

### СИНТАКСИЧЕСКИЕ КОНВЕРСИВЫ В ТЕКСТАХ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Конверсные структуры – разновидность синтаксических синонимов. Конверсивы позволяют говорящему (пишущему) расставить приоритеты в высказывании, актуализировать того или иного участника ситуации посредством взаимного изменения актантных позиций: *Президент встретился с журналистами*  $\longleftrightarrow$  *Журналисты встретились с президентом*; *БАТЭ выиграл у «Баварии»*  $\longleftrightarrow$  *«Бавария» проиграла БАТЭ*. К числу синтаксических конверсивов относятся и соотносительная активная и пассивная конструкции (залоговые конверсные структуры): *Полиция задержала демонстрантов*  $\longleftrightarrow$  *Демонстранты были задержаны полицией*. Несмотря на кажущуюся тождественность, конверсные структуры всегда асимметричны [4], т. е. имеют отличия в некотором аспекте (смысловом, грамматическом, когнитивном, прагматическом). Выбирая в процессе коммуникации ту или иную структуру из конверсной пары, говорящий (пишущий) бессознательно или осознанно преследует некоторую цель. А в текстах СМИ конверсные структуры – уже не просто средство актуализации информации, но мощный механизм воздействия, формирования общественного мнения, конструирования медиареальности.

Особый интерес представляет функционирование конверсных структур в текстах региональных печатных СМИ, которые в новом тысячелетии переживают новую стадию своего развития, в контексте глобализации и регионализации информационного пространства [3].

Выбор говорящим той или иной структуры из залоговой пары может быть обусловлен целым рядом экстралингвистических и лингвистических факторов, действующих в комплексе. Проведенный анализ текстов информационных жанров (в первую очередь – заметок и корреспонденций) региональных изданий Гродненской области позволил выявить ряд закономерностей в функционировании залоговых конверсивов.

**1. Активная конструкция с агенсом в роли подлежащего** используется в соответствии с основной своей функцией – для актуализации действия лица. В региональных СМИ профилируемыми агенсами становятся, в первую очередь, представители властных структур,

руководители предприятий и организаций, специалисты: *Старшыня райвыканкама правёў гарачую лінію з жыхарамі раёна* (Перамога, № 79, 16.10.13); *Свята адкрыла Святлана Генадзьеўна Сідаркевіч, старшыня раённага фізкультурна-спартыўнага клуба* (Наш час, № 2, 10.01.13); *Первый секретарь РК ОО «БРСМ» Игорь Кулеи побывал в социально-педагогическом центре и вручил его воспитанникам подарки* (Праца, № 75, 01.10.14); *А в минувший четверг Министр жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь Андрей Шорец и начальник управления анализа и прогноза развития отраслей народного хозяйства при Администрации Президента Республики Беларусь Виктор Кондратов посетили Лиду и лично вручили главе района Александру Островскому свидетельство о присвоении городу статуса победителя смотра...* (Лідская газета, № 66, 14.06.14).

Специфика синтаксических конверсивов состоит в том, что они позволяют без фактического искажения информации подать ситуацию в необходимом ракурсе, подчеркивая или, наоборот, «уводя в тень» того или иного участника ситуации. Возведение участника ситуации в высший коммуникативный ранг – способ актуализации информации. Один из способов деактуализации информации – исключение агенса ситуации из контекста: *Дома, конечно же, старые, как и территория вокруг них, поэтому жильцы радуются любой мелочи, которая облегчит им жизнь. Жителям Доржей обещают подремонтировать дорогу, ведущую от домов к льнозаводу* (Лідская газета, № 99, 11.09.14). Неопределенно-личная структура позволяет автору текста особым образом конструировать медиареальность: скрыть имя участника ситуации, подать событие как независящее от воли конкретного человека.

