

Санкт-Петербургский государственный университет

*На правах рукописи*

**ХОХЛИНА**  
**Надежда Владимировна**

**РЕЧЕВАЯ РАЗРАБОТКА СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМОГО СОБЫТИЯ В СМИ  
(ПРАЗДНИКИ *НОВЫЙ ГОД* И *РОЖДЕСТВО* В МАТЕРИАЛАХ  
СВЕТСКОЙ И РЕЛИГИОЗНОЙ ПРЕССЫ)**

Специальность 10.01.10 – журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации  
на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Санкт-Петербург  
2016

Работа выполнена в Санкт-Петербургском государственном университете.

**Научный руководитель:** доктор филологических наук, профессор Коньков Владимир Иванович, профессор кафедры речевой коммуникации ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет».

**Официальные оппоненты:**

Каминская Татьяна Леонидовна, доктор филологических наук, доцент, заведующая кафедрой журналистики ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»;

Проскуряков Максим Русланович, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры рекламы и связей с общественностью факультета культуры негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов».

**Ведущая организация** – ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова».

Защита состоится «6» октября 2016 года в 16 часов на заседании диссертационного совета Д 212.232.17 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: 199004, Санкт-Петербург, В.О., 1-я линия, дом 26, ауд. 304.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7/9).

Материалы по диссертации Н. В. Хохлиной размещены на сайте СПбГУ (<http://jf.spbu.ru/about/4321/6577.html>).

Автореферат разослан: « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат филологических наук, доцент

Л. Г. Фещенко

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность диссертационного исследования.** Диссертация посвящена изучению речевой разработки события в СМИ. В формулировке темы мы используем номинацию «речевая разработка социально значимого события в СМИ». Поскольку мы намереваемся проанализировать, каким образом происходит речевая разработка содержания в материалах на определённую тему в газетных и журнальных текстах, то мы одновременно используем такие номинации, как «речевая разработка содержания текста», «речевая разработка события», «речевая разработка темы».

Мы исходим из того, что при речевой разработке содержания текста важны коммуникативная цель, набор речевых форм, порядок их следования в текстах различных жанров, характер отношений с читателем, степень выраженности авторского «я».

Работа выполнена на основе анализа текстов, посвящённых праздникам *Новый год* и *Рождество*, которые рассматриваются как социально значимые события в жизни общества и как коммуникативные события в речевой практике СМИ. Рассматриваемые события, как обладающие большой социальной значимостью и широко и разнообразно представленные в текстах СМИ, представляют интерес и с точки зрения стилистики.

Коммуникативная ситуация «праздники *Новый год* и *Рождество*» в речевой практике средств массовой информации имеет свою ярко выраженную речевую специфику, которая может быть рассмотрена в разных аспектах. Тексты, посвящённые праздникам *Нового года* и *Рождества*, с одной стороны, отмечены стилевыми чертами, свойственными как газетной речи в целом, так и соответствующим журналистским жанрам. В то же время эти тексты могут быть рассмотрены в системе категорий дискурса «досуг». Речевая структура текстов о праздновании *Нового года* и *Рождества* связана с особенностями коммуникативной ситуации «проведение досуга» в целом, досуга, который является частью нерабочего времени, важен для восстановления сил, физического

и духовного развития человека. Празднуя *Новый год* и *Рождество*, человек организует свой досуг, поэтому взаимосвязь коммуникативных ситуаций «праздники *Новый год* и *Рождество*» и «проведение досуга» очевидна. Общую речевую составляющую этих коммуникативных ситуаций мы можем наблюдать в современных публикациях СМИ.

Рассматривая материалы, посвященные празднованию *Нового года* и *Рождества*, мы можем заключить, что сегодня *Новый год* и *Рождество* – это сложные социальные и речевые явления. В периодических изданиях публикуются материалы рекреативного и просветительского характера. К праздникам готовятся, они имеют бытовую сторону, идеологическую и нравственную составляющие, сопровождаются различными мероприятиями, в том числе и официального уровня.

Праздник мы рассматриваем как значимое событие, происходящее в жизни общества в досуговой сфере, как событие, имеющее высокий социальный, нравственный и исторический статус.

На страницах газет и журналов всегда уделялось и уделяется много внимания праздникам. Главная функция праздничного текста – рекреативная, так как подобные материалы настраивают читателей на отдых, сообщают об интересных традициях, поднимают настроение. Но, помимо рекреативной функции, подобные тексты выполняют и воспитательную функцию – позиционируют семейные и духовные ценности. Объемный массив материалов, посвящённых праздникам, освещает именно празднование *Нового года* и *Рождества*.

