УДК 811.161.4’38

Яна Лещишина,

аспірантка НПУ ім. М. Драгоманова

м. Київ, вул. І. Кудрі 38 а, кв. 40

Leshchyshyna.yana@gmail.com

**Мовне вираження інтелектуалізму преси у виданнях бібліотеки редакції газети “День” “Екстракт 150” та “Екстракт +200”**

**Анотація:** У статті на основі особливостей якісної преси виведено сутність поняття, окресленого терміном інтелектуалізм преси. На матеріалі видань газети “День” “Екстракт 150” та “Екстракт +200” досліджено, якими мовними засобами окреслюється процес інтелектуалізму, і який вплив це здійснює на читача.

**Ключові слова:** засоби масової інформації (ЗМІ), мовна культура, інтелектуалізація, інтелектуалізм преси, якісна преса.

The essence of the notion “press intellectualism” is deduced on the base of the high-quality press peculiarities. By analyzing the publications of the newspapers “Den” “Ekstrakt 150” and “Ekstrakt +200” the language means used to describe the process of intellectualism are investigated and its influence on the reader is depicted.

Key words: mass media, language culture, intellectualization, press intellectualism, good quality press.

Важливим фактором для формування “культурного гнізда” інтелекту українського суспільства є “робота над розвитком”. Важливу роль у цьому виконують засоби масової інформації (ЗМІ), адже, за свідченнями багатьох дослідників, саме вони мають великий вплив на розвиток ціннісних систем суспільної свідомості, соціальну структуру, соціальний порядок і людську індивідуальність. “Все, що ми дізнаємося про наше [суспільство](http://ua-referat.com/%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE) і навіть про світ, в якому живемо, ми дізнаємося зі ЗМІ”, - вважає німецький соціолог Н. Луман [8, 8].

ЗМІ як основний інформувальний та культуроформувальний чинник сприяє метаморфозі громадської думки. Дуже значним є вплив ЗМІ на молодь, несформований “інтелект”, що може розкрити уявлення людини про світ, життя, ментальність як у позитивну, так і в негативну сторони. Тому, важливим чинником інформації, яку споживає реципієнт, є відбір преси за аспектами якості та інтелектуальності.

Сьогодні, серед критерію оцінки ЗМІ зустрічаються поняття якісної та інтелектуальної преси. Коли поняття “якість преси” можна зустріти в численних наукових працях з багатим концептуальним колом, то тлумачення терміну «інтелектуальне видання» нам не трапляється. Тому, через основу пріоритетів якісної преси, на матеріалі видань газети “День” “Екстракт 150” та “Екстракт +200”, яке дуже часто називають “інтелектуальним виданням”, спробуємо вияснити сутність цього терміну.

Загалом, значення слів **“**якісний” та **“**інтелектуальний” різні, але зрозумілі: *якісний* – це ступінь вартості, цінності, придатності чого-небудь для його використання за призначенням [11, ХІ, 638]; *інтелектуальний* – притаманна людині ознака, яка характеризується продуктивністю творчої та розумової праці [11, IV, 36]. Але в нашому дослідженні оперуємо термінами, прив’язаними до преси, що тісно взаємопов’язує їх, насамперед, з внутрішньою визначеністю предмета, ступенем духовної цінності. Навряд чи можливо назвати газету якісною, та не інтелектуальною чи навпаки. Вважаємо, *інтелектуалізм преси* може брати початок зі системи складових *якісної преси*, є його важливою, навіть основною ланкою.

Поняття *якості преси* досліджували такі науковці, як В. Михайлюта, В. Ворошилов, Є. Прохорова, С. Корконосенко, Б. Потятиник, В. Здоровега, В. Різун та ін., виділивши численну кількість критеріїв якісності.

Широкий список критеріїв розглянув у своїй науковій роботі “Становлення якісної преси у посткомуністичному світі” В. Жугай. Зважаючи на досвід напрацьованих науковцями і практиками концептуально-теоретичних засад функцiонування журналiстики, вчений звів основні критерії якісності ЗМІ до наступних чинників:

1. Струнка, добре продумана концепція видання, тематика публiкацiй, полiтична, морально-етична орiєнтацiя ЗМI, розраховані на вибіркову, елітну аудиторію, яка шукає не розважальної, а соціально, економічно, культурологічно важливої інформації; рекламний контент видання.

