřídka vystupují izolovaně. Jsou totiž těsně spjaté a v běžné praxi pozorujeme jejich kombinaci.

V české teorii se na funkci titulku nahlíží velmi podobným způsobem. Např. Zikmundová ve své diplomové práci uvádí dvě hlavní funkce titulku, a to:

- orientační (hlavním cílem je usnadnit orientaci čtenáře v novinách, čemuž také napomáhá grafická úprava titulků);
- získávací (vyvolat pozornost čtenáře, přimět jej ke čtení a k utvoření vlastního názoru).⁴¹

Je zajímavé, že právě titulek zůstává téměř neprobádaným jevem v ukrajinské publicistice. Skutečně najdeme jen málo studií, které by mapovaly nejen definici a funkci novinových titulků, ale i jejich stratifikaci podle určitých parametrů.

Titulek se stal středem pozornosti vědců až ve 20. – 30. letech minulého století a v poslední době se zájem o tuto problematiku začal výrazně zvyšovat. Je třeba dodat, že při studiu novinových titulků se vědci nejčastěji věnovali jejich funkci a syntaktické podobě.⁴² Domníváme se proto, že tato diplomová práce

³⁹MYCHAJLYN, I. L., *Osnovy žurnalistyky*, Kyjiv 2002, s. 225.

⁴⁰ZAJCEVA, V. V., *Funkciji hazetnoho zaholovka*, http://www.rusnauka.com/SND/Philologia/8_zajceva9999%20v.doc.htm.

⁴¹ZIKMUNDOVÁ, B., *Novinové titulky*, FF UK v Praze 1984, s. 20.

⁴²HAVRYLOVA, J., *Rol' linhvistyčnych zasobiv vyraznosti hazetnych zaholovkiv u sprjnjatti tekstu povidomlennja*, <http://www.kspu.edu/downloads/chairukr/Gav2.doc>.

přinese nové poznatky, které budou užitečné nejen pro lingvistickou teorii, ale i žurnalistickou praxi. Ty spočívají především v charakteristice a typologii titulků v současné ukrajinské publicistice nejen ze syntaktického, ale i z jiných hledisek, jako je např. hledisko morfologické, lexikální, stylistické a mimojazykové.

Nehledě na skoupé poznatky v oblasti pojmenování novinových článků, můžeme zde uvést existující typologii od J. H a v r y l o v o v é⁴³, která rozlišuje titulky podle následujících aspektů, jež jsou nejvýraznějšími činiteli, které pomáhají titulku plnit jeho funkci:

- citace;
- interpunkce (otazník, vykřičník, dvojtečka, tři tečky);
- tautologie (opakování téhož prvku);
- titulky-resumé (obsahující krátký komentář);
- aforizmy, přísloví, pořekadla, frazeologizmy;
- titulky obsahující podtitulek.⁴⁴

Ve své studii, jež jako jedna z mála v ukrajinské teorii představuje typologii titulků, Havrylovová dále uvádí i hlavní požadavky k názvům novinových článků, které by měly být informující a ovlivňující, srozumitelné a zajímavé, a v neposlední řadě – nápadité.⁴⁵

Podobně i v českém prostředí najdeme jen málo studií, které by se zabývaly konkrétně titulkem jako takovým a prezentovaly jeho typologii. Připomeňme však alespoň dvě diplomové práce poněkud starší datace, které vznikly na FF UK.⁴⁶ Studie se však zaměřují především na definici, funkci a syntaktickou strukturu titulku a dále na historické srovnání titulků v českém kontextu.

Tak např. Zikmundová⁴⁷ ve své práci rozlišuje následující syntaktické typy titulků:

⁴³Tamtéž.

⁴⁴Tamtéž.

⁴⁵Tamtéž.

⁴⁶NADĚJOVÁ, M., *Titulky v denním tisku*, diplomová práce FF UK v Praze 1967;

ZIKMUNDOVÁ, B., *Novinové titulky*, diplomová práce FF UK v Praze 1984.

⁴⁷ZIKMUNDOVÁ, B., *Novinové titulky*, diplomová práce FF UK v Praze 1984.

–konstrukce větné

– souvětné (*O mír se neprosí, o mír se bojuje*)

– jednoduché větné (*dnes padne rozhodnutí*)

–nominální

– substantivní (*Pokání*)

– adverbiální (*Mladí technici opět pohromadě*)

– s predikativem (*Oblačno*)

– s částicí (*Ano pro mír*)

–infinitivní (*Učit se z historie*)

–eliptické (*Kam za sportem / Aby stroje nezahálely*)⁴⁸

Jak vidíme, ukrajinská i česká typologie jsou poměrně odlišné, a to z důvodu rozdílného pohledu na problematiku titulku. Zatímco Zikmundová dělí novinové názvy pouze z hlediska syntaktického, Havrylovová rozlišuje typy titulků z hlediska lexikálního, stylistického a grafického.

Tato podkapitola nám poskytla některé definice titulku a také určila jeho hlavní funkce. Typologií novinových názvů se budeme dále zabývat v následující kapitole diplomové práce. Avšak před samotnou analýzou titulků v současné ukrajinské publicistice se budeme krátce zabývat i pojmy nadtitulek a podtitulek.

3.5.0. Titulek – Nadtitulek - Podtitulek

Jak již bylo řečeno, titulek bývá v tisku často doplněn nadtitulkem a podtitulkem. V Praktické encyklopedii žurnalistiky se tyto dva pojmy charakterizují následovně: nadtitulek obsahuje krátké zobecnění obsahu, podtitulek stručně rozvádí hlavní titul dalšími informacemi.⁴⁹

V české lingvistické teorii se touto složitější formací nejvíce zabývá Bečka, který ve své příručce *Jazyk a styl novin* uvádí:

„Titulky se s podtitulky a nadtitulky zpravidla doplňují. Titulky samy spíš předznamenávají celkový ráz textu a mají vzbudit zájem a pozornost čtenářů...

⁴⁸Tamtéž, s. 35-61.

⁴⁹OSVALDOVÁ, B., HALDA, J. a kol., *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, Praha 1999, s. 193.

Nadtitulky buď povšechně vystihují obsah sdělení nebo jej hodnotí...Podtituly spíše naznačují členění obsahu, proto jich bývá často víc. ⁵⁰

Ukrajinská lingvistka Havrylovová se věnuje obzvlášť podtitulku a ve své studii uvádí, že i když je současnou tendencí v ukrajinské publicistice lakoničnost, autoři často používají právě tento prostředek, který umožňuje čtenáři porozumět, o čem pojednává článek, aniž by dotyčný četl celý jeho text. Podtitulek tedy upřesňuje hlavní titul, otevírá myšlenku a rozšiřuje podstatu samotného titulku. V kombinaci tedy jsou jakýmsi „tandemem“, který napomáhá dosáhnout určitého účinku.⁵¹

Je nutno dodat, že systém „titulek-nadtitulek-podtitulek“ je běžný jak v české, tak i v ukrajinské publicistice. Není ale předmětem této práce. Proto se vyhneme jakýmkoliv příkladům a přejdeme k samotné analýze titulků obsažených v našem výchozím materiálu.

⁵⁰BEČKA, J. V., *Jazyk a styl novin*, Praha 1973, s. 113.

⁵¹HAVRYLOVA, J., *Rol' linhvistyčnych zasobiv vyraznosti hazetnych zaholovkiv u spryjnjatti tekstu povidomlennja*, <http://www.kspu.edu/downloads/chairukr/Gav2.doc>.

IV. Praktická část

V této části práce se budeme zabývat analýzou titulků obsažených ve výchozím materiálu, jehož přehled je uvedený na začátku diplomové práce.

Tématickým rozdělením titulků, které samozřejmě záleží na zaměření rubriky, se nebudeme zabývat, neboť tato problematika není cílem naší analýzy. Provedeme stratifikaci titulků dle některých specifických výrazových prostředků, jež se v nich projevují nejvýrazněji, abychom dokázali lépe obsáhnout hlavní tendence v psaní titulků a společné (nebo rozdílné) rysy ovlivněné mimo jiné zeměpisnou polohou regionu.

U některých novinových názvů uvádíme i krátký komentář a pro lepší orientaci čtenáře také jejich překlad do češtiny. Na tomto místě je třeba podotknout, že překlady u vybraných titulků jsou čistě orientační a slouží jen k jejich lepšímu pochopení. Ve skutečnosti by každý jednotlivý titulek mohl mít i několik českých variant, které by co do smyslu odpovídaly svým ukrajinským protějškům. Samotný název by však mohl být i naprosto odlišný od ukrajinského, protože při překladu novinových titulků můžeme postupovat obdobně jako při překladu knižních názvů apod., a tedy zcela měnit jejich sémantický význam.

Při analýze budeme především vycházet z typologie výrazových prostředků publicistiky podle Hoffmannové. V některých případech se opíráme i o typologii Moc'ka, zejména tehdy, když titulky vykazují jevy příznačné pro ukrajinštinu, avšak v typologii Hoffmannové chybí (viz. kap. 3.1.3. a, b). Pro účely této analýzy nevyužíváme typologii titulků od Havrylovové (viz. kap. 3.4.0.), jelikož se nám jeví jako neúplná. V některých případech však budeme na studii této autorky odkazovat.

4.1.0. Výrazové prostředky

Je nutno poznamenat, že zařadit námi analyzované titulky do jednotlivých podkapitol nebylo vůbec jednoduché. Jde o to, že většina titulků obsahuje hned několik výrazových prostředků, které se prolínají a ovlivňují jejich účinek na adresáta. Podobné titulky v této diplomové práci označujeme jako „komplexní“

titulky a jejich příklady uvádíme v kap. 4.2.4. Je třeba se zmínit o tom, že při vytváření vlastní typologie novinových názvů v současné ukrajinské publicistice zůstávají „komplexní“ titulky bez povšimnutí právě z toho důvodu, že by mohly vlastně patřit do kterékoliv z následujících podkapitol.

4.1.1. Slova cizího původu

Je třeba poznamenat, že z lexikálního hlediska jsou titulky v našem výchozím materiálu velmi zajímavé. Překypují slovy cizího původu, zkratkami, spojeními kompozičního typu, regionalizmy, termíny i slovy stylisticky sniženými (slang, žargon atd.). Dále se často setkáme s metaforou, a jak již bylo řečeno, i s expresivní slovní zásobou. Všemi těmito jevy se budeme podrobněji zabývat v následujících podkapitolách praktické části diplomové práce.

V této podkapitole si přiblížíme *slova cizího původu*, které jsou skutečně rozšířeným jevem v našem materiálu. Jsou to především výpůjčky z angličtiny, francouzštiny a latiny. Zde je několik příkladů:

Зміни свій формат (D27)

Інвестори з битами (D45)

Бebі-бум замовляли? (E76)

Балканський трафік: батьківщиною Матері Терези (F)

Стартує літнє оздоровлення (H)

Табула раса (LH)

Туалет в баптистеріумі (LH)

Транспортна еволюція (LH)

Режисер без смокінга (R)

Брейк-данс повертається (R)

Експорт терору по Інтернету (UK)

Краще стали **роботоголіком**, ніж **алкоголіком** (UM)

Меценатство – атавізм чи добра традиція? (VZ)

Що принесе податковий **кодекс**? (ZP)

V souvislosti se slovy cizího původu P. K a r l í k a kol. ve své *Příruční mluvnici češtiny*⁵² uvádí následující:

„Přejímání slov cizojazyčného původu je podmíněno politickými, ekonomickými a kulturními kontakty mezi jazykovými společenstvími. Přejatá slova přicházejí s novými skutečnostmi (telefon, raketoplán, computer), případně označují předměty a jevy typické jen pro určitý prostor nebo čas (... tomahavk, reconquista), mohou však mít také funkci stylistického synonyma (rozsudek – ortel kniž. ...), eufemistického synonyma (tlustá – korpulentní), eventuálně mohou být pouze módní záležitosti (... filozofie benzinových pump). Nejčastěji se cizí slova objevují v oblasti terminologické, pro niž jsou výhodná mezinárodní srozumitelností, nezatížeností druhotnými významy a často též větší schopností vytvářet odvozeniny.“⁵³

Autor dále uvádí stratifikaci slov cizího původu podle dvou kritérií:

a) podle způsobu a míry přizpůsobení

- lexikální jednotky citátové (především slovní spojení, která si zachovávají původní pravopis, většinou i výslovnost a nepřejímají české koncovky; např. *science fiction, status quo*);
- lexikální jednotky částečně přizpůsobené (stále je cítíme jako cizí, po pravopisné stránce často kolísají; např. *marketing i marketink*);
- lexikální jednotky zcela zdomácnělé (necítíme jejich cizí původ; *košile, anděl, vzduch*);

b) podle původu

(slova latinská, řecká, z germánských jazyků, slovanských jazyků atd.)⁵⁴

Do zvláštní skupiny autor řadí tzv. internacionalizmy, tedy slova mezinárodní, nejčastěji z řeckých nebo latinských slovních základů (*televize, automobil*). Do této skupiny patří velká část mezinárodní terminologie (*biologie, geografie*), dále italská hudební terminologie, anglická sportovní a počítačová terminologie.⁵⁵ Mohli bychom se zde zmínit i o výrazném šíření a vysoké frekvenci výskytu mezinárodních termínů z oblasti politiky, financí, ekonomiky a mnoha dalších.

⁵²KARLÍK, P. a kol., *Příruční mluvnice češtiny*, Praha 2003.

⁵³Tamtéž, s. 100.

⁵⁴Tamtéž, s. 100-101.

⁵⁵Tamtéž, s. 102.

Při pozornější analýze zmíněných titulků můžeme konstatovat, že v našem výchozím materiálu pozorujeme především titulky s částečně přizpůsobenými lexikálními jednotkami (viz. výše), např.: Зміни свій формат (D27) – *Změň svůj formát*; Транспортна еволюція (LH) – *Dopravní evoluce*; Режисер без смокінга (R) – *Režisér bez smokingu*; Експорт терору по Інтернету (UK) – *Export teroru přes internet*.

Dále zde můžeme vymezit citátové lexikální jednotky, které jsou ve většině případů tradičně přepisovány do cyrilice, např.: Бєбі-бум замовляли? (E76) – *Přáli jste si babyboom?*; Табула раса (LH) – *Tabula rasa*; Брейк-данс повертається (R) – *Breakdance se vrací*.

Zajímavým případem je titulek Краще стати роботоголіком, ніж алкоголіком (UM) – *Je lepší být vorkoholikiem než alkoholikem*, kde první zvýrazněné slovo je složené ze dvou částí: domácího slovního základu *робота* (робота = práce) a přípony cizího původu *-голік* (-holik). Vzniká tak jev, který bychom mohli zařadit mezi tzv. slova hybridní.⁵⁶

Z morfologického hlediska je zajímavý výskyt *предпон cizího původu*, které mohou postupně přecházet z periferie slovní zásoby do jejího centra. Uvedme několik příkladů.

Супердетектор брєхні (E122)

Євроінтеграція неможлива без фахових перекладачів (VZ)

Je třeba poznamenat, že zejména komponent cizího původu v titulku Євроінтеграція неможлива без фахових перекладачів (VZ) – *Eurointegrace není možná bez profesionálních tlumočnicků* se značně rozšířil jednak se zavedením samotného eura (*євро*), jednak s neustálým rozšiřováním Evropské unie. Domníváme se však, že prozatím zůstává předpona *євро-* v ukrajinštině spíše neologizmem na rozdíl od češtiny, což je ovlivněno především politickým vývojem v obou zemích.

⁵⁶Tamtéž, s. 101.

Do této části analýzy můžeme zahrnout i tzv. *barbarizmy*, tedy prvky zcela cizí pro určitý jazyk (v našem případě pro ukrajinštinu). Vyskytují se především v důsledku jazykové „globalizace“ a slouží mimo jiné k obohacení stylu. Důležitá je i ekonomie podobných výrazů nebo absence ekvivalentů pro konkrétní výraz v cílovém jazyce.

Níže uvádíme několik příkladů.

VIP-випускники – 2006 (E76)

SMS: роботу знайдено (E122)

Це називається **PR** (E122)

PRIME – означає прозорий! (E125)

Зірка «**Smokie**» Алан Сілсон (RV)

V souvislosti s výrazy označovanými jako barbarizmy probíhají časté lingvistické polemiky. Na rozdíl od citované definice tohoto pojmu podle některých jazykovědců barbarizmy neexistují a všechny citované výrazy bychom mohli zařadit mezi neologizmy nebo výpůjčky, které ze stylistického hlediska mohou představovat intertextuální prvky. Konkrétním příkladem je pátý titulěk Зірка «Smokie» Алан Сілсон (RV) – *Hvězda Smokie Alan Silson*, anebo četné publicistické příklady, které obsahují názvy známých institucí a společností, které zachovávají svou původní podobu, např. SONY, IBM a další.

Barbarizmy často plní funkci prostředku pro „módní“ vyjadřování např. Це називається PR (E122) – *Je to jen PR*; zkratka výrazu *public relations*, která v překladu do češtiny znamená *styk s veřejností*. Je rozšířena jak v ukrajinském, tak i v ruském tisku, a to ve své původní podobě, čímž vlastně zesiluje ironický podtext reklamy, propagace, ovlivňování veřejnosti atd..

U dalšího příkladu VIP-випускники – 2006 (E76) – *VIP absolventi 2006* je anglická zkratka VIP (*very important person* = velmi důležitý člověk), která skutečně plní funkci jazykové ekonomie. Jde o to, že kdybychom hledali pro tento výraz ekvivalent v ukrajinštině, který by byl stejně úsporný, a navíc obsahoval i určitý odstín módního vyjadřování, nejspíš bychom neuspěli. Proto můžeme tvrdit, že některé barbarizmy slouží i k pojmenování jevů, které v cílovém jazyce chybí.

Zajímavým příkladem je i titulek **SMS: роботу знайдено (E122)** – *Jedna SMSka a máš práci*, v němž bychom mohli zkratku SMS zaměnit ukrajinským výrazem *повідомлення*. Není však tolik úsporné, a hlavně k překladu citované abreviatury není důvod, jelikož barbarizmus SMS patří do skupiny, kterou bychom mohli označit jako mezinárodní termíny. To dokládá i překlad novinového titulku do češtiny.

Je třeba dodat, že zkratky PR, VIP a SMS mají cizí původ, ale již dávno nepatří mezi neologizmy. Účel používání těchto elementů, cizorodých pro ukrajinštinu, vidíme především v jazykové ekonomii a v nesporném obohacení stylu. Poznamenejme však, že zmíněný jev nemá v současné žurnalistické tvorbě na Ukrajině příliš velký výskyt. Tradicí nadále zůstává „zdomácnělá“ podoba určitého výrazu a dále také transliterace a transkripce, o níž se zmíníme později.

Jak slova s komponenty super- a euro-, tak i barbarizmy bychom mohli zařadit do skupiny *neologizmů*, která těsně souvisí se slovy cizího původu a ve většině případů se s touto lexikální skupinou překrývá.

Není však jednoduché stanovit, co je neologizmem a co neologizmem není. Je pravda, že existují slovníky, které zachycují neologizmy v jednotlivých jazycích. V souvislosti s vytvářením *Rusko-českého a Česko-ruského slovníku neologismů* však R. Š i š k o v á a N. S a v i c k ý⁵⁷ tvrdí, že není snadné registrovat vznik nebo opětovný brzký zánik slov a tento názor komentují následujícím způsobem:

„... významy se mění rychleji než probíhá práce autorů a nakladatelství, zvláště nejistý je jakýkoliv pokus zachytit stylovou platnost nových výrazů. Vědomě proto např. upouštíme od pokusů o jemnější stylistickou diferenciaci. ...je to odraz „nehotovosti“ popisovaných jevů jazykové skutečnosti.“⁵⁸

Při detailnějším pohledu na uvedené titulky, které obsahují slova cizího původu, můžeme vymezit následující neologizmy, které se s cizími slovy překrývají. Jsou to například slova *бебі-бум*, *брейк-данс* nebo *євроінтеграція*. Na první pohled by se mohlo zdát, že výrazy s barbarizmy (např. VIP, SMS nebo PR) také patří do skupiny nově vzniklých slov. Dovolíme si však tvrdit, že

⁵⁷SAVICKÝ, N., ŠIŠKOVÁ, R., ŠLAUFOVÁ, E., *Rusko-český a Česko-ruský slovník neologismů*, Praha 1999.

⁵⁸Tamtéž, s. 5-6.

citované výrazy již dávno přešly do roviny široce používaných mezinárodních termínů.

4.1.2. Ustálená slovní spojení

Podívejme se na několik příkladů ustálených slovních spojení, a konkrétně *frazeologizmů* v titulcích, které však byly v našem výchozím materiálu vzácnější. Jsou ale velmi důležité z hlediska komunikativního záměru, jelikož představují všeobecně známé ustálené konstrukce se specifickým významem. Výskyt podobných idiomů ihned upoutá zájem čtenáře a vyvolá v něm řadu subjektivních emocí, jako např. následující:

«Сосиски для хот-дога» **ввели мене в оману...** (H)

Коси, коса, поки роса (E76)

А нам і море по коліна! (E125)

Українці втерли носа всім! (E125)

...Аж тріски летять (UK)

Tak např. titulek «Сосиски для хот-дога» ввели мене в оману... (H)- *Oklamaly mě Hot-dog párky* vyjadřuje pocit nespokojenosti a zklamání, naopak novinový název А нам і море по коліна! (E125)- *Všetchno zvládneme!* může u čtenáře vyvolat pocit sebejistoty.

Při tvorbě titulků se novináři často uchylují k *aforizmům*, které bezesporu zvyšují emocionalitu titulku. Na tomto místě spojíme aforizmy s významným stylistickým jevem, kterým je *aluze*, tedy „narážka“ na určitou skutečnost nebo všeobecně známé výrazy. Ta u čtenáře ihned vyvolá určité emoce a vzbudí jeho zájem, což, jak víme, je jedním z hlavních účelů titulku.

Havrylovová uvádí, že novináři často používají buď původní, ustálenou podobu aforizmu, anebo podobu přepracovanou.⁵⁹ V každém případě účinek na čtenáře je ohromný. Dovolíme si tvrdit, že podobné titulky patří mezi ty nejvýraznější a emocionálně nejsilnější a jsou schopny čtenáře v mžiku zaujmout a vyzvat jej k přečtení novinového textu.

⁵⁹HAVRYLOVA, J., *Rol' linhvistyčnych zasobiv vyraznosti hazetnych zaholovkiv u spryjnjatti tekstu povidomlennja*, <http://www.kspu.edu/downloads/chairukr/Gav2.doc>.

Níže uvádíme několik příkladů:

Прийшов. Переміг... і опинився за ґратами (D27)

Поки паркінг зійде, авто пішоходу очі виїсть (D45)

Назвався вчителем – відповідай за учнів (E122)

Село сміється (E122)

А хто-хто у мерію піде? (E125)

Хто у світі наймиліший? (E125)

Перекупи поле (E125)

Ловися, рибко велика, а мала рости!.. (H)

Усі дороги ведуть в «Ощадбанк» (LH)

І бацька не вдушить нашого гутняка! (V 6/12/06)

Як галичани на чемпіонат світу пішки ходили (VZ)

Цигарці – ні! (ZI)

Tak např. latinská věta *Veni, vidi, vici* („přišel, uviděl, zvítězil“) nebo okřídlený výraz „všechny cesty vedou do Říma“ ovlivnily vznik titulků Прийшов. Переміг... і опинився за ґратами (D27) a Усі дороги ведуть в «Ощадбанк» (LH), zdrojem druhého příkladu Поки паркінг зійде, авто пішоходу очі виїсть (D45) je ukrajinská klasická divadelní hra M. Kropuvnyckého *Doky sonce zijde, rosa oči vyjist'* («*Доки сонце зійде, роса очі виїсть*»). Literatura ovlivnila i vznik titulku Село сміється (E122), kde se jedná o dílo I. Franka *Borislav se směje* («*Борислав сміється*»). Třetí titulek Назвався вчителем – відповідай за учнів (E122) ihned navozuje frazeologismus „když ses dal na vojnu, musíš bojovat“, novinový název А хто-хто у мерію піде? (E125) představuje jakousi paralelu k lidové písni z období zimních svátků *A chto-chto Mykolaja ljubyt'* («*А хто-хто Миколая любить?*»; den sv. Mikuláše, 6./19. prosince). Zajímavý je původ titulků Хто у світі наймиліший? (E125), Ловися, рибко велика, а мала рости!.. (H) a Як галичани на чемпіонат світу пішки ходили (VZ), jež pramení z pohádek *Sněhurka a sedm trpaslíků* («*Білосніжка та сім гномів*»), *O vlkovi a lišce* («*Лисичка й вовк*») a z ukrajinského několikadílného kresleného filmu o kozácích, a konkrétně O tom, jak kozáci jezdili pro sůl («*Як козаки за сіллю ходили*»). Titulek І бацька не вдушить

нашого гутняка! (V 6/12/06) ihned navozuje atmosféru Běloruska a čtenáři se nejspíš vybaví jeho současný prezident Alexandr Lukašenko, často označovaný jako „bac'ka“ (*бацька, бацько = otec*). Při vytváření titulku Перекупи поле (E125) se novinář bezesporu inspiroval rostlinou zvanou „perekoty-pole“ (*перекоти-поле*); vznik názvu článku Цигарці – ні! (ZI) jakoby dýchá atmosférou sovětských propagačních plakátů s nejrůznějšími hesly, např. Řekneme alkoholu NE! («*НЕТ алкоголю!*»).

Jak vidíme, aluze patří mezi skutečně působivé jazykové prostředky a je poměrně rozšířeným jevem v ukrajinské publicistice. Zároveň je třeba podotknout, že zdrojem pro aluzi v názvech novinových zpráv jsou jak ukrajinské reálie, tak i mezinárodně známé skutečnosti.

4.1.3. Obrazná vyjádření

Významnou roli v titulcích hraje *obraznost*. Ta představuje výrazový prostředek, který má obrovský vliv na adresáta. Obrazné nepřímé pojmenování nebo personifikace titulek oživí, čímž oživí i informaci v něm obsaženou. Podle Bečky⁶⁰ podobná pojmenování bývají konkrétní a zkratkovitá a zpestřují slovník denního tisku. Svou náznakovostí získávají pozornost adresáta a předznamenávají celkový tón článku nebo zprávy.⁶¹ Někdy obraznost představuje stimul, který nám navodí široké spektrum asociací. Hlavním cílem obraznosti, a konkrétně metafory (změny na základě podobnosti), metonymie (změny na základě vnitřní souvislosti) a synekdochy (změny založené na základě souvislosti mezi celkem a částí), je zvýšená emocionalita a záměr lakonicky a neotřele napovědět adresátovi téma, o němž pojednává článek.