В современном общественном сознании праздник *Рождество* является неотъемлемой частью *Нового года*, так как включён в событие «новогодние праздники», и на страницах СМИ практически всегда *Новый год* и *Рождество* упоминаются в одном контексте.

Подтверждение этому мы находим на страницах современных изданий. Ни один номер в преддверии празднования *Нового года* и *Рождества* или после празднования не обходится без публикаций об этих праздниках.

Укажем в качестве примера на некоторые религиозные издания, в которых публикации о *Новом годе* и *Рождестве*, на наш взгляд, являются наиболее выигрышными с точки зрения предмета, объекта и цели нашего исследования. Например, на рынке прессы в 1996 году появилось «глянцевое» православное издание «Фома», позиционирующееся как культурно-просветительский и информационно-аналитический журнал. Главным редактором журнала является церковный и общественный деятель, журналист Владимир Романович Легойда. Тираж журнала, как и у всех изданий Русской православной церкви, небольшой – 36 тысяч экземпляров. Особо интересны январские номера этого издания, так как в них рассказывается об особенностях празднования *Нового года* и *Рождества*, об исторической связи этих праздников.

В православном журнале патриотического направления «Русский дом» (тираж 30 тысяч экземпляров), который выходит с 1997 года, в публикациях, посвящённых празднику *Нового года*, обязательно содержатся сведения о празднике *Рождество*. *Новый год* рассматривается скорее как часть Рождественского празднования, как часть святок, так как говорится только о православном *Новом годе* (в народе – Старый Новый год), который празднуется спустя неделю после *Рождества*. Патриотическое направление журнала формирует главный редактор Александр Николаевич Крутов – политический и общественный деятель, который пропагандирует русские традиции, в частности, русские православные праздники, что отражается на страницах издания «Русский дом» в новогодний период.

Женский православный журнал «Славянка» выходит тиражом 27 тысяч экземпляров. Редактором журнала является писатель, общественный и религиозный деятель Сергей Владимирович Тимченко, который ратует за возрождение православной культуры в современном обществе и старается свою идею воплотить на страницах журнала. В преддверии праздников *Новый год* и *Рождество* издание публикует советы по домоводству, рецепты постного новогоднего стола (так как *Новый год*, отмечаемый 31 декабря, приходится на Рождественский пост), примеры святочных гаданий и т.п.

Каждый материал, опубликованный в анализируемых нами изданиях в период новогодних праздников, имеет свои коммуникативные особенности, которые обусловлены выбором и набором конкретных речевых действий (речевых форм), преимущественной ориентацией на тот или иной тип языковых значений. Представляется важным и необходимым как для практики журналистской работы, так и для разработки методики обучения будущих журналистов выявить и описать закономерности речевой разработки содержания праздничных текстов, что и обуславливает актуальность нашего исследования.

Актуальность исследования обусловлена и тем, что в практике современной российской журналистики активно развивается досуговое направление, включающее просветительские, научно-популярные, художественно-просветительские, потребительские и развлекательные СМИ. Во всех этих типах периодических изданий затрагивается тема *Нового года* и *Рождества*, особенно в период их празднования.

**Проблема**, лежащая в основе нашего исследования, состоит в том, чтобы выявить и описать закономерности речевой разработки социально значимого события в СМИ (праздник) на основе анализа речевой структуры (набор и последовательность речевых форм) медиатекстов, посвященных празднованию *Нового года* и *Рождества*, в светской и религиозной прессе.

**Объект исследования** – медиатексты, опубликованные в светских и религиозных массовых периодических изданиях, посвящённые празднованию *Нового года* и *Рождества*.

**Предмет исследования** – речевая разработка содержания текстов печатных СМИ, посвященных теме «праздники *Новый год* и *Рождество*».

**Основная цель исследования:** определить содержание понятия «речевая разработка социально значимого события в СМИ», определить структуру данного понятия, выявить его системные отношения со смежными понятиями, выявить содержательную наполненность исследуемого понятия на основе анализа совокупности текстов, посвящённых теме *Нового года* и *Рождества*.

Поставленная цель работы предполагает необходимость решения ряда конкретных задач.

1. Охарактеризовать *Новый год* и *Рождество* как социально значимые события в жизни общества и как коммуникативные события в речевой практике СМИ.

2. Дать представление о понятии «речевая разработка содержания текста» на основе соотнесения с такими базовыми категориями стилистики текста и семантики, как речевая форма и типы языковых значений.