**2. Пассивная конструкция с субъектом-агеном в форме творительного падежа.** В крупных республиканских СМИ используется редко в силу громоздкости конструкции, противоречащей стилистике информационных текстов, задача которых – констатация факта. В то же время в текстах региональных газет пассивные конструкции с агеном в форме творительного падежа используются без видимых ограничений: *Унітарным прадпрыемствам «Белтэхгляд» сумесна з дзяржаўтаінспекцыяй аддзела ўнутраных спраў Дзятлаўскага райвыканкама з 20 па 29 лістапада была праведзена традыцыйная восенская дэкада «Дзяржтэхгляд»* (Перамога, № 93, 30.11.13); *В тот же день на берегу озера руководителем Лидского районного отделения ОО «БСВМ» Владимиром Касперовичем и членом координаци-*

*онного совета отделения Михаилом Гузевым были поощрены наиболее активные члены местной организации моряков...* (Лідская газета, № 85, 01.08.13).

На наш взгляд, функционирование такого рода конструкций закономерно в текстах районных газет, отражающих «тесные социальных связи в районе, районном центре, деревне» [5, с. 45]. Редакция стремится назвать (пусть даже косвенно) всех причастных к событию лиц, так как региональной аудитории интересно прочитать в газете о своем начальнике, соседе или просто односельчанине.

**3. Пассивная конструкция с устраненным субъектом.** Такого рода структуры сегодня активно проникают и в русскоязычные, и в белорусскоязычные информационные тексты региональных изданий под влиянием стилистики сообщений информационных агентств (см., например, материалы БелТА). Пассив – одна из форм констатации факта, он позволяет зафиксировать состоявшееся событие; стремление автора к лаконичности изложения приводит к редукции позиции субъекта в тексте [6]: *Уборка зерновых и зернобобовых культур на Лидчине практически завершена* (Лідская газета, № 90, 12.08.14); *Сёлета быў сабраны добры ўраджай зерневых культур – 1 мільён 690 тысяч тон зерна...* (Перамога, № 76, 01.10.14); *Прааналізаваны вынікі паспяховасці вучняў раёна за мінулы навучальны год* (Новае жыццё, № 61, 31.07.13); *Па пытаннях добраўпарадкавання дадзен шэраг даручэнняў...* (Новае жыццё, № 39, 16.05.13). Пассивные конструкции в белорусскоязычных текстах требуют особого внимания и изучения в связи со специфическим статусом кратких причастий в роли сказуемого в белорусском языке [1], что станет предметом наших дальнейших исследований.

**4. Активная и пассивная конструкции (конверсная пара), следующие друг за другом в тексте.** Первая конструкция – заголовок текста, вторая – лид<sup>5</sup>: *У Беларусі ўстанавілі тарыфы за праезд транспартных сродкаў на платных аўтадарогах. У Беларусі ўстаноўлены тарыфы для разліку памеру платы за праезд транспартных сродкаў на платных аўтамабільных дарогах* (Новае жыццё, № 9, 30.01.13).

В плоскости текста научной статьи приведенный пример, несомненно, вызывает вопрос о целесообразности дублирования содержа-

<sup>5</sup> Первый абзац информационного текста, в сжатом виде передающий новость.

ния сообщения. Однако учет многоканальности передачи информации сегодня позволяет по-иному взглянуть на стилистические нормы. На газетной полосе первая и вторая конструкция рассматриваемого примера являются разными композиционными частями текста (заголовки и лид). Их дистанция подчеркнута метатекстовыми средствами: первая структура, выступая в роли заголовка, набрана бóльшим кеглем, полужирным, центрирована. В текст традиционной газеты такие примеры проникают под влиянием интернет-публикаций, в которых использованы возможности гипертекста: первая конструкция из залоговой пары – хэдлиней – позволяет перейти по гиперссылке непосредственно к тексту сообщения, начинающемуся со второй конструкции.

