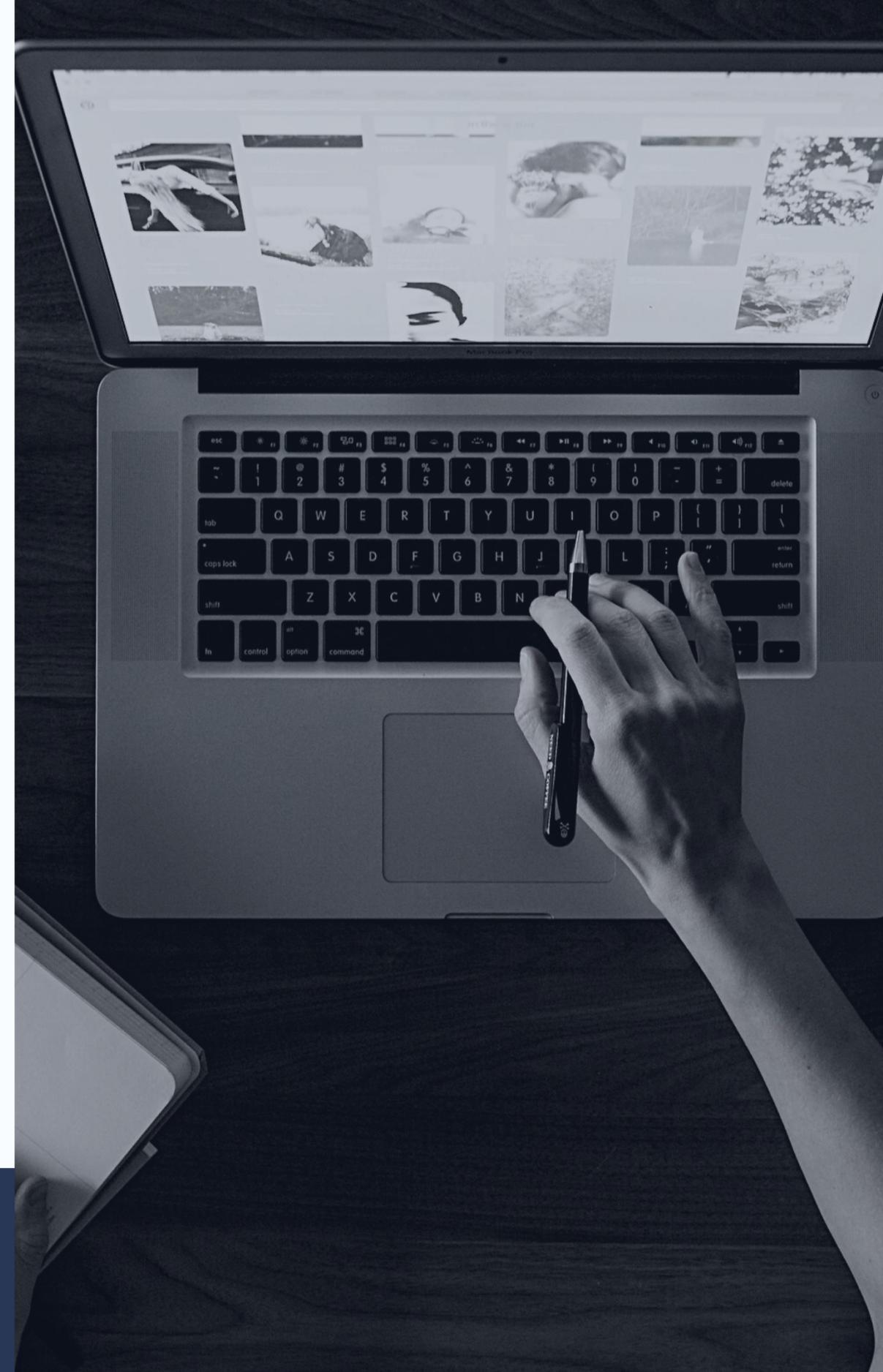


**«ЮГОРСКАЯ НАУЧНАЯ ШКОЛА  
РЕГИОНАЛЬНЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ  
ИССЛЕДОВАНИЙ»**

# **ДИСКУРС В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРЫ И МЕДИА ХМАО-ЮГРЫ**

*Ханты-Мансийск 2021*



---

**«ЯЗЫК ПОЗВОЛЯЕТ БЫТЬ ЧЕЛОВЕКОМ СРЕДИ ЛЮДЕЙ, – ПИШЕТ  
К. КРАКОВЯК. – БЫТЬ ЧЕЛОВЕКОМ, ЗНАЧИТ, ГОВОРИТЬ.  
ГОВОРИТЬ ДЛЯ СЕБЯ И ДЛЯ ДРУГИХ. ГОВОРИТЬ ДЛЯ СЕБЯ,  
ЧТОБЫ СТАТЬ СОБОЙ, ВЫСТРАИВАТЬ СВОЮ СОБСТВЕННУЮ  
ЛИЧНОСТЬ И СОЗНАНИЕ... СИСТЕМАТИЗИРОВАТЬ ОПЫТ И  
СОЗДАТЬ СОБСТВЕННУЮ КАРТИНУ МИРА. ОБЩАТЬСЯ С  
ДРУГИМИ ЛЮДЬМИ, ЧТОБЫ ПОЛУЧАТЬ ОТ НИХ УЧАСТИЕ В ИХ  
ОПЫТЕ, А ТАКЖЕ, ЧТОБЫ ДАТЬ СЕБЯ УЗНАТЬ И ДАРОВАТЬ ИМ  
СВОЙ ОПЫТ. ЯЗЫК НУЖЕН ЧЕЛОВЕКУ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ БЫТЬ  
СОБОЙ В СООБЩЕСТВЕ ЛЮДЕЙ: СЕМЬИ, СВЕРСТНИКОВ,  
АКАДЕМИЧЕСКОМ... РЕЛИГИОЗНОМ, НАЦИОНАЛЬНОМ И  
ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКОМ»**

