

1973 теория С.Холла:

(a) Значение сообщения не может быть четко зафиксировано отправителем

(b) Сообщение не может всегда нести очевидный и ясный смысл

(c) Аудитория не является пассивным приёмником сообщения

[02]

1996 Ж.Бодрийяр и концепция «гиперреальности»

текст vs. «произведение»

## АЛГОРИТМ АНАЛИЗА:

1. Что перед нами? Медиатекст, мультимедиатекст, часть транстекста?
2. Медийные признаки (тип СМИ, способ производства, форма создания, форма воспроизведения, канал распространения) - в случае мультимедиа или трансмедиа - для каждого.
3. Форматные признаки (количество знаков / время, место на полосе / в выпуске и т.д).
4. Содержание сообщения, жанровая принадлежность, тематическая доминанта  
*ПОДСКАЗКА: четыре основных типа медиатекстов по функционально-жанровой принадлежности:  
а) информационные; б) аналитические; в) художественно-публицистические; г) рекламные.*
5. Речевые и невербальные элементы сообщения
6. Когнитивные контексты (что мы уже знаем об этом, откуда, что уже было, что ожидается и т.д.)
7. Гипер- и интертекстуальность (для мультимедиатекста: внутренняя и внешняя)

## МЕДИАТЕКСТ

1. Текст любого медийного вида и жанра.
2. «Креолизованный» текст (состоит из вербальной = языковой/речевой и невербальной = принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)

### МУЛЬТИМЕДИАТЕКСТ

Разные носители сообщения (медиа) в одном тексте.

ТРАНС-ТЕКСТ = ПРИНЦИП «ТРАНС-МЕДИА»

ОДНО событие, полное сообщение о котором содержится в НЕСКОЛЬКИХ явным образом взаимосвязанных медиа- или мультимедиатекстах.



### ГИПЕРТЕКСТ

система из текстов, имеющих явные перекрёстные ссылки

### ИНТЕРТЕКСТ

диалог текстов: текст строится из явных и (особенно) неявных цитат, ссылок и реминисценций к другим текстам