

## ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ ЖУРНАЛИСТА ВЯЧЕСЛАВА СОРОКИНА

**Купцова О.В.**

Научный руководитель: Спиридонова М.Ю., ассистент

Вячеслав Сорокин является штатным журналистом общественно-политической газеты «Самарские известия», и, как правило, пишет для первой полосы. Для выделения стилистических особенностей был произведен анализ заголовков статей и полный разбор синтаксиса.

При анализе заголовков статей выявилось, что наиболее частым способом их образования является замена одной единицы в идиоматичном выражении на слова связанные с тематикой статьи. Например: Цветы под контролем. Четвероногие таможенники дают добро.

Журналист наиболее часто при написании своих статей выбирает простые конструкции, среди которых преобладают двусоставные предложения. («Уже по традиции снегопад практически сковал движение в городе»; «Но особенный восторг у зрителей вызвали работы мастеров кузнечной артели и резчиков по дереву»). Односоставные же предложения в статьях В. Сорокина чаще являются неопределенно-личными и безличными предложениями. («Кроме того, будет отремонтировано 95 внутриквартальных территорий и тротуаров»; «Возле одной из таких площадок пробурили прорубь»).

Среди сложных конструкций преобладают сложноподчиненные предложения, а наименее употребляемыми являются предложения с разными видами связи. Хотелось бы отметить, что в сложносочиненных предложениях В. Сорокин чаще использует предложения с противительной связью, данный факт можно связать с поставленными задачами журналиста: убеждение, призыв, побуждение. («Такое стремление серьезно повышает нагрузку не только на почтовые отделения, но и на таможенные службы»; «Спаси ситуа-

цию могло бы более широкое распространение в городе Wi-Fi, но эта услуга доступна всем лишь в немногих общественных местах»).

Среди сложноподчиненных предложений чаще используются предложения с придаточными обстоятельства. Из них чаще используются придаточные условия и цели. («Чтобы сделать из животных актеров, кинологи два года работают с собаками»; «Но если во время исполнения песен наши зрители и молчали, как будто не желая мешать музыкантам, то после финальных аккордов неизменно дарили аплодисменты и восторженные крики»).

Таким образом, нам удалось выявить некоторые стилистические особенности индивидуального стиля журналиста газеты «Самарские известия» Вячеслава Сорокина.

## **ЛЕКСИЧЕСКИЕ И СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ АФИШ**

**Вислогузова А.А.**

Научный руководитель: Спиридонова М.Ю., ассистент

В работе анализируются следующие примеры речевого оформления рекламных афиш: тушь PREMIERE GENIALE, женские туалетные воды от Guerlain - La Petite Robe Noire и GUESS, мужской аромат GENTLEMEN ONLY от GIVENCHY.

Рассмотрим более подробно речевое оформление женской туалетной воды GUESS и мужского аромата GENTLEMEN ONLY от GIVENCHY.

При анализе текста рекламы женской туалетной воды было выявлено то, что он состоит из трех частей: слогана («Растрепанные волосы... Сводящие с ума изгибы... Смелый макияж в стиле ретро...»), основной части («Чувственный и волнующий, GUESS Girl – это свежий, легкий цветочно-фруктовый аромат, заставляющий прохожих смотреть вам в след...») и заключительной части («Эффектный стиль GUESS... Девушку GUESS