2. Відповідність мови ЗМІ і стилю, манери викладу інформації літературним нормам, використання нормативної лексики, дотримання граматично-стильових норм, недопустимість ненормативної лексики.

3. Застосування публіцистичного, в окремих випадках науково-публіцистичного стилю. Використання журналістами широкої жанрової палітри у реалізації задумів.

4. Вдале оформлення друкованого засобу масової iнформацiї (належно дібрані шрифти, раціональне розміщення у процесі верстки, використання професійних, якісних фотографiй). У електронних ЗМІ відповідний візуальний та звуковий ряди, вдала режисерська робота. Належне подання матеріалів, оперування заголовками, пiдзаголовками; текстово-оформлювальною архітектонікою: врiзом, ладом. Структурування газети за тематичними сторінками, розділами, постійними і змінними вкладками, рубриками.

5. Аудиторiя, наклад, перiодичнiсть виходу, охоплюванiсть широкого географiчного загалу під час продажу газети. Розкуповуванiсть газети. Рейтинговi позицiї газети всерединi країни, за кордоном.

6. Високопрофесійні авторський склад медіа, редакцiйна колегiя, головний редактор. „Брендові імена” у редакції. Використання можливостей одержання iнформацiї з провiдних iнформацiйних агенцiй; власні кореспонденти у регiонах та за кордоном.

7. Вiдносна фiнансова i полiтична незалежнiсть ЗМІ. Прагнення і здатнiсть медіа впливати на формування громадської думки.

8. Вік часопису. Форма власностi на газету (акцiонерне товариство, приватна власнiсть, державний орган тощо) [4].

Ці критерії визначають сутність якості преси як ступеня досконалості, яким володіє певне видання відповідно до вимог споживачів. Критерії вміщують елементи від загального вигляду газети до її внутрішнього багатства – мови.

Як бачимо, більша частина з названих критеріїв - це внутрішня складова, якою є мова та ще один важливий чинник, який керує нею – людський інтелект. Мова як **“**основний шлях проникнення знань у сучасну ментальність нації, а також у світогляд наступних поколінь” [9, 113] відображає рух розвитку суспільства, його мислення, забезпечує людині здатність до розумного й раціонального аналізу, поведінки, позиції. Саме через неї відкриваємо інтелектуальний потенціал людини як творця, так і споживача певної інформації. Таким чином, мова виступає інструментом і засобом осмислення інтелекту, що дає можливість виокремити інтелектуалізм преси як одну з провідних ознак мови ЗМІ.

Процес інтелектуалізації мови на сьогоднішній час проходить етап свого “розмотування”, розвою. Дослідження цього аспекту спостерігаємо в таких лінгвістів, як С. Єрмоленко, Л. Мацько, Л. Шевченко, Л. Петрова, О. Черевченко та ін.

У зв'язку з терміном інтелектуалізація мови широко функціонують такі поняття, як “інтелектуальне поетичне слово”, “явища інтелектуалізації літературної мови”, “інтелектуалізм мовотворчості”, “коґнітивно одухотворене слово” (С. Єрмоленко), “лексика загальноінтелектуального характеру”, “загальноінтелектуальна термінологія” (Я. Януш), “інтелектуальний пафос мовотворчості” (Л. Ставицька), “процеси інтелектуалізації української мови” (Л. Мацько), “інтелектуальна еволюція української мови” (Л. Шевченко), “інтелектуалізація (окнижнення) мови” (Н. Клименко, Є. Карпіловська., Л. Кислюк), “мовна компетенція” (С. Єрмоленко, А. Загнітко) та ін.

Л. Шевченко вважає, що термін інтелектуалізація мови є близьким за обсягом до термінів “розвиток”, “прогрес”, “вдосконалення мови”, говорить про їх частково понятійну заміну, трактує поняття як еволюційний процес реалізації інтелектуальної діяльності у мовних формах [14, 159].

