

ты» между «тенором» и «носителем» – это качество «чистое і натуральное», хотя носитель добавляет дополнительный уровень стимуляции («насычае вас жыццём»). Сравнение показывает, что молоко похоже на свежий воздух – чистое, натуральное и улучшающее жизнь.

Пример английского слогана – «ничто не поворачивает так, как Mini». Сравнение здесь противопоставляет мощность поворота других автомобилей мощности Mini. Фраза фактически предлагает, что Mini справляется с поворотами исключительным образом, а также ни один другой автомобиль не может сравниться с ним в этом отношении. Фактически этот слоган является хорошо структурированным рекламным слоганом для Mini Cooper. Тенор здесь – «А Mini» – марка автомобиля, общая черта – способность эффективно поворачивать.

Заключение. Исследование показывает, что сравнения могут играть важную роль в рекламе на разных языках, повышая эффективность рекламных сообщений за счет создания ярких образов, что делает их мощным инструментом для межкультурной коммуникации. Однако важно учесть лингвистические различия при использовании сравнений в рекламе, поскольку они могут влиять на вовлеченность потребителей, а также на восприятие бренда.

1. Аتما, К. Интернет-анализ образного языка в слоганах автомобильной рекламы // Журнал прагматических исследований. 2022. <https://doi.org/10.18326/jopr.v4i1.18-28>.

2. Закирова, М. Когнитивно-стилистический аспект семантических отклонений в слоганах // Нижневартковский филологический вестник. 2024. <https://doi.org/10.36906/2500-1795/24-1/09>.

РАСШИРЕНИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДЛОГА «ПРО» В УСТНОЙ ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ

Л.П. Новикова

Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

Массовое функционирование в устной публичной речи тех или иных отступлений от кодифицированной литературной нормы постепенно ведет к формированию соответствующих языковых тенденций, становится образцом правильного выражения для адресата. При этом существует и обратная связь. По мнению О.Б. Сиротининой, ещё в 90-е годы образовался «заколдованный» круг: СМИ стали ориентироваться на «речь масс», сами являясь при этом ориентиром для данной речи [1, с. 52]. Следовательно, нормативный анализ современной устной публичной речи является актуальным направлением лингвистических исследований, позволяющим прогнозировать движение языковой эволюции.

Цель нашего исследования – анализ употребления предлога «про» в русской устной публичной речи, представленной на белорусском телевидении.

Материал и методы. Материалом исследования, которое проводилось в течение 2024 года, выступает русская устная публичная речь национальных телеканалов «Беларусь 1» (программа «Скажине молчи») и «ОНТ» (программа «Марков. Ничего личного»). В целом проанализирована речь 112 респондентов. Важно отметить, что все они, во-первых, выступают носителями русского литературного языка, так как имеют высшее образование, а во-вторых, являясь руководителями, политическими деятелями, работниками сферы образования и культуры, постоянно взаимодействуют с широкой аудиторией и, следовательно, имеют большое влияние на речь белорусского общества. Подчеркнем, что все выпуски проанализированных передач представлены также в сети Интернет и имеют большое количество просмотров.

Основными методами исследования являются метод лингвистического описания и количественный метод.

Результаты и их обсуждение. В справочнике Д.Э. Розенталя «Пунктуация и управление в русском языке» отмечено, что предлоги «о» и «про» «синонимичны при указании на лицо, предмет, явление, на которые направлена мысль или речь, но различаются стилистически: предлог про вносит разговорный оттенок» [2]. В более современном «Большом универсальном словаре русского языка» (2019) также отмечено, что предлог «про» в сочетании с винительным падежом, имея разговорный оттенок, употребляется при указании на человека, предмет, явление, которые являются предметом речи [3].

Приведем примеры употребления предлога «про» из проанализированного нами материала: *собирает про вас информацию* (01.02.24, ОНТ, Марков. Ничего личного); *если мы говорим про экономию* (04.03.24, ОНТ, Марков. Ничего личного); *активное долголетие – это не про пенсионеров* (15.03.24, Беларусь 1, Скажинемолчи); *этот документ про мир* (23.05.24, ОНТ, Марков. Ничего личного); *это не только про устройство в семью* (06.12.24, Беларусь 1, Скажинемолчи) и др. По результатам проведенного исследования 87 % респондентов активно используют в речи предлог «про» с винительным падежом вместо синонимичной конструкции «предлог «о» + предложный падеж».

Данная тенденция, по нашим наблюдениям, присутствует и в речи телеведущих: *это вопрос про легитимность* (27.05.2024, ОНТ, Пропаганда); *позволю себе про этот саммит коротко* (08.07.2024, ОНТ, Пропаганда); *это, безусловно, про учёбу, но не только, даже далеко не про учёбу* (08.09.2024, ОНТ, Наше время) и т.д.

В ходе исследования зафиксировано также высказывание с ненормативным управлением при глаголе «понимать»: *он будет больше понимать про людей* (14.11.24, Беларусь 1, Скажинемолчи).

Данный вопрос – расширение употребления предлога «про» – в 2016 году поднимает для обсуждения журналист «Российской газеты», кандидат филологических наук Марина Королева, подчеркивая, что «про» сочетается не только с существительными, но и с глаголом в инфинитиве, «сметает отведенные ему рамки и оказывается в новых для себя условиях». Отмечается, что подобная экспансия «про» похожа на «распространение речевого вируса». Журналист, признавая способность языка «пробовать новые возможности для своих привычных средств, раздвигать границы допустимого», тестируя варианты, призывает не следовать «остромодным тенденциям», которые быстро проходят, а наблюдать за данным употреблением [4].

Заключение. Таким образом, в русской устной публичной речи белорусского телевидения наблюдается активное функционирование предлога «про» с винительным падежом, что придает соответствующим высказываниям разговорный оттенок. Данная тенденция, на наш взгляд, детерминируется стремлением говорящих к экономии речевых усилий, а также к сближению с массовым адресатом.

1. Сиротинина, О.Б. К чему может привести стремление к экономии речевых усилий в коммуникации на русском языке? / О.Б. Сиротинина, А.И. Матяшевская // Экология языка и коммуникативная практика. – 2016. – № 1. – С. 150–164.

2. Розенталь, Д.Э. Пунктуация и управление в русском языке. – URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/punctuation-rosental/fc/slovar-206-1.htm#zag-1315> (дата обращения: 17.01.2025).

3. Морковкин, В.В. Большой универсальный словарь русского языка / В.В. Морковкин, Г.Ф. Богачёва, Н.М. Луцкая; под ред. В.В. Морковкина. – М.: АСТ-ПРЕСС, 2019. – 1456 с. – URL: [https://gramota.ru/poisk?query=очень&mode=slovari&dicts\[\]=48](https://gramota.ru/poisk?query=очень&mode=slovari&dicts[]=48) (дата обращения: 17.01.25).

4. Марина Королева: Предлог «про» оказывается в новых для себя условиях [Электронный ресурс] / Российская газета – Неделя – Федеральный выпуск: № 244. – URL: <https://rg.ru/2016/10/27/marina-koroleva-predlog-pro-okazyvaetsia-v-novyh-dlia-sebia-usloviiah.html> (дата обращения: 09.09.2024).