---

ПРЕДМЕТОМ РАССМОТРЕНИЯ  
ЯВЛЯЕТСЯ МЕДИАЛЕКТ КАК  
ВАЖНЕЙШАЯ ФОРМА  
СУЩЕСТВОВАНИЯ  
СОВРЕМЕННОГО ЯЗЫКА,  
ПОЯВЛЕНИЕ КОТОРОЙ  
МОТИВИРОВАНО ПРОЦЕССОМ  
ТОТАЛЬНОЙ МЕДИАТИЗАЦИИ  
СОЦИАЛЬНЫХ И  
КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК  
ЧЕЛОВЕКА.

---

КАК СОЦИАЛЬНО ОБУСЛОВЛЕННОЕ СРЕДСТВО ПОЗНАНИЯ, КОММУНИКАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ, ЯЗЫК ИМЕЕТ СЛОЖНУЮ СТРУКТУРУ, КОТОРАЯ ВКЛЮЧАЕТ ЕГО МНОГООБРАЗНЫЕ, ВЫДЕЛЯЮЩИЕСЯ ПО РАЗНЫМ ОСНОВАНИЯМ ФОРМЫ – **ДИАЛЕКТЫ, СОЦИОЛЕКТЫ, ПРОСТОРЕЧИЕ, ЯЗЫК ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, ЯЗЫК СМИ, ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК С ПРИСУЩИМИ ЕМУ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТИЛИСТИЧЕСКИМИ РАЗНОВИДНОСТЯМИ.**



# "КОГНИТИВНЫЙ СУВЕРЕНИТЕТ"



**ОБЩЕСТВО**



**КУЛЬТУРА**



**МЕДИА**

**СВОЙСТВО МЕДИА – ОКАЗЫВАТЬ  
МОДЕЛИРУЮЩЕЕ ВЛИЯНИЕ,  
ОВЛАДЕВАТЬ ВНИМАНИЕМ, УСИЛИВАЯ  
ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ  
ПЕРЕДАВАЕМОГО СООБЩЕНИЯ,  
ОБУСЛОВЛЕНО СПОСОБНОСТЬЮ  
ЧЕЛОВЕКА ХРАНИТЬ В ПАМЯТИ НЕ  
ТОЛЬКО САМУ ИДЕЮ, НО И СПОСОБ ЕЕ  
РЕПРЕЗЕНТАЦИИ, ЕЕ СОЦИАЛЬНЫЕ,  
МЕДИЙНЫЕ И ТЕКСТОВЫЕ  
ОБСТОЯТЕЛЬСТВА.**

---

# ПАРАМЕТРЫ ТИПОЛОГИЗАЦИИ МЕДИА

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ**

---

**КОДОВЫЕ**

---

**КОНТЕНТНЫЕ**

---

**АУДИТОРНЫЕ**

---



---

**МЕДИАЛЕКТ  
ОБСЛУЖИВАЕТ ВСЕ  
СФЕРЫ ЖИЗНИ И  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ЧЕЛОВЕКА, ВСЕ  
ФОРМЫ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ:**

## **МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

связанные с использованием каналов (радио, телевидения, прессы, Интернета), которые специализируются на распространении информации, предназначенной массовой, неограниченной в количественном отношении аудитории

## **КОЛЛЕКТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

вовлекающие в процесс информационного взаимодействия определенное количество объединенных тем или иными параметрами людей или организаций в соответствии с социальным контекстом и обусловленными им целями и задачами

## **МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

предполагают лично ориентированное информационное взаимодействие, учитывающее особенности собеседников, их текущее эмоционально-психологическое состояние, целевые установки и настроенность на диалог



# **АНАЛИЗ ТЕКСТОВ КУЛЬТУРЫ И МЕДИА ПОКАЗЫВАЕТ ПРОДУКТИВНОСТЬ КОММУНИКАТИВНОЙ МОДЕЛИ - «ПУБЛИЧНОЙ ПРИВАТНОСТИ» - РАСКРЫВАЕТСЯ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ (СОЦИАЛЬНОМ ЭКСПОНИРОВАНИИ) ЛИЧНОСТНОГО ОПЫТА.**

ПРИ ЭТОМ ХАРАКТЕР РЕПРЕЗЕНТАЦИИ МОЖЕТ БЫТЬ  
РАЗНЫМ – БЕЗ КАКИХ-ЛИБО ОГРАНИЧЕНИЙ ЛИБО С  
ОГРАНИЧЕНИЯМИ – КОНКРЕТНЫМИ ЛИЦАМИ, ГРУППОЙ  
ЛИЦ, ЦЕЛЕВОЙ ИЛИ ТЕМАТИЧЕСКОЙ АУДИТОРИЕЙ.

---

---

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**

---