Засобами інтелектуалізації є сукупність мовних одиниць, які несуть значне смислове, ціннісне навантаження (культурологічне, історіософське, філософське, лінгвософське тощо), зумовлене контекстним оточенням, лініями семантичних зв’язків та перегуків. Такі навантаження створюються завдяки “інтелектуальній рефлексії самоаналізу, перевазі абстрактного мислення над конкретним, органічному зв’язку раціонально-логічних енциклопедичних елементів образного мислення з емоційно-почуттєвими, суб’єктивними складниками” [6, 427], ознаками яких є оціночність зображуваного, іронічність оповіді, наявність глибинних підтекстових планів тощо.

Таким чином створюється інтелектуалізована мова – мова, яка виражає емоції, інтелектуалізована, бо виражає емоції інтелекту. Філософ Р. Дж. Коллігвуд у розділі “Мова і символічний апарат” книги **“**Принципи мистецтва” пише: “Можна сказати, що мова у своїй початковій формі уяви відзначається виразністю, але не володіє сенсом. У такій мові ми не можемо відрізнити те, що говоримо, від того, що маємо на увазі… Мова у своїй інтелектуалізованій формі володіє як виразністю, так і сенсом. Як мова - виражає певні емоції. Як символічний апарат - проникає за емоції, від думки, що несе цей емоційний заряд” [7, 8].

Така знайома відмінність між тим, “що ми говоримо” і тим, **“**що ми маємо на увазі”. Те, “що ми говоримо”, - це те, що ми безпосередньо висловлюємо… Те, “що ми маємо на увазі”, - це інтелектуальна діяльність, яка несе все це на собі в якості емоційного заряду. Слова, що виражають емоції, подібні до вказівників, що показують для нас напрямок, звідки ми прийшли, а для інших - напрямок, куди потрібно йти, якщо хочеш зрозуміти, “що ми говоримо”, тобто відтворити для себе і в собі ту інтелектуальну діяльність, яка спонукала нас говорити те, “що ми говоримо” [там же]

Глибокі роздуми науковця пов’язують інтелектуалізацію мови із емоційними елементами в тексті, необхідність вербалізації яких спричинена політичними, морально-етичними міркуваннями.

Т. Чернишова, розглядаючи текст через призму когнітивно-мовної взаємодії, підкреслює, що задоволення продуцентом інформаційних, пізнавальних, естетичних та інших потреб реципієнта веде до успішної комунікації [13, 224]. Таким чином, важливими виступають **“**фактор реципієнта” та “фактор продуцента”. Відштовхуючись від ідеї В. Карасика і У. Чейф, відзначимо, що бажання продуцента є те, щоб навчально-науковий текст був ефективним і пристосовувався до ситуації [5, 428], іншими словами, комунікативний запит спонукає автора оцінювати інтелектуальні можливості реципієнта і конструювати навчально-науковий текст відповідно до рівня розвитку мислення реципієнта [12, 36-39]. Таким чином, йдеться про когнітивні транспарентності, що забезпечують “комунікативну ясність”, при якій інтенції продуцента навчально-наукового тексту та інтерпретації реципієнта збігаються [5, 248]. У цьому сенсі можна говорити про наявність передумов успішної інтеріоризації реципієнтом навчально-наукового тексту когнітивних структур, які в ньому представлені.

Тому, залишається важливим відбір на користь тих ЗМІ, де присутня висока філологічна компетентність авторів, які шукають психологічно прийнятної, коректної форми слова, можуть похвалитися значимістю матеріалів, послідовністю позицій, солідністю підібраних тем, їх точністю, професійністю і дати читачеві можливість створити власну думку, яка може спонукати до достатнього рівня розвитку не тільки мислення, а й морального стану суспільства, адже саме ЗМІ є тим раціонально-емоціональним фактором, “мовні форми яких дають змогу реконструювати та системно представити витоки національної свідомості, її здатності до трансформації” [14]. Як влучно зазначила С. Єрмоленко, поняття мовної особистості, мовної компетенції “об’єднані прикметником-означенням “мовний” стосуються мови як діяльнісної інтелектуальної характеристики людини, мови як скарбниці знань, найважливішого знаряддя розумового і почуттєвого освоєння світу людиною” [3, 318].

Саме мовними авторитетами, високою філологічною грамотністю, компетентністю авторів, на нашу думку, насичене видання бібліотеки газети “День” “Екстракт 150” та “Екстракт + 200”, яке вміщує понад 350 “найбільш знакових” інтелектуальних статей на суспільно-політичну, культурологічну та історичну тематику за весь період існування газети “День” – 1997-2010 роки. Своєю високою мовною культурою й актуальністю змісту статей “Екстракт” сприяє здатності відроджувати процеси національно-культурного, духовного зцілення української нації, знищувати набутий комплекс вторинності, меншовартості як української мови, так і всього українського.