Níže uvádíme několik příkladů titulků s obrazným nepřímým pojmenováním:

«Золотозубі»та «бриоголові» торгують Вінницею? (33K)

Кремль проти помаранчевих (D27)

Дорога відкрила доступ до пралісів, де 130 років не ступала нога лісоруба (D45)

⁶⁰BEČKA, J. V., *Jazyk a styl novin*, Praha 1973.

⁶¹Tamtéž, s. 51-57.

Ліхтарі у Чернівцях **перейшли** на «зимовий час» (D45)

В яблучко! (E103)

Останній відпочинок (E103)

Залізні руки (E125)

Сало росте на деревах! (E125)

Під куполом політичного цирку (F)

Луценко **розпишеться** з Тимошенко (F)

Щопівроку – **на килим** (H)

Смерть **чатувала** на світанку (LH)

Зустріч «**під знаком запитання**» (LH)

Майдан згортав останні намети (CH)

Туристична **Мекка** (R)

У Жайвора **душа сонячна** (V 11/05/07)

Кубок Горбатюка не змінює «**прописку**» (ZI)

Рахівський гамбіт, або коли здоровому глузду заважають політичні амбіції (ZP)

V našem výchozím materiálu tedy pozorujeme především názvy článku metonymické, např.: **Кремль проти помаранчевих** (D27) – *Kreml proti pomerančovým*, který předznamenává jistý konflikt mezi nejvyššími ruskými představiteli a zastánci oranžové (resp. pomerančové) revoluce; **Майдан згортав останні намети** (CH) – *Majdan uklízel poslední stany*, jehož podtextem je konec citované oranžové revoluce, kde pojmem „majdan“ se označují obyvatelé Ukrajiny, kteří se účastnili zimních protestů, jež probíhaly na hlavním náměstí Kyjeva – Náměstí nezávislosti (*Майдан незалежності*).

Dále jsou zde časté titulky založené na metafoře, jako např. **В яблучко!** (E103) – *Přímo do černého*; **Останній відпочинок** (E103) – *Poslední odpočinek*; a personifikaci, např. **Сало росте на деревах!** (E125) – *Slanina roste na stromech* (viz. komentář kap. 6.3.0.); **Смерть чатувала на світанку** (LH) – *Smrt vyčkávala za úsvitu* atd.

V menší míře pak pozorujeme titulky se synekdochou. V našem výchozím materiálu najdeme titulky, které kombinují tento jev i s personifikací: **Дорога відкрила доступ до пралісів, де 130 років не ступала нога лісоруба** (D45) –

Cesta zpřístupnila lesy, kam 130 let nevročila ani noha; Ліхтарі у Чернівцях перейшли на «зимовий час» (D45) – Lampy v Černovicích přešly na zimní čas.

Zde se krátce zmíníme o jevu specifickém pro ukrajinštinu (na rozdíl od češtiny), a to o apoziční nominaci neboli *spojeních složeného typu*. Ta jsou pro ukrajinštinu zcela přirozeným a oblíbeným publicistickým prostředkem, který v této práci zařadíme mezi nástroje obraznosti.

Uvedeme několik příkladů takovýchto složenin nejprve ve vztahu atributivním, pak ve vztahu predikačním. Poslední titulek bychom mohli dokonce označit jako titulek smíšeného typu, a tedy novinový název s atributivně-predikačním vztahem:

Диво-лампа (E122)

Підприємство-привид (F)

Прикордонники затримали 40 **нелегалів-молдаван** (ZP)

Депутат-розбійник (UM)

Росіян-мотоцикліст знайшов свою смерть (ZP)

Podobné jevy představují do jisté míry překladatelský oříšek, jelikož nejsou pro češtinu přirozené. Nejčastěji se však volí metoda převodu podobných pojmenování pomocí transformace jednoho z prvků spojení v přívlastek shodný, např. Диво-лампа (E122) – *Zá zračná lampa*, **Росіян-мотоцикліст знайшов свою смерть (ZP)** – *Ruský motorkář našel svou smrt*. Rozšířeným způsobem překladů spojenin složeného typu je metoda opisu: Прикордонники затримали 40 нелегалів-молдаван (ZP) – *Pohraniční stráž zadržela 40 nelegálních přistěhovalců z Moldávie*.

4.1.4. Kontaktové prostředky, emocionalita

Tato část analýzy by mohla obsáhnout v zásadě všechny jazykové roviny, jelikož každá z nich obsahuje prostředky zvyšující emocionalitu textu, a tedy i

titulku. V následující části diplomové práce však budeme pozorovat projevy emocijality v titulcích v rovině stylistické, syntaktické, morfologické a lexikální.

Z výchozího materiálu vyplývá, že titulky často doprovází bohatá interpunkce. Najdeme zde jak *věty rozkazovací*, které upozorňují na určitou informaci, vyjadřují rozkaz nebo údiv, tak *věty tázací* a *rétorické otázky*, které jsou jedním z nejvýraznějších kontaktních prostředků. V titulcích nechybí ani *věty eliptické*, jejichž cílem je upoutat pozornost čtenáře, vzbudit jeho zájem nebo zvědavost. Ty jsou často doplněny třemi tečkami.

Zde je několik příkladů titulku s *vykřičníkem*:

Поїхали! (E103)

Оце так урожай! (E122)

Хочу бути президентом! (E122)

Не треба нас дурити! (E125)

Ми звинувачуємо! (H)

Попелюшка на своїй землі?! (UK)

Схуд на 89 кілограмів! (VZ)

V souladu s F. Č e r m á k e m vykřičník je signálem rozkazu, výzvy, zvolání nebo přání, občas však pouhého důrazu.⁶² Podle Havrylovové⁶³ vykřičník je tím, čemu titulek vděčí za svou výraznost, expresivitu a zájem čtenáře o určité téma. Autorka dále tvrdí, že podobné titulky mohou znamenat výzvu a občas mají až „reklamní“ charakter. Jejich hlavním cílem je tedy psychologický kontakt s adresátem.⁶⁴

Tak například novinový název Поїхали! (E103) – *A jedeme!* Představuje otevřenou výzvu. Důležitá je zde nejen modalita, kterou vyjadřuje vykřičník, ale i sloveso užitá v minulém čase, které je v ukrajinštině pro danou situaci konvenční.

Další příklad titulku Оце так урожай! (E122) – *To je ale úroda!* vyjadřuje údiv, který je zesílený částicí *так*. Údiv se známkami nedůvěry vykazuje i jeden z dalších příkladů Попелюшка на своїй землі?! (UK) – *Popelka ve své rodné*

⁶²ČERMÁK, F., *Jazyk a jazykověda*, Praha 2001, s. 33.

⁶³HAVRYLOVA, J., *Rol' línhvistyčnych zasobiv vyravnosti hazetnych zaholovkiv u spryjnjatti tekstu povidomlennja*, <http://www.kspu.edu/downloads/chairukr/Gav2.doc>.

⁶⁴Tamtéž.

zemi, který je intenzivnější díky otazníku. Dalším příkladem údivu je i titulek Схуд на 89 кілограмів! (VZ) – Shodil 89 kilogramů!

Modální odstín zvolání a určitého přání má titulek Хочу бути президентом! (E122) – Chci být prezidentem! a Ми звинувачуємо! (H) – Máme viníka. Rozkazem je pak novinový název Не треба нас дурити! (E125) – Přestaňte nás vodit za nos!

Otazník je signálem otázky. Je to další interpunkční znaménko, které vykazuje známky expresivity. Podobné titulky apelují na přání čtenáře zjistit, co se skrývá za názvem článku. Uvedme několik příkladů:

Де ви, авторитети? (E76)

Як будемо жити? (E76)

За що дають мільйон доларів? (E122)

Що далі? (LH)

Про що мріяли предки Черновецького? (VZ)

Při detailnější analýze našich příkladů můžeme konstatovat, že především titulky Де ви, авторитети? (E76) – Kdepak je autorita?, Як будемо жити? (E76) – Jak budeme žít? a Що далі? (LH) – Co dál? představují otázku. Při přečtení podobného titulku u adresáta nejspíš nevzniknou žádné asociace, jen přání zjistit, co se za novinovým názvem skrývá.

Naopak titulek За що дають мільйон доларів? (E122) – Za co se dává milión dolarů? je jakoby úvodem k vyprávění, které rozvine tuto hlavní myšlenku textu. Čtenář si začne ihned představovat, co by mohlo být podmínkou pro podobný zisk (účast v loterii, slušné zaměstnání, dědictví atd.). Podobným případem je i titulek Про що мріяли предки Черновецького? (VZ) – O čem snili předci Černoveckého?

Náš výchozí materiál poskytuje i několik příkladů titulků s dvojtečkou, která je signálem začátku přímé řeči, důsledku, pokračováním, rozšířením nebo upřesněním informace z předchozí části výpovědi.⁶⁵ Podle Havrylovové dvojtečka

⁶⁵ČERMÁK, F., *Jazyk a jazykověda*, Praha 2001, s. 33;
JUŠČUK, I. P., *Ukrajins'ka mova*, Kyjiv 2005, s. 445.

odává titulku více dynamiky.⁶⁶ Náš výchozí materiál nám nabízí následující příklady:

Остерігайся: малярія! (ZI)

Українське кіно: є звук (CH)

Позакласне читання: для душі, чи для вчителя? (VZ)

Podrobnější pohled na tyto novinové názvy však nepotvrzuje citovanou myšlenku Havrylovové. U všech tří příkladů: Остерігайся: малярія! (ZI) – *Pozor! Malárie*, Українське кіно: є звук (CH) – *Úspěch ukrajinské kinematografie* (jedna z variant překladu) a Позакласне читання: для душі, чи для вчителя? (VZ) – *Čtete pro sebe, nebo pro učitele?* pozorujeme určitou pauzu, po níž dále následuje pokračování, rozvinutí myšlenky. A právě navození této pauzy je v našem případě dáno dvojtečkou.

Nehledě na absenci výrazné dynamiky v našich titulcích, můžeme konstatovat, že dvojtečka novinový název zvýrazňuje, představuje nástroj, který koriguje průběh výpovědi. A kdybychom si představili intonaci, s níž adresát přečte podobný novinový titulek, mohli bychom dokonce tvrdit, že dvojtečka řídí i tempo, kterým zpráva dorazí k svému čtenáři.

Příklady titulků s *třemi tečkami*, a tedy s přerušením nebo nedokončením textu,⁶⁷ jsou v našem materiálu poměrně časté. A není divu, jelikož daný prostředek aktualizuje název novinového článku, obsahuje jakoby jisté tajemství a vyvolává u adresáta přání dozvědět se, co stojí za třemi tečkami. Podívejme se na několik příkladů:

Цифра, яка... (CH)

Не водолази ми... (UM)

⁶⁶HAVRYLOVA, J., *Rol' línhvistyčnych zasobiv vyraznosti hazetnych zaholovkiv u spryjnjatti tekstu povidomlennja*, <http://www.kspu.edu/downloads/chairukr/Gav2.doc>.

⁶⁷ČERMÁK, F., *Jazyk a jazykověda*, Praha 2001, s. 34.

Je zjevné, že na rozdíl od češtiny ukrajinština často používá bohatší interpunkci, a můžeme dokonce tvrdit, že tento rys je všeobecně oblíbený v kontextu východoslovanských jazyků. V titulcích tedy najdeme mimo citovanou interpunkci i *pomlčku*. Jak uvádí Sadivnyčyj, jedná se o významný prostředek aktuálního členění větného: oddělí obě části a mnohem více zdůrazní druhou, rématickou část.⁶⁸

Zde uvedeme několik příkladů (jak časté jsou tyto jevy v titulcích, je patrné na příkladech z jednotlivých jazykových rovin):

Фермери – на порятунок села (E103)

Їхня дружина – це мотоцикл (F)

В першій десятці – закарпатські кінологи (F)

П'ятий водій – убивця (UK)

Jak pozorujeme, část titulku, která následuje přes pomlčku, je vždy specifikací, doplněním jeho první části: Фермери – на порятунок села (E103) – *Farmáři jako záchrana vesnice*, В першій десятці – закарпатські кінологи (F) – *V první desítce jsou kynologové ze Zakarpatí*.

Zbývající dva příklady obsahují mimo jiné odstín překvapení, které přichází s rématickou částí výpovědi: Їхня дружина – це мотоцикл (F) – *Její manželkou je motorka* a П'ятий водій – убивця (UK) – *Každý pátý řidič je vrah*. Dovolíme si tvrdit, že právě tato kombinace výrazových prostředků zvyšuje expresivně-emocionální modalitu výpovědi a je obzvlášť působivým nástrojem při tvorbě novinových titulků.

Mezi prostředky podílející se na emocionalitě můžeme zařadit i následující stylistické figury: *opakování* a *paradox*. Oba jevy zdůrazňují určitou informaci a výrazně zvyšují stylistickou hodnotu novinového názvu. Havrylovová také odkazuje konkrétně na tautologii, tedy na opakování téhož prvku, jako na hledání určité exprese.⁶⁹

⁶⁸SADIVNYČYJ, V. O., *Vlastyvoli, funkciji j typu zaholovkiv u strukturi ta zmisti publicystyky Mykoly Daňka*, [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2007/1\(102_1\)/12_Sadivnychyi.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2007/1(102_1)/12_Sadivnychyi.pdf)

⁶⁹HAVRYLOVA, J., *Rol' linhvistyčnych zasobiv vyravnosti hazetnych zaholovkiv u spryjnattj tekstu povidomlennja*, <http://www.kspu.edu/downloads/chairukr/Gav2.doc>.

Nejprve se podíváme na příklady titulků s opakováním:

«**Та кінь я, кінь...**» (E103)

Води мені, води! (E122)

І хрест, і гори, і молитва під снігами... (H)

І майстрами спорту стали, і до складу збірної потрапили (ZI)

Někdy autor opakuje v titulku slovo, které má největší váhu a je nosným v textu článku, např. náš první a druhý titulek «**Та кінь я, кінь...**» (E103) – *Přece jsem kůň*; **Води мені, води!** (E122) – *Prosím, vodu!* Jindy je opakovaným elementem spojka se slučovacím poměrem: **І хрест, і гори, і молитва під снігами...** (H) – *Kříž, hory a modlitba pod sněhem*. Existují i případy, kdy není jednoduché určit, jestli se jedná o poměr slučovací, stupňovací, či dokonce důsledkový. Turpickým příkladem je titulek **І майстрами спорту стали, і до складу збірної потрапили** (ZI) – *Stali se sportovními mistry a dostali se do národního mužstva* (jedna z variant překladu), který vnímáme jako úkaz slučovacího poměru, což také odráží překlad titulku.

Dále uvádíme příklady paradoxu v titulcích:

Швидко лікуватися – довго хворіти (E125)

Нову конституцію повинен приймати **народ, а не політики** (H)

Не отримуєш послуги – не плати (UK)

Як не ховалися – спіймалися (UK)

«**У нього є все, у мене нічого немає**» (UM)

Це не гра, а справжня війна (VZ)

U citovaných příkladů pozorujeme polaritu, která se projevuje diametrálně opačným významem slova, tedy antonymem sémantickým či kontextuálním, a je základem pro paradox. Tak např. titulek **Нову конституцію повинен приймати народ, а не політики** (H) – *Novou ústavu musí schvalovat národ, nikoliv politici* obsahuje kontextuální antonymický pár národ – politici. Dalším příkladem tohoto jevu je novinový název **Це не гра, а справжня війна** (VZ) – *Není to hra,*

ale skutečná válka, kde dvojice slov „hra“ a „válka“ představuje kontextuální antonyma.

Důkazem ryzího paradoxního vztahu jsou titulky: **Швидко лікуватися – довго хворіти (E125)**- *Rychlá léčba znamená dlouhou nemoc*; **Не отримувати послуги – не плати (UK)** – *Za neposkytnuté služby neplat*; **«У нього є все, у мене нічого немає» (UM)** – *On má vše, já nemám nic*.

Všechny citované příklady titulků potvrzují skutečnost, že paradox je účinným stylistickým prostředkem, který významně zvyšuje výraznost novinového názvu, dokáže adresáta zaujmout svou rozporuplnou podstatou a zřejmě jej nutí zaujmout nějaké vlastní stanovisko.

Pro zvýšení expresivity a emocionality v ukrajinštině jsou obzvlášť důležitá *deminutiva* a *citoslovce*. Především deminutiva jsou pro ukrajinský jazyk typická a zaslouží si zvláštní pozornost.

Podle I. Kaščeje⁷⁰ mají deminutiva emocionální význam, který ovlivňují zvláštní sufixy.

«Ці суфікси мають конотацію нестливість, зменшеності або, навпаки, збільшеності, фамільярності. Потрапляючи в відповідний контекст, вони змінюють свої оцінки на іронічні або просто грайливі: віршиками бавлюся, ... матеріальчик потрібний для нарису, незлецький ремонтик.»⁷¹

K ironii uvádíme více v podkapitole 4.2.5. Účinek deminutiv a citoslovce můžeme pozorovat na několika příkladech z našeho výchozího materiálu:

Не бійся, дитинко, це ж мультик (E103)

А доріженька шумить... (E125)

Зубки покажи (E125)

Сестричка для Кевіна (E125)

Зміям не подобаються п'янички (LH)

Корівко, ау-у! (UK)

⁷⁰KAŠČEJ, I., *Ironična nominacija ta leksyka, konnotovana ironijeju, u sučasnych ukrajins'kych ZMI*, In: *Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist'*, Lviv 2002.

⁷¹Tamtéž, s. 498.

U titulků s deminutivy: Не бійся, дитинко, це ж мульттик (E103) – *Neboj se, dítě, je to jen pohádka*; А доріженька шумить... (E125) – *Cesta se krátí...*; Зубки покажи (E125)- *Ukaž mi zoubky*; Сестричка для Кевіна (E125) – *Sestřička pro Kevina* а Зміям не подобаються п'янички (LH)- *Zmije nemají rády opilce* cítíme výrazně vyšší emocionalitu, která je způsobena sufixy **-инк, -ик, -еньк, -к, -ичк**. Výsledkem je určitá nivelizace výrazu nebo ironizace určité skutečnosti.

Konkrétně u novinového názvu Не бійся, дитинко, це ж мульттик (E103) – *Neboj se, dítě, je to jen pohádka* na první pohled cítíme jakýsi rozpor mezi výrazy *мульттик* а *боятися*. Tento rozpor zdůrazňuje i grafická úprava článku (viz. příloha č. 2). Po přečtení článku zjistíme, že se jedná o poměrně nedávný výzkum kyjevských psychologů v oblasti současné animace. Podle jejich závěru mají zahraniční kreslené filmy zhoubný vliv na psychiku dítěte, brzdí jeho intelektuální а emocionální rozvoj. Dovolíme si tedy tvrdit, že deminutivum na tomto místě má mimo jiné zmírnit citovaný rozpor.

O tom, že deminutiva nejsou všeobecně tolik rozšířená v češtině, svědčí překlady titulků, v nichž se deminutiva často transformují do původního tvaru podstatného jména.

Co se týče citoslovcí v současných ukrajinských novinových titulcích, je třeba poznamenat, že nejsou tak častá. Uvedený příklad Корівко, ау-у! (UK)- *Kravičko, kde jsi?* představuje jen malé potvrzení skutečnosti, že citoslovce také patří mezi prostředky používané při tvorbě novinových titulků.

V závěru této podkapitoly se budeme krátce zabývat lexikální rovinou. V tomto kontextu je nutno se zmínit о *slovní zásobě s vysokou expresivitou*. Uvedeme několik příkladů:

«Я йому дав 2 мільйони, а ти, **дурак**, три» (33К)

Приревнував... І **ножакою** – 15 разів! (E122)

V této souvislosti si nejdříve přiblížíme první příklad: «Я йому дав 2 мільйони, а ти, **дурак**, три» (33K) – *Dal jsem ti 2 miliony. Ty, blbče, jsi mi dal tři.* Již na první pohled adresáta nejvíc zarazí slovo *дурак* (blbec), které již ve svém kořeni *дур* má zakódovanou určitou expresivitu. Naopak slovo *ножака* v druhém titulku Приревнував... І **ножакою** – 15 разів! (E122) – *15 rán kudlou v zápalu žárlivosti* získalo expresivní odstín (a to zveličený, negativní) díky svému sufixu **-ак**.

Je třeba se zmínit o tom, že podobné jevy nebyly v našem výchozím materiálu zdaleka rozšířené. Proto je těžké hodnotit či odvozovat jakoukoliv zákonitost v jejich tvorbě nebo používání.

Dále do této roviny patří *slangové a hovorové výrazy*, jež bezesporu také zvyšují expresivně-emocionální charakteristiku textu. U těchto příkladů pozorujeme i používání uvozovek, které ještě více upozorňují na určitý výraz, signalizují jeho výjimečnost, přenesený význam. Mimo jiné je to další důkaz toho, že v ukrajinštině je v grafickém znázornění titulků skutečně využito celé interpunkční škály. Např.:

Заслані «папарацці» з балкона намагались «**зняти**» козака в трусах? (33K)

Філіп Кіркоров проти «**москалів**» (E122)

СБУ «**накрила**» потужний конвертаційний центр (CH)

Чайці не буде соромно за «**комуналку**» (RV)

Благо «**без блату**» (UM)

Ліфчик від зірки (UM)

Позика «**на халяву**» (UM)

Citované novinové názvy obsahují tyto slangové a hovorové výrazy: «**зняти**» (v tomto případě znamená vyfotografovat), «**москалі**» (hanlivé označení pro příslušníky ruského národa), «**накрити**» (v našem případě použito ve smyslu přistihnout, dopadnout, ukončit činnost někoho nebo něčeho) a «**комуналка**» (tento hovorový výraz je zároveň zkratkou pro komunální byt – *комунальна квартира*). Výraz «**без блату**» je opakem pro ustálené spojení «**по блату**», které znamená (získat něco) protekčně, ze známosti, načerno.

Předposlední titulek začíná hovorovým označením podprsenky (ліфчик), poslední pak končí nespisovným slovním spojením «**на халяву**», a tedy zadarmo.

Jak uvádí ve své studii O. S e r b e n s ' k á⁷², tento jev způsobily historické události, konkrétně nabytí statusu nezávislosti Ukrajinou a dalšími státy SSSR. Podle autorky dochází v ukrajinštině v 90. letech k výrazné demokratizaci a liberalizaci, která se projevuje především na lexikální úrovni, kde pozorujeme rušení hranic mezi tzv. stylistickými kategoriemi slov. Autorka dále uvádí:

«Просторіччя, жаргонізми, арготизми, яким у минулому відводили місце на периферії, «вирвалися» з неї і входять у різні, навіть «поважні» тексти (гаплик, поїхав дах, пішов банячити, ловити кайф, люди «з прибабахом».)»⁷³

Ve své další studii se Serbens'ká výrazně staví proti podobným jevům v jazyce, především proti přetrvávání některých ruských výrazů v ukrajinštině. Podle autorky patří tato skutečnost mezi nejvýraznější faktory, které snižují „jazykovou ekologii“ ukrajinštiny.⁷⁴

Avšak někteří vědci nenahlíží na žargon v současné ukrajinské publicistice tak radikálním způsobem jako předchozí autorka. Tak např. L. S t a v y c ' k á⁷⁵ říká, že jazyk a styl ukrajinskojazyčných novin 90. let jsou odrazem objektivního procesu pejorizace ukrajinského jazyka konce 20. st.⁷⁶ Ve své studii autorka uvádí:

«Україномовні газети повною мірою відбивають соціально-стильове та функціональне розмаїття сучасного жаргоновживання, в якому синтезовано різні корпоративні соціолекти, як-от: кримінальне арго, тюремна лексика, жаргон мафіози, загальномолодіжний жаргон та спеціалізовані молодіжні жаргони..., професійні жаргонізми.»⁷⁷

Stavyc'ká dále jmenuje několik konkrétních tiskovin zaměřených na širokou obec čtenářů, které nejvíce odráží tuto problematiku. Mezi nimi najdeme

⁷²SERBENS'KA, O., *Inovacijni procesy u movi sučasnych zasobiv masovoji informaciji*, In: *Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist'*, Lviv 2002.

⁷³Tamtéž, s. 234.

⁷⁴SERBENS'KA, O., *Aktual'ni problemy ekolohiji ukrajins'koji movy ta sučasni zasoby masovoji komunikaciji*, In: *Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist'*, Lviv 2002, s. 42-48.

⁷⁵STAVYC'KA, L., *Žarhonna leksyka u movi sučasnoji ukrajins'koji hazety*, In: *Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist'*, Lviv 2000.

⁷⁶Tamtéž, s. 394.

⁷⁷Tamtéž, s. 395.

noviny Den (День), Večerní Kyjev (Вечірній Київ), Ukrajina a svět dnes (Україна і світ сьогодні), Čas (Час) a Ukrajina je mladá (Україна молода), kterou autorka zdůrazňuje obzvláště.⁷⁸

Je třeba poznamenat, že novinové titulky v našem výchozím materiálu nám nenabízí příklady s vysoce pejorativními nebo vulgárními výrazy. Pozorujeme především příklady ze slangové a hovorové vrstvy jazyka, které se nejčastěji vyskytovaly v deníku Ukrajina je mladá, což také dokládá citované tvrzení Stavyc´ké.

V kontextu kontaktních prostředků a emocionality uvedeme několik příkladů titulků, u nichž pozorujeme hned několik jevů, které si zaslouží zvláštní analýzu. Na začátku této kapitoly jsme tento druh titulků označily jako tzv. „komplexní“ titulky:

Заслані «папараці» з балкона намагались «зняти» козака в трусах? (33K)

Підприємливий вінничанин виготовляв масло у... пральній машині (33K)

Недисциплінований? Геть із партії! (E103)

Шикарно, сексуально і... дорого! (E122)

Втихомирила... сокирою (RV)

Музей для... кілерів? (UM)

Коштів, як завжди, не вистачає (UK)

Страхові керівники «надали» собі фінансову «допомогу» в розмірі 1,2 мільйона гривень (ZP)

Již na první pohled si všimneme přeneseného významu slov v uvozovkách, a tedy ironie; důležitým rysem je i interpunkce (především tři tečky), která zvyšuje pozornost i napětí u čtenáře, a dále vsuvky, jež jsou typickým výrazovým prostředkem modality.