3. Выявить особенности разработки речевой структуры содержания текстов, посвящённых *Новому году* и *Рождеству*, в материалах светской прессы.

4. Описать специфику особенностей разработки речевой структуры содержания текстов, посвящённых *Новому году* и *Рождеству*, в материалах религиозной прессы.

5. Сопоставить материалы светской и религиозной прессы, посвящённые *Новому году* и *Рождеству*, выявить их отличительные особенности.

**Степень научной разработанности проблемы.** Речевая разработка социально значимого события в СМИ в жанрах различного типа не была предметом специального изучения, однако были сделаны работы в смежных сферах – исследования по типам языковых значений (труды Н.Д. Арутюновой), по функциональным типам речи (О.А. Нечаева, А.Н. Кожин). Были также использованы работы исследователей речевой практики СМИ, изучающих систему категорий функциональной стилистики (А.Н. Васильева, В.В. Виноградов, И.Р. Гальперин, М.Н. Кожина, В.Г. Костомаров, Д.Н. Шмелёв), публицистический стиль (Л.Г. Кайда, Л.М. Майданова, Г.Я. Солганик, Д.Э. Розенталь), стилистку жанров (Ю.А. Бельчиков, И.А. Горшков, В.В. Одинцов), дискурсный анализ (Л.Р. Дускаева, О.Г. Ревзина, Ю.С. Степанов), коммуникативную стилистику (Н.С. Болотнова, А.А. Васильева, Т.Г. Винокур) и другие области филологической науки. Кроме того, были изучены и использованы работы исследователей, занимающихся анализом речевой практики общества: работы В.И. Конькова, Г.С. Мельник, С.И. Сметаниной и др.

Изучая коммуникативное событие, мы опирались на работы И.Н. Борисовой, О.Н. Дубровской, И.Э. Клюканова, Н. Фэаклоу, А.А. Сиполс, Е.И. Шейгал.

Традиции празднования *Нового года* и *Рождества* представлены множеством трудов. Это работы, посвящённые изучению истории празднования *Рождества* на Руси (В. Василик, В. Донаров, епископ Дамаскин, Н. Ильичёва), истории празднования *Нового года* и *Рождества* в других странах (М. Крауэл, Л. Лааксо), работы, повествующие об игровых традициях *Нового года* и *Рождества* (В. Мельников), а также религиозные советы и сказания о *Рождестве Христовом* (митрополит Кирилл, протоиерей Серафим Слободской) и другие авторы. Однако проблематика этих работ не увязывалась до сих пор с разработкой стилистических проблем речевой разработки темы в журналистских текстах.

Стилистический аспект проблемы исследовался нами в тесной связи с проблематикой общей теории журналистики (работы С.Г. Корконосенко, Г.С. Мельник, Б.Я. Мисожникова). При изучении жанров журналистики мы опирались на работы М.Н. Кима и А.А. Тертычного.

Рассматривая социальную сторону праздника, мы опирались на работы М.М. Бахтина, А.В. Бенифанда. Говоря о философской составляющей изучения праздника, мы основывались на работах К. Жигульского, Х. Кокса, И.Н. Лавриковой. Отражая коммуникативную сторону праздника, мы рассматривали работы Л.Н. Лазаревой. Изучая праздник как социально-художественное явление, мы опирались на работы А.И. Мазаева, В.К. Соколовой. Рассматривая исторический аспект праздника, мы изучали труды В.Я. Проппа, Е.Б. Рашковского, В.Н. Топорова, В.Л. Усмановой, В.И. Чичерова и Я.Г. Шемякина.

Уделяя внимание досуговой сфере периодической печати, мы рассматривали работы, посвящённые понятиям развлечения и релаксации в досуговой сфере (В.В. Васильева), взаимосвязи просветительства и расширения кругозора с досуговой сферой (М.А. Воскресенская), научному просветительству



(Л.П. Громова), общим проблемам досуговой журналистики (Л.Р. Дускаева), научному потреблению (Е.С. Кара-Мурза), а также различным типам изданий, входящих в систему досуговых СМИ (работы Ю.М. Коняевой, Б.Я. Мисожникова, В.А. Сидорова, А.А. Сидякиной, Е.С. Сониной, Н.С. Цветовой).

**Научная новизна исследования** просматривается в нескольких аспектах. Впервые разработано содержание понятия «речевая разработка содержания текстов печатных СМИ, посвящённых празднованию *Нового года* и *Рождества*», впервые проанализирован массив текстов о *Новом годе* и *Рождестве* как текстов определённой идеологической направленности; впервые описана речевая структура данных текстов; праздник рассматривается как коммуникативное событие, выявляется его речевая специфика. Проводится анализ материалов федеральных изданий и материалов региональных СМИ (газета «Спас», выходящая в городе Мурманске).