Беручи за приклад чотиритомний збірник “Екстракту”, формуємо основне коло інтелектуалізму преси, яке умовно поділяємо через ланцюг **“**образ автора”-“мова”-“образ адресата”.

**“Образ автора**”**.** Серед основних критеріїв якості преси автору, як носію інформації, вчені відводять чи не найважливіше місце (у вище поданому списку якостей – номер 6). Перелік потрібних журналістові якостей дуже широкий, від ідейно-моральних, інтелектуальних факторів до фізичних, від високопрофесійних характеристик головного редактора до **“**брендових імен” у пресі.

В “Екстракті” про високий інтелектуальний рівень продуцентів редакції свідчать такі аспекти:

* газету представляють люди різного віку. Це, враховуючи глобальні зміни у світі, дає можливість раціонально, об’єктивно оцінювати суспільні проблематики вихованцям різних часових суспільно-політичних та культурних змін;
* автори - фахівці різних галузей знань (історики, філософи, філологи, культурологи, дипломати, журналісти, краєзнавці тощо). Це дає можливість вільно осмислювати тематику за актуальністю поставлених ідей, цікаво, аргументовано, професійно розкрити свій погляд на ситуацію, відбирати, систематизувати, зіставляти, виокремлювати, формувати поняття, порівнювати, з’ясовувати причини і наслідки, характеризувати, шукати зв'язки та закономірності, перебирати варіанти, узагальнювати тощо.
* серед мовних авторитетів головний редактор, постановник ідеї “Екстракту” Лариса Івшина та майже вісімдесят авторів, серед яких чимало відомих імен, таких як: Іван Дзюба, Юрій Щербак, Оксана Пахльовська, Євген Сверстюк, Ліна Костенко, Сергій Кримський, Станіслав Кульчицький, Володимир Панченко, Петро Кралюк та ін., які на сьогодні, своїм інтелектуальним багатством вже завоювали свою читацьку аудиторію, думки яких несуть високі ідеї та одухотворяють, про них можна говорити як про **“**брендові імена» у виданні.
* збірник **“**Екстракту” є відкритим до інтеграції нових учасників, спроможних та готових зробити сутнісний внесок;
* зважаючи на ідейні, ціннісні матеріали (а вони супроводжують кожну окрему статтю), автори - це свідомо налаштована, впевнена група людей-борців, які незважаючи на жодні перепони, прагнуть розвинути вже давно очікувану, по-новому мислячу людину, патріота, інтелектуала.

Продуценти “Екстракту” - інтелектуали, люди, які наділенні знаннями, високими творчими та професіональними здібностями, завдяки яким читачі можуть правильно розуміти, бачити будь-яку проблему у всіх її зв'язках, оцінювати і аналітично передавати масовій аудиторії сутність соціальних процесів, що відбуваються чи відбулись у світі.

Наступною і найважливішою складовою інтелектуально збагаченого видання є **“мова”.** Мова не просто як засіб передачі інформації, а мова в її ціннісних аспектах, пізнавальних і цивілізаційних параметрах.

“Екстракт” складається з 8 розділів, кожен з яких вміщує ряд особливих завдань, які здатні: збагачувати знаннями - на високому професійному рівні висвітлювати в просторі цікавої пізнавальної інформації проблеми мистецтва, театру, кіно, певних наукових, технічних досягнень, історичних перипетій і т.п.; виховувати впевненого громадянина своєї держави, адже нам є чим пишатись, є і те, що потребує “очей”, спогадів, переосмислення; спонукати реципієнта до осмисленого міркування, аналізу.

Модерний погляд журналістів, їх висока філологічна грамотність допомагає скласти більш виразне уявлення таких предметів обговорення, як: збереження української мови, становлення демократичних інститутів, виховання гармонійної особистості тощо. Автори, на основі відшліфованої бази історичних матеріалів з архівних документів, відтворених родоводів українських сімей, ведуть новітні історичні дослідження суперечливих, маловідомих та взагалі невідомих епізодів нашого минулого як далекого, так і близького.

