*Медиаконцепт «Славянский базар»  
в коммуникативном пространстве региональных  
и центральных газет Беларуси*

***Лавицкий А.А.  
Учреждение образования «Витебский государственный университет   
имени П.М. Машерова», Витебск***

*В современной лингвистике повсеместное распространение получило понятие «коммуникативное пространство», которое активно используется в составе различных терминологических сочетаний. Определение данного понятия расплывчато, что связано с его многоаспектностью и динамичностью. Мы считаем, что одно из центральных мест в коммуникативном пространстве занимает когнитивная сфера, что делает актуальным описание различных концептов.*

*Цель статьи – сравнительное описание медиаконцепта «Славянский базар» по публикациям региональной и центральной прессы Беларуси.*

***Материал и методы****. Практическим материалом исследования послужили тексты крупнейших (самых многотиражных) региональных (витебских) и центральных белорусских газет за 2010–2014 гг.*

*В процессе работы были использованы такие лингвистические методы, как сплошная и выборочная выборка языкового материала, сравнительный, контекстуальный контент- и дискурс-анализ. Кроме того применялись математические методы, в частности моделирование.[[1]](#footnote-1)*

1. *Адрес для корреспонденции: e-mail: anton\_lavitski@mail.ru – А.А. Лавицкий* [↑](#footnote-ref-1)