**Методологической основой диссертации** выступают принципы структурного и комплексного анализа. В качестве основных методов исследования в работе используются *описательный метод* и *метод определения понятий*. Помимо этого, в работе использован приём *компаративного анализа*.

**Эмпирическую базу исследования** составил корпус журналистских материалов, опубликованных в газетах и журналах. Всего было проанализировано около 500 текстов из газет: «Известия», «Коммерсант», «Спас» (издание города Мурманска) и журналов: «Фома», «Русский дом», «Славянка», «Наука и религия», «Итоги» в период с 2003 по 2014 годы.

Анализ текстов печатных СМИ проводится следующим образом. Мы расчленяем тексты на речевые (композиционно-речевые) формы, представляющие в тексте чувственно воспринимаемый мир, мир событий, мир информации, а также речевые формы в сфере волеизъявления. Особое внимание уделяется поздравлению, которое рассматривается и как жанр, и как первичная речевая форма в структуре жанра. Устанавливается связь между набором речевых форм, с одной стороны, и жанром и типом издания – с другой. Специфика семантики

каждой из речевых форм рассматривается в связи с её синтаксическими, морфологическими и лексическими особенностями.

Рассматривая тексты и фрагменты текстов, представляющие чувственно-воспринимаемый мир, мы останавливались на таких речевых формах, как предметное описание и изобразительное повествование. Анализируя речевые формы, представляющие в текстах мир событий, мы обращались к описанию положения дел, описанию-характеристике, описанию внутреннего состояния человека, описанию ситуации общения; к событийному повествованию (история жизни, случай, сообщение о событии); к практическому рассуждению, комментарию. Рассматривая тексты, представляющие мир информации, мы уделяли внимание таким речевым формам, как констатация факта, развёрнутое информационное сообщение, мнение и отвлечённое рассуждение. Что касается сферы волеизъявления, то мы обращались к таким речевым формам, как призыв, совет и рекомендация.

**Теоретическая значимость исследования** состоит в том, что полученные результаты развивают такие области филологической науки, как стилистика текста, функциональная стилистика, теория функциональных типов речи.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Праздник как социально значимое событие содержит активную, системно разработанную речевую составляющую, в которой праздник как таковой в максимальной степени проявляет свои категориальные признаки. Речевая составляющая праздника образует органическое единство с его невербальными составляющими.

2. Базовыми элементами понятия *праздник как речевое событие* являются: СМИ как среда коммуникации; СМИ как коллективные субъекты речевой деятельности; индивидуальные субъекты речевой деятельности – участники праздника; коммуникативные статусы субъектов речи; характер аудитории, обсуждаемые темы.

3. Базовыми элементами понятия *речевая разработка содержания текстов праздничной тематики* являются: речевые формы, на основе которых

формируется текст, и их соотношение; типы языковых значений, определяющие внимание к той или иной стороне праздника как события в социальной жизни; соотношение между журналистским жанром как вторичной речевой формой и набором первичных речевых форм.

4. Материалы светской прессы, посвящённые *Новому году* и *Рождеству*, имеют свои отличительные особенности в разработке речевой структуры содержания. Они делают акцент на положении дел в городе или стране, отражают историческую картину празднования *Нового года* и *Рождества*. В светской прессе отражается то, что *Новый год* служит важной вехой для осмысления положения дел в сфере политики, экономики, промышленности, финансов, спорта. Поэтому многие тексты сами по себе, без контекста воспринимаются как не имеющие отношения к теме *Нового года* и *Рождества*, но в общем контексте газетной или журнальной полосы воспринимаются как новогодние или рождественские. Светская пресса освещает различные аспекты, проблемы, применительно к новогодней теме, что существенно расширяет понятие о *Новом годе* и *Рождестве* как о праздниках.

5. Материалы религиозной прессы, посвящённые *Новому году* и *Рождеству*, помимо того что погружают читателей в праздничную атмосферу, рассказывают об особенностях того или иного праздника, ещё и отражают нравственную составляющую праздников – сохранение традиций православия, в том числе, семейных. В религиозной прессе в основном отражаются особенности празднования *Рождества*. Это связано с тем, что в православии *Новый год* не празднуют широко, так как он приходится на рождественский пост.

6. Речевая составляющая праздника нацелена на формирование базовых нравственных ценностей общества.