Tak např. samostatně stojící titulek Заслані «папараці» з балкона намагались «зняти» козака в трусах? (33K) – *Podplacení paparazziové chtěli fotku kozáka v trenýrkách?* vyvolá u adresáta úsměvnou reakci. Ihned si totiž všimne výrazů v uvozovkách, které svědčí o tom, že to nemuseli být

⁷⁸Tamtéž.

paparazziové, a že výraz *зняти* nejspíš neznamená sundat, ale vyfotografovat. Další pozoruhodností je samotné spojení *козак в трусах*, jelikož jak víme, pojem *козак* patří mezi ukrajinské reálie, a je přirozené, že kombinace tohoto pojmu a označení části spodního prádla vytváří určitou komiku. A na konci titulku vidíme otazník, který znamená nejistotu tvrzení a přenáší celou výpověď do roviny ireálna, a tudíž popisovaná skutečnost se vůbec nemusela stát.

Rozebereme ještě jeden příklad: Недисциплінований? Геть із партії! (E103) – *Když nemáš disciplínu, pryč ze strany!* Na tomto novinovém názvu je nejvýraznější podmínka daná dvojicí slov *недисциплінований* - *геть*, v níž bychom mohli pozorovat určitou polaritu, a dále interpunkce, a to otazník a vykřičník. Vykřičník společně s rozkazem *геть* pak jen zesiluje otázku, jež předchází a je formulována v jednotném čísle, které na tomto místě vnímáme ve významu „každý“. A nakonec se můžeme zmínit i o určité ironii, která se skrývá v samotném smyslu výpovědi a je v rozporu s naší realitou, a to konkrétně s chováním politických činitelů.

4.1.5. Ironie

V následující podkapitole se zaměříme na to, jak se v našem analyzovaném materiálu projevuje ironie. Jak víme, ironie představuje jeden z nejvýraznějších emocionálních prostředků publicistického stylu. Následovně se nám potvrdí, že ironie patří také mezi nejoblíbenější a nejpůsobivější prostředky při tvorbě novinových titulků.

Ve své studii Kaščejevová⁷⁹ podrobněji nahlíží na definici ironie a formuluje svou vlastní:

«Іронія – це пряма інвектива, не т. зв. стьоб, а навмисне маскування, що має за мету насмішку... Тут не мається на увазі лексика, що містить спектр негативної конотації, неприховану негативну оцінку зневаги, погорди, гніву (свиня, брехуха, огидний). Це і не слова, що мають яскраву побутову внутрішню форму (... одубіти, ... рачкувати, позквасити).»⁸⁰

⁷⁹KAŠČEJ, I., *Ironična nominacija ta leksyka, konnotovana ironijeju, u sučasnych ukrajins'kych ZMI*, In: *Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist'*, Lviv 2002.

⁸⁰Tamtéž, s. 496.

Dále autorka představuje vlastní typologii prostředků ironie. Jedná se o rovinu lexikální, morfematickou a stylistickou. Začneme však rozdělením všech prostředků na dvě skupiny: slova s „vrytou“ ironií (dále jen *prostředky 1*) a slova, která vznikají za účelem ironie nebo nabývají ironického odstínu sekundárně (dále jen *prostředky 2*). Zde uvádíme citovanou typologii:

a) *prostředky 1*

- slova knižní a zastaralá (*живот, небеса, зеркало*);
- slova vysokého stylu (*Расся, належить перу*);
- slova komická (*побрехеньки, допетрати*);
- expresivně provokativní lexika (*нюня, драндулет*);

b) *prostředky 2*

- slova vzniklá analogickým tvořením (*аферизація, вровеносець – о Брежневові, лінгвоцид*);
- slova okazionální (*прихватизація, соціолух, засдиницики*);
- slova cizího původu (*дама, мадам, маестро*);
- termíny (*консенсус, імідж, «офіс чоботаря», кабріолет*);
- perifráze (*любители яблучних пирогів – voliči strany Jabloko, звичайнісінький будівник комунізму – prostý sovětský člověk*).⁸¹

Po stručném vhledu do teorie ironie se zaměříme na to, jak se ironie projevuje bezprostředně v našich novinových názvech.

Již na základě analýzy příkladů uvedených výše, a také dále v praktické části diplomové práce můžeme konstatovat, že ironie je častým jevem při tvorbě titulků v současné ukrajinské publicistice. Pro znázornění uvedeme několik příkladů:

Заслані «папарацці» з балкона намагались «зняти» козака в трусах? (33К)

Козаки показали супершоу (E76)

Хочу бути Ісусом (D45)

Під куполом політичного цирку (F)

А доріженька шумить... (E125)

Зміям не подобаються п'янички (LH)

⁸¹Tamtéž, s. 496-499.

Коштів, як завжди, не вистачає (UK)

Страхові керівники «надали» собі фінансову «допомогу» в розмірі 1,2 мільйона гривень (ZP)

Pozorujeme zde jednak deminutiva s kontextuálním odstínem ironie (доріженька, п'янички), skrytá komická přirovnání (політичний цирк), slova s náboženskou tematikou (Ісус) a vsuvky, které v určitém kontextu nivelizují smysl zprávy (як завжди), ale také kombinaci ukrajinských reálií se slovy cizího původu (козаки – супершоу) a výrazy v uvozovkách, které tímto nabývají ironického odstínu (надати допомогу).

Na základě tohoto přehledu můžeme tedy konstatovat, že ironie patří mezi současné tendence projevující se velmi průkazně při tvorbě novinových titulků v současném ukrajinském tisku.

4.1.6. Parenteze (citáty)

Titulky jsou snad nejzajímavější ze syntaktického hlediska. Co se týče větné stavby, jde o kladné i záporné věty, infinitivní konstrukce, citace a řadu jevů, které byly podmíněny komunikativním záměrem novináře: inverze slovosledu, paralelní konstrukce, paradoxy, opakování atd.

Uvedme několik příkladů *citací* v titulcích, jež zasazují čtenáře přímo do kontextu a většinou představují hlavní myšlenku mluvčího, a tedy i celého textu. Citace představují jakési asociační spojení s jejich autorem nebo objektem výpovědi.⁸² Výchozí materiál nám nabízí citace jak s uvozovkami, tak i bez nich.

«Молимося, щоб знову не бабахнуло...» (E103)

«Ми такі ж, як і ваші сусіди» (E122)

«Я не самотній...» (E76)

«Я бабусею пішла під вінець, бо не мала щастя в юності» (F)

Ніколи не змирюся з «кришуванням» і зрадою міліціонерів (LH)

«Мій берег – це темрява скрізь» (UK)

⁸²SADIVNYČYJ, V. O., *Vlastyvosti, funkciji j typu zaholovkiv u strukturi ta zmisti publicystyky Mykoly Daňka*, [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2007/1\(102_1\)/12_Sadivnychy.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2007/1(102_1)/12_Sadivnychy.pdf)

Сергій Суховерта: «Побачити Барселону і захотіти малювати» (V 11/05/07)

Руслан Князевич: «Я б не хотів, як Тихонов, увесь час залишатися штірлицом...» (VZ)

Олександр Кузьмук: «Україна ще не вийшла з кризи і стоїть на межі» (ZP)

V souladu s Havrylovovou⁸³ si uvědomujeme, že titulky, které obsahují jména a příjmení osob, jež se přímo či nepřímo účastnily konkrétních událostí, zvyšují zájem čtenáře o téma a vytvářejí dojem větší věrohodnosti. Avšak proto, abychom dosáhli chtěného výsledku, měli bychom si pamatovat, že zvolený citát by měl být klíčový. Jinými slovy – měl by být v přímém spojení s hlavní myšlenkou a záměrem článku. V opačném případě adresáta dezorientujeme a mohli bychom tak přijít i o jeho důvěru.⁸⁴

4.1.7. Intertextualita

Intertextualita je jev rozšířený v námi analyzovaném materiálu. Je nezbytná pro přenos informací, a tudíž pro psaní novinových titulků. Text výrazně obohacuje, rozšiřuje jeho „obzory“, a bezesporu zaujme čtenáře tím, že mu nabízí něco známého či naopak.

Je nutno poznamenat, že v našem výchozím materiálu cizí jména, místní názvy apod. jsou foneticky přepisovány do ukrajinštiny. Tento jev je tradiční v celém východoslovanském areálu, ačkoli v poslední době se mohou objevovat i netransliterované podoby či kombinace latinky a cyrilice. Např. «VIP-випускники – 2006» (E 76).

Intertextualitu můžeme sledovat na následujících příkladech:

Камінний набір вінницьких ковалів зіграв «роль» у кіно разом з **Орбакайте**
(33K)

Хочу бути **Ісусом** (D45)

«**Володар перснів**»: **Фродо** вивчив українську мову на «**1+1**» (E125)

На канікули – в «**Артек**» (F)

⁸³HAVRYLOVA, J., *Rol' linhvistyčnych zasobiv vyraznosti hazetnych zaholovkiv u spryjnattj tekstu povidomlennja*, <http://www.kspu.edu/downloads/chairukr/Gav2.doc>.

⁸⁴Tamtéž.

«Аврора» проти «Сволоти» (F)

Українець підкорив Ла-Манш (CH)

Зустріч із Альмодоваром була схожа на поїзд у Диснейленд (LH)

Невдалий візит Конді (LH)

Мадонна і ересь (UM)

Роналдо – невинуватий ловелас (VZ)

Безруков зіграє в «Бригаді-2» (ZP)

Jak vidíme, naše příklady obsahují nejrozličnější intertextuální výrazy. Najdeme zde jak zeměpisné reálie (Lamanšský průliv), tak i jména slavných osobností (ruská zpěvačka Kristina Orbakajte, španělský režisér a scénárista Pedro Almodóvar, americká zpěvačka Madonna, slavný fotbalista Ronaldo nebo populární ruský herec Sergej Bezrukov), názvy domácích i zahraničních filmů (Pán prstenů, Avrora, Svoloči, Brigáda 2), odkazy k Novému zákonu (Ježíš), názvy televizních kanálů (ukrajinský televizní kanál 1+1) atd.

Na závěr je nutno doplnit, že přítomnost tohoto publicistického prostředku v titulcích výrazně obohacuje styl novin a zvyšuje zájem čtenáře o informaci obsaženou v tom či onom článku. Přenáší totiž text do jiné, globálnější roviny, což je pro dnešního, značně náročnějšího čtenáře, velmi významným faktorem.

Do této části analýzy můžeme zahrnout i *abreviatury*, jež se v titulcích nezdálo by objevují. Abreviace je oblíbeným mechanismem tvorby výrazových prostředků ve východoslovanských jazycích obecně. Významná je její výrazová ekonomie a okamžité pochopení významu (to samozřejmě platí především pro všeobecně známé zkratky).

Uvedeme několik příkladů abreviace v titulcích, které se vyskytují v našem výchozím materiálu:

Куліш зустрічатиметься із ЗМІ тільки на їх прохання? (D45)

А райдержадміністрації розпустити (E76)

«Входження ПРП у БЮТ – акт політичного самогубства» (E125)

Горить листя – телефонуйте у ЖЕК (E125)

Албанія: від Бункерів – до ЄС (F)

Злодії вдають із себе працівників **соцзабезу** (СН)

СБУ «накрила» потужний конвертаційний центр (СН)

Комунальників лякає зміна погоди (RV)

Завершення **дипмісії** (UK)

У **НАТО** з Януковичем? (UM)

МВС посилює боротьбу зі злочинністю в курортному Криму (UK)

Najdeme zde zkratky jak cizího, tak i domácího původu. Příklady, které nám poskytuje výchozí materiál, můžeme dále rozdělit na zkratky iniciálové (grafické symboly složené z prvních hlásek) a také zkratky vzniklé spojením zkrácených částí jednotlivých slov.

U iniciálových zkratk uvádíme následující: **ЗМІ** — засоби масової інформації (masmédia), **ПРП** — Партія «Реформи і порядок» (strana Reformy a pořádek), **БЮТ** — Блок Юлії Тимошенко (Blok Julie Tymošenkové), **ЖЕК** — житлово-експлуатаційна контора (bytové a komunální družstvo), **СБУ** — Служба безпеки України (Služba bezpečnosti Ukrajiny), **НАТО** — Північноатлантичний альянс (NATO).

Druhý typ zkratk dešifrujeme takto: **райдержадміністрація** — районна державна адміністрація (okresní státní správa), **соцзабез** — соціальне забезпечення (sociální zabezpečení), **комунальники** — жильці комунальних квартир (obyvatelé tzv. komunálek), **дипмісія** — дипломатична місія (diplomatická mise).

Jak vidíme, abreviatury se v našem materiálu vyskytují hojně. Tato skutečnost je důkazem již zmíněného názoru, že zkratky jsou skutečně oblíbené ve východoslovanských jazycích. Je to podmíněno především historickými událostmi, a konkrétně bolševickým převratem začátku 20. st., kdy zkratky byly hospodárným a především účinným médiem a vyskytovaly se takřka všude až v extrémním množství. Skvěle totiž plnily svou nejdůležitější funkci, a to rychle a přímo působily na masy, vyzývaly je k činům a jako nedělitelné součásti ideologických hesel jim dodávaly odvahy. A jak vidíme, téměř celé století následující historie nedokázalo vymazat tuto „lásku“ (v našem případě

ukrajinského národa) ke zkratkám. Možná se nepatrně změnila jejich hlavní funkce, ale jejich výskyt je stále vysoký.

4.1.8. Slova a výrazy s ukrajinskou tematikou (reálie)

Po rozpadu SSSR začátkem 90. let pozorujeme v jazyce ukrajinských masmédií výraznou snahu definitivně opustit totalitní část historie své země a vzdálit se od jejího jazyka. Novináři se snaží maximálně popřít vysoký monotónní sovětský styl a vymazat ze svého jazyka ustálená klišé minulých let.

Podle Serbenské v novodobém ukrajinském jazyce probíhá tzv. proces „desuržikace“, tedy odmítání slov «вуз», «вузівський», «завідуючий», «командуючий».⁸⁵ Dochází k opačnému procesu, a to k obratu k původní ukrajinské slovní zásobě a národním hodnotám.

V této souvislosti pozorujeme také snížení výskytu slovní zásoby z oblasti vojenské (autorka ош označuje pojmem „politická metafora“), a konkrétně v sémantickém poli slova *válka* (война, війна), které autorka komentuje takto:

«Проблема надзвичайно важлива, оскільки з політичною метафорою безпосередньо пов'язана суспільна свідомість: адже розгорнуте метафоричне поле, в якому явища політики, економіки та інших сфер перехрещуються з реаліями війни, чинить тиск на свідомість/підсвідомість, призводить до її мілітаризації, готує соціум до дій, що матеріалізують метафору в універсальний і доступний засіб усвідомлення найрізноманітніших явищ дійсності, оскільки всім добре відомо, що таке фронт, битва, ворог, розгромити. І в цьому небезпека вживання таких слів.»⁸⁶

Jak již bylo zmíněno, v souladu se studií Serbenské v současné ukrajinské publicistice frekvence výskytu vojenské slovní zásoby výrazně klesla, můžeme však pozorovat používání přeneseného významu těchto slov.⁸⁷ To dokládají i titulky z našeho výchozího materiálu. Uvedeme několik příkladů:

⁸⁵SERBENS'KA, O., *Inovacijni procesy u movi sučasnych zasobiv masovoji informaciji*, In: *Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist'*, Lviv 2002, s. 232-233.

⁸⁶Tamtéž, s. 234.

⁸⁷Tamtéž.

Це не гра, а справжня війна (VZ)

МВС посилює боротьбу зі злочинністю в курортному Криму (UK)

Jak v případě titulku Це не гра, а справжня війна (VZ) – *Není to hra, ale skutečná válka*, tak i u novinového názvu МВС посилює боротьбу зі злочинністю в курортному Криму (UK) – *Ministerstvo vnitra posiluje boj proti trestné činnosti na Krymu* se jedná o použití přeneseného významu slov *válka* (війна) a *boj* (боротьба), což dodává titulkovi na barvitosti a výraznosti, a tím zvyšuje i jeho hodnotu (základní funkce hodnotného titulku – stručnost, informativnost, nápaditost, neotřelost atd.). Jak již bylo řečeno, titulek je publicistickým prostředkem, který nejen informuje, ale také upoutává pozornost adresáta a určitým způsobem jej také ovlivňuje.

Je nutno říci, že náš výchozí materiál poskytuje řadu titulků, které obsahují prvky typické pro ukrajinskou kulturu (dějiny, folklór, současnost). V této analýze je označíme jako *reálie*. Níže uvádíme několik příkladů, které potvrzují výraznou aktivizaci těchto prvků v současném ukrajinském tisku, a také krátký komentář jednotlivých reálií.

Козаки показали супершоу (E76)

На прощу до Зарваниці (E76)

Лемківське село (E76)

УПА треба заборонити (E125)

Від Дня соборності – до Тетяниного дня (RV)

«Вакулою» та «Оселедцем» здивуємо на наступному чемпіонаті (VZ)

Domníváme se, že některé reálie použité v citovaných novinových názvech nepotřebují žádný komentář. Přesto se o nich zmíníme.

První titulek Козаки показали супершоу (E76) – *Kozáci předvedli supershow*; bylo použito reálie *козак* (kozák), která odkazuje k období 15. - 18. st. a označuje svobodného člověka původem z nevolníků nebo městské chudiny, který prchl na jih země a bojoval proti tureckým, tatarským a polským nepřátelům. Etymologie tohoto slova není zcela jednoznačná, ale nejčastěji se

uvádí, že pojem *козак* pochází od tatarského *kazak*, což znamená svobodného válečníka nebo banditu.⁸⁸ Pojem *kozák* je jednou z nejčastějších asociací v souvislosti s Ukrajinou, jelikož skutečně představuje nedělitelnou část historie země.

Další titulek *На прощу до Зарваниці (E76) – Zarvanycja – poutní místo* (jedna z možných variant překladu) obsahuje pojem *проща*, který znamená pout', odpuštění hříchů (*прощення гріхів*). *Zarvanycja* s tímto pojmem těsně souvisí, jelikož tato obec v Ternopolské oblasti je známá mezi věřícími jako jedna z důležitých náboženských destinací. V obci se nachází chrámový komplex pod správou Ukrajinské řeckokatolické církve s léčivým pramenem, u kterého se podle očitých svědků zjevila Bohorodička.⁸⁹

Dále v titulcích najdeme následující ukrajinské reálie: **лемки** (ukrajinské etnikum, které kdysi částečně osídlilo území Karpat – dnes část Zakarpatské Ukrajiny – a dále část Polska a Slovenska; samotné označení znamená “ten, co žije na pomezí”), **УПА** (Українська повстанська армія; od roku 1941 nelegální vojensko-politické jednotky na západní Ukrajině, jejichž hlavním cílem bylo osvobození země od německé a sovětské nadvlády), **День соборності** (od roku 1999 oficiální státní svátek, který připomíná sloučení Ukrajinské lidové republiky a Západní ukrajinské republiky, k němuž došlo roku 1919), **Тетянин день** (den, kdy se v ortodoxní církvi slaví památka raněkřesťanské mučednice Tat'any, která byla poč. 3. st. umučena v Římě; 12./25. ledna), **Вакула** (mužské jméno, které se ihned asociuje s kozáky; další asociací by mohla být i literární postava Vakuly z Gogolových *Večerů na Dikaňce – «Вечера на хуторі близь Диканьки»*), **оселедець** (starobylý mužský účes, který představoval dlouhý pramen vlasů na oholené hlavě a byl typickým účesem kozáků; výraz „oseledec“ se začal používat poměrně nedávno, dříve běžné *чуприна*; prvotní význam slova – *sleď*).⁹⁰

Jak vidíme, v současné době reálie patří mezi oblíbené prostředky ukrajinské publicistiky. Výrazně obohacují styl a jsou důkazem citované aktivizace tradiční ukrajinské slovní zásoby po rozpadu Sovětského svazu.

⁸⁸<http://www.uk.wikipedia.org/>;

BUSEL, V. T., *Velykyj tlumačnyj slovnyk sučasnoji ukrajins'koji movy*, Kyjiv 2004.

⁸⁹Tamtéž.

⁹⁰Tamtéž.

V této souvislosti se zmíníme i o *regionalizmech*, tedy výrazových prostředcích typických pro určitý region. Ty jsou podmíněny historickým vývojem jazyka a také vlivem jazyků cizích, což se především vztahuje k příhraničním oblastem Ukrajiny.

Náš výchozí materiál nám nabízí následující příklady. Především se jedná o titulky publicistiky zakarpatského a ivanofrankovského regionu:

Пом'янули **Полі-бачія** виставкою робіт (F)

Ласло Балла: «Я пізнав **босорканську** кухню влади» (F)

Де поділося наше м'ясо? (H)

Zakarpatská oblast představuje jednu z etnicky a jazykově nejzajímavějších oblastí, což je způsobeno především zeměpisnou polohou tohoto ukrajinského regionu. Oblast hraničí ihned s třemi cizími státy, a to se Slovenskem, Maďarskem a Rumunskem. A právě maďarské vlivy sledujeme na našich příkladech novinových názvů.

Tak např. *Полі-бачі* je přepisem spojení jména a slova “pán” v maďarštině (Pali bácsi). Pojem *босорканський* je přídavným jménem od *босорканя*, které v maďarštině znamená vědmu, ježibabu (boszorkány).

Tázací slovo *де* ve významu *куди* (kam) je společnou záležitostí několika regionů, a konkrétně Lvovské, Ternopolské, Ivanofrankovské a Zakarpatské oblasti, a záleží především na historickém vývoji jazyka.

Na základě našeho výchozího materiálu můžeme konstatovat, že regionalizmy nepatří mezi časté jevy v současné ukrajinské publicistice. Ve většině případů však jejich výskyt odráží zvýšenou emocionalitu a často i skrytou ironii autora.

4.1.9. Inverze slovosledu

Na základě výchozího materiálu můžeme pozorovat častou *inverzi slovosledu*. Ta porušuje schématický slovosled ve větě, čímž aktivizuje určitý člen věty a zvyšuje její emocionalitu. Podobné titulky jsou ve srovnání s jinými neotřelé, a tudíž upoutají pozornost spíše než ty, které mají konvenční slovosled.

Jak uvádí Bečka⁹¹ ve své příručce *Jazyk a styl novin*, jedná se zde především o obrácenou sdělnou perspektivu, kdy jádro výpovědi přichází dříve než její základ.⁹² V této souvislosti vědci nejčastěji operují s pojmy „téma – réma“, a to jak v české, tak i v ukrajinské lingvistice.⁹³

Níže se podíváme na několik příkladů titulků se slovoslednou inverzí:

А поїсти я мастак (E76)

А воду гріє сонце (E103)

І вдову не пожаліли (E122)

Щоб хробачки не докучали (E125)

Шляхетний образ в пам'яті лишився (H)

Озорилося Чорномор'я талантами (UK)

Нівроку копанка глибока (UM)

Як галичани на чемпіонат світу пішки ходили (VZ)

Дитинства радісна мить (ZI)

Проблеми «індіанців» шерифа не хвилюють (ZI)

Je třeba poznamenat, že slovosledná inverze je v ukrajinské publicistice velmi rozšířená, a jak vidíme, hojně se jí využívá i v názvech novinových článků. Jde o to, že jádro výpovědi je postavením v první pozici vytýčeno z toho důvodu, že začátek věty je v podobných případech nejzávažnější. Následující část výpovědi jádro jen doplňuje.⁹⁴ A jak sami pozorujeme, účinek tohoto výrazového prostředku titulek zvýrazňuje a pomáhá plnit jeho hlavní funkci.

Tak např. hlavním posláním titulku *А поїсти я мастак (E76) – Najíst se... to tedy umím*; je upozornit adresáta na to, že článek bude nejpravděpodobněji pojednávat o jedné z hlavních lidských potřeb, a tedy o jezení. Opačný slovosled ve větě navíc přidává titulku na emocionalitě a nabízí čtenáři určitý prostor pro další asociace (gastronomie, kulinářské speciality, vaření, problémy s váhou apod.).

⁹¹BEČKA, J. V., *Jazyk a styl novin*, Praha 1973.

⁹²Tamtéž, s. 116.

⁹³viz. např. KARLÍK, P. a kol., *Příruční mluvnice češtiny*, Praha 2003, s. 633 a JUŠČUK, I. P., *Ukrajins'ka mova*, Kyjiv 2005, s. 524-525.

⁹⁴BEČKA, J. V., *Jazyk a styl novin*, Praha 1973, s. 117.

Podobným případem je i další titulek І вдову не пожаліли (E122) - *Neměli slitování ani s vdovou*, v němž rématická část na prvním místě klade větší důraz na objekt celého dějství.

Ne vždy je ale změna pozice tématické a rématické části výpovědi podmíněna větším důrazem na novou informaci. Po detailnějším pohledu na naše titulky můžeme vymezit několik z nich, jejichž slovosled byl ovlivněn jinými faktory.

Tak např. novinové názvy Озорилося Чорномор'я талантами (UK) a Як галичани на чемпіонат світу пішки ходили (VZ) vykazují jasný původ v jazyce knižním, v jazyce slovanských pohádek a novodobých kreslených filmů (viz. kap. 4.2.2.).

Dovolíme si tvrdit, že právě tento druh slovosledné inverze vnímáme jako silnější a významnější při tvorbě titulků v současné publicistice. Kromě většího důrazu na určitou informaci totiž obsahuje i aluzi, která mnohokrát zvyšuje účinek novinového názvu na adresáta, a tím také pomáhá titulku lépe plnit svou funkci.

4.1.10. Krátký nebo dlouhý titulek?

V závěru je třeba dodat několik slov o délce titulků v jednotlivých tiskovinách; ta nepatří přímo mezi prostředky publicistiky, přesto by neměla zůstat bez povšimnutí v kontextu analýzy novinových titulků.

Na základě analyzovaného materiálu jsme zjistili, že ve výchozích novinových vydáních se vyskytují jak rozsáhlé, tak i krátké titulky. Uvedme několik příkladů titulků s rozsáhlou syntaktickou konstrukcí (krátké titulky jsme měli možnost pozorovat ve všech podkapitolách této analýzy).