Наприклад, у виданні чітко простежується ідея руйнування стереотипів “давнини”, що “закорінені” в більшості мешканців пострадянського населення, яких переконали повірити, змусили боятися, підкорятися та аплодувати поставленим “порядкам” того часу. Як стверджує літературознавець, журналіст Федір Шепель, *“життя продовжує показувати, що “той жаль, оті тяжкі зітхання” не змінюють у позитивний бік ставлення українців ні до ще не любої для багатьох власної держави, ні до самих себе”* [1, ІV, 7].

Основна суть феномену інтелектуалізму вбачається в постановці ціннісних орієнтирів того ідейного задуму, який поставила головний редактор газети “День”, з глибоким смислом зазначивши: ***“****Бібліотека газети* ***“****День” - додаток до українського паспорта”* [2, ІІІ, 234], *“*Екстракт” *“володіє інформацією та прагне володіти свідомістю, духовністю тих людей, які люблять свою державу, намагаються знати про неї більше”* [1, ІІ, 5].Ці слова підтверджують численна кількість відгуків читачів, які додають: *“Екстракт” складається зі 100% української ідеї. Червоною ниткою в матеріалах проходить відродження пам’яті народу* (В. Тараненко) (1, ІV, 797), *Газета “День” – це інтелектуальний вимір, який і стає відповідним камертоном тих ідей, що вирують сьогодні й вибудовують перспективи* (О. Квасниця) (1, ІV, 798), *Газета “День” покликана пробудити українськість в українцях* (Ю. Лавриш), *Найкращий шлях у майбутнє — інвестувати у людей. Газета “День” інвестує у людей* (О. Палінська) та ін.

Видатний мислитель сучасності Сергій Кримський у кожній зі своїх статей (його думкам присвячено більш ніж 350 сторінок розділу четвертого тому “Золоті розписи мудрості”) зачіпає питання, що творять ідею, якою живе газета “День”: зміцнити дух української нації, виховати усвідомленого, розумного громадянина своєї держави, який завтра буде пишатися своїм походженням, вміло відстоювати позицію, правильно керувати країною. Думки філософа присвячені питанням, що окреслюють й самі назви статей, а саме: *Сергій Кримський про культуру мови українських політиків* (1, IV, 298), *Сергій Кримський відповідає на запитання “Як вижити?”* (1, IV, 307), *Сергій Кримський про дефіцит моральних авторитетів у нашому суспільстві* (1, IV, 371), *Сергій Кримський про моральні цінності* (1, IV, 372), *Сергій Кримський про модель відносин між Росією та Україною* (1, IV, 377), *Сергій Кримський: “Проблема дефіциту людських якостей як ніколи в наші дні актуальна”* (1, IV,  528) та ін.

Розділ під назвою “Маршрут №1” вміщує тексти, які супроводжують по найцінніших, найдавніших куточках Батьківщини, які повинен побачити, історію яких повинен знати кожен українець. Це здобутки та втрати таких міст України, як Львів, Батурин, Івано-Франківськ, Харків та ін., адже, за словами Миколи Чабана *“Любити можна лише те, що знаєш”* (1, ІV, 705) та ін.

Мова **“**Екстракту” - це зразок ідеального матеріалу для когнітивної інтерпретації інтелектуального у мові.

У виданнях аргументами на користь цього твердження є насиченість мови високою експресивністю лексики, багатими й різноманітними лексико-фразеологічними зворотами, збереженням великого відсотку образних слів. Посилення інтелектуального аспекту й виражальних можливостей української літературної мови здійснюється такими способами:

* широким уживанням абстрактної лексики (назв абстрактних дій, процесів, станів, якостей, відношень): *аристотелізм* (2, І, 817), *українськість* (2, ІІ, 387), *централізаторство* (2, І, 926), *панкування* (1, ІV, 22) та ін.
* активним впровадженням складних найменувань: *інтелектоємність* (2, І, 39), *світопояснення* (2, І, 3), *автоексперимент* (2, ІV, 138), *бібліофаг* – пожирач книг (1, ІV, 654) та ін.
* використанням іншомовної, особливо термінологічної лексики: *аутодафе* (2, І, 270), *бакбебібум* (1, ІV, 235), *футурошок* (1, ІV, 306) та ін.
* семантичною трансформацією слів, розширенням їх смислового обсягу: т*уфта – досить містке табірне слово, яке позначає геть усякий обман офіційного керівництва* (1, ІІІ, 594), *“зневоднення” журналістського співтовариства* (2, І, 102) та ін.
* мовними одиницями, що викликають асоціації (за допомогою образності й метафори). Використовується багатозначна образна лексика, емоційно-оцінні слова: *політична сліпота* (1, ІІІ, 1002), *творча* *імпотенція* (2, ІІ, 538); перифрази: *творці новин* (журналісти) (2, І, 176), *мозок планети* (інтернет) (1, ІV, 534), *найгірший свідок істини* (кров) (1, ІV, 476) та ін.
* використанням влучних, афористичних, інтригуючих заголовків: “*Пролонгаційний капкан” для довірливих* (2, І, 17)*, Хвороба Євразійства* (2, І, 147), *Спасибі товаришу Сталіну за щасливе, радісне дитинство* (2, І, 290), *Звичка до Дракона* (2, І, 999), *Євген Грицяк “Історію творять мученики, а не мучителі”* (1, ІІІ, 417)та ін.

Мова є найдосконалішим універсальним способом передачі думок. Заслуговують уваги у мові “Екстракту” окремих записів (часто метафоричних) як самих авторів, так і читачів газети “День”, які несуть певне смислове наповнення, що чітко окреслює:

* постановку ідеї статей: *Пробудити українськість в українцях* (Юліана Лавриш), *Найкращий шлях у майбутнє — інвестувати у людей. Газета “День” інвестує у людей* (Олеся Палінська), *Газета “День” володіє інформацією та прагне володіти свідомістю, духовністю тих людей, які люблять свою державу, намагаються знати про неї більше* (Лариса Івшина) та ін.
* культурне наповнення новим матеріалом для роздумів, а саме:
* використання влучних думок*: Історія відіграє важливу роль у нашому житті. Знаючи своє минуле, ми можемо заглянути в майбутнє, Засвоєння досвіду — доволі складна для суспільства робота..., Відтепер ми будемо займатися суспільством. Бо коли рамки свободи звужуються, треба йти вгору, І хоча той невикористаний шанс досі болить, пережитий та “перетравлений” досвід, що сконцентрований у “Екстракті”, можна розглядати як ще один шанс. Але — тільки за умови його усвідомлення* (Лариса Івшина) та ін.
* акцент на книги: *Найяскравіший приклад – “Улісс” Джеймса Джойса. Вся сучасна філософія виростала з цієї історії* (1, ІІІ, 230), *У часи студентської та аспірантської юності читав Віктора Астаф’єва (до речі, в нього є роман “Прокляты и убиты”, в якому йдеться про бої за Букринський плацдарм, Корсунь* (1, ІІІ, 24) та ін.
* надання рекомендацій: *Треба обов’язково відвідувати основні місця, пов’язані зі славою і болем України: Моринці, Батурин, Керелівка, Острог… Просто треба відчути насолоду у таких мандрівках, тоді дивишся на свою країну інакше. Бо як можна полюбити те, чого не знаєш* (2, І, 279) та ін.
* цитати: *Я вмру, а те, у що я вірю, залишиться і житиме без мене – напевно житиме!* (М. Драй-Хмара) *(1, ІІІ, 433), Мистецтву перемагати вчаться на поразках* (Симон Болівар) *(1, ІІІ, 387)* та ін.

Насиченість мови вищеназваними ознаками призводить до формування якісної громадської позиції **“образу адресата**”у таких взаємовідношеннях:

* присутній високий інтелектуальний рівень, критичне мислення та дієвість в авторів видання розвиває у своїх читачів абстрактно-логічне мислення, привчає до аналітичної думки, наповнює духовність читача, здійснює ґрунтовні ментальні зрушення в українській суспільності;
* ідейний задум статей **“**Екстракту” спонукає читачів до гідного життя через знання, усвідомлення, роздуми, оцінки і висновки;
* своєю актуальністю та високою мовною культурою, інформація сприяє здатності відроджувати процеси національно-культурного, духовного зцілення української нації, знищувати набутий комплекс вторинності, меншовартості щодо усього українського.