7. В досуговой сфере тема празднования *Нового года* и *Рождества* является значительной по объёму, как в светской, так и в религиозной прессе; она расширяет и углубляет само понятие «досуговая сфера журналистики».

**Практическая значимость.** Разработанная методика анализа журналистского текста, посвященного празднику как социально значимому

событию может быть использована в практике работы средств массовой информации для корректировки речевой стратегии публикуемых материалов в рамках данной тематики. Результаты настоящего исследования могут быть использованы в практике преподавания функциональной стилистики, литературного редактирования, поэтики журналистского текста на факультетах журналистики и филологических факультетах.

#### **Апробация работы.**

Основные положения работы были обсуждены и одобрены на заседании кафедры речевой коммуникации СПбГУ, а также представлены на ежегодных межвузовских научно-практических конференциях Международного института бизнес-образования города Мурманска в период с 2011 по 2014 годы.

**Структура работы.** Диссертационное исследование состоит из введения, трёх глав, включающих одиннадцать параграфов, заключения, списка литературы, содержащего описание свыше двухсот наименований, списка источников.

Мы предлагаем разделение практических глав именно по видам печати – светская и религиозная, а не по праздникам – *Новый год* и *Рождество*, так как зачастую эти праздники описываются в одном тексте и представлены в схожих смысловых контекстах: *Рождество* включено в новогодние праздники.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

Во **введении** обосновывается выбор темы исследования, раскрываются актуальность, научная новизна; определяются объект, предмет и методы исследования; излагаются теоретические и методологические основы исследования, формулируются цели и задачи работы, приводятся выносимые на защиту положения; определяются теоретическая и практическая значимость работы, излагаются сведения об апробации основных результатов исследования.

**Первая глава «Праздник как событие и его речевая разработка в СМИ»** посвящена выявлению основных аспектов изучения праздника, анализу

различных подходов к изучению праздника как исторического явления, как социального и коммуникативного события, рассмотрению речевой составляющей праздников *Новый год* и *Рождество*.

В первом разделе «Праздник как социально-коммуникативный феномен» автор выделяет несколько основных аспектов изучения праздника: философский, антропологический, исторический, социально-психологический и коммуникативный. Именно с коммуникативной точки зрения праздник рассматривается и как форма досуга.

Изучая праздник как явление в речевой практике СМИ, автор обращает внимание на то, что в публицистических текстах достаточно подробно излагается история возникновения праздников *Новый год* и *Рождество*. Исторический аспект праздника представлен как составляющая, доступная любому читателю (обывателю), имеет поучительный характер, выполняет функцию нравственного воспитания, прививает определённые идеалы и ценности, такие как семейные традиции, религиозное воспитание, культура дарения подарков и т.п.

В результате рассмотрения праздника как события в социальной жизни общества, автор пришёл к выводу, что в материалах прессы праздники *Новый год* и *Рождество* имеют высокий социальный статус, и внешние формы проявления празднования, которые находят отражение в журналистских материалах, достаточно разнообразны. К праздникам готовятся, они имеют бытовую сторону, идеологическую и нравственную составляющие, сопровождаются различными мероприятиями, в том числе и официального уровня.

Рассматривая праздники *Новый год* и *Рождество* как коммуникативные события, автор подчёркивает, что праздники имеют устойчивые традиции и являются весьма значимыми для социума, реализуются в таких речевых составляющих, как Рождественская служба, проповедь, колядование, гадание, молитва, поздравление. Каждая из представленных речевых составляющих имеет свою специфику, но все они включены в общий диалог праздничной речи.

В завершение раздела рассматривается структура праздника как социальной категории, которая в значительной степени влияет на формирование структуры

категории праздника как коммуникативной категории. *Новый год* и *Рождество* всегда предстают как статусные речевые (коммуникативные) события в речевой практике общества, и в том числе в речевой практике СМИ. В этой связи рассматривается состав участников праздника как коммуникативного события и отмечается, что различные участники имеют различный коммуникативный статус. Если говорить о таком коммуникативном событии, как *Новый год*, то самым высоким коммуникативным статусом обладают представители власти. Среди них наиболее высокий коммуникативный статус имеет Президент Российской Федерации, а если говорить о таком коммуникативном событии, как *Рождество*, то самый высокий коммуникативный статус имеет Патриарх как лицо, стоящее во главе Русской Православной Церкви. На местном, региональном, уровне наиболее высокий коммуникативный статус при праздновании *Нового года* имеют губернаторы, возглавляющие области, и мэры, стоящие во главе муниципальных образований. При праздновании *Рождества* практически равный им коммуникативный статус имеет ряд церковных иерархов, занимающих более низкие ступени в церковной иерархии, чем Патриарх. Достаточно высоким коммуникативным статусом обладают министры, заместители министров, депутаты Городской думы. Однако их коммуникативная активность направлена внутрь отдельных коммуникативных групп и сообществ (так, например, министры, как правило, поздравляют сотрудников своего министерства). Высокий коммуникативный статус, но ниже, чем у указанных выше лиц, имеют руководители, президенты и директора различных организаций. Сами СМИ являются не только участником коммуникативного события, но и той коммуникативной средой, в которой это коммуникативное событие развивается. Праздник как коммуникативное событие не только включает в себя речевое представительство всех социальных групп, но и имеет национальную и религиозную специфику с включением исторического аспекта.