Костюм від Герінга. Член вінницького підпілля ОУН Михайло Климчук в окупованій Вінниці спілкувався з Герінгом і танцював перед Гітлером (33K)

Ужгородською швейною фабрикою хочуть заволодіти рейдери (F)

Столична влада контролює рівень надбавок до оптових цін на м'ясо (CH)

Керівник тернопільської птахофабрики думає не про пташиний грип, але про те, як стати мером Тернополя (R)

Міліція розшукала «Монаха», який вісім років тому скоїв вбивство на Рівенщині (RV)

Абрамович купив волинське місто за...6 тисяч, або Чому баба Оля «алігаторів»боїться (V 11/05/07)

Експерти припускають, що Ющенко видасть четвертий указ про вибори (ZP)

Карпатський регіон трансформується у рекреаційний центр для відпочинку та лікування людей (ZP)

У чемпіонаті Закарпаття зі швидких та блискавичних шашок переміг Михайло Дикун із Тячівщини (ZP)

Po detailnějším rozboru analyzovaného materiálu však můžeme konstatovat, že krátký titulek všeobecně převládá, což ale neplatí pro Zakarpatskou a Vinnyckou oblast. Není snadné vysvětlit danou skutečnost, a není to ani cílem této diplomové práce. Musíme však poznamenat, že podle některých autorů⁹⁵ objemové rozšiřování titulků patří mezi jejich hlavní současné tendence a nepředstavují žádný negativní jev.

Jiní autoři, a konkrétně E. Š e s t a k o v o v á⁹⁶, uvádí, že takovéto syntakticky (ale i např. graficky) zatížené novinové názvy snižují přání čtenáře číst samotný článek, jelikož nabízejí hlavní myšlenku textu ve své vlastní podobě. To by se však podle autorky nemělo stávat zvykem, jelikož tento jev protirečí hlavní funkci novinového titulku.⁹⁷

S tímto názorem můžeme jen souhlasit. Přece mezi hlavní příznaky úspěšného titulku patří především přitažlivost, stručnost, informativnost a nápaditost (viz. kap. 3.4.0.).

4.2.0. Typologie titulků

Na základě analýzy názvů novinových zpráv uvedené v předchozí kapitole můžeme vytvořit vlastní typologii nejčastěji pozorovaných novinových titulků v současné ukrajinské publicistice. „Kostrou“ pro naši typologii budou jednotlivé

⁹⁵KAREVA, I., *Zagolovki v gazete*, http://aaleks13.narod.ru/kurs/kurs_02.doc.

⁹⁶ŠESTAKOVA, E., *Pro absurdizaciju jak odnu z tendencij rozvytku hazetnych zaholovkiv u sučasnij presi*, In: *Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasniť*, Lviv 2003, s. 626.

⁹⁷Tamtéž.

jazykové a mimojazykové roviny, v nichž se titulky projevovaly příznačným způsobem, a tedy: morfologická, lexikální, syntaktická, stylistická a grafická.

Rozlišujeme tedy následující typy titulků, které převládaly v našem výchozím materiálu:

1. titulky obsahující deminutiva;
2. titulky obsahující slova cizího původu;
3. titulky obsahující abreviatury;
4. titulky obsahující ukrajinské reálie;
5. titulky obsahující regionalizmy;
6. titulky obsahující slova hovorová, slang a slovní zásobu s vysokou expresivitou;
7. titulky frazeologické;
8. titulky se slovoslednou inverzí;
9. titulky s parentezí;
10. titulky metaforické;
11. titulky obsahující opakování;
12. titulky obsahující paradox;
13. titulky obsahující intertextualitu;
14. titulky ironické;
15. titulky s výraznou interpunkcí.

Znovu zdůrazňujeme, že v naší typologii jsme vynechali typ titulku, který obsahuje více jazykových i interpunkčních prostředků, a tudíž má větší účinek na adresáta (viz. „komplexní“ titulky kap. 4.2.0., 4.2.4.).

Za zmínku stojí i skutečnost, že titulky ironické mohou zahrnovat více publicistických prostředků zmíněných v citované typologii. Přesto je uvádíme jako zvláštní typ novinového titulku.

Neméně důležitým rysem titulků v naší analýze byla i jejich délka, která se projevovала odlišně v různých regionech, jejichž periodika poskytla materiál pro tuto diplomovou práci. Tak např. titulky tvořené rozsáhlým souvětím se vyskytovaly převážně v Zakarpatské a Vinnycké oblasti. Naopak publicistika Lvovské oblasti a dále na východ směrem ke Kyjevu překypuje titulkem kratším.

V následující kapitole se pokusíme o zachycení hlavních tendencí v tvorbě titulků v současné ukrajinské publicistice ve srovnání s tvorbou titulků českých.

4.3.0. Titulek v ukrajinské a české publicistice (srovnávací pohled)

Uvedený materiál nám dovoluje vyvodit následující tendence, jež jsou patrné při tvorbě novinových titulků v současné ukrajinské publicistice.

Všeobecně převládají spíše kratší titulky s vysokou emocionalitou, výraznou expresivitou a obrazností, pro něž je příznačná častá citace a vysoká intertextualita. Je nutno dodat, že cizí jména a místní názvy jsou stále přepisovány do ukrajinštiny foneticky. Pouze v některých případech nacházíme původní podobu toho či onoho jména, tedy podobu latinskou.

Mimo jiné, titulky ve výchozím materiálu obsahují hojnost slov cizího původu a časté abreviatury. Pozorujeme čím dál větší aktualizaci starého ukrajinského lexika nebo ukrajinských reálií. A samozřejmě nesmíme opomenout bohatou interpunkci, která je všeobecně přirozená pro ukrajinštinu.

Co se týče jednotlivých regionů, velmi zajímavý materiál představují titulky v zakarpatské publicistice. Mezi nejvýraznější jevy, s nimiž se tu setkáme častěji než v jiných regionech Západní Ukrajiny, patří především rozsáhlá souvětí bez výrazných expresivně-emocionálních výrazových prostředků a dále regionální zvláštnosti slovní zásoby, které jsou podmíněny zeměpisnou polohou tohoto území. Ta se projevuje velkým vlivem jazyků sousedních států na ukrajinštinu.

Dlouhý titulek se pak postupně rozšiřuje ze Zakarpatské Ukrajiny směrem k Chmelnycké a Vinnycké oblasti.

Naopak titulky v publicistice Lvovského regionu (a dále na východ, směrem ke Kyjevu) se vyznačují svou krátkostí, vysokou emocionalitou, metaforičností a implicitností. Najdeme zde častou inverzi slovosledu, která přenáší důraz na určitý člen výpovědi, čímž titulek bezesporu zvýrazňuje, a dále také přítomnost cizích prvků (v této práci označených pojmem „barbarizmy“), které např. v Zakarpatské oblasti jsou vzácné nebo zcela chybí.

Abychom si utvořili komplexní obraz zkoumané problematiky, uvedeme i hlavní tendence ve vytváření českých novinových titulků. Pro tento účel využijeme závěru diplomové práce Zikmundové⁹⁸. Zcela jistě si uvědomujeme, že práce Zikmundové je poměrně starší datace a vzhledem k rychlému rozvoji naší reality neodráží aktuální stav titulků v české publicistice. Kromě toho je zaměřena především na syntaktickou stavbu novinových názvů, což nesouhlasí s metodou, kterou používáme při analýze titulků v současné ukrajinské publicistice. Domníváme se však, že u problematiky, která zatím není řádně prozkoumána a popsána, je vhodnější se opřít o poznatky již existujícího věrohodného pramene.

Zikmundová tedy sumarizuje hlavní tendence českého titulku následujícím způsobem:

„V současném tisku se projevuje tendence k vyrovnanějšímu užívání všech druhů titulků s jiným záměrem než oznamovacím. Ten nadále zůstává základním. ... Postupem času se snižuje frekvence titulků větných a vzrůstá počet nadpisů nominálních a eliptických. ... Uvedená tendence k nominalizaci a eliptičnosti je jistě v souvislosti s vyjadřováním ústním, kde se taktéž projevuje stále více snaha o ekonomičnost vyjadřování. ...

Celkově se v nadpisech projevuje snaha o co největší rozmanitost repertoáru užívaných konstrukcí. Přitom největší možnost skýtá jejich syntaktická stavba, a to hlavně v oblasti konstrukcí eliptických. Ty mohou být i nadále bohatým zdrojem novinových titulků.“⁹⁹

Podobně nahlíží na hlavní tendence titulku v české publicistice i Bartošek ve své příručce *Žurnalistika – úvod do studia*¹⁰⁰, v níž píše, že současné novinové titulky jsou většinou krátké a jmenné, zůstal jim převažující obrazný charakter. Syntaktická struktura novinových názvů je jednoduchá, souvětí jsou vzácná, převažují jmenné konstrukce nad slovesnými. Často se setkáme s větami zvolacími, výzvodnými a tázacími.¹⁰¹

Můžeme tedy tvrdit, že novinové titulky jak v ukrajinské, tak i v české publicistice směřují velmi podobnou cestou: nabývají nejrůznějších podob a často

⁹⁸ZIKMUNDOVÁ, B., *Novinové titulky*, FF UK v Praze 1984.

⁹⁹Tamtéž, s. 76-79.

¹⁰⁰BARTOŠEK, J., *Žurnalistika – úvod do studia*, Olomouc 1997.

¹⁰¹Tamtéž, s. 72.

mají jiný záměr než oznamovací, aby tak lépe splnily svou hlavní funkci. Když se vzdálíme od naší typologie a představíme si syntaktickou stavbu ukrajinských titulků ve výchozím materiálu, je patrné, že nominální konstrukce jsou také společným rysem titulků v obou jazycích a totéž bychom mohli konstatovat i v souvislosti s eliptickou podobou novinových názvů.

Dokonce při krátkém pohledu na současné novinové titulky v českém tisku, zaznamenáváme velký počet slov cizího původu, slova hovorová a slangová, intertextualitu, citaci a obraznost.

Hlavní rozdíly v tendencích, které převládají ve vytváření titulků v české i ukrajinské publicistice, však spočívají v následujícím: ukrajinština více aplikuje slovoslednou inverzi a stále častěji aktualizuje slovní zásobu i témata typická pro ukrajinskou kulturu. Další rozdíl představuje pestré spektrum interpunkce, která je charakteristická pro ukrajinštinu.

4.4.0. Grafická stránka titulků

Na tomto místě považujeme za vhodné poznamenat, že grafická stránka titulků není předmětem této diplomové práce. Představuje však velice zajímavý materiál, který svědčí jak o technickém rozvoji, pronikání cizích vlivů do tradiční kultury tisku, tak především o serióznosti jednotlivých periodik. Pro znázornění uvádíme ukázky některých titulků v našem výchozím materiálu (viz. příloha č. 2).

V. Internetová publicistika

Následující kapitola je rozdělena do tří podkapitol, které nás postupně seznámí s jednou z nejvýznamnějších změn v žurnalistice, kterou byl vznik internetové žurnalistiky, a s stručným vhladem do vývoje a současného stavu internetového tisku komparativně na Ukrajině a v České republice. Na závěr se pak budeme krátce zabývat titulkem našeho výchozího materiálu v jeho elektronické podobě.

5.1.0. Změny posledních desetiletí

Počítačová revoluce, která zachvátila svět v posledních desetiletích minulého století, zásadně změnila způsob, jakým se vytváří a šíří informace. A tyto změny v oblasti informací nám dovolují tvrdit, že svět vstoupil do nové éry, v níž se postupně vytváří tzv. informační společnost. Jedním z hlavních činitelů v tomto procesu je bezesporu celosvětová síť zvaná internet.

V posledním desetiletí vzniká celá řada elektronických periodik, elektronických verzí tištěných médií, mění se způsoby hledání, zpracování a šíření informací. Volný přístup k internetu, absence cenzury a relativně nízké ceny služeb jsou příčinou toho, že elektronická vydání představují dostupnou, poměrně levnou a komfortní záležitost.

Na tomto místě je však nutno poznamenat, že ne všichni vědci, a konkrétně odborníci v oblasti žurnalistiky, jsou stejného názoru v souvislosti s internetem a čím dál větším šířením elektronických periodik. Uvedme alespoň některé z nich.

Podle studie W. C i s a k a¹⁰² elektronické noviny a tzv. publikace on-line jsou rychlejší, osobnější a výrazně dostupnější. Kromě toho nabízí čtenáři nejrozličnější doplňující materiály v podobě videa, zvukových souborů atd. A jak autor dále uvádí: „Споживач тепер не потребує між ним і джерелом зайвого посередника.”¹⁰³

¹⁰²CISAK, W., *Presa v Interneti – Internet u presi: aktual'ni problemy informacijnoho suspil'stva v central'no-schidnij Jevropi (na prykladi pol's'koji ta ukrajins'koji systém presy)*, In: Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasniť, Lviv 2000.

¹⁰³Tamtéž, s. 330-331.

Ve své příručce *Osnovy žurnalistiky* Mychajlyn¹⁰⁴ představuje internetovou síť jako novou etapu žurnalistiky z technického i obsahového hlediska.

«Технічний аспект пов'язаний з швидкістю поширення масової інформації, використанням мультимедійних можливостей, що полягають у поєднанні тексту, звуку та анімації. Сучасні технології дозволяють передавати комунікаційними каналами Інтернет не лише текстову інформацію, але й твори радіо- й тележурналістики.

Змістовний аспект пов'язаний з цілковитою відсутністю (й засадничою неможливістю) в Інтернеті цензури чи якого б то не було іншого нагляду. Над автором не стоїть не тільки урядовець, але й власний редактор — обов'язкова рольова особа в сучасній журналістиці. Зникають усі опосередковуючі обставини, журналіст (чи просто громадянин, який виступає в ролі журналіста, напřаму здійснює свої інформаційні функції. Ці умови гарантують масово-інформаційній діяльності максимальну об'єктивність повідомлень. Все складніше брехати в умовах цілковитої прозорості інформаційних відносин. Хтось обов'язково знатиме правду і викриє брехуна.»¹⁰⁵

Níže však čteme jednu z opozičních myšlenek (autor odkazuje na ruského vědce B. Vareckého), která spočívá v tom, že internet nemá nic společného s žurnalistikou a představuje spíše jakousi celoplanetární informační banku, která vyžaduje větší kontrolu, důkladnější ověřování, sestavování a selekci materiálu. Tato skutečnost jen zvyšuje úlohu profesionálních novinářů a redaktorů.¹⁰⁶

Nehledě na všechny tyto názorové neshody, je třeba uvést, že elektronické noviny a časopisy a také jiné elektronické informační služby představují nedělitelnou část naší reality. Život se vyvíjí a modernizuje a je přirozené, že masmédiá, a konkrétně periodika, se těmto změnám snaží přizpůsobit.

¹⁰⁴MYCHAJLYN, I. L., *Osnovy žurnalistiky*, Kyjiv 2002.

¹⁰⁵Tamtéž, s. 79.

¹⁰⁶Tamtéž.

5.1.0. Druhy internetového tisku

První periodická internetová vydání ve střední a východní Evropě se objevují počátkem roku 1996 a postupně se stávají samozřejmou součástí každodenní reality. Tak např. ve zmiňovaném roce 1996 v celé Evropě fungovalo kolem 300 internetových novin. V současné době jen v Polsku jejich počet značně převyšuje toto číslo.¹⁰⁷ Počet ukrajinských internetových vydání se pohybuje kolem 150. Avšak stanovit přesný počet elektronických periodik jak na Ukrajině, tak i v některých jiných zemích střední a východní Evropy je obtížné. Za prvé, neexistuje celostátní rejstřík těchto vydání, jako např. seznamy tištěných médií. Za druhé, mnohá internetová vydání, obzvláště ukrajinská, svůj obsah během delší doby nedoplňují a neaktualizují, čímž ztrácejí statut periodického vydání (viz. např. *Večirnij Kyjiv – Вечірній Київ* – <http://www.ukraine.org/vkyiv/>).¹⁰⁸

Co se týče druhů elektronického tisku na Ukrajině, rozlišujeme tři následující typy:

- vlastní elektronická on-line vydání (nemají tištěnou podobu, jejich tematický obsah není zpravidla rozsáhlý, grafická stránka se velice liší od tištěných periodik – najdeme zde velké množství tabulek, diagramů atd.; např. Lvovské vydání *Hazeta Pro – Газета Про* – <http://www.gazeta.pro.wertep.com>;);
- elektronické verze velkých tištěných periodik (identická podoba tištěného vydání, zpravidla obsáhlý archiv s vyhledáváním, aktuální informace ze všech oblastí života; hlavním cílem je vyhovět čtenáři, který je zvyklý na tradiční podobu novin, a také těm, kteří nemají přístup k tištěným verzím toho či onoho periodika, např. čtenáři v zahraničí; viz. noviny *Den – День* – <http://www.day.kiev.ua>);
- zkrácené verze tištěných periodik (zveřejňují jen část informace tištěných novin, hlavním cílem je reklama tištěného média; např. *Večirnij Kyjiv – Вечірній Київ* – <http://www.ukraine.org/vkyiv/>).¹⁰⁹

¹⁰⁷CISAK, W., *Presa v Interneti – Internet u presi: aktual'ni problemy informacijnoho suspil'stva v central'no-schidnij Jevropi (na prykladi pol's'koji ta ukrajins'koji systém presy)*, In: *Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasniť*, Lviv 2000, s. 328.

¹⁰⁸Tamtéž.

¹⁰⁹Tamtéž, s. 328-329.

Pro celistvost našeho přehledu elektronických médií uvedeme krátkou zmínku o internetovém tisku v České Republice. Podle B. O s v a l d o v é¹¹⁰ kromě tištěné mají také elektronickou podobu české celostátní i některé regionální deníky a časopisy.

„Nabízejí jak identický obsah distribuovaného čísla (dostupný od určité hodiny u deníků nebo od určitého dne u časopisů, aby si elektronické a tištěné vydání nekonkurovalo), tak průběžnou aktualizaci informací on-line. ... Na internetu jsou umísťovány jak materiály, které nebyly do čísla zařazeny, tak aktuality nebo okamžité informace o probíhajících událostech. ... Dále zde někteří autoři mají svoje pravidelné rubriky a blogy.“¹¹¹

Mezi nejznámější internetové adresy autorka řadí následující: idnes.cz, ihned.cz, lidovky.cz, reflex.cz, týden.cz a dodává, že elektronickou podobu mají i bulvární periodika.¹¹²

Českou internetovou žurnalistiku bychom mohli zhruba rozdělit do dvou skupin, a to:

- „internetové varianty“ již existujících agentur, novin a časopisů (ČTK – *České noviny*, Mladá fronta DNES – *iDNES*);
- periodicky obnovované webové stránky (zveřejňují žurnalistické materiály všech žánrů pouze pro uživatele internetu; mají nejrůznější periodicitu, tematické zaměření a žánr; např. internetové deníky *Neviditelný pes*, *aktuálně.cz*).¹¹³

Jak vidíme, ukrajinská i česká charakteristika a stratifikace elektronických periodik je téměř identická, což především souvisí se světovou globalizací ve všech životních sférách.

Dále přejdeme od vývoje a typů elektronických vydání ke krátké analýze titulků našeho výchozího materiálu na základě internetové publicistiky, kterou se zabývá následující podkapitola.

¹¹⁰OSVALDOVÁ, B., HALADA, J., *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*, Praha 2007.

¹¹¹Tamtéž, s. 63.

¹¹²Tamtéž.

¹¹³Tamtéž, s. 246.

5.1.0. Titulek v internetové publicistice

Je třeba poznamenat, že všechny deníky a týdeníky, které představují náš výchozí materiál, mají svou vlastní elektronickou podobu, která je přesným odrazem jejich tištěné verze (viz. internetová adresa v závorkách). Výjimku tvoří analyzované noviny ze Zakarpatské oblasti, které nemají své webové stránky. Proto se zaměříme právě na první skupinu periodik.

Dokonce po krátkém náhledu na titulky, které obsahují analyzovaná elektronická vydání, je zřejmé, že rubriky, hlavní materiál a titulky takových vydání jsou zcela totožné s jejich tištěnou verzí. Proto zde můžeme formulovat krátký závěr, který spočívá v tom, že mezi námi excerpovanými titulky z tištěných periodik a jejich podobou v identických elektronických vydáních jednotlivých tiskovin nepozorujeme žádný rozdíl.

VI. Novinářská etika a titulek

Cílem následující kapitoly je upozornit čtenáře na problematiku adekvátnosti spojení „titulek – text“. Ve třech podkapitolách se budeme zabývat etickou stránkou novinářské práce, teorií tzv. dezorientujícího titulku, v závěru kapitoly pak nahlédneme na zkoumané téma z praktického hlediska: pokusíme se provést krátkou analýzu adekvátnosti novinových názvů v našem výchozím materiálu.

6.1.0. Etika jako pojem z žurnalistické praxe

Podle B. Osvaldové¹¹⁴ je etika v žurnalistice souhrnem psaných a také nepsaných zásad, kterými by se měl řídit žurnalista na základě obecných hodnotových kritérií. Tato pravidla bývají vyjádřena v novinářských etických kodexech, které schvalují profesní sdružení novinářů v jednotlivých zemích. Tak např. český Etický kodex novináře, schválený roku 1998 Syndikátem novinářů České republiky, řadí mezi hlavní zásady žurnalistické práce následující:

1. Právo občanů na včasné, pravdivé a nezkreslené informace;
2. Požadavky na vysokou profesionalitu v žurnalistice;
3. Důvěryhodnost, slušnost a serióznost zvyšují autoritu médií.¹¹⁵

Je vhodné se zmínit o tom, že některé informační agentury a redakce se neřídí pouze všeobecně platným Etickým kodexem novináře, ale přijímají i vlastní novinářské kodexy (viz. Novinářský kodex deníku MF DNES¹¹⁶).

Ukrajinské teoretiky také znepokojuje otázka etiky v novinářské práci. Podle příručky I. L. Mychajlyna¹¹⁷ jednou z hlavních zásad novináře je „pravdivost“, která je podmíněná objektivním pohledem žurnalisty na událost či

¹¹⁴OSVALDOVÁ, B., HALADA, J., *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*, Praha 2007.

¹¹⁵Tamtéž, s. 66-67;

FSS MU, *Etika v žurnalistické praxi a Úvod do žurnalistické etiky – soubor textů do kurzů*, Brno, příloha.

¹¹⁶Tamtéž, příloha.

¹¹⁷MYCHAJLYN, I. L., *Osnovy žurnalistiky*, Kyjiv 2002.

nějakou informací, neuspěchané kroky a prezentace skutečnosti v nezkreslené podobě. Podle autora jsou všechny tyto aspekty měřítkem kvality v žurnalistice.¹¹⁸

V této souvislosti je na místě tvrzení, že každý má právo vyjádřit svůj názor, ale nikdo nemá právo dezorientovat společnost. A právě pojmem dezorientace v kontextu titulku se budeme zabývat podrobněji v následující podkapitole.

6.2.0. Titulek, který dezorientuje

Nesoulad mezi titulkem a obsahem článku v této práci označujeme za dezorientaci, a konkrétně dezorientaci čtenáře. Tato skutečnost se bohužel stala součástí běžné praxe novinářů a jen vzácně je uváděna jako jedna z hlavních zásad práce žurnalisty.

Již jsme mluvili o tom, že má-li mít titulek úspěch u adresáta, musí být krátký, trefný, nápaditý, konkrétní, obrazný. Řadu těchto přívlastků bychom mohli rozšiřovat dál, avšak důležité je, že titulek by měl odpovídat vlastnímu obsahu článku. V opačném případě tu hrozí situace, kdy čtenáře upoutá název nějaké zprávy, která však v závěru nesplní jeho konkrétní očekávání. V podobných případech novinář riskuje, že jeho články, či dokonce celé vydání ztratí u čtenářů respekt.

Neadekvátními titulky se ve své studii zabývá E. Š e s t a k o v o v á¹¹⁹, v níž uvádí řadu příkladů. Níže se podíváme na několik z nich:

«У більшості масових газет та щотижневиків можна спостерігати неадекватність заголовка тексту. Наприклад, «Алла Пугачева скоро стане матерью» (М. Халдеєв) (Бульвар – 2002 – № 28 – Іюнь): А. Пугачеву запросили на роль матері німфетки до кінострічки «Губи», яку збирається знімати режисер М. Рудінітейн за романом В. Набокова «Лоліта»; ... «В екологічній катастрофі винуват Кучма» (Город – 2003 - №3 – 24 янв.): легкові автомашини та мікроавтобуси, що належать одному з автопарків, яким керує директор на прізвище М. Кучма,

¹¹⁸Tamtéž, s. 131.

¹¹⁹ŠESTAKOVA, E., *Pro absurdizaciju jak odnu z tendencij rozvytku hazetnyx zaholovkiv u sučasnij presi*, In: *Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasniť*, Lviv 2003.

призводить до великого забруднення повітря, бо керівництво не дотримується технічних вимог.»¹²⁰

Autorka dále píše, že podobné jevy v publicistice znamenají profesní nekompetentnost novináře, autorův nezdar anebo snahu autora upoutat pozornost adresáta, a to za každou cenu.¹²¹ Ale vždyť očekávání čtenáře, které vyprovokuje intrikující titulek, by mělo být splněno právě textem materiálu.

Jiní teoretikové nejen charakterizují dezorientující titulky, ale také se zabývají jejich stratifikací. Tak např. L. G l a z u n o v o v á¹²² ve své studii uvádí následující typy takových novinových názvů:

- titulky, jejichž předvídavost je minimální (např. «*Как расчленить cocedeй?*»); u podobných titulků je zvědavý čtenář odkázaný na obsah článku, z kterého nakonec vyplývá, že se vlastně jedná o privatizaci obytných ploch v Moskvě a lákavé slovo *rasčlenit'* je použito ve smyslu ubytovat/přemístit);
- titulky reprezentující jednu z tezí publikace (např. «*НТВ на новый год будет раздавать жуков*», později v samotném textu se dozvídáme, že ruský televizní kanál NTV bude během silvestrovské noci rozdávat dárky, z nichž hlavním je Volkswagen-Brouk; autor ani nemyslí na to, že titulek neodráží hlavní myšlenku textu a občas jí zcela protiřečí; důležité je, že název je výrazný a intrikující);
- titulky zkreslující skutečnosti uvedené v článku (např. «*Дзержинский убил свою сестру, а потом утопил Россию в крови*»); v samotném textu ale najdeme konfrontaci názorů, které podporují a vyvracejí myšlenku, že právě Felix Dzeržinskij byl vrahem své sestry Vandy);
- tzv. defektní titulky (smysl podobných novinových názvů zůstává záhadou i po přečtení zprávy).¹²³

¹²⁰Tamtéž, s. 624-625.

