

języka radia i telewizji. Odpowiedź Władysławowi Miodunce i Adamowi Ropie na artykuł // *Zeszyty Prasoznawcze*. 1984. № 2. S. 101—109; *Wesołowska D.* Monolog telewizyjny. Próba typologii // *Zeszyty Prasoznawcze*. 1980. № 4. S. 63—72; *Wojtak M.* Językoznawca na medialnym polu badawczym // *Stylistyka*. 2014. № 23. S. 163—178; *Ona же*, Rozłożone gazety. *Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*. Lublin, 2015; *Zbrog P.* Najczęstsze przykłady naruszania normy językowej w prasie // *Język polski XXI wieku: analizy, oceny, perspektywy*. Kraków, 2007. S. 327—336; *Żydek-Bednarczuk U.* Zmiany w zachowaniach komunikacyjnych a problem strategii i manipulacji // *Manipulacja w języku*. Lublin, 2004. S. 29—40; *Ona же*. Dyskurs medialny // *Przewodnik po stylistyce polskiej. Odmiany współczesnej polszczyzny*. Kraków, 2013. S. 179—197; *M. Kawka*

КОНВЕРГЕНТНОСТЬ В МЕДИА — процесс слияния различных типов СМИ в единый инф. ресурс (от лат. *convergo* — сближаюсь, схожусь; сближение, взаимоуподобление). К. возникла в результате дигитализации, т. е. перехода к цифровому носителю информации, что не могло не повлиять на производство, распространение информации и конструирование текста. Изначально понятие К. использовалось в области биологии для обозначения процессов сближения, взаимоуподобления неблизкородственных групп организмов в ходе естественного отбора, в лингвистике — для обозначения совпадения или сближения двух языков, явлений. Затем термин стал применяться в сфере обществ.-полит. наук. В работах 1970-х гг. под понятие К. подпадает интеграция инф. и коммуникационных устройств, необходимых для связи компьютеров между собой. Дальнейшее развитие термин получил в 1980-е годы, когда под предлогом растущей диверсификации вещательных организаций в США (а затем и в странах ЕС) все большее распространение получают идеи deregulирования СМИ. Однако широкое распространение он приобрел в 1990-е гг. с развитием технологий по передаче информации, с появлением возможности хранить и передавать текстовую, аудио- и видеинформацию в цифровом виде, а также с изменением способов связи и средств общения.

Медиаконвергенция — слияние традиционных и новых СМИ, происходящее на базе Интернета, в результате которого преобразуются мономедийные информационные продукты в мультимедийные, формируя таким образом многоцелевые порталы СМИ. До цифровой эпохи воздействие СМИ на ауд. было ограничено возможностями узко регионального распространения СМИ, большими финансовыми издержками для подготовки публикаций и др. К. позволила синхронизировать подачу информации по всему миру, существенно удешевив производство и передачу информации.

Цифровой формат унифицировал различные каналы передачи информации, тем самым объединив на одной технологич. платформе словесную информацию и парaverбальную (графические элементы, визуальные образы, звук, анимацию). В результате К. в мультимедийном сообщении происходит активное взаимодействие уст. и письм. элементов. Постепенно нивелируется строгая соц. иерархия между письм. формой существования языка и уст. В традиционном представлении в тексте сильно письм. начало. Это следует из разграничения двух форм существования языка — уст. и письм. Теперь эти две формы совместились в третьей — виртуальной.

Веб-сфера является средоточием современной верб. деятельности. Выстраиваются новые модели коммуникации, которые разрушают каноны так называемого линейного текста. Классическое определение текста как произведения, обладающего завершенностью, объективированного на письме, литературно обработанного, состоящего из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единиц), объединенных разными типами лексич., грамм., логической, стилист. связи, имеющего определенную целенаправленность и прагматическую установку, не вписывается в рамки существующей реч. практики. Ранее текст всегда противопоставлялся уст. речи — спонтанной, неорганизованной и непоследовательной. В современном понимании онтологические и функциональные признаки его пополняются базовой характеристикой, обеспечивающей нелинейное расширение, — гипертекстуальностью как воплощением смыслообразующего единства супер- и интерсегментных структур, интегрирующих в себе неопределенное количество текстов (в силу их чрезвычайно активного воспроизведения) и по-

зволяющих реализовать множество вариантов чтения, а также требующих одновременности восприятия и мышления. Современный контент может принимать гибридные формы, детерминируемые возможностями цифрового формата. Конвергентные носители дают потребителям новые преимущества и предоставляют возможность получения всех медиа посредством «одного клика».