Таким чином, на основі наведених положень якісної преси, домінант інтелектуалізації мови та короткому оглядовому аналізі інтелектуального у виданні **“**Екстракту” за критерієм поділу **“**образ автора” - **“**мова” - **“**образ адресата” визначаємо сутність інтелектуалізму у пресі.

Інтелектуалізм преси – це ступінь інтенсивності збагачення новим, раціональним через людину та її мову, що в першу чергу сприяє впливу інформації на реципієнта, всебічному розвитку його інтелекту. Інтелектуалізм преси не розглядає таких характеристик якості як: вік часопису, наклад, форма власностi на газету, охоплюванiсть широкого географiчного загалу під час продажу газети, розкуповуванiсть та рейтинг газети і под.

Інтелектуалізм преси можна умовно позначити тріадою: “образ автора” – **“**мова” – “образ адресата”, тобто вплив однієї людини на іншу через засіб передачі думок – мову. Такий поділ відображає перехід знань продуцента, як виробника засобами мови **“**продукції”, яку споживає реципієнт збагачуючи свій власний досвід.

Поступова інтелектуалізація мови, її постійне перетворення журналістами в емоційний апарат дії на свідомість людини представляє, таким чином, не поступове спустошення емоційного світу, а все більше ускладнення і спеціалізацію цієї сфери. Ми не йдемо з емоційної атмосфери в сухий і раціональний світ - ми здобуваємо нові емоції і нові засоби для їх вираження. Тому, збільшення вимогливості читачів до якісного, “високого” потенціалу української преси зможе призвести до продовження інтелектуального в текстах публіцистики.

Список використаної літератури

1. Екстракт +200. У двох частинах / За заг. ред. Л. Івшиної. – Видання друге. –К.: ЗАТ “Українська пресгрупа”, 2010. Ч. третя – 1024 с., ч. четверта – 896 с.
2. Екстракт 150. У двох частинах / За заг. ред. Л. Івшиної. – Видання перше. –К.: ЗАТ “Українська пресгрупа”, 2009. Ч. перша – 1040 с., ч. друга – 576 с.
3. Єрмоленко С. Я. Мова і українознавчий світогляд: Монографія. – К.: НДІУ, 2007. – 444 с.
4. Жугай В. Й. Концепція функціонування якісної преси в Україні // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. — Львів, 2001. — Вип.21.-С. 145-154.
5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М., 2004.
6. Ковалів Ю. І. Літературознавча енциклопедія: [у 2-х т.]: – Т. 1. / Ю. І. Ковалів. – К.: Академія, 2007. – 608 с.
7. Коллингвуд Р. Дж. Принципы искусства [Текст]: научное издание / Р.Дж.Коллингвуд. - М. : «Языки русской культуры», 1999. - 328 с.
8. Луман Н. Реальность массмедиа: Пер. с нем. / Н. Луман. - М.: Праксис, 2005. - 256 с.
9. Мацько Л. І. Стилістика й історія української літературної мови у лінгводидактичному полі підготовки українських філологів // Вісник львівського університету. Серія філологічна. 2010. Випуск 50. Львівський нац. унів. ім.Івана Франка. – с.112-117.
10. Мацько Л. І. Стилістика української мови: Підручник / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько; За ред. Л. І. Мацько. — К.: Вища шк., 2003. — 462 с.
11. Словник української мови / І. К. Білодід (гол. ред.) та ін. – Т. 1 11. – К.: Наук. думка, 1970 – 1980.
12. Чейф У. Л. Память и вербализация прошлого опыта // Новое в зарубежной лингвистике: Прикладная лингвистика. М., 1983. Вып. XII., с.36-39.
13. Чернышова Т. В. Языковая личность адресата в сфере массовой коммуникации // Современное общество как результат экономических, политических и социально-культурных изменений: Сборник докладов Международной научно-практической конференции (25-30 сентября 2008г.). Барнаул, 2008 с. 224.
14. Шевченко Л. І. Інтелектуалізація української літературної мови: лінгвістична та теоретико-епістемологічна аспектологія [Текст] : автореф. дис... д-ра філол. наук: 10.02.01; 10.02.15 / Шевченко Лариса Іванівна; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. - К., 2002. –32 с.