¹²¹Tamtéž, s. 625.

¹²²GLAZUNOVA, L., *Sovremennyj gazetnyj zagolovok. Rabota s zagolovkom na urokach russkogo jazyka*, http://www.fos.ru/pedagog/9659_2.html

¹²³Tamtéž.

Mezi hlavní příčiny vzniku podobných titulků autorka řadí snahu novinářů vytvořit takový název, který by byl pro čtenáře zajímavý, dokonce i tehdy, když samotný text nenabízí žádnou pozoruhodnou informaci.¹²⁴

Obvykle příliš křiklavé, zavádějící titulky se vyskytují právě u informačně skoupých textů. A jejich autoři si zřejmě ani nepřipouští, že podobný počín svědčí o nezodpovědnosti a neprofesionálním chování novináře.

Zajímavý pohled na stratifikaci chybného spojení titulku s textem, a tedy neadekvátních titulků zmiňuje ve své práci I. K a r e v o v á¹²⁵. Níže uvádíme tři hlavní typy takových novinových názvů:

- titulek, jehož porozumění vyžaduje od čtenáře velké úsilí;
- titulek nejasný, dvojznačný;
- titulek, jehož smysl je v rozporu s obsahem textu.¹²⁶

Jak vidíme, obě typologie jsou velmi podobné a znepokojující názory a výzvy vědců nasvědčují tomu, že současná žurnalistika se skutečně potýká s problémem nesouladu mezi titulkem a obsahem článku, který zastřešuje. Podle Karevové adekvátnost obsahu je jednou ze tří hlavních složek titulku, kterou dnešní novináři tolik podceňují. Další dvě složky jsou informativnost a výraznost.¹²⁷ A právě tuto triádu „informativnost – adekvátnost – výraznost“ převezmeme pro analýzu titulků v našem výchozím materiálu a zaměříme se především na adekvátnost titulku obsahu článku.

6.3.0. Analýza adekvátnosti titulků

Za účelem analýzy uvedené v této podkapitole jsme zvolili pět „nejkřiklavějších“ novinových názvů ze čtyř čísel týdeníku **Ekspres** (*Експрес*; viz. kap. II). Svou volbu vysvětlujeme skutečností, že je to celostátní týdeník, který zároveň představuje největší ukrajinskojazyčný týdeník v zemi. Následující analýza prokáže, jestli námi zvolené titulky splňují tři citované podmínky a především – zdali odpovídají obsahu svých článků, a tedy splňují požadavky adekvátnosti spojení „titulek – text“.

¹²⁴Tamtéž.

¹²⁵KAREVA, I., *Zagolovki v gazete*, http://aaleks13.narod.ru/kurs/kurs_02.doc.

¹²⁶Tamtéž.

¹²⁷Tamtéž.

Mohli bychom diskutovat o tom, jaké asociace u adresáta vyvolá titulek «Футбол важливіший за секс» (E 76, 2006) – *Fotbal je důležitější než sex*. Dovolíme si však tvrdit, že nejčastější představou bude vztah silného pohlaví k všeobecně oblíbené míčové hře. Po přečtení samotného článku zjistíme, že se jedná o pokles využívání sexuálních služeb v Německu během mistrovství světa ve fotbale, který právě probíhal v zemi. Tato informace však zabírá jen několik krátkých vět. Většina textu zprávy představuje statistické údaje o prostituci v zemi ve srovnání s jinými evropskými státy, o cenách služeb atd. Můžeme tedy konstatovat, že titulek je nápadný, informativní, ale ne zcela adekvátní obsahu článku.

Anebo titulek «Оцінки розіграли в лотерею?» (E 122, 2006) – *Známky se losovaly?* Je zřejmé, že po přečtení takového názvu u čtenáře nemusí vzniknout žádné asociace. Tajemno titulku zvyšuje i otazník, který prohlubuje nejistotu a ireálnost otázky. Jedná se však o rozsáhlý článek, který pojednává o celorepublikovém testování školáků z ukrajinského jazyka, dějepisu a matematiky, a hlavní myšlenka spočívá ve skutečnosti, že nejlepší výsledky mohl mít i ten, který jen náhodně, podle přání odškrtoval jednotlivé možnosti v testu. Na závěr bychom tedy mohli prohlásit, že podoba a skutečný smysl samotného titulku je v rozporu s textem a mohl by zůstat pro některé čtenáře záhadou, i když odkazuje na loterii, tedy na štěstí, úspěch, výhru atd.

«Сало росте на деревах» (E 125, 2006) je následujícím titulkem pro naši analýzu, jenž jistě zaujme především čtenáře ukrajinské národnosti, jelikož je známo, že právě *сало* (slanina, špek) je jednou z tradičních ukrajinských potravin. Ten bude samozřejmě překvapen tvrzením, že slanina roste na stromě, a nejspíše si článek přečte, a to s velkým zájmem. Jeho překvapení ale bude ještě větší, když se dozví, že text nepojednává o slanině, ale o tropické rostlině, kterou zasadili ve městě Kremenčuk a jejíž plody chuťově připomínají slaninu. Je zjevné, že daný titulek patří mezi ty nejnápadnější, chybí mu však informativní stránka a také soulad s hlavní myšlenkou článku, která titulek vlastně vyvrací.

Velice zajímavý materiál představuje článek s názvem «Авторитет у хустині» (E 125, 2006), který můžeme doslovně přeložit jako *Autorita v šátku*. Dovolíme si tvrdit, že bez samotného textu zprávy čtenář ztratí řadu hodin

hloubáním nad tím, o jakou autoritu by se mohlo jednat. Jakým překvapením pak bude článek, jehož hlavním posláním je sdělit, že na Zakarpatí byla zadržena 72letá stařenka, která má 17 zápisů v trestním rejstříku, přesto si neodpustí ukradnout nějakou tu další peněženku. Skutečně nápadný titulek, který v sobě skrývá zčásti metaforu a zčásti žargon, je vynikající variantou názvu pro tento článek. Co se týče skutečnosti, jak titulek významově souvisí se samotnou zprávou, mohli bychom říci, že tento název je textu zatím nejbliž.

Posledním titulkem této stručné analýzy je novinový název ««Полунички» не бажаєте?» (E 103, 2007). Pro čtenáře, kterému je cizí slang v oblasti prostituce a pornografie, tento titulek zůstane záhadou, pakliže adresát nepřehlédne uvozovky a nebude si myslet, že článek pojednává např. o jahodách a jejich sezónních cenách. Slangový výraz *полуничка* (jahůdka) totiž často označuje pornografickou produkci, o jejímž šíření v Černovicích pojednává text zprávy. Můžeme tedy konstatovat, že titulek je v souladu s podstatou článku za podmínky, že čtenář ví, co znamená pojem v uvozovkách.

Na závěr provedeme malé shrnutí analýzy, jejímž cílem je sledovat výraznost, informativnost a adekvátnost novinových titulků ve vztahu k textu zprávy, kterou titulek uvádí.

Jak jsme již viděli, i pouhých pět titulků je dostačujícím materiálem proto, abychom zjistili, že v současném ukrajinském tisku se hojně vyskytují skutečně nápadné titulky, které mohou odporovat textu svého článku. Najdeme zde jak titulky, jejichž předvídavost je minimální, tak i titulky reprezentující jednu z myšlenek zprávy a také titulky zkreslující skutečnosti uvedené v článku. Částečně za titulek defektní (viz. kap.6.2.0.) můžeme v dané analýze označit druhý novinový název, jehož smysl může zůstat pro adresáta tajemstvím a nejeví se zcela logickým i po přečtení textu zprávy.

Pokud se jedná o informativnost, tu pozorujeme u většiny příkladů. Avšak nespornou vlastností, kterou obsahuje každý z námi analyzovaných titulků, je jeho nápaditost, výraznost, jež během krátkého okamžiku čtenáře zaujme a přiměje jej k tomu, aby článek začal číst.

VII. Závěr

Na základě předchozích kapitol se pokusíme sumarizovat závěry této diplomové práce. Začneme krátkým souhrnem teoretické části a dále budeme pokračovat výsledky části praktické, titulkem v souvislosti s internetovou publicistikou a etickým kodexem novináře.

Diplomová práce tedy představuje stručný pohled na novinové titulky v současné ukrajinské publicistice, na jejich charakteristiku a stratifikaci dle hlavních tendencí, které převládají v jejich vytváření. Jednotlivé kapitoly a podkapitoly se snaží prezentovat určité poznatky na základě teoretického materiálu, jehož seznam je uvedený v úplném závěru práce. Neméně důležitým rysem diplomové práce je pokus o kontrastivní náhled na danou problematiku, a to v ukrajinsko- českém kontextu.

V úvodu práce je specifikováno území, které je výchozím pro danou práci. Středem naší pozornosti jsou tedy tiskoviny Západní Ukrajiny a Kyjevské oblasti (více viz. kap. I), o jejichž analýzu jsme se pokusili v následující části (viz. kap. II).

V první rozsáhlejší kapitole diplomové práce, a tedy v části teoretické, jsme se zabývali publicistikou jako žurnalistickou tvorbou a funkčním stylem publicistickým, u kterého jsme uvedli jeho obecnou charakteristiku, žánry a útvary a také prostředky publicistiky v české i ukrajinské teorii. Následoval krátký vhled do historie novin, a to nejen v kontextu evropském, se zaměřením na vývoj publicistických titulků.

Významným oddílem teoretické části diplomové práce je kapitola, která pojednává o titulku jako takovém. Představuje jednotlivé pohledy na charakteristiku novinového názvu opět v česko-ukrajinském srovnání a také na jeho hlavní funkce. Najdeme zde i stručnou stratifikaci titulků, která existuje v obou jazykových (resp. žurnalistických) teoriích, a také několik zásad pro tvorbu úspěšného publicistického titulku, které můžeme shrnout následujícím citátem:

„Titulek by měl být stručný, výstižný, lákavý a měl by obsahovat tu nejdůležitější informaci, která je ve zprávě. Nikdy by neměl být zavádějící nebo nesmyslný. ... V jednoduchosti je krása.“¹²⁸

V závěru teoretické části najdeme i krátkou kapitolu, jejímž středem pozornosti je výklad pojmů titulek-nadtitulek-podtitulek.

Další část, a tedy část praktická, je hlavním materiálem diplomové práce. Představuje analýzu novinových názvů v rámci zkoumaného materiálu, jejíž strategii popisuje úvod praktické části práce. Ta spočívá v stratifikaci titulků do jednotlivých skupin dle vybraných výrazových prostředků, které se v nich vyskytují nejpříznačnějším způsobem. Pro lepší orientaci čtenáře doprovází některé titulky krátký komentář a jejich překlad do češtiny.

Po citované analýze výchozího materiálu následuje naše vlastní typologie titulků v současné ukrajinské publicistice, která nahlíží na novinové názvy nejen z pohledu syntaktického, ale také z hlediska morfologického, lexikálního, stylistického a grafického. Tato hlediska se také stala základem pro zmíněnou typologii, po níž následuje souhrn hlavních tendencí v tvorbě současného novinového titulku v ukrajinské publicistice, který doplňuje stručný pohled na danou problematiku v publicistice české. Níže se pokusíme o sumarizaci hlavních závěrů této podkapitoly.

Na základě analyzovaného materiálu můžeme tvrdit, že v současné ukrajinské publicistice převládají kratší titulky s vysokou emocionalitou, výraznou expresivitou a obrazností. Neméně častým komponentem novinových názvů jsou citáty a přítomnost intertextuálních prvků. Mimo jiné, titulky obsahují velký počet slov cizího původu, abreviatury a čím dál častěji i aktualizované staré lexikum nebo ukrajinské reálie. Jako určitou zvláštnost ukrajinských novinových titulků vnímáme hojnou interpunkci, která (jak již bylo několikrát zmíněno) je pro ukrajinštinu všeobecně přirozeným jevem.

Analýza výchozího materiálu nám umožnila určit i příznačné jevy pro jednotlivé regiony zkoumaného území. Jedním z nejzajímavějších regionů, jehož tiskoviny se staly částí námi analyzovaného materiálu, se stala Zakarpatská

¹²⁸ROTH, J., *Mediální výchova v Čechách*, Praha 2005, s. 40.

oblast, pro níž jsou charakteristické novinové názvy, které tvoří především rozsáhlá souvětí bez výrazných expresivně-emocionálních výrazových prostředků a regionální zvláštnosti slovní zásoby. Kontrast k citovaným titulům představují titulky ve Lvovské oblasti a dále směrem k oblasti Kyjevské. Ty se vyznačují krátkostí, vysokou emocionalitou, často jsou metaforické a implicitní. Hojně se zde setkáme se slovoslednou inverzí a přítomností cizích prvků (v této práci označované jako barbarizmy; viz. kap. 4.1.1.).

Srovnání hlavních tendencí při vytváření publicistických titulků v současných ukrajinských i českých tiskovinách ukázalo, že novinový název jak v jednom, tak i v druhém případě směřuje velmi podobnou cestou. Jak již bylo řečeno, titulky mají nejrůznější podobu a ve velké míře jiný záměr než oznamovací. Ze syntaktického hlediska je zjevné, že v obou jazycích převládají nominální konstrukce. Dalším společným rysem jsou slova cizího původu, slova slangová a hovorová a dále intertextualita, parenteze a obraznost.

Mezi hlavní rozdíly ve vytváření současných novinových názvů v ukrajinské a české publicistice patří vyšší inverze slovosledu a výraznější interpunkce ukrajinských titulků. Ukrajinská publicistika také čím dál více užívá slova i témata typická pro ukrajinskou kulturu, což neplatí v případě publicistiky české.

Po praktické části diplomové práce jsme se pokusili o malý exkurz do internetového tisku, jeho vývoje i současné situace. Jednou z hlavních pasáží kapitoly bylo nahlédnutí na novinový název v kontextu internetových vydání námi zkoumaných tiskovin. Na základě uvedených poznatků jsme formulovali závěr, že naše titulky z tištěných periodik odpovídají jejich podobě v identických elektronických vydáních jednotlivých tiskovin.

Po této části, tj. po titulku v internetovém tisku, jsme se zaměřili na novinový název ve vztahu k všeobecně platnému etickému kodexu novináře. Zabývali jsme se etikou jako žurnalistickým pojmem, uvedli jsme několik hlavních zásad z citovaného kodexu, a především jsme se zaměřili na adekvátnost titulku ve vztahu k textu jeho článku. V této souvislosti byla zmíněna tzv. „dezorientace“ čtenáře neboli titulek, který dezorientuje. Nejprve jsme citovali

charakteristiku podobných novinových názvů a uvedli několik pohledů na jejich stratifikaci. Dále následovala vlastní analýza adekvátnosti námi excerpovaných titulků, jejímž základem se staly hlavní vlastnosti publicistického titulku, a tedy „informativnost – adekvátnost – výraznost“.

Na základě zmíněné analýzy můžeme konstatovat, že co se týče informativnosti, tu pozorujeme u většiny námi zkoumaných titulků. Pokud se jedná o adekvátnost pojmů „titulek – text“, v současném ukrajinském tisku převládají nápadné novinové názvy, jež však mohou odporovat textu zprávy, kterou uvádějí. Najdeme zde titulky s minimální předvídavostí, titulky reprezentující hlavní myšlenku zprávy a také zkreslující určité skutečnosti v textu článku. Avšak nespornou vlastností, kterou vykazují všechny námi analyzovaná excerpta, je jejich výraznost, nápaditost, která je příznačným nástrojem pro realizaci hlavní funkce publicistického titulku.

Na závěr chceme podotknout, že si plně uvědomujeme určité nedostatky a neúplnosti této diplomové práce. Především se to vztahuje k procesu vytváření vlastní typologie novinových titulků v současné ukrajinské publicistice, jelikož mnohdy nebylo jednoduché určit hranici mezi jednotlivými výrazovými prostředky, které se projevovaly nejpříznačněji v námi analyzovaných titulcích. Dalším faktorem bylo určité omezení typů excerpovaných novinových názvů, jelikož naše analýza se nevztahovala, například, na extralingvistickou stránku titulků. Důležitým aspektem byl i nedostatek teoretické literatury a především studií, které by se zabývaly stratifikací publicistických titulků z jiného hlediska než ze syntaktického.

Nehledě na citované nedostatky se domníváme, že tato diplomová práce nese nové poznatky, které budou užitečné nejen pro lingvistickou, ale i žurnalistickou teorii a praxi. Možná se také stane impulzem pro další bádání a nové analýzy v oblasti vytváření publicistických titulků.

VIII. Summary

The present study analyzes newspaper headlines in contemporary Ukrainian press (as mentioned in the preface). The head section of the study presents the distribution of newspaper headlines and marks the main tendencies in creating headlines in Ukrainian and Czech periodicals. The following sections deal with newspaper headlines in the context of Internet press and journalists' code of ethics. The individual points of the study are illustrated by extracts from the periodicals researched.

IX. Bibliografie

Encyklopedie a slovníky:

BRADNOVÁ, H. a kol., *Encyklopedický slovník*, Praha 1993

BUSEL, V. T., *Velykyj tlumačnyj slovnyk sučasnoji ukrajins'koji movy*, Kyjiv 2004

FILIPEC, J. a kol., *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*, Praha 2001

OSVALDOVÁ, B. a kol., *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, Praha 1999

OSVALDOVÁ, B., HALADA, J., *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*, Praha 2007

SAVICKÝ, N., ŠIŠKOVÁ, R., ŠLAUFOVÁ, E., *Rusko-český a Česko-ruský slovník neologismů*, Praha 1999

Literatura k tématu výchozího materiálu:

BARTOŠEK, J., *Žurnalistika – úvod do studia*, Olomouc 1997

BEČKA, J. V., *Jazyk a styl novin*, Praha 1973

BLISKOVSIIJ, Z. D., *Muki zagolovka*, Moskva 1972

HLADKYJ, M., *Mova sučasnoho ukrajinskoho pysmenstva*, Charkiv 1930

KAŠČEJ, I., *Ironična nominacija ta leksyka, konnotovana ironijeju, u sučasnych ukrajins'kych ZMI*, In: *Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist'*, Lviv 2002

FSS MU, *Etika v žurnalistické praxi a Úvod do žurnalistické etiky – soubor textů do kurzů*, Brno

KOSTOMAROV, V. G., *Russkij jazyk na gazetnoj polose*, Moskva 1971

KORKONOSENKO, S. G., *Socialnoje funkcionirovanije žurnalistiki*, Sankt-Petěrburg 1994

KULAKOV, A. N., *Zagolovok i jego oformlenije v gazete*, Leningrad 1982

LERNATOVYČ, V., *Transformaciji sučasnoji presy*, In: *Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist'*, Lviv 2003

MAC'KO, V., *Problemy movnoho rozbyšactva v konteksti žurnalists'koji etyky*, In: *Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist'*, Lviv 2003

MYCHAJLYN, I. L., *Osnovy žurnalistyky*, Kyjiv 2002

ROTH, J., *Mediální výchova v Čechách*, Praha 2005

SERBENS'KA, O., *Aktual'ni problemy ekolohiji ukrajins'koji movy ta sučasni zasoby masovoji komunikaciji*, In: Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist', Lviv 2002

SERBENS'KA, O., *Innovacijni procesy u movi sučasnych zasobiv masovoji informaciji*, In: Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist', Lviv 2002

SMYRNOVA, T., *Rol'neverbal'nych zasobiv u formuvanni reklamnoho imidžu*, In: Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist', Lviv 2003

STAVYC'KA, L., *Žarhonna leksyka u movi sučasnoji ukrajins'koji hazety*, In: Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist', Lviv 2000

ŠEVČENKO, V., *Styl'ovi osoblyvosti oformlennja sučasnoji presy*, In: Ukrajins'ka periodyka – istorija i sučasnist', Lviv 2003

Lingvistická literatura:

ČECHOVÁ, M., *Stylistika současné češtiny*, Praha 1997

ČERMÁK, F., *Jazyk a jazykověda*, Praha 2001

HOFFMANNOVÁ, J., *Čeština pro překladatele II – Kurz přednášek z české stylistiky*, Praha ZS 2005/2006.

HUBÁČEK, J., *Učebnice stylistiky*, Praha 1987

JUŠČUK, I. P., *Ukrajins'ka mova*, Kyjiv 2005

KARLÍK, P. a kol., *Příruční mluvnice češtiny*, Praha 2003

KOVAL', A. P., *Praktyčna stylistyka sučasnoji ukrajins'koji movy*, Kyjiv 1987

MOC'KO, L. I. a kol., *Stylistyka ukrajins'koji movy*, Kyjiv 2003

SKLJAREVSKAJA, G. N., *Metafora v sisteme jazyka*, Sankt-Peterburg 1993.

Diplomové práce:

NADĚJOVÁ, M., *Titulky v denním tisku*, diplomová práce FF UK v Praze 1967

ZIKMUNDOVÁ, B., *Novinové titulky*, diplomová práce FF UK v Praze 1984

Internetové odkazy:

BOLKUNOV, A., *Graždanskaja žurnalistika v učebnoj gazete*,

http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=327&c_id=2806

HAVRYLOVA, J., *Rol' linhvistyčnych zasobiv vyraznosti hazetnych zaholovkiv u spryjnjatti tekstu povidlennja*,

<http://www.kspu.edu/downloads/chairukr/Gav2.doc>.

KAREVA, I., *Zagolovki v gazete*, http://aaleks13.narod.ru/kurs/kurs_02.doc.
RAK, O. J., *Do problemy dijevnosti sučasnych zasobiv masovoji komunikaciji v Ukrajinii*, [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2007/1\(102_1\)/11_Rak.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2007/1(102_1)/11_Rak.pdf)
SADIVNYČYJ, V. O., *Vlastyvnosti, funkciji j typy zaholovkiv u strukturi ta zmisti publicystyky Mykoly Daňka*,
[http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2007/1\(102_1\)/12_Sadivnychyi.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2007/1(102_1)/12_Sadivnychyi.pdf)
ZAJCEVA, V. V., *Funkciji hazetnoho zaholovka*, http://www.rusnauka.com/SND/Philologia/8_zayceva9999%20v.doc.htm.

<http://www.bbc.co.uk/> - *British Broadcasting Corporation*

<http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/> - *Central Intelligence Agency, The World Factbook*

<http://www.cs.wikipedia.org/> - *Wikipedie – otevřená encyklopedie*

<http://www.ejc.nl/> - *European Journalism Centre*

<http://www.rubricon.com/> - *Krupnejšij enciklopedičeskij resurs interneta*

<http://www.uapp.org/> - *Ukrajin's'ka asociacija vydavciv periodyčnoji presy*

<http://www.uk.wikipedia.org/> - *Vikipedija – vil'na encyklopedija*

<http://www.wan-press.org/> - *World Association of Newspapers*

X. Příloha

Příloha č. 1

Seznam tištěných novinových vydání v jednotlivých regionech Ukrajiny

Příloha č. 2

Ukázky titulků z výchozího materiálu

Пříloha č. 1

Publikace **Noviny Ukrajiny** («Газети України») představuje unifikovaný seznam ukrajinských masmédií v každém z 25 regionů země aktuální pro únor 2005, kdy publikace byla vydána.

Uvědomujeme si, že od té doby uplynuly čtyři roky, a tudíž informace uvedená v příručce neodráží úplně dnešní situaci s tištěnými novinami v zemi. Avšak se domníváme, že následující stránky poslouží přínosným doplněním diplomové práce, jelikož podle pouhých názvů jednotlivých tiskovin si čtenář dokáže lépe představit výraznou jazykovou hranici mezi jednotlivými regiony země.

Níže uváděné informace byly převzaty z elektronické verze publikace zveřejněné na adrese: <http://centra.net.ua/old/newspap/>. Dále je nutno poznamenat, že u podtržených názvů novin elektronická verze příručky uvádí i podrobnější statistické informace. U názvů bez podtržení příručka uvádí odkaz na svou tištěnou variantu.