Во втором разделе первой главы «Речевая разработка содержания в газетном и журнальном тексте» автор обращает внимание на взаимообусловленность типа издания и выбора темы. Информация в каждом из

типов изданий подаётся по-разному, соответственно, и к выбору темы «праздники *Новый год* и *Рождество*» подход дифференцирован. Издания разных типов тяготеют к освещению различных аспектов *Нового года* и *Рождества*. Автор отмечает, что отнесение какого-либо издания к тому или иному типу является достаточно условным, так как в каждом отдельном типе совмещаются черты нескольких типов изданий. Изучив работы, посвящённые типологии периодических изданий, автор делает вывод о том, что большая часть изданий, освещающих тему «праздники *Новый год* и *Рождество*» относится к досуговой прессе (научно-популярные, религиозные и культурно-просветительские), хотя большее количество материалов, освещающих тему *Нового года* и *Рождества*, опубликовано в СМИ, которые к досуговым не относятся (общественно-политические).

Анализ показал, что жанровая природа материалов, посвящённых празднованию *Нового года* и *Рождества*, довольно разнообразна. Кроме традиционных журналистских жанров, таких как *корреспонденция*, *заметка*, *опрос*, *рекомендация*, *статья*, *комментарий*, *очерк*, *фельетон*, на страницах журналов представлены и литературные (рассказ), и религиозные (проповедь), и жанры из сферы PR-деятельности (поздравление). Автор отмечает, что традиционные журналистские жанры в равной мере присутствуют и в светской, и в религиозной прессе, как и жанр *поздравление*. Что касается жанров *рассказ* и *проповедь*, то в рамках исследуемых нами материалов, они присутствуют только на страницах религиозных средств массовой информации.

Рассматривая речевую композицию жанра, автор проводит анализ речевых действий участников события «праздники *Новый год* и *Рождество*» и опирается на понимание термина ***речевой композиции жанра*** – последовательности речевых действий (с точки зрения пишущего) или последовательности речевых форм (с точки зрения читателя). Автор опирается на учение о первичных и вторичных жанрах М.М. Бахтина<sup>1</sup> и говорит о том, что в современной интерпретации первичные речевые жанры соответствуют тому, что сейчас

---

<sup>1</sup> Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. С. 428-472.

принято называть композиционно-речевыми формами или просто речевыми формами. Анализ показал, что содержание текстов, посвящённых *Новому году* и *Рождеству*, представлено определёнными жанрами журналистики, литературы, PR-деятельности: *репортаж, комментарий, статья, очерк, рассказ, поздравление* и др., которые, в свою очередь, состоят из следующих речевых форм: *описание положения дел, событийное повествование, практическое рассуждение, предметное описание, изобразительное повествование, сообщение информации* и др.

**Вторая глава «Речевая разработка темы “праздники *Новый год* и *Рождество*” в светской печати»** носит эмпирический характер и основана на результатах анализа публикаций в газетах «Известия» и «Коммерсант», в журналах «Итоги» и «Наука и религия».

В разделе 2.1. «*Мир событий*» говорится о том, что тема «праздники *Новый год* и *Рождество*» разрабатывается на основе событийной семантики. Анализ показал, что одной из самых распространённых речевых форм, представляющих в светской прессе мир событий, является ***описание положения дел в городе***, например, описание положения дел в городе Москве:

Во всех крупных торговых центрах по выходным детей развлекают аниматоры в костюмах Дедов Морозов. Желающие могут сфотографироваться в обнимку с ряженым. Некоторые родители просят Деда лично вручить малышу подарок (заветный кулечек мамы и папы передают актеру заранее). А в последний день уходящего года интернет-блогеры готовят свой праздничный флешмоб. В районе полудня 31 декабря по центру Москвы (Манежка и окрестности) будут ходить Дед Мороз и Снегурочка и поздравлять с Новым годом всех прохожих, дарить конфеты, заставлять рассказывать стихи и петь песни!!! К волшебному мероприятию просят подключаться всех желающих. Если у вас есть костюм Деда или Снегурки, или хотя бы шапочка или маска, пара кило вкусных конфет, море позитива, улыбок и пара часов времени - присоединяйтесь. Может быть, не в центре столицы, а у себя в районе или даже в другом городе. Главное, как призывают авторы идеи - давайте дарить добро! («Известия», 13.12.07).