К СМИ четко проявляется в интеграции инф., компьютерной и телекоммуникационной систем. Возникают конвергентные редакции (мультимедийная, интегрированная, кросс-медиийная), которые работают над созданием инф. продукта для любого СМИ. В новой ситуации возникает возможность получать одинаковое содержание посредством разных каналов. В результате размыается стилист. принадлежность текста, жанры интегрируются, текст существует в единой цифровой среде и благодаря ссылкам имеет свойство просматриваться вглубь (гипертекст).

Конвергентная журналистика — вид обществ. и производственной деятельности по сбору, обработке и распространению актуальной соц. информации, созданию публичных произведений, в котором сливаются и интегрируются разные технологии в единый инф. ресурс, а проф. задачи журналиста становятся универсальными. От журналиста требуется умение определять оптимальный формат подачи информации, навыки создания мультимедийного продукта, знания того, как контент определенного типа создается и каковы особенности его распространения.

Лит.: Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. М., 2014; Вартанова Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. Вып. 5. С.11—14; Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. М., 2010; Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ / под ред. Л. П. Шестеркиной. Челябинск, 2012; Интернет-СМИ: Теория и практика / под ред. М. М. Лукиной. М., 2013; Луканина М. В. Текст, средство массовой информации и конвергенция // Политическая лингвистика. Вып. 20. Екатеринбург, 2006. С. 205—214; Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика / сост. С. Балмаева. Екатеринбург, 2011; Медиаконвергенция, которая изменила мир? / под ред. М. С. Корнева М., 2014; Уланова М. А. Интернет-журналистика.

М., 2014; Quinn S. Convergent Journalism: The Fundamentals of Multi-media Reporting. New York, 2005.

В. И. Иченков

КРИТИКА МЕДИАРЕЧИ (от греч. *kritike* — искусство суждения, оценка, способность к оценке, проверке) — одно из аналитических направлений медиалингвистики (см.), имеющее теоретическую и практическую направленность.

Важнейшей теоретической задачей К. м. является идеологико-критический анализ реч. поведения в медиа в аспекте проявлений доминирования, которое можно назвать «злоупотреблением медиа» (один из вариантов критического дискурса-анализа Т. ван Дейка, см.: Дейк 2013). Язык доминирования в медиадискурсе (см.), называемый в научной литературе еще и языком ненависти, языком вражды, проявляется в ксенофобии (Дейк 2013), лжи (Wenrich 1966), реч. манипуляции (Доценко 1997; Копнина 2012), демагогии (Бессарабова 2012), в агрессивном реч. поведении, которое воспринимается адресатом как угроза, неприязнь, оскорбление и т. п. (Майданова 1997).

Речевая агрессия в медиа — это осуществляющее экспрессивными реч. средствами наязывание адресату определенной точки зрения на предмет речи; психоэмоциональное воздействие, результатом которого становится страх, тревога; это нанесение обиды, оскорблений и т. п.

Другой теоретической задачей К. м. является разработка типологии проф. реч. неудач, ошибок (см. Эстетика медиаречи, Этика медиаречи), правовых проступков и речевых преступлений (см.). Для разработки теоретических вопросов в К. м. используется в медиалингв. аспекте весь набор известных лингвистических методов: когнитивный, компонентный, семантико-грамматический, коммуникативно-грамматический и др. (см., например, Методы (частные) изучения медиатекстов).

Практический аспект К. м. заключается в аналитической оценке выполнения коммуникат. и реч. действий с точки зрения соответствия их результата авт. замыслу (литературное редактирование). К. м. выявляет критерии совершенства / несовершенства медиатекста (см.), предлагает пути его совершенствования. При-