Приведенный пример нетипичен для районной газеты в традиционном ее понимании, но в условиях активного развития веб-журналистики регионов становится показательным. Сегодня региональная пресса находится под влиянием стилистики интернет-публикаций, в информационных сообщениях которых функция заголовка – информирование и оптимизация поиска информации. «Оптимальные ключевые слова и их достаточное количество, чтобы поисковый запрос пользователя был в полной мере удовлетворен, – вот цель заголовков в Интернете. Именно поэтому здесь не могут использоваться метафоры, идиомы, афоризмы и другие образные выразительные средства, которые популярны в газетах, потому что поисковый робот просто не распознает их скрытый смысл» [2, с. 63]. Иными словами, заголовки в интернет-публикации и на газетной полосе выполняют разные функции и должны строиться по-разному. Например, на газетной полосе материал под заголовком «Так держать, молодежь!» начинается с пассивной конструкции: *Районным комитетом общественного объединения «БРСМ» подведены итоги соревнования на уборке зерновых и зернобобовых культур среди молодежных уборочных экипажей* (Бераставіцкая газета, № 77, 28.09.13); в интернет-публикации заголовок и лид представлены конверсной парой: *Берестовицкіі райком ОО «БРСМ» подвел итоги соревнования на уборке зерновых. Районным комитетом общественного объединения «БРСМ» подведены итоги соревнования на уборке зерновых и зернобобовых культур среди молодежных уборочных экипажей* (www.beresta.by, 27.09.13). В пространстве интернет-публикации конверсная залоговая пара – удачный способ представления информации. А вот на газетной полосе выглядит «белой вороной» на фоне выразительных и емких заголовков.

Таким образом, функционирование залоговых конверсных структур в текстах региональных газет имеет свои особенности.

Во-первых, в текстах районных изданий реализованы возможности конверсных структур для актуализации или, наоборот, деактуализации того или иного участника ситуации, что позволит в дальнейшем рассмотреть конверсные структуры как один из механизмов конструирования медиареальности региональной газеты.

Во-вторых, в силу особой коммуникативной культуры провинциальных изданий в информационных текстах позиция субъекта действия – в форме именительного или творительного падежа – имеет бóльшую значимость, нежели в крупных республиканских и областных изданиях.

В-третьих, районная пресса находится под влиянием интернет-СМИ. Региональные журналисты улавливают стилистику сообщений крупных белорусских и российских информационных ресурсов и переносят манеру изложения материала в свой текст, не всегда учитывая специфику канала коммуникации.

1. Конюшкевич, М. И. Синтаксис близко-родственных языков: тождество, сходства, различия / М. И. Конюшкевич; науч. ред. П. П. Шуба. – Минск: Университетское, 1988.

2. Лукина, М. М. Трансформация журналистского текста в условиях интернет-среды / М. М. Лукина // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2009. – № 3. – С. 54–73.

3. Международная журналистика-2013: глобализация и регионализация информационного пространства: материалы II Междунар. науч.-практ. конф., 20 февр. 2013, Минск / под общ. ред. Т. Н. Дасаевой; сост. Б. Л. Залесский. – Минск: Изд. центр БГУ, 2013.

4. Минчук, И. И. Симметрия и асимметрия в семантико-синтаксическом поле конверсности русского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.02 / И. И. Минчук; Белорус. гос. ун-т. – Минск, 2013.

5. Пивоварчик, Т. А. Коммуникативные стереотипы в языке районной прессы: культура повседневности / Т. А. Пивоварчик // Веснік ГрДУ імя Я. Купалы. Сер. 3. Філалогія. Педагогіка. Псіхалогія. – 2012. – № 2. – С. 43–47.

6. Шмелева, Т. В. Автор в медиатексте / Т. В. Шмелева // Новгородские медиа: стилистический портрет. Сборник материалов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.novsu.ru/npe/files/um/1588617/portrait/Data/avtor\\_v\\_mediatekste.html](http://www.novsu.ru/npe/files/um/1588617/portrait/Data/avtor_v_mediatekste.html). – Дата доступа: 12.02.2014.