П. Адамка

Университет им. Константина Философа в Нитре, Словакия

Комплементарность кодов в медиатексте

Поликодовый характер медиатекстов обусловлен естественной природой их бытования в сфере массовой коммуникации. Любой текст (в понимании М. Бахтина), попадая в пространство СМИ, расширяет свою первоначальную знаковую природу (вербальную, визуальную и др.), превращаясь из самодостаточного фрагмента в составляющую цельного медиапродукта. Подвергаясь правилам редактирования, индивидуально-авторское произведение одного семиотического ряда (авторский текст) превращается в коллективный продукт поликодового характера.

Комбинирование разных семиотических систем и уровень их комплементарности обусловлены особенностями конкретного СМИ, а также интенцией коллективного автора / редакции. Позиционирование вербального текста в печатном издании, графическое оформление его сильных позиций, визуализация содержания (фотография, иллюстрация, инфографика и др.) повышают / понижают статус медиатекста и содержимой в нём информации, предопределяют декодирование семантики вербального ряда в соответствии с авторским замыслом.

Взаимосвязи определенных кодовых систем должны быть построены только по линии их взаимной дополнительности, комплементарности (контрадикторные связи, по своей сути, нарушают единое смысловое пространство текста). Единственным облигаторным компонентом медиатекстов является вербальный ряд, хотя и здесь наблюдаются исключения: видеофрагменты «без комментария», самодостаточная инфографика и таблицы, не нуждающиеся в комментарии. Все остальные составляющие мы можем отнести к факультативным, не уменьшая при этом их семантическую значимость и способность повышать экспрессию медиатекста. Так, фотография на газетной полосе может дополнять вербальный ряд (иллюстрационный материал, свидетельство о происходящем), но также может определять перцепцию вербального ряда: читатели воспринимают фотографию как реальной фрагмент события – визуальная составляющая определяет читательский интерес, степень воздействия материала, декодирование заголовка и самого текста.