Другой наиболее распространённой речевой формой является ***комментарий***:

Во вторник первый замминистра внутренних дел России Александр Чекалин объявил, что в новогоднюю ночь милиция не будет препятствовать запуску петард и других праздничных фейерверков. Это, по всей видимости, последний раз, когда можно будет отдохнуть с



огоньком. В 2008 году то же МВД готовится ужесточить правила использования праздничной пиротехники («Известия», 25.12.07).

Речевая форма *практическое рассуждение* также популярна на страницах светских СМИ, например рассуждение о том, зачем нужны новогодние и рождественские традиции:

Зачем нужны новогодние и рождественские традиции? Они, собственно, и создают праздничное настроение. Вот, к примеру, если вы идете по улице и вам на голову падает стул - значит, вы в Италии. В этой стране существует древний рождественский обычай выбрасывать из окон старую мебель... А! "Каждый год 31 декабря мы с друзьями ходим в баню". Если вы слышите эту фразу, значит, уже включен телевизор, идет "Ирония...", до Нового года осталось несколько часов и нужно срочно садиться за стол. Традиции надо уважать («Итоги», 25.12.06).

Во втором разделе второй главы «*Мир информации*» говорится о том, что тема праздника разрабатывается и на основе другого типа языковых значений – фактообразующая семантика и прежде всего она выражена такой речевой формой, как *констатация факта*:

В России началась продажа серебряных и золотых монет с изображением символа наступающего Нового года по восточному календарю - Крысы, олицетворяющей богатство, благополучие и достаток. Монеты пригодятся не только в качестве хорошего подарка к Новому году, но и как средство инвестиций («Известия», 12.12.07).

Не менее распространённой формой, чем констатация факта, является *развёрнутое информационное сообщение*:

В наступающие новогодние праздники аниматорские конторы предлагают пригласить Деда Мороза со Снегурочкой за 2,5-5 тысяч рублей. Элитный Дед Мороз - каскадер, взбирающийся в окно 10-го этажа по пожарной лестнице, - будет стоить минимум 15 тысяч рублей (без учета цены аренды пожарной машины и визита Снегурочки, которая попадет в вашу квартиру через дверь). С приближением новогодней ночи цены на волшебников серьезно возрастут: 30 декабря Дед Мороз обслужит ребят в полтора раза дороже, 31 днем - в два. Цена за работу в новогодние вечер и ночь в среднем возрастает в 5 раз. Двухчасовое представление со сменой артистов со сказочными героями и файер-шоу в среднем будет стоить около 100 тысяч рублей («Известия», 26.11.07).

В третьем разделе второй главы «*Изобразительный компонент текстов*» говорится о том, что в газетах предметная семантика используется нечасто, так как её специфика направлена, по большей мере, на изображение событий и фактов. Изображение мира, его восприятие касается внутреннего мира человека, которому журналистами общественно-политических изданий внимания не уделяется. В светском научно-популярном журнале «Наука и религия» авторы

публикаций иногда используют речевые формы, описывающие *комплексное восприятие мира* (мир запахов, мир осязаемый и мир видимый), для большего воздействия на читателя, для глубокого погружения читателя в праздничную атмосферу, например:

Какой Новый год и Рождество без запаха смолистой хвои, без пушистых колючих зеленых веток? Их в эти дни [деревья] украшают свечами, бусами, золотыми орехами и разноцветными шарами («Наука и религия», №1, 2009).