АВТОНОМНА РЕСПУБЛІКА КРИМ (Autonomní republika Krym)

"Все для всех" (м.Сімферополь)
"Голос Крима" (м.Сімферополь)
"Киирим" (м.Сімферополь)
"Кримська світлиця" (м.Сімферополь)
"Крымская правда" (м.Сімферополь)
"Крымские известия" (м.Сімферополь)
"Крымское время" (м.Сімферополь)
"Сельский труженик" (м.Сімферополь)
"Таврида Православная" (м.Сімферополь)
"Южная столица" (м.Сімферополь)
"Слава труду" (м.Бахчисарай)
"Сельская новь" (м.Білогірськ)
"Заря Присивашья" (м.Джанкой)
"Евпаторийская здравница" (м.Євпаторія)
"Керченский рабочий" (м.Керч)
"Кировец" (смт.Кіровське)
"Комета - Полезная Комета" (смт.Красногвардійське)
"Огни маяка" (смт.Красногвардійське)
"Перекоп" (м.Красноперекопськ)
"Наше время" (смт.Леніне)
"Нижнегорье" (м.Нижньогірський)
"Вперед" (смт.Первомайське)
"Сакская газета" (м.Саки)
"Слово города" (м.Саки)
"Севастопольские известия" (м.Севастополь)
"Слава Севастополя" (м.Севастополь)
"Флаг Родины" (м.Севастополь)
"Флот України" (м.Севастополь)
"Приазовская звезда" (смт.Советський)
"Судакский вестник" (м.Судак)
"Победа" (м.Феодосія)
"Черноморские известия" (смт.Чорноморське)
"Крымская газета" (м.Ялта)

ВІННИЦЬКА ОБЛ. (Vinnytska oblast)

"33 канал" (м.Вінниця)
"Вінницька газета" (м.Вінниця)
"Вінниччина" (м.Вінниця)
"Панорама" (м.Вінниця)
"Південний Буг" (м.Вінниця)
"Подільська зоря" (м.Вінниця)

"Подільські єпархіальні відомості" (м.Вінниця)
"Подолія" (м.Вінниця)
"Подільський край" (м.Бар)
"Бершадський край" (м.Бершадь)
"Гайсинський вісник" (м.Гайсин)
"Трибуна праці" (м.Гайсин)
"Жмеринський меридіан" (м.Жмеринка)
"Трудова слава" (м.Іллінці)
"Прапор перемоги" (м.Калинівка)
"Вісник Козятинщини" (м.Козятин)
"Сільські новини" (смт.Крижопіль)
"Ладижинська газета" (м.Ладижин)
"Липовецькі вісті" (смт.Липовець)
"Літинський вісник" (смт.Літин)
"Краяни" (м.Могилів-Подільський)
"Слово Придністров'я" (м.Могилів-Подільський)
"Наше Придністров'я" (смт.Муровані Курилівці)
"Прибузькі новини" (м.Немирів)
"Обрії Оратівщини" (м.Оратів)
"Піщанські вісті" (смт.Піщанка)
"Колос" (м.Погребище)
"Вісті Тепличчини" (смт.Теплик)
"Маяк" (смт.Тиврів)
"Томашпільський вісник" (смт.Томашпіль)
"Тростянецькі вісті" (смт.Тростянець)
"Православний собеседник" (м.Тулчин)
"Тулчинський край" (м.Тулчин)
"Життєві обрії" (м.Хмільник)
"Чернівецька зоря" (смт.Чернівці)
"Чечельницький вісник" (смт.Чечельник)
"Шаргородщина" (м.Шаргород)
"Ямпільські вісті" (м.Ямпіль)

ВОЛИНСЬКА ОБЛ. (*Volyňská oblast*)

"Аверс-прес" (м.Луцьк)
"Вісник і К" (м.Луцьк)
"Віче" (м.Луцьк)
"Волинська реклама" (м.Луцьк)
"Волинський ринок" (м.Луцьк)
"Волинські губернські відомості" (м.Луцьк)
"Волинь" (м.Луцьк)
"Дзвони Волині" (м.Луцьк)
"Досвітня зоря" (м.Луцьк)
"Луцький замок" (м.Луцьк)
"Луцький ярмарок" (м.Луцьк)
"Луцьк і лучани" (м.Луцьк)
"Луцьк молодий" (м.Луцьк)
"Народна справа" (м.Луцьк)
"Радянська Волинь" (м.Луцьк)
"Сім'я і дім" (м.Луцьк)
"Слава праці" (м.Луцьк)
"Слово і діло" (м.Луцьк)
"Спасіння" (м.Луцьк)
"Володимир вечірній" (м.Володимир-Волинський)
"Слово правди" (м.Володимир-Волинський)
"Горохівський вісник" (м.Горохів)
"Колос" (смт.Іваничі)
"Полісся" (м.Камінь-Каширський)
"Вільним шляхом" (м.Ківерці)
"Вісті Ковельщини" (м.Ковель)
"ТЦК-інформ" (м.Ковель)
"Селянське життя" (смт.Локачі)
"Нове життя" (смт.Любешів)
"Наше життя" (м.Любомль)
"Нова доба" (смт.Маневичі)
"Експрес-ярмарок" (м.Нововолинськ)
"Місто вечірнє" (м.Нововолинськ)
"Наше місто" (м.Нововолинськ)
"Ратнівщина" (смт.Ратне)
"Наш край" (м.Рожище)
"Сільські новини" (смт.Стара Вижівка)
"Народне слово" (смт.Турійськ)
"Шацький край" (смт.Шацьк)

ДНІПРОПЕТРОВСЬКА ОБЛ. (*Dněpropetrovská oblast*)

"Вісті Придніпров'я" (м.Дніпропетровськ)
"Волшебная шкатулка" (м.Дніпропетровськ)

"Днепр Вечерний" (м.Дніпропетровськ)
"Днепровская неделя" (м.Дніпропетровськ)
"Днепровская правда" (м.Дніпропетровськ)
"Дніпропетровські єпархіальні відомості" (м.Дніпропетровськ)
"Заводской вестник" (м.Дніпропетровськ)
"Зоря" (м.Дніпропетровськ)
"Лица" (м.Дніпропетровськ)
"Мечта" (м.Дніпропетровськ)
"Начало" (м.Дніпропетровськ)
"Наше місто" (м.Дніпропетровськ)
"Позиция" (м.Дніпропетровськ)
"Твоє мнение" (м.Дніпропетровськ)
"Электротранспортник" (м.Дніпропетровськ)
"Апостолівські новини" (м.Апостолове)
"Васильківський вісник" (смт.Васильківка)
"Ведомости" (м.Дніпродзержинськ)
"Знамя Дзержинки" (м.Дніпродзержинськ)
"Нова газета" (м.Дніпродзержинськ)
"Жовтоводські вісті" (м.Жовті Води)
"Наша позиція" (м.Кривий Ріг)
"Новини району" (м.Кривий Ріг)
"Сільське Криворіжжя" (м.Кривий Ріг)
"Червоний гірник" (м.Кривий Ріг)
"Шахтар Кривбасу" (м.Кривий Ріг)
"Нові рубежі" (смт.Кринички)
"Наше життя" (смт.Магдалинівка)
"Шахтар Марганця" (м.Марганець)
"Червона зірка" (смт.Межова)
"Нікопольська правда" (м.Нікополь)
"Трубник" (м.Нікополь)
"Электрометаллург" (м.Нікополь)
"Новомосковська правда" (м.Новомосковськ)
"Присамарська нива" (м.Новомосковськ)
"За марганець" (м.Орджонікідзе)
"Козацька вежа" (м.Орджонікідзе)
"Західний Донбас" (м.Павлоград)
"Популярные ведомости" (м.Павлоград)
"Рідний край" (м.Павлоград)
"Першотравенские новости" (м.Першотравенськ)
"Петриківські вісті" (смт.Петриківка)
"Степова зоря" (смт.Петропавлівка)
"Покровський край" (смт.Покровське)
"Злагода" (м.П'ятихатки)
"Синельниківські вісті" (м.Синельникове)
"Вперед" (смт.Солоне)
"Вісті Софіївщини" (смт.Софіївка)
"Наш край" (смт.Томаківка)
"Приорільська правда" (с.Царичанка)
"Вісник" (смт.Широке)

ДОНЕЦЬКА ОБЛ. (*Doněcká oblast*)

"28 округ" (м.Донецьк)
"Автолидер" (м.Донецьк)
"Акцент" / "Акцент-суббота" (м.Донецьк)
"Алло!" (м.Донецьк)
"Ассорти" (м.Донецьк)
"Леви'с" (м.Донецьк)
"Барух Ашем" / "Слава Богу" / (м.Донецьк)
"Біла чаклунка" (м.Донецьк)
"Большая жизнь" (м.Донецьк)
"Вечерний Донецк" (м.Донецьк)
"Виробник України" (м.Донецьк)
"Возможность" (м.Донецьк)
"Вокруг руля" (м.Донецьк)
"Газета в газете" (м.Донецьк)
"Гид ТВ - Донецкая визитка" (м.Донецьк)
"Дело и право" (м.Донецьк)
"Депеша" (м.Донецьк)
"Донбас православний" (м.Донецьк)
"Донбасс" (м.Донецьк)
"Донецкая заря" (м.Донецьк)
"Донецкие новости" (м.Донецьк)
"Донецкий кооператор" (м.Донецьк)
"Донеччина" (м.Донецьк)
"Дончанка" (м.Донецьк)
"Железнодорожник Донбасса" (м.Донецьк)
"Женские тайны" (м.Донецьк)
"Жизнь" / "Жизнь-неделя" (м.Донецьк)

"За передову шахту" (м.Донецьк)
"За уголь" (м.Донецьк)
"Здоровье-дайджест" (м.Донецьк)
"Канцеводство" (м.Донецьк)
"Криминал-экспресс" (м.Донецьк)
"Курьер "Донецких новостей" (м.Донецьк)
"Московский комсомолец в Донбассе" (м.Донецьк)
"Налоговый вестник Донбасса" (м.Донецьк)
"Налоговый курьер" (м.Донецьк)
"Народна газета Бахмутського краю" (м.Донецьк)
"Народная медицина" (м.Донецьк)
"Наш дом+" (м.Донецьк)
"Наша дача" (м.Донецьк)
"Негоциант" (м.Донецьк)
"Новости медицины и фармации" (м.Донецьк)
"Партнер" (м.Донецьк)
"Патриот Донбасса" (м.Донецьк)
"Педсовет плюс" (м.Донецьк)
"Первая линия" (м.Донецьк)
"Перекресток" (м.Донецьк) -
"Позиция" (м.Донецьк)
"Прайсы Донбасса" (м.Донецьк)
"Прогрессивный бухгалтер" (м.Донецьк)
"РИО" (м.Донецьк)
"Салон дона и баса" (м.Донецьк)
"Світлиця" (м.Донецьк)
"Сельская жизнь" (м.Донецьк)
"Советы врача" (м.Донецьк)
"Спорт-арена" (м.Донецьк)
"Табу" (м.Донецьк)
"Требуются" (м.Донецьк)
"Труд" (м.Донецьк, м.Київ)
"Фермерское хозяйство" (м.Донецьк)
"Шахтёр Украины" (м.Донецьк)
"Авдеевский вестник" (м.Авдіївка)
"Луч-інформ" (м.Амвросієвка)
"Взгляд" (м.Артемівськ)
"Вперед" (м.Артемівськ)
"События" (м.Артемівськ)
"Сельский край" (смт.Велика Новосілка)
"Наше слово" (м.Волноваха)
"Заря Приазовья" (смт.Володарське)
"Вариант-6" (м.Горлівка)
"Вечерняя Горловка" (м.Горлівка)
"Время" (м.Горлівка)
"Кочегарка" (м.Горлівка)
"Денежка" (м.Дебальцеве)
"Трибуна" (м.Дебальцеве)
"Дзержинский шахтёр" (м.Дзержинськ)
"Шахтёрский вестник" (м.Дзержинськ)
"Новый шлях" (м.Добропілля)
"Дружковка на ладонях" (м.Дружківка)
"Дружковский рабочий" (м.Дружківка)
"Окна рекламы" (м.Дружківка)
"Окно" (м.Дружківка)
"Енакиевский рабочий" (м.Єнакієве)
"За металл" (м.Єнакієве)
"Панацея" (м.Єнакієве)
"Наши горизонты" (м.Кіровське)
"Знамя индустрии" (м.Костянтинівка)
"Провинция" (м.Костянтинівка)
"Биржевые новости" (м.Краматорськ)
"В домашнем кругу" (м.Краматорськ)
"Вестник НКМЗ" (м.Краматорськ)
"Восточный проект" (м.Краматорськ)
"Краматорская правда" (м.Краматорськ)
"Мельница" (м.Краматорськ)
"Привет" (м.Краматорськ)
"Сорока" (м.Краматорськ)
"Станкостроитель Краматорска" (м.Краматорськ)
"Твой Краматорск" інформаційно-рекламний довідковий бюлетень (м.Краматорськ)
"Технополис" (м.Краматорськ)
"Школьный вестник" (м.Краматорськ)
"Зоря" (м.Красний Лиман)
"Маяк" (м.Красноармійськ)
"Орбита плюс" (м.Красноармійськ)
"Паруса надежды" (м.Красноармійськ)
"Передовик" (м.Красноармійськ)
"Вечерняя Макеевка" (м.Макіївка)

"Вісник Макіївки" (м.Макіївка)
"Купеческий вестник" (м.Макіївка)
"Шахтёрские вести" (м.Макіївка)
"Сельская новь" (смт.Мангуш)
"Азовсталец" (м.Маріуполь)
"Вестник Приазовья" (м.Маріуполь)
"Ильичевец" (м.Маріуполь)
"Маріуполь маркет" (м.Маріуполь)
"Маріупольский коксохимик" (м.Маріуполь)
"Объяви Надо" (м.Маріуполь)
"Приазовская правда" (м.Маріуполь)
"Приазовский рабочий" (м.Маріуполь)
"Рекламная пауза +" (м.Маріуполь)
"Рената ТВ" (м.Маріуполь)
"Твой Мариуполь" (м.Маріуполь)
"Мар'їнська нива" (м.Мар'їнка)
"Рідне Приазов'я" (м.Новоазовськ)
"Вісті Олександрівщини" (смт.Олександрівка)
"Наша зоря" (м.Селідово)
"Вісті" /"Вести"/ (м.Слов'янськ)
"Злагода" (м.Слов'янськ)
"Пресс-обозрение" (м.Слов'янськ)
"Славянский базар" (м.Слов'янськ)
"Совет" (м.Слов'янськ)
"Энергия" (м.Слов'янськ)
"Снежнянская жизнь" (м.Сніжне)
"Соляник" (м.Соледар)
"Новая жизнь" (смт.Старобешеве)
"Горняк" (м.Торез)
"Эвминформ" (м.Торез)
"Ваш кур'єр" (м.Харцизьк)
"Родина" (м.Харцизьк)
"Для всех и специально для вас" (м.Шахтарськ)
"Знамя победы" (м.Шахтарськ)
"Ясиноватская газета" (м.Ясинувата)

ЖИТОМИРСЬКА ОБЛ. (*Žytomyrská oblast*)

"RIA-Тиждень" (м.Житомир)
"Відлуння" (м.Житомир)
"Житомирщина" (м.Житомир)
"Інтерес" (м.Житомир)
"Контакт" (м.Житомир)
"Місто" (м.Житомир)
"Орієнтир 6+1" (м.Житомир)
"Православна Житомирщина" (м.Житомир)
"Пульс" (м.Житомир)
"Сільське життя" (м.Житомир)
"Хозяюшка" (м.Житомир)
"ЭХО" (м.Житомир)
"Слово Полісся" (м.Баранівка)
"Бердичівський вісник" (м.Бердичів)
"Земля Бердичівська" (м.Бердичів)
"Відродження" (смт.Брусилів)
"Прапор" (смт.Володарськ-Волинський)
"Романівський вісник" (смт.Дзержинськ)
"Народна трибуна" (смт.Ємільчине)
"Вечірній Коростень" (м.Коростень)
"Древлянський край" (м.Коростень)
"Іскоростень" (м.Коростень)
"Коростишівська газета" (м.Коростишів)
"Промінь" (смт.Лугини)
"Новий день" (смт.Любар)
"Кур'єр" (м.Малин)
"Малинські новини" (м.Малин)
"Життя і слово" (смт.Народичі)
"Звягель-Інформ" (м.Новоград-Волинський)
"Лесин край" (м.Новоград-Волинський)
"Зоря" (м.Овруч)
"Православне слово" (м.Овруч)
"Новини Олевщини" (смт.Олевськ)
"Перемога" (смт.Попільня)
"Зоря Полісся" (м.Радомишль)
"Ружинська земля" (смт.Ружин)
"Вісті" (смт.Червоноармійськ)
"Нове життя" (смт.Черняхів)
"Життя Чуднівщини" (смт.Чуднів)

ЗАКАРПАТСЬКА ОБЛ. (Zakarpatská oblast)

"Відомості міліції" (м. Ужгород)
"Вісті Ужгородщини" (м. Ужгород)
"Європа-Центр" (м. Ужгород)
"Закарпатська правда" (м. Ужгород)
"Карпати Ігаз Со" (м. Ужгород)
"Карпатська Україна" (м. Ужгород)
"Карпатський край" (м. Ужгород)
"Новини Закарпаття" (м. Ужгород)
"Реклама. Інформація. Огляд новин" /"РІО"/(м. Ужгород)
"Репортер" (м. Ужгород)
"Романі Яг" (м. Ужгород)
"Служба 01" (м. Ужгород)
"Срібна земля-фест" (м. Ужгород)
"Старт" (м. Ужгород)
"Сходи" (м. Ужгород)
"Ужгород" (м. Ужгород)
"Християнська родина" (м. Ужгород)
"Берег-інфо" (м. Берегове)
"Берегово" (м. Берегове)
"Вісник Берегівщини" /"Beregi Hirlyar"/(м. Берегове)
"Прикордонний соціал-демократ" (м. Берегове)
"Карпатська зірка" (смт. Великий Березний)
"Новини Виноградівщини" (м. Виноградів)
"Чорна гора" (м. Виноградів)
"Голос Верховини" (смт. Воловець)
"Нове життя" (м. Іршава)
"Верховина" (смт. Міжгір'я)
"Новини Мукачеве" (м. Мукачеве)
"Панорама" (м. Мукачеве)
"Народне слово" (м. Перечин)
"Зоря Рахівщини" (м. Рахів)
"Вісті Свалявщини" (м. Свалява)
"Дружба" (м. Тячів)
"Вісник Хустщини" (м. Хуст)

ЗАПОРІЗЬКА ОБЛ. (Záporožská oblast)

"Абразивщик" (м. Запоріжжя)
"Академія" (м. Запоріжжя)
"Алло!" (м. Запоріжжя)
"Верже" (м. Запоріжжя)
"Вестник Днепроэнерго" (м. Запоріжжя)
"Вісник комбінату" (м. Запоріжжя)
"Вулиця Зарічна" (м. Запоріжжя)
"Выбор" (м. Запоріжжя)
"Город на ладонях" (м. Запоріжжя)
"Горожанинь" (м. Запоріжжя)
"Дніпровський металург" (м. Запоріжжя)
"Досьє" (м. Запоріжжя)
"За алюміній" (м. Запоріжжя)
"Запорізька правда" (м. Запоріжжя)
"Запорізька Січ" (м. Запоріжжя)
"Запорізький університет" (м. Запоріжжя)
"ІЗ-Панорама" (м. Запоріжжя)
"Індустріальное Запорожье" (м. Запоріжжя)
"Інженер-машинобудівник" (м. Запоріжжя)
"Кічкас" (м. Запоріжжя)
"Коледж" (м. Запоріжжя)
"Компьютерный вестник" (м. Запоріжжя)
"Комуніст Запоріжжя" (м. Запоріжжя)
"Літописи Православ'я" (м. Запоріжжя)
"МИГ" (м. Запоріжжя)
"Мотор-січ" (м. Запоріжжя)
"Наше время плюс" (м. Запоріжжя)
"Обличчя Запоріжжя" (м. Запоріжжя)
"Поиск" (м. Запоріжжя)
"Привоз" (м. Запоріжжя)
"Просвіта" (м. Запоріжжя)
"Разом" (м. Запоріжжя)
"Регион" (м. Запоріжжя)
"Регион-експрес" (м. Запоріжжя)
"Рекламное поле" (м. Запоріжжя)
"Суббота-плюс" (м. Запоріжжя)
"Товари и услуги розница" (м. Запоріжжя)
"Толока" (м. Запоріжжя)
"Ферросплавщик" (м. Запоріжжя)
"Червоний промінь" (м. Запоріжжя)
"Електрометалург" (м. Запоріжжя)

"Нова Таврія" (м.Василівка)
"Бердянськ діловий" (м.Бердянськ)
"Патриот Приазовья" (м.Бердянськ)
"Південна зоря" (м.Бердянськ)
"Ринг-Експрес" (м.Бердянськ, м.Приморськ)
"Свобода вибору" (м.Бердянськ)
"Колос" (смт.Веселе)
"Дніпровські вогні" (м.Вільнянськ)
"Голос Гуляйпілля" (м.Гуляйполе)
"Время и мы" (м.Енергодар)
"Здесь живем" (м.Енергодар)
"Энергия" (м.Енергодар)
"Новини дня" (м.Кам'янка-Дніпровська)
"Новий день" (м.Мелітополь)
"Таврическая академия" (м.Мелітополь)
"Шанс" (м.Мелітополь)
"Михайлівські новини" (смт.Михайлівка)
"Наше життя" (смт.Новомиколаївка)
"Трудова слава" (м.Оріхів)
"Нова газета" (м.Пологи)
"Пологівські вісті" (м.Пологи)
"Приазовская новь" (смт.Приазовське)
"Приморская степь" (м.Приморськ)
"Юг-інформ" (м.Приморськ)
"РОЗ-Інформ" (смт.Розівка)
"Наше місто Токмак" (м.Токмак)
"Таврія" (м.Токмак)
"Нива" (смт.Чернігівка)
"Слово Трудівника" (смт.Якимівка)

ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛ. (Ivanofrankovská oblast)

"Вперед" (м.Івано-Франківськ)
"Галичина" (м.Івано-Франківськ)
"Західний кур'єр" (м.Івано-Франківськ)
"Рідна земля" (м.Івано-Франківськ)
"Світ молоді" (м.Івано-Франківськ)
"Ратуша" (м.Болехів)
"Верховинські вісті" (смт.Верховина)
"Галицьке слово" (м.Галич)
"Край" (смт.Городенка)
"Свіча" (м.Долина)
"Дзвони Підгір'я" (м.Калуш)
"Оріана" (м.Калуш)
"Вільний голос" (м.Коломия)
"Всевідо" (м.Коломия)
"ЗР-Інформ" (м.Коломия)
"Коломийський вісник" (м.Коломия)
"Християнський вісник" (м.Коломия)
"Гуцульський край" (м.Косів)
"Голос Опілля" (м.Рогатин)
"Рогатинська земля" (м.Рогатин)
"Новини Підгір'я" (м.Рожнятів)
"Голос Покуття" (м.Снятин)
"Тисмениця" (м.Тисмениця)
"Злагода" (м.Тлумач)

м. КИЇВ та обл. (Kyjev a Kyjevská oblast)

"2000" (м.Київ)
"AVISO" (м.Київ)
"BEAUTYTIME" (м.Київ)
"DEUTSCH" (м.Київ)
"Dziennik Kijowski" (м.Київ)
"English plus" (м.Київ)
"ENGLISH" (м.Київ)
"EXPO UA" (м.Київ)
"HARD'N'SOFT" (м.Київ)
"I LOVE YOU" (м.Київ)
"KYIV POST" (м.Київ)
"TV-ПАРК" (м.Київ)
"Абракадабра" (м.Київ)
"Автоінформ +" (м.Київ)
"АВТОМИР" (м.Київ)
"Автопрофи" (м.Київ)
"АвтоФото" (м.Київ)
"Агробізнес сьогодні" (м.Київ)
"Агроновости, економіка" (м.Київ)

"Агротрейдер" (м.Київ)
"Азарт від МСЛ" (м.Київ)
"Аптека" (м.Київ)
"Арагац" (м.Київ)
"Аспект" (м.Київ)
"Аудитор України" (м.Київ)
"Бабушка и её секреты" (м.Київ)
"Без цензури" (м.Київ)
"Бизнес" (м.Київ)
"Бібліотечка вихователя дитячого садка" (м.Київ)
"Болельщик" (м.Київ)
"Братство" (м.Київ)
"Будівельні прайси" (м.Київ)
"Бульвар" (м.Київ)
"Буржуй" (м.Київ)
"Бухгалтерия" (м.Київ)
"Бухгалтерія торгов. підпр. від А до Я" (м.Київ)
"Бухгалтерія, право, податки" (м.Київ)
"Бухгалтерія.Податки.Бізнес" (м.Київ)
"Валеологія" (м.Київ)
"Вартові неба" (м.Київ)
"Ваша судьба" (м.Київ)
"Ваш доктор" (м.Київ)
"Ваше здоров'я" (м.Київ)
"ВВС. Вести. Версії. События" (м.Київ)
"Велика дитяча газета" (м.Київ)
"Веселка" (м.Київ)
"Ветеран України" (м.Київ)
"Ветеринарна газета" (м.Київ)
"Вечерние Вести" (м.Київ)
"Вечірній Київ" (м.Київ)
"ВСК" (м.Київ)
"Від серця до серця" (м.Київ)
"Віра і культура" (м.Київ)
"Вісник Фермер України" (м.Київ)
"Вісник Чорнобиля" (м.Київ)
"Вісник. Цінні папери" (м.Київ)
"Вісті Центр. спілки спож. тов. Укр." (м.Київ)
"Вітряні гори" (м.Київ)
"Власть и политика" (м.Київ)
"Водник" (м.Київ)
"ВОЛЯ-регіон" (м.Київ)
"Всё для бухгалтерии в торговле" (м.Київ)
"Все для всіх" (м.Київ)
"Все про бухгалтерський облік" (м.Київ)
"Газета по-киевски" (м.Київ)
"Галицькі контракти" (м.Київ)
"Главбух" (м.Київ)
"Говорить і показує Україна" (м.Київ)
"Голос Православ'я" (м.Київ)
"Голос України" (м.Київ)
"Громадський контроль" (м.Київ)
"Гроші з грядки" (м.Київ)
"Дайджест" (м.Київ)
"Далі буде" (м.Київ)
"Дебет-Кредит" (м.Київ)
"Деловая неделя" (м.Київ)
"Деловая столица" (м.Київ)
"Демократична Україна" (м.Київ)
"Демократичний союз" (м.Київ)
"День" + дайджест "The Day" (м.Київ)
"Диорама плюс Московский комсомолец" (м.Київ)
"Дипломатический мир" (м.Київ)
"Ділова столиця" (м.Київ)
"ДК-зв'язок" (м.Київ)
"Добрий день" (м.Київ)
"Добрик" (м.Київ)
"Долгожитель" (м.Київ)
"Домашние заготовки" (м.Київ)
"Друг читача" (м.Київ)
"Дуплет. Заочная школа рукоделия" (м.Київ)
"Едем в отпуск" (м.Київ)
"Единство" (м.Київ)
"Еженедельная аптека" (м.Київ)
"Екокур'єр" (м.Київ)
"Експрес-газета" (м.Київ)
"Експрес-об'ява" (м.Київ)
"Енергоінформ" (м.Київ)
"Енергосвіт" (м.Київ)

"Єврейські вісті" (м.Київ)
"Жизнь как она есть" (м.Київ)
"Заграница" (м.Київ)
"Закон і бізнес" (м.Київ)
"Закон і обов'язок" (м.Київ)
"За нашу Україну" (м.Київ)
"Затерянные миры" (м.Київ)
"Здоровье животных и лекарства" (м.Київ)
"Здоровье, красота и спорт" (м.Київ)
"Здоров'я і довголіття" (м.Київ)
"Здоров'я киян" (м.Київ)
"Здоров'я України" (м.Київ)
"Зелена планета Н. Зеленої" (м.Київ)
"Зелений календар" (м.Київ)
"Зеркало недели" (м.Київ)
"Злагода" всенародна газета України (м.Київ)
"Зодчий" (м.Київ)
"Интересная газета" (м.Київ)
"Истории из жизни" (м.Київ)
"Исцеление" (м.Київ)
"Іменем закону" (м.Київ)
"Инвестгазета" (м.Київ)
"Інновація" (м.Київ)
"Казковий вечір" (м.Київ)
"Киев Еврейский" (м.Київ)
"Киевские ведомости" (м.Київ)
"Киевский телеграф" (м.Київ)
"Київ на долонях" (м.Київ)
"Київська правда" (м.Київ)
"Київський вісник" (м.Київ)
"Київський регіон" (м.Київ)
"Київський університет" (м.Київ)
"Київ сьогодні" (м.Київ)
"Кириллица" (м.Київ)
"Кієвлянинъ" (м.Київ)
"Книга поштою" (м.Київ)
"Книги України" (м.Київ)
"Книжковий ярмарок" (м.Київ)
"Книжник" (м.Київ)
"Книжник-ревью" (м.Київ)
"Команда" (м.Київ)
"Компьютерное обозрение" (м.Київ)
"Комсомольская правда Украина" (м.Київ)
"Комуніст" /"Коммунист"/ (м.Київ)
"Контракт" (м.Київ)
"Кре 100 словица" (м.Київ)
"Криминальная хроника" (м.Київ)
"Критика. Часопис аналітичних есеїв, рецензій та оглядів" (м.Київ)
"Кроссворды и головоломки" (м.Київ)
"Ліберальна газета" (м.Київ)
"Літературна Україна" (м.Київ)
"Магістраль" (м.Київ)
"Магнат" (м.Київ)
"Медицина и мы" (м.Київ)
"Меню" (м.Київ)
"Метро" (м.Київ)
"Місто плюс передмістя" (м.Київ)
"Мобила" (м.Київ)
"Мой компьютер игровой" (м.Київ)
"Молодь України" (м.Київ)
"Муниципальный кур'єр ХАБІТАТ" (м.Київ)
"Народна армія" (м.Київ)
"Народна газета" (м.Київ)
"Народна справедливість" (м.Київ)
"Настоящий частный детектив" (м.Київ)
"Нафтопродукти" (м.Київ)
"Нація і держава" (м.Київ)
"Научные открытия сенсации" (м.Київ)
"Наша віра" (м.Київ)
"Наше життя" (м.Київ)
"Неизвестные миры" (м.Київ)
"Німецький канал" (м.Київ)
"Новая интересная газета" (м.Київ)
"Новая работа" (м.Київ)
"Обрій ПІБ" (м.Київ)
"Освіта України" (м.Київ)
"Открытия и гипотезы" (м.Київ)
"Отчий поріг" (м.Київ)
"Пантелеймон целитель" (м.Київ)

"Педагогічна газета" (м.Київ)
"Пенсійний кур'єр" (м.Київ)
"Перевозчик UA" (м.Київ)
"Персонал-плюс" (м.Київ)
"Петровна" (м.Київ)
"Печерськ" (м.Київ)
"Планета кроссвордов" (м.Київ)
"Податковий, банківський, митний консультант" (м.Київ)
"Поштовий вісник" (м.Київ)
"Правда України" (м.Київ)
"Православна газета" (м.Київ)
"Прайс" (м.Київ)
"Прайсы Києва" (м.Київ)
"Праця і зарплата" (м.Київ)
"Президентський вісник" (м.Київ)
"Пресс-биржа" (м.Київ)
"Пресс-центр" (м.Київ)
"Прикордонник України" (м.Київ)
"Продукты питания" (м.Київ)
"Промінь" (м.Київ)
"Пропоную роботу" (м.Київ)
"Психологічна газета" (м.Київ)
"Работа и учёба" (м.Київ)
"Рабочее слово" (м.Київ)
"Радіобазар" (м.Київ)
"Ратник" (м.Київ)
"РІО" (м.Київ)
"РІО-Сенс в Голосіївському районі" (м.Київ)
"РІО-Сенс в Дарницькому районі" (м.Київ)
"РІО-Сенс в Деснянському районі" (м.Київ)
"РІО-Сенс в Дніпровському районі" (м.Київ)
"РІО-Сенс в Оболонському районі" (м.Київ)
"РІО-Сенс в Печерському районі" (м.Київ)
"РІО-Сенс в Подільському районі" (м.Київ)
"РІО-Сенс в Святошинському районі" (м.Київ)
"РІО-Сенс в Солом'янському районі" (м.Київ)
"РІО-Сенс в Шевченківському районі" (м.Київ)
"Робітнича газета" (м.Київ)
"Розкажіть онуку" (м.Київ)
"Русская правда" (м.Київ)
"Рынок строительный" (м.Київ)
"Садик-огородик" (м.Київ)
"Самостійна Україна" (м.Київ)
"Світ" (м.Київ)
"Свобода" (м.Київ)
"Сегодня" (м.Київ)
"Сельская жизнь в Украине" (м.Київ)
"Серіал" (м.Київ)
"Сільська школа України" (м.Київ)
"Сільський час" (м.Київ)
"Сільські вісті" (м.Київ)
"Слово Просвіти" (м.Київ)
"Совершенно секретно Украина" (м.Київ)
"Спортивна газета" (м.Київ)
"Спорт сегодня" (м.Київ)
"Спорт-экспресс Украина" (м.Київ)
"Справи сімейні" (м.Київ)
"Столиця" (м.Київ)
"Столичная недвижимость" (м.Київ)
"Столичные новости" (м.Київ)
"Строительство & реконструкция" (м.Київ)
"Студентська газета" (м.Київ)
"Телегид" (м.Київ)
"Теленеделя" (м.Київ)
"Телепрограмма" (м.Київ)
"Товариш" (м.Київ)
"Точка зору" (м.Київ)
"Транссервис" (м.Київ)
"Третій тост" (м.Київ)
"Труд-Украина" (м.Київ)
"Уголовное дело" (м.Київ)
"Украинская инвестиционная газета" (м.Київ)
"Україна-бізнес" (м.Київ)
"Україна і світ сьогодні" (м.Київ)
"Україна молода" (м.Київ)
"Українська музична газета" (м.Київ)
"Українське слово" (м.Київ)
"Український пенсіонер" (м.Київ)
"Український футбол" (м.Київ)

"Умка" (м.Київ)
"У Озера" (м.Київ)
"Управління освітою" (м.Київ)
"Урядовий кур'єр" (м.Київ)
"Учись, работай, отдыхай" (м.Київ)
"Факты и комментарии" (м.Київ)
"Фінанси для всіх" (м.Київ)
"Фінансова консультація" (м.Київ)
"Фондовый рынок" (м.Київ)
"Х-КЛАС" (м.Київ)
"Хотлайн" (м.Київ)
"Хрещатик" (м.Київ)
"Християнська Україна" (м.Київ)
"Худейте на здоровье" (м.Київ)
"ЧАС" (м.Київ)
"Чернобыльская газета" (м.Київ)
"Шанс" (м.Київ)
"Шлях перемоги" (м.Київ)
"Шулявка" (м.Київ)
"Экономические известия" (м.Київ)
"Экран недели" (м.Київ)
"Юридична газета" (м.Київ)
"Юридична практика" (м.Київ)
"Юридичний вісник України" (м.Київ)
"Юрист консультує" (м.Київ)
"Янус. Нерухомисть" (м.Київ)
"Я сам(а)" (м.Київ)
"Я споживач" (м.Київ)
"Березанські Відомості" (м.Березань)
"Баришівські вісті" (смт.Баришівка)
"Громадська думка" (м.Біла Церква)
"Замкова гора" (м.Біла Церква)
"Копейка" (м.Біла Церква)
"Сім'я" (м.Біла Церква)
"Вісті Богуславщини" (м.Богуслав)
"Трудова слава" (м.Бориспіль)
"Вперед" (смт.Бородянка)
"Нове життя" (м.Бровари)
"Життя і слово" (м.Васильків)
"Вишгород" (м.Вишгород)
"Слово" (м.Вишгород)
"Голос Володарщини" (смт.Володарка)
"Панорама" (смт.Згурівка)
"Трибуна праці" (смт.Іванків)
"Ірпінський вісник" (м.Ірпінь)
"Кагарлицькі вісті" (м.Кагарлик)
"Макарівські вісті" (смт.Макарів)
"Миронівський край" (м.Миронівка)
"Обухівський край" (м.Обухів)
"Вісник Переяславщини" (м.Переяслав-Хмельницький)
"Вісник Рокитнявщини" (смт.Рокитне)
"Вісник Сквирщини" (м.Сквира)
"Провінція POST" (м.Сквира)
"Сільські обрії" (смт.Ставище)
"Таращанський край" (м.Тараща)
"Тетіївська земля" (м.Тетіїв)
"ВЕСТА ПРЕС" (м.Фастів)
"Перемога" (м.Фастів)
"Яготинські вісті" (м.Яготин)

КІРОВОГРАДСЬКА ОБЛ. (Kirovohradská oblast)

"21 канал" (м.Кіровоград)
"Акціонер" (м.Кіровоград)
"Бабушка" (м.Кіровоград)
"Бабушкина аптека" (м.Кіровоград)
"Бабушкины заговоры" (м.Кіровоград)
"Благовіст" (м.Кіровоград)
"Ветеринарні вісті" (м.Кіровоград)
"Все про все" (м.Кіровоград)
"Діалог" (м.Кіровоград)
"Забава" (м.Кіровоград)
"Зовнішсервіс" (м.Кіровоград)
"Кіровоградська правда" (м.Кіровоград)
"Кооперація і підприємництво" (м.Кіровоград)
"Народне слово" (м.Кіровоград)
"Наш бізнес" (м.Кіровоград)
"Нова газета" (м.Кіровоград)
"Православна школа" (м.Кіровоград)

"Саквояж" (м.Кіровоград)
"Селянська газета" (м.Кіровоград)
"Служба зайнятості" (м.Кіровоград)
"Україна-центр" (м.Кіровоград)
"УЦ-Репортер" (м.Кіровоград)
"Честь хлібороба" (м.Бобринець)
"Зорі над Синюхою" (смт.Вільшанка)
"Гайворонські вісті" (м.Гайворон)
"Вісник Голованівщини" (смт.Голованівськ)
"Ятрань" (смт.Голованівськ)
"Сільське життя" (смт.Добровеличківка)
"Долинські новини" (м.Долинська)
"Знам'янські вісті" (м.Знам'янка)
"Покоління" (м.Знам'янка)
"Сільське життя" (м.Знам'янка)
"Степовий край" (смт.Компаніївка)
"Маловисківські вісті" (м.Мала Виска)
"Новгородківські вісті" (смт.Новгородка)
"Колос" (смт.Новоархангельськ)
"Новомиргородщина" (м.Новомиргород)
"Новоукраїнські новини" (м.Новоукраїнка)
"Викладач, студент..." (м.Олександрія)
"Вільне слово" (м.Олександрія)
"Міський кур'єр" (м.Олександрія)
"Олександрійський тиждень" (м.Олександрія)
"Площа свободи. Олександрія" (м.Олександрія)
"Сільський вісник" (м.Олександрія)
"Придніпров'я" (смт.Онуфріївка)
"Трудова слава" (смт.Петрове)
"Вісті Світловодщини" (м.Світловодськ)
"Світловодськ вечірній" (м.Світловодськ)
"Світловодськ-Інформ" (м.Світловодськ)
"Слово і час" (м.Ульяновка)
"Трудівник Устинівщини" (смт.Устинівка)

ЛУГАНСЬКА ОБЛ. (*Luhanská oblast*)

"XXI век" (м.Луганськ)
"Вести региона" (м.Луганськ)
"Вечерний Луганск" (м.Луганськ)
"Воскресение" (м.Луганськ)
"Голос Донбасса" (м.Луганськ)
"Гривна-плюс" (м.Луганськ)
"Деловой Луганск" (м.Луганськ)
"Единство" (м.Луганськ)
"Жизнь Луганска" (м.Луганськ)
"За социальную защиту" (м.Луганськ)
"Земля моя кормилица" (м.Луганськ)
"Ижица" (м.Луганськ)
"Известия Луганщины" (м.Луганськ)
"Курьер" (м.Луганськ)
"Луганская правда" (м.Луганськ)
"Мир новостей - Украина" (м.Луганськ)
"Налоговый калейдоскоп" (м.Луганськ)
"Наша газета" (м.Луганськ)
"Новый ракурс" (м.Луганськ)
"Нэр" (м.Луганськ)
"Постскриптум" (м.Луганськ)
"Предлагаю работу" (м.Луганськ)
"Экспресс-клуб" (м.Луганськ)
"Экспресс-новости" (м.Луганськ)
"За метал" (м.Алчевськ)
"Огни" (м.Алчевськ)
"РІО-плюс" (м.Алчевськ)
"Антрацитовский вестник" (м.Антрацит)
"Вісті Біловодщини" (смт.Біловодськ)
"Життя Білокуракинщини" (смт.Білокуракине)
"Труд горняка" (м.Брянка)
"Рабочее слово" (м.Кіровськ)
"Красный Луч" (м.Красний Луч)
"Пресс-шанс" (м.Красний Луч)
"Путь к жизни" (м.Красний Луч)
"Академия" (м.Краснодон)
"Закон и порядок" (м.Краснодон)
"Краснодонские вести" (м.Краснодон)
"Крестьянская неделя" (м.Краснодон)
"Слава Краснодона" (м.Краснодон)
"Кремінщина" (м.Кремінна)
"Контакт" (м.Лисичанськ)

"Нефтехимик" (м.Лисичанськ)
"Новый путь" (м.Лисичанськ)
"Про ТВ" (м.Лисичанськ)
"Трудовая слава" (м.Лутугине)
"Радянське слово" (смт.Марківка)
"Слово хлібороба" (смт.Мілове)
"Вестник Новоайдарщины" (смт.Новоайдар)
"Перемога" (смт.Новопсков)
"Резон" (м.Первомайськ)
"Народна трибуна" (м.Перевальськ)
"Попаснянский вестник" (м.Попасна)
"Вперед, Ровеньки!" (м.Ровеньки)
"Диалог" (м.Ровеньки)
"Ровеньківські вісті" (м.Ровеньки)
"Вестник "Красителя" (м.Рубіжне)
"РИП" (м.Рубіжне)
"Рубіжанські новини" (м.Рубіжне)
"Рынок плюс" (м.Рубіжне)
"Голос громади" (м.Сватове)
"Новини Сватівщини" (м.Сватове)
"Восточный экспресс" (м.Свердловськ)
"Заря Донбасса" (м.Свердловськ)
"Анонс ТВ" (м.Северодонецьк)
"Коммерсант" (м.Северодонецьк)
"МарьВанна" (м.Северодонецьк)
"Наш телегид" (м.Северодонецьк)
"Огни Северодонецка" (м.Северодонецьк)
"Перспект-объявления" (м.Северодонецьк)
"Северодонецкий химик" (м.Северодонецьк)
"Северодонецькі вісті" (м.Северодонецьк)
"Славяносербские вести" (м.Слов'яносербськ)
"Время" (смт.Станично-Луганське)
"Вісник Старобільщини" (м.Старобільськ)
"Стахановское знамя" (м.Стаханов)
"Сельская новь" (смт.Троїцьке)

ЛЬВІВСЬКА ОБЛ. (Lvovská oblast)

"24 часа" (м.Львів)
"Gazeta Lwowska" (м.Львів)
"Аргумент-газета" (м.Львів)
"Арка" (м.Львів)
"Армія України" (м.Львів)
"Аудиторія" (м.Львів)
"Благовіст" (м.Львів)
"Ваш магазин" (м.Львів)
"Високий Замок" (м.Львів)
"Вірую" (м.Львів)
"Галицька Брама" (м.Львів)
"Генерація" (м.Львів)
"Діловий діалог" (м.Львів)
"Діти Марії" (м.Львів)
"Експрес" (м.Львів)
"Життя і праця" (м.Львів)
"За вільну Україну" (м.Львів)
"Заводський гудок" (м.Львів)
"Запрошуємо на роботу" (м.Львів)
"Літературний Львів" (м.Львів)
"Львівська газета" (м.Львів)
"Львівський залізничник" (м.Львів)
"Львівський кур'єр" (м.Львів)
"Магазин нерухомості" (м.Львів)
"Митна газета" (м.Львів)
"Міліцейський кур'єр" (м.Львів)
"Молода Галичина" (м.Львів)
"Народне здоров'я", "Альма матер" (м.Львів)
"Нерухомість" (м.Львів)
"Нескорені" (м.Львів)
"Об'єднана сила" (м.Львів)
"Повір у себе" (м.Львів)
"Поступ" (м.Львів)
"Ратуша" (м.Львів)
"Русский вестник" (м.Львів)
"Суботня пошта" (м.Львів)
"Україна і час" (м.Львів)
"Український шлях" (м.Львів)
"Християнин" (м.Львів)
"Шанс" (м.Львів)
"Нафтовик Борислава" (м.Борислав)

"Вагра" (м.Броди)
"Голос Відродження" (м.Броди)
"Воля народу" (м.Буськ)
"Народна думка" (м.Городок)
"Вимір" (м.Дрогобич)
"Галицька зоря" (м.Дрогобич)
"Гомін Дрогобиччини" (м.Дрогобич)
"Нові горизонти" (м.Дрогобич)
"Новий час" (м.Жидачів)
"Відродження" (м.Жовква)
"Народне слово" (м.Золочів)
"Життя і слово" (м.Кам'янка-Бузька)
"Наш край" (м.Мостиська)
"Рідна Мостищина" (м.Мостиська)
"Вісник Розділля" (м.Новий Розділ > Миколаївський р-н)
"Громада" (м.Новий Розділ Миколаївський р-н)
"Галицький шлях" (м.Перемишляни)
"Голос народу" (м.Пустомити)
"Новини Розточчя" (смт.Рава-Руська Жовківський р-н)
"Народна справа" (м.Радехів)
"Голос Самбірщини" (м.Самбір)
"Новини Самбора" (м.Самбір)
"Бойківська думка" (м.Сколе)
"Голос з-над Бугу" (м.Сокаль)
"Храм серця" (м.Сокаль)
"Прикарпаття" (м.Старий Самбір)
"Гомін волі" (м.Стрий)
"Рідне поле" (м.Стрий)
"Джерела Трускавця" (м.Трускавець)
"Жива вода" (м.Трускавець)
"Франкова криниця" (м.Трускавець)
"Бойківщина" (м.Турка)
"Гірник" (м.Червоноград)
"Новини Прибужжя" (м.Червоноград)
"Панорама" (м.Червоноград)
"Рекламно-інформаційний вісник" (м.Червоноград)
"Ділова Яворівщина" (м.Яворів)
"Яворівський голос" (м.Яворів)
"Яворівщина" (м.Яворів)

МИКОЛАЇВСЬКА ОБЛ. (*Mykolajivská oblast*)

"Вестник Прибужжя" (м.Миколаїв)
"Вечерний Николаев" (м.Миколаїв)
"Вісник Жовтневщини" (м.Миколаїв)
"Выход есть" (м.Миколаїв)
"Голос Православ'я" (м.Миколаїв)
"Губернская неделя" (м.Миколаїв)
"Заря-машпроект" (м.Миколаїв)
"Маяк" (м.Миколаїв)
"Николаевские новости" (м.Миколаїв)
"Новое поколение" (м.Миколаїв)
"Рідне Прибужжя" (м.Миколаїв)
"Родной причал" (м.Миколаїв)
"Скиф" (м.Миколаїв)
"Центральний ринок" (м.Миколаїв)
"Щотижня" (м.Миколаїв)
"Южная правда" (м.Миколаїв)
"Южная региональная общественно-политическая газета" (м.Миколаїв)
"Нове життя" (смт.Арбузинка)
"Голос Баштанщини" (м.Баштанка)
"Березань" (смт.Березанка)
"Народна трибуна" (смт.Березнегувате)
"Перемога" (смт.Братське)
"Зоря" (смт.Веселинове)
"Вісті Вознесенщини" (м.Вознесенськ)
"День за днем" (м.Вознесенськ)
"Вісник Врадіївщини" (смт.Врадіївка)
"Трибуна хлібороба" (смт.Доманівка)
"Єланецький вісник" (м.Єланець)
"Голос Казанківщини" (смт.Казанка)
"Кривоозерщина" (смт.Криве Озеро)
"Промінь" (м.Нова Одеса)
"Вперед" (м.Новий Буг)
"Чорноморська зірка" (м.Очаків)
"Прибузький вісник" (м.Первомайськ)
"Вісті Снігурівщини" (м.Снігурівка)
"Енергетик" (м.Южноукраїнськ)
"Контакт" (м.Южноукраїнськ)

ОДЕСЬКА ОБЛ. (*Oděská oblast*)

"Вечерняя Одесса" (м.Одеса)
"Деловая Одесса+" (м.Одеса)
"Думська площа" (м.Одеса)
"Коммерсант Юга" (м.Одеса)
"Одесский вестник" (м.Одеса)
"Одеські вісті" - "Одесские известия" (м.Одеса)
"Прес-кур'єр" (м.Одеса)
"Реклама "Вечерней Одессы" (м.Одеса)
"Слово" (м.Одеса)
"Справедливость" (м.Одеса)
"Чорноморські новини" (м.Одеса)
"Юг" (м.Одеса)
"Вісті Ананьївщини" (м.Ананьїв)
"Арцизские вести" (м.Арциз)
"Дело" (м.Арциз)
"Степовий маяк" (м.Березівка)
"Советское Приднестровье" (м.Білгород-Дністровський)
"Південна зоря" (м.Біляївка)
"Дружба" (м.Болград)
"Єдність" (смт.В.Михайлівка)
"Степові зорі" (смт.Іванівка)
"Дунаец" (м.Ізмаїл)
"Придунайські вісті" (м.Ізмаїл)
"Собеседник Измаила" (м.Ізмаїл)
"Черноморский маяк" (м.Іллічівськ)
"Дунайская заря" (м.Кілія)
"Наше время" (м.Кілія)
"Вісті Кодимщини" (м.Кодима)
"Слава хлібороба" (смт.Комінтернівське)
"Котовські вісті" (м.Котовськ)
"Красноокнянський вісник" (смт.Красні Окни)
"Хлібороб" (смт.Любашівка)
"Миколаївський вісник" (смт.Миколаївка)
"Наддністрянська правда" (смт.Овідіополь)
"Ренийский вестник" (м.Рені)
"Вперед" (м.Роздільна)
"Степові новини" (смт.Саврань)
"Советская новь" (смт.Сарага)
"Знамя труда" (смт.Тарутине)
"Татарбунарский вестник" (м.Татарбунари)
"Новини Фрунзівщини" (смт.Фрунзівка)
"Промінь" (смт.Ширяєве)
"Новини Южного" (м.Южне)

ПОЛТАВСЬКА ОБЛ. (*Poltavská oblast*)

"Ваш автомобіль" (м.Полтава)
"Ведомости Полтавской епархии" (м.Полтава)
"Вечірня Полтава" (м.Полтава)
"Вісті" (м.Полтава)
"Все TV" (м.Полтава)
"Дачник" (м.Полтава)
"Ділова Полтавщина" (м.Полтава)
"Довір'я" (м.Полтава)
"Жовта газета" (м.Полтава)
"Зоря Полтавщини" (м.Полтава)
"Інформ Енерго" (м.Полтава)
"Коло" (м.Полтава)
"Лімузин" (м.Полтава)
"Пасажир" (м.Полтава)
"Полтава і полтавці" (м.Полтава)
"Полтавська думка-2000" (м.Полтава)
"Полтавський вісник" (м.Полтава)
"Полтавський університет" (м.Полтава)
"Село полтавське" (м.Полтава)
"Рідний край" (смт.Велика Багачка)
"Гадяцький вісник" (м.Гадяч)
"Зоря Придніпров'я" (м.Глобине)
"Районні вісті" (м.Глобине)
"Гребінчин край" (м.Гребінка)
"Трудова слава" (смт.Диканька)
"Голос Зіньківщини" (м.Зіньків)
"Життя і слово" (м.Карлівка)
"Колос" (м.Кобеляки)

"Козельщинські вісті" (сmt.Козельщина)
"Громадська думка" (м.Комсомольськ)
"Телеекспрес" (м.Комсомольськ)
"Народна трибуна" (сmt.Котельва)
"АвтоКраз" (м.Кременчук)
"Вагонобудівник" (м.Кременчук)
"Вісник Кременчука" (м.Кременчук)
"Інформаційний бюлетень" (м.Кременчук)
"Кремінь" (м.Кременчук)
"Мобіл" (м.Кременчук)
"Перемога" (м.Кременчук)
"Програма плюс" (м.Кременчук)
"Зоря" (м.Лохвиця)
"Лубенщина" (м.Лубни)
"Промінь" (сmt.Машівка)
"Вісник милосердя" (м.Миргород)
"Миргород" (м.Миргород)
"Прапор перемоги" (м.Миргород)
"Сорока" (м.Миргород)
"Злагода" (сmt.Нові Санжари)
"Оржицькі вісті" (сmt.Оржиця)
"Пирятинські вісті" (м.Пирятин)
"Добродій" (сmt.Решетилівка)
"Решетилівський вісник" (с.Решетилівка)
"Решетилівський час" (сmt.Решетилівка)
"Семенівський вісник" (сmt.Семенівка)
"Вісті Хорольщини" (м.Хорол)
"Нова праця" (сmt.Чорнухи)
"Сільські новини" (сmt.Чутове)
"Сільське життя" (сmt.Шишаки)

РІВНЕНСЬКА ОБЛ. (Rovenská oblast)

"7 днів" (м.Рівне)
"Відвага" (м.Рівне)
"Вільне слово" (м.Рівне)
"Вісник служби зайнятості" (м.Рівне)
"Вісті Рівненщини" (м.Рівне)
"Волинь" (м.Рівне)
"Голос Надії" (м.Рівне)
"За віру Євангельську" (м.Рівне)
"ІМІДЖ" (м.Рівне)
"Медичний вісник" (м.Рівне)
"Народна творчість" (м.Рівне)
"Новина" (м.Рівне)
"ОГО" (м.Рівне)
"Осанна" (м.Рівне)
"Панорама" (м.Рівне)
"Православне Полісся" (м.Рівне)
"Право" (м.Рівне)
"Пробудження" (м.Рівне)
"Провінційна газета" (м.Рівне)
"Рівне вечірнє" (м.Рівне)
"Рівне і рівняни" (м.Рівне)
"Рівне експрес" (м.Рівне)
"Рівне-Ракурс" (м.Рівне)
"Рівне-Час" (м.Рівне)
"Світанкова Зоря" (м.Рівне)
"Слово і час" (м.Рівне)
"Точка зору" (м.Рівне)
"Цілитель" (м.Рівне)
"Надслучанський вісник" (м.Березне)
"Володимирецький вісник" (сmt.Володимирець)
"Рідний край" (сmt.Гоща)
"Вісник Демидівщини" (сmt.Демидівка)
"Вісник Дубенщини" (м.Дубно)
"Дзеркало плюс" (м.Дубно)
"Наше дзеркало" (м.Дубно)
"Скриня" (м.Дубно)
"Дубровицький вісник" (м.Дубровиця)
"Полісся" (сmt.Зарічне)
"Нове життя" (м.Здолбунів)
"Вісті Кореччини" (м.Корець)
"Вічеве слово" (м.Костопіль)
"Зелені шати" (м.Костопіль)
"Вісті" (м.Кузнецовськ)
"Експрес діалог" (м.Кузнецовськ)
"Енергія" (м.Кузнецовськ)
"Гомін плюс" (м.Млинів)
"Життя і слово" (м.Острог)

"Замкова гора" (м.Острог)
"Острозька Академія" (м.Острог)
"Прапор перемоги" (м.Радивилівка)
"Рокитнівщина" (смт.Рокитне)
"Сарнинські новини" (м.Сарни)

СУМСЬКА ОБЛ. (*Sumská oblast*)

"Akademix" (м.Суми)
"Благовіст" (м.Суми)
"Ваш Шанс" (м.Суми)
"Вісник" (м.Суми)
"Вперед" (м.Суми)
"ДАІ Сумщини" (м.Суми)
"Данкор-Сумское обозрение" (м.Суми)
"Діалог" (м.Суми)
"Домашня газета" (м.Суми)
"Електрозв'язківець" (м.Суми)
"Ленінська правда" (м.Суми)
"Медицина и здоров'є" (м.Суми)
"Наше слово" (м.Суми)
"Панорама" (м.Суми)
"Позиція" (м.Суми)
"Православна Сумщина" (м.Суми)
"Резонанс" (м.Суми)
"Слобідський вісник" (м.Суми)
"Слобожанщина і слобожани" (м.Суми)
"Суми і сумчани" (м.Суми)
"Сумщина" (м.Суми)
"Фрунзенець" (м.Суми)
"Хімік" (м.Суми)
"Ярмарок" (м.Суми)
"Яхад" (м.Суми)
"Білопільщина" (м.Білопіль)
"Варіант" (м.Білопіль)
"Рідний край" (м.Буринь)
"Ворскла" (смт.Велика Писарівка)
"Глухівщина" (м.Глухів)
"Народна трибуна" (м.Глухів)
"Неделя" (м.Глухів)
"Київська Русь" (м.Конотоп)
"Конотопський край" (м.Конотоп)
"Лэбн" (м.Конотоп)
"Робітниче слово" (м.Конотоп)
"Сільські горизонти" (м.Конотоп)
"Факти" (м.Конотоп)
"Перемога" (смт.Краснопіль)
"Кролевецький вісник" (м.Кролевець)
"Бім-Бом" (м.Лебедин)
"Будьмо разом" (м.Лебедин)
"Життя Лебединщини" (м.Лебедин)
"Наш край" (смт.Липова Долина)
"Голос Посулля" (смт.Недригайлів)
"Прапор перемоги" (м.Охтирка)
"Путівльські відомості" (м.Путівль)
"Вісті Роменщини" (м.Ромни)
"Знамя труда" (смт.Середина-Буда)
"Наш Тростянець" (м.Тростянець)
"Імпульс" (м.Шостка)
"Полісся" (м.Шостка)
"Шанс" (м.Шостка)

ТЕРНОПІЛЬСЬКА ОБЛ. (*Ternopolská oblast*)

"RIA плюс" (м.Тернопіль)
"Вільне життя" (м.Тернопіль)
"Вісник Тернопілля" (м.Тернопіль)
"Нова Тернопільська газета" (м.Тернопіль)
"Подільське слово" (м.Тернопіль)
"Ровесник" (м.Тернопіль)
"Свобода" (м.Тернопіль)
"Тернопіль вечірній" (м.Тернопіль)
"Бережанське віче" (м.Бережани)
"Галицький вісник" (м.Борщів)
"Нова доба" (м.Бучач)
"Вісник Надзбруччя" (смт.Гусятин)
"Колос" (смт.Заліщики)
"Народне слово" (м.Збараж)

"Зборівська дзвіниця" (м.Зборів)
"Вільне слово" (смт.Козова)
"Діалог" (м.Кременець)
"Голос Лановеччини" (м.Ланівці)
"Вісті Придністров'я" (м.Монастирська)
"Гомін Волі" (м.Підволочиськ)
"Земля Підгаєцька" (м.Підгайці)
"Воля" (м.Теребовля)
"Голос народу" (м.Чортків)
"Новини Шумщини" (м.Шумськ)

ХАРКІВСЬКА ОБЛ. (*Charkovská oblast*)

"Вечерний Харьков" (м.Харків)
"Время" (м.Харків)
"ГОЛ" (м.Харків)
"Дачка" (м.Харків)
"Домашний бизнес" (м.Харків)
"Пенсионер Украины" (м.Харків)
"Пенсійна газета" (м.Харків)
"Садиба слобідська" (м.Харків)
"Селяночка" (м.Харків)
"Селянська газета" (м.Харків)
"Симон" (м.Харків)
"Слобідський край" (м.Харків)
"Слобода" (м.Харків)
"Событие" (м.Харків)
"Современная жизнь" (м.Харків)
"Телегород" (м.Харків)
"Товары опт и розница" (м.Харків)
"Харківський кур'єр" (м.Харків)
"Харківські єпархіальні відомості" (м.Харків)
"Южная магистраль" (м.Харків)
"Вісті Балаклійщини" (м.Балаклія)
"Мир здоров'я" (м.Балаклія)
"Сім днів" (м.Балаклія)
"Вісті Барвінківщини" (м.Барвінкове)
"Нове життя" (смт.Близнюки)
"Маяк" (м.Богодухів)
"Трудова слава" (смт.Борова)
"Сільські новини" (м.Валки)
"Радянський патріот" (смт.Великий Бурлук)
"Хлібороб" (м.Вовчанськ)
"Дворічанський край" (смт.Дворічна)
"Вісті Дергачівщини" (м.Дергачі)
"Перемога" (с.Зачепилівка)
"Вісті Зміївщини" (м.Зміїв)
"Зоря" (м.Золочів)
"Обрії Ізюмщини" (м.Ізюм)
"Наш край" (смт.Кегичівка)
"Вісті Красноградщини" (м.Красноград)
"Вісник Куп'янщини" (м.Куп'янськ)
"Голос Лозівщини" (м.Лозова)
"Вісті Водолажчини" (смт.Нова Водолага)
"Водолазький кур'єр" (смт.Нова Водолага)
"Знамя труда" (м.Первомайськ)
"Печенізький край" (смт.Печеніги)
"Колос" (смт.Сахновщина)
"Красная звезда" (м.Чугуїв)
"Красвид" (смт.Шевченкове)
"Регион" (смт.Шевченкове)

ХЕРСОНСЬКА ОБЛ. (*Chersonská oblast*)

"Булава" (м.Херсон)
"ВІК - час, події, люди" (м.Херсон)
"Гривна" (м.Херсон)
"Дачник" (м.Херсон)
"Ефір" (м.Херсон)
"Крекинг" (м.Херсон)
"Наддніпрянська правда" (м.Херсон)
"Новий день" (м.Херсон)
"Поле" (м.Херсон)
"Православна Таврія" (м.Херсон)
"Реклама "Аперкот" (м.Херсон)
"Судостроитель" (м.Херсон)
"Таврійський край" (м.Херсон)
"Херсонський вісник" (м.Херсон)

"Христос есть ответ" (м.Херсон)
"Шанс" (м.Херсон)
"Маяк" (м.Берислав)
"Придніпровська зірка" (смт.Білозерка)
"Таврійські вісті" (смт.Велика Лепетиха)
"Голос трудівника" (смт.Велика Олександрівка)
"Жайвір" (смт.Велика Олександрівка)
"Високе поле" (смт.Високопілля)
"Вестник Приазовья" (м.Генічеськ)
"Приазовська правда" (м.Генічеськ)
"Голопристанський вісник" (м.Гола Пристань)
"Сільські новини" (смт.Горностаївка)
"Нове життя" (смт.Іванівка)
"Слава праці" (смт.Каланчак)
"Каховська зоря" (м.Каховка)
"Червоний промінь" (смт.Нижні Сірогози)
"Ділові новини" (м.Нова Каховка)
"Днепровский проспект" (м.Нова Каховка)
"Ключи" (м.Нова Каховка)
"Нова Каховка" (м.Нова Каховка)
"Час" (м.Нова Каховка)
"Вісті" (смт.Нововоронцовка)
"Тавр&я" (смт.Нововоронцовка)
"Трудова слава" (смт.Новотроїцьке)
"Чорноморець" (м.Скадовськ)
"Вісник Олешія" (м.Цюрупинськ)
"Радянська Таврія" (смт.Чаплинка)

ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛ. (*Chmelnycká oblast*)

"Благовіст Хмельниччини - Подільські відомості" (м.Хмельницький)
"ВСІМ" (м.Хмельницький)
"Енергія" (м.Хмельницький)
"Є!" (м.Хмельницький)
"Комуніст Поділля" (м.Хмельницький)
"Майбуття" (м.Хмельницький)
"Моя газета+" (м.Хмельницький)
"Подільський кур'єр" (м.Хмельницький)
"Подільські вісті" (м.Хмельницький)
"Прибузька зоря" (м.Хмельницький)
"Проскурів" (м.Хмельницький)
"Хмельницький і хмельничани" (м.Хмельницький)
"Хмельниччина" (м.Хмельницький)
"Життя і слово" (м.Білогір'я)
"Сільські новини" (смт.Вінківці)
"Зоря" (м.Волочиськ)
"Городоцький вісник" (м.Городок)
"Вісник Деражнящини" (смт.Деражня)
"Дунаєвський вісник" (м.Дунаївці)
"Зоря Надгориння" (м.Ізяслав)
"Партнер" (м.Ізяслав)
"Кам'янець-Подільський вісник" (м.Кам'янець-Подільський)
"Край Кам'янецький" (м.Кам'янець-Подільський)
"Подільчанин" (м.Кам'янець-Подільський)
"Фортеця" (м.Кам'янець-Подільський)
"Красилівський вісник" (м.Красилів)
"Летичівська газета" (смт.Летичів)
"Нетішинський вісник" (м.Нетішин)
"Перспектива" (м.Нетішин)
"Надністрянська правда" (смт.Нова Ушиця)
"Новий шлях" (м.Полонне)
"Пульс" (м.Славута)
"Славутчина" (м.Славута)
"Трудівник Поллісся" (м.Славута)
"Колос" (смт.Стара Синява)
"Життя Старокостянтинівщини" (м.Старокостянтинів)
"Життя Теофіпольщини" (смт.Теофіполь)
"Нове життя" (смт.Чемерівці)
"Шепетівський вісник" (м.Шепетівка)
"Вперед" (смт.Ярмолинці)

ЧЕРКАСЬКА ОБЛ. (*Čerkaská oblast*)

"02-інформ" (м.Черкаси)
"Авізо" (м.Черкаси)
"Авторинок" (м.Черкаси)
"Антенна" (м.Черкаси)

"Бізнес-клуб" (м. Черкаси)
"Бізнес-кур'єр" (м. Черкаси)
"Вечірні Черкаси" (м. Черкаси)
"Від 12 і старше" (м. Черкаси)
"Відродження" (м. Черкаси)
"Вогнеборець" (м. Черкаси)
"ГІД-Черкаська візитка" (м. Черкаси)
"Гімназист" (м. Черкаси)
"Ділова Черкащина" (м. Черкаси)
"Ділове Придніпров'я" (м. Черкаси)
"Експерт ринку" (м. Черкаси)
"Екстра-прес" (м. Черкаси)
"Земля Черкаська" (м. Черкаси)
"ЛАД" (м. Черкаси)
"Медичний вісник" (м. Черкаси)
"Місто" (м. Черкаси)
"Молодь Черкащини" (м. Черкаси)
"Нова доба" (м. Черкаси)
"Нова Молодь Черкащини" (м. Черкаси)
"Новачок" (м. Черкаси)
"От и до" (м. Черкаси)
"Райдуга" (м. Черкаси)
"Ринок-Черкаси" (м. Черкаси)
"Сезам" (м. Черкаси)
"Сільські обрії" (м. Черкаси)
"Тарасові джерела" (м. Черкаси)
"Телегід-Черкаси" (м. Черкаси)
"Туристичні меридіани" (м. Черкаси)
"Фотоприлад" (м. Черкаси)
"Черкаський вісник" (м. Черкаси)
"Черкаський край" (м. Черкаси)
"Місто робітнице" (м. Ватутіне Звенигородський р-н)
"Все про все" (м. Ватутіне Звенигородський р-н)
"Вісник Городищини" (м. Городище)
"Джерело" (сmt. Дрaбів)
"Дрaбівщина" (сmt. Дрaбів)
"Жашківщина" (м. Жашків)
"Шевченків край" (м. Звенигородка)
"Златокрай" (м. Золотоноша)
"Богданів край" (м. Кам'янка)
"Голос Кам'янщини" (м. Кам'янка)
"Трудова слава" (м. Кам'янка)
"Віка" (м. Канів)
"Дніпрова зірка" (м. Канів)
"Пристань Канів" (м. Канів)
"Катеринопільський вісник" (сmt. Катеринопіль)
"Корсунь" (м. Корсунь-Шевченківський)
"Надросся" (м. Корсунь-Шевченківський)
"Понад Тікичем" (сmt. Лисянка)
"Маньківські новини" (сmt. Маньківка)
"Орієнтир" (сmt. Маньківка)
"Алекс" (м. Монастирище)
"Зоря" (м. Монастирище)
"Голос Православ'я" (м. Сміла)
"Дзвоник" (м. Сміла)
"Добрі новини" (м. Сміла)
"Сміла" (м. Сміла)
"Смілянські обрії" (м. Сміла)
"Колос" (м. Тальне)
"Поле честі" (м. Тальне)
"Реклама Тальнівщини" (м. Тальне)
"Православний благовіст Уманщини" (м. Умань)
"Реклама. Інформація. Оголошення (Ріо-Умань)" (м. Умань)
"Студентський вісник" (м. Умань)
"Уманська зоря" (м. Умань)
"Умань" (м. Умань)
"Хроніка, події, коментарі" (м. Умань)
"Трибуна хлібороба" (м. Христинівка)
"Чигиринські вісті" (м. Чигирин)
"Наше слово" (сmt. Чернобай)
"Світлий Шлях" (сmt. Чернобай)
"Пропозиція" (м. Шпола)
"Шполянські вісті" (м. Шпола)

ЧЕРНІВЕЦЬКА ОБЛ. (*Černovická oblast*)

"Буковина" (м. Чернівці)
"Буковинське віче" (м. Чернівці)
"Від і до" (м. Чернівці)

"Доба" (м. Чернівці)
"Зоря Буковини" /"Зоріле Буковиней"/ (м. Чернівці)
"Молодий буковинець" (м. Чернівці)
"Погляд" (м. Чернівці)
"Свобода слова" (м. Чернівці)
"Час-2000" (м. Чернівці)
"Час" (м. Чернівці)
"Чернівці-сіті плюс" (м. Чернівці)
"Чернівці" (м. Чернівці)
"Вижницькі обрії" (м. Вижниця)
"Газета де Герца" (м. Герца)
"Новий день" + "Monitorul de Hliboka" (смт. Глибока)
"Голос краю" (м. Заставна)
"Рідне слово" (смт. Кельменці)
"Вільне життя" (м. Кіцмань)
"Слово правди" (м. Новоселиця)
"Карпати" (с. Путила)
"Дністрові зорі" (м. Сокиряни)
"Рідний край" (м. Сторожинець)
"Хотинські вісті" (м. Хотин)

ЧЕРНІГІВСЬКА ОБЛ. (*Černihovská oblast*)

"7 дней" (м. Чернігів)
"Весть" (м. Чернігів)
"В курсе дела" (м. Чернігів)
"Гарт" (м. Чернігів)
"Гарячі факти" (м. Чернігів)
"Деснянська правда" (м. Чернігів)
"Калина Червона" (м. Чернігів)
"Кримінал.Обов'язок.Право" (м. Чернігів)
"Ліхтарик" (м. Чернігів) - *конт. тел. у довіднику* "Наш край" (м. Чернігів)
"Объявления по средам" (м. Чернігів)
"Північні військові відомості" (м. Чернігів)
"Реклама + ТВ" (м. Чернігів)
"Серп і молот" (м. Чернігів)
"Сіверщина" (м. Чернігів)
"Соціаліст України" (м. Чернігів)
"Спасение" (м. Чернігів)
"Стольный град Чернигов" (м. Чернігів)
"ТВ МИР" (м. Чернігів)
"Троїцький вісник" (м. Чернігів)
"Тхия" (м. Чернігів)
"Черниговская неделя" (м. Чернігів)
"Чернігівський вісник" (м. Чернігів)
"Чернігівські відомості" (м. Чернігів)
"Чернігівські податкові новини" (м. Чернігів)
"Ярославна" (м. Чернігів)
"Голос Присеймів'я" (м. Бахмач)
"Наше життя" (м. Бобровиця)
"Вісті Борзнянщини" (м. Борзна)
"Слово Варвинщини" (смт. Варва)
"Новини Городнянщини" (м. Городня)
"Трудова слава" (м. Ічня)
"Новини Придесення" (смт. Козелець)
"Нові горизонти" (смт. Короп)
"Маяк" (м. Корюківка)
"Поліська правда" (смт. Куликівка)
"Наше слово" (м. Мена)
"Альма-матер" (м. Ніжин)
"Вісті" (м. Ніжин)
"Ніжинська панорама" (м. Ніжин)
"Ніжинський вісник" (м. Ніжин)
"Ніжинський ринок" (м. Ніжин)
"Український дім" (м. Ніжин)
"Сіверський край" (м. Новгород-Сіверський)
"Демократична Носівщина" (м. Носівка)
"Носівські вісті" (м. Носівка)
"Ічнянщина" (смт. Парафіївка Ічнянський р-н)
"АИР" (м. Прилуки)
"В двух словах" (м. Прилуки)
"Град Прилуки" (м. Прилуки)
"Прилуччина в новинах, подіях, коментарях" (м. Прилуки)
"Світанок над Сіверщиною" (м. Прилуки)
"Життя Полісся" (смт. Ріпки)
"Життя Семенівщини" (м. Семенівка)
"Вісті Сосниччини" (смт. Сосниця)
"Срібнянщина" (смт. Срібне)
"Трибуна хлібороба" (смт. Талалаївка)
"Промінь" (м. Щорс)

Níže uvádíme ukázky titulků z analyzovaného materiálu, které jsou rozděleny podle jednotlivých tiskovin a mají za úkol pomoci čtenáři této práce vytvořit si lepší představu o zkoumaných periodikách.

Кандидатура нового лідера фракції БЮТ у парламенті буде обговорюватися лише після того, як нинішній лідер фракції Юлія Тимошенко складе депутатські повноваження

Zakarpats'ka pravda (Закарпатська правда), 23, 16.-22.06.07, s. 2

У ЧЕМПІОНАТІ ЗАКАРПАТТЯ ЗІ ШВИДКИХ ТА БЛИСКАВИЧНИХ ШАШОК ПЕРЕМІГ МИХАЙЛО ДИКУН ІЗ ТЯЧІВЩИНИ

Zakarpats'ka pravda (Закарпатська правда), 23, 16.-22.06.07, s. 15

Схуд на 89 кілограмів!

За допомогою лікарів найтовстіша людина світу впевнено втрачає зайві кілограми

Vysokyj zamok (Високий замок), 114, 29.06.-5.07.06, s. 2

**«Якби мене посадили разом з учнями, то не знати,
чи я би вчасно розв'язав ці задачі»**

Vysokij zatok (Високий замок), 114, 29.06.-5.07.06, s. 7

УКРАЇНСЬКЕ КІНО: Є ЗВУК

Ukrajina moloda (Україна молода), 144, 9.08.06, s. 9



Благо «без блату»

**Одна з найбільших добродійних організацій в Україні
«Тріумф серця» незабаром може призупинити
своє існування, а разом із нею —
й величезна частина гуманітарної допомоги з Європи**

Ukrajina moloda (Україна молода), 144, 9.08.06, s. 10

Основа для розвитку демократичного суспільства

Urjadovyj kur'jer (Урядовий кур'єр), 119, 30.06.06, s. 3

Стабільність на ринку праці

Urjadovyj kur'jer (Урядовий кур'єр), 119, 30.06.06, s. 19

Кого не люблять українці?

Ekspres (Експрес), 76, 29.06.-6.07.06, s. 13

Соди! Марлі! Активованого вугілля!

Налякані "фосфорною" аварією, люди навіть у районах, віддалених від епіцентру події, розкуповують у магазинах питну соду, а в аптеках — активоване вугілля і марганцівку

Ekspres (Експрес), 103, 20.-21.07.07, s. 3

Шикарно, сексуально і... дорого

"Експрес" вибрав п'ять найцікавіших колекцій Українського тижня моди, що завершився позавчора в Києві

Ekspres (Експрес), 122, 19.-26.10.06, s. 19

"ХОЧУ БУТИ ПОЛТИКОМ!"

Ekspres (Експрес), 122, 19.-26.10.06, s. 22

PRIME – ОЗНАЧАЄ ПРОЗОРИЙ!

Ekspres (Експрес), 125, 26.10.-2.11.06, s. 8

Завоювати Москву!

Що Україна може протиставити зухвалому сусідові: розум, культуру чи, може, нахабство?

Ekspres (Експрес), 125, 26.10.-2.11.06, s. 14

«ЕКСПРЕС» 20 — 21 ЛИПНЯ 2007 РОКУ

ТЕМА

9

Не бійся, дитинко, це ж мультик...

Зарубіжні мультиплікаційні фільми псують психічне здоров'я малечі, гальмують її розумовий та емоційний розвиток

Тані висновки зробили фахівці Інституту психології імені Г. С. Костюка в Києві, які проаналізували сучасний ринок мультиплікації. Що саме вони вивчали? Про це — у розмові з провідним спеціалістом інституту Лесею Вовчин-Бланитною.

— Чому дорослі взяли раптом вчати мультики?

— Тому що ми занепокоєні станом психічного здоров'я дітей. Жена-мати скаже вам, що діти стали нервовими, збудженими, дразливими. Вони погано сплять, плачуть, ніж колись, плачуть, усю боються, замикаються в собі. Матері наших маленьких пацієнтів розповідають нечувані речі: "Ось ви, психологи, кажете, що дітям треба цілувати, голубити, хоча б вісім разів на день, а я їм раз до себе не підпускаю. Хочеш пригорнути, а дитина хвастає від тебе". Що там діється в її серденьку, душі? А головне — чому? Ми вважаємо найпершою причиною такого емоційного дискомфорту, деградації маля — телевизор. Не буду говорити про фільми жаків, бойовики — не розраховано на дітей, хоча вони так дивляться.

Але ж мультики створюють саме ви дитини. Для того, щоб вона знавала світ, любила його, навчала найкращі риси характеру, об мала справді естетичні смаки. А що вона бачить на екрані?

весело, а вироста доброю, порядною, шляхетною?

— Які фільми ви не рекомендуєте показувати дітям?

— Ми склали рейтинг агресивності мультфільмів за кількістю в них актів насильства. На першому місці — "Ліла і Стич", в якому нараховали 51 акт насильства. На другому "Том і Джеррі", "Шрек" — 43 різновиди агресії. Хоча загалом фільм про kota та мишку здається безневинним, у ньому нема депресивного тла, весела музика. Та які жорстокі знущання! А ось Шрек, начебто позитивний герой, але такий потворний, не схожий ні на людину, ні на тварину, розриває дитячу свідомість. Маля не розуміє, що робити: любити Шрека чи ненавидіти, боятися? А те, що в цьому фільмі всі, вибачте, лукають, та ще й доволі голосно, має викликати сміх?

Далі я б назвала "Мулла" — 39 актів агресії. А серіал "Сімпсоні" — це ж цілком руйнівна сімейних цінностей. Бабуся — негатив, зло, вона ховає щелепу дідуся і тишиться, що він пілий день ходитиме без неї. А дідусь копає бабуся й каже: "Ти, стара шльондра"! Це той приклад, на якому ми хочемо виховати в дітей повагу до жінки, а тим більше старор?

Не можу оминути ще одного "присра" нашого рейтингу — мультфільм "Красуня і чудовисько". Яку науку вносять з нього діти? Що треба бути такою собі кралечкою Барбі. любити лише



ється в дитячу свідомість? А фільм "Мертва принцеса" знаєте, як тепер називається? "Девка в гробу". Герої так і кажуть: "Пошли, девку в гробу поспотрим".

— Як же таке потрапляє у наш телефір?

"Діти ж усе копіюють, а розібратися, що воно таке — хворі фантазії авторів фільму чи реалії життя, ще не можуть".

— Що дивитися українським дітям, вирішує служба кінемато-

насильство, порнографію, сексуальне збочення, однак чітких критеріїв, що це таке, нема.

Ось Британська комісія з класифікації фільмів надала "Гаррі Поттеру" категорію "PG", що означає — супровід батьків. Якщо вже є така пересторога, то батьки добре подумайте, чи варто вести малих у кінотеатр. У Фінляндії взагалі заборонили показ цього фільму жаків дітям до 11 років. У Німеччині рішення приймав навіть парламент, який ухвалив провести роз'яснювальну роботу з батьками. У нас же і це, і все інше — безконтрольно.

— А що б ви порадили показувати

тинку? Воно бачить, що є ще й курчатка в крапочку, і розуміє, що треба любити всіх, дружити з усіма. Або мультик "Букет" — дає зайчик ведмедику букет, а той дивується: за що? "Та просто так", — відповідає зайчик. І наша дитина зрозуміла, що добро треба робити просто так.

Звичайно, сучасні діти дуже змінилися, не всі старі мультфільми їм цікаві. Треба відновлювати мультиплікаційні студії. Мусить домінувати однокультурність. Чому наші діти повинні формувати своє духовне начало на прикладах японських мультфільмів, де у героїв незворушний погляд, немає миміки, емоцій? Ми ж не такі, ми — весела, простодушна, добра нація.

— Ваш висновок психолога: яке покоління підрастає біля телеекранів із такими фільмами?

— Не можна сказати, що це поголовно якісь маленькі монстри. Діти ростуть, розумнішають, починають розрізняти добро і зло... Є ще ж і батьківське, і шкільне виховання. Та величезна проблема полягає в тому, що не в усіх дітей однаково міцна психіка. Ось погляньте, такого раннього суїциду, коли дитина вже у 9—10 років злякалася життя, не знає, що в ньому робити, в світі піколи не було. А хіба ми колись чули такі жахи, щоб підлітки масово розстрілювали однокласників у школі?

Що призвело до такої агресії? Не думаймо, що це — виховання

Ekspres (Експрес), 103, 20.-21.07.07, s. 9