В разделе 2.4. «Речевые формы волеизъявления» автор делает вывод о том, что авторы рассмотренных газетных материалов, освещающих празднование *Нового года* и *Рождества*, ни к чему читателей не призывают, они просто дают рекомендации, как поступить, чтобы как можно лучше встретить праздник. Кроме того, отмечается, что речевые формы волеизъявления, применительно к освещению темы «праздники *Новый год* и *Рождество*» – очень редкие формы. В чистом виде речевые формы волеизъявления встретить практически невозможно, так как их применение в большей степени характерно для практики речевого общения в быту, в повседневной жизни, нежели для речевой практики средств массовой информации, освещающих праздничные события. Зачастую формы волеизъявления сочетаются с другими речевыми формами. Например, *рекомендация* может являться частью описания положения дел и сочетаться с изобразительным повествованием:

Покровитель наступающего года Земляная Крыса - животное прожорливое и консервативное. И новогодний стол должен быть под стать ее вкусам - обильным и традиционным. Брокколи в устричном соусе грызун не оценит. А потому встречайте животное привычным "советско-бабушкиным" новогодним меню, рецепты которого хранятся у большинства из нас в подкорке головного мозга. И не жалейте сыра и орехов («Известия», 14.12.07).

В разделе 2.5. «Речевая форма “поздравление”» автор отмечает, что в исследовании под словом *поздравление* понимается и первичный речевой жанр (поздравление как композиционно-речевая форма), и вторичный жанр (поздравление как целый текст). Анализ показал, что речевая форма *поздравление* на страницах светских СМИ в анализируемый – праздничный – период получила очень широкое распространение. Можно выделить стандартные и оригинальные поздравления, а также поздравления, вплетённые в другие речевые жанры – в

интервью, рекламу и др. Речевая форма *поздравление* занимает сильные позиции конца, то есть сама непосредственно поздравительная фраза ставится в заключительную часть текста:

"Коммерсантъ" поздравляет всех читателей и рекламодателей с наступающим Новым годом и предстоящим Рождеством. Счастья вам, здоровья и успехов во всех ваших начинаниях. Меняйте все, что считаете нужным изменить! («Коммерсантъ», 28.12.11).

Проанализировав материалы светских СМИ, автор приходит к выводу о том, что самыми распространёнными речевыми формами, освещающими празднование *Нового года* и *Рождества*, являются речевые формы, которые представляют в тексте мир событий и мир информации, так как журналистика – это мир событий и информации, а праздник – это всегда событие, сопровождающееся разного рода информацией. Широкое распространение описания положения дел в рассматриваемых автором материалах объясняется тем, что оно имеет отвлечённый характер и формирует у читателя представление о состоянии дел в определённый момент его жизни. Широкое распространение речевых форм, отражающих мир информации, а именно – формы констатация факта, объясняется тем, что газетные публикации зачастую направлены на сообщение информации в чистом виде, лишённой эмоций, авторской оценки, комментария. Лексика с предметным значением мало характерна для светской прессы, так как светские газеты и журналы отображают в основном мир информации, событий и направлены на освещение тем политики и экономики. Малое распространение речевых форм, отражающих волеизъявление, которые направлены на пропаганду каких-либо идей, объясняется тем, что авторы анализируемых нами публикаций ни к чему читателей не призывают, они просто дают советы, как поступить, чтобы как можно лучше встретить праздник. Выявленной форме *поздравление* характерно широкое распространение, что объясняется тематической, праздничной, спецификой данной речевой формы.

**Третья глава** диссертационного исследования «**Речевая разработка темы “Новый год и Рождество” в религиозной печати**» посвящена анализу религиозной прессы.

В разделе 3.1. «*Мир событий*» автором выявлено, что религиозная печать прежде всего дает представление о традициях празднования *Рождества* в России и за рубежом. При этом используются разнообразные речевые формы и разнообразные содержательные компоненты. Например, *описание положения дел в стране*, в данном случае – в Америке. Здесь мы видим явный протест автора публикации в адрес западных традиций празднования *Рождества*, автор указывает на коммерциализацию нашего века, призывает читателей не поддаваться западным веяниям и хранить православные традиции русского общества:

Еще одна предрождественская болезнь западного общества — превращение воспоминания о Рождестве Христовом в сезон распродаж. Христианский праздник превратился в праздник потребительства. С предыдущим недугом связана также тенденция подменять рождественские символы совершенно далекими от Рождества персонажами, самый известный из которых — Санта Клаус, не имеющий уже ничего общего с христианским святым Николаем Чудотворцем и большей частью ассоциирующийся с рекламным агентом Кока-Колы («Фома», 01.12.08).

Помимо описания дел в стране, на страницах религиозных СМИ распространена речевая форма *описания положения дел в городе*, например, описание положения дел в городе Санкт-Петербурге, в котором отражена бытовая сторона празднования Рождества:

Этот праздник проводят в три захода: зал на 600 мест не вмещает всех желающих. Готовиться к нему все пятьсот с лишним участников начинают еще в июне. Ведь на праздник приходят около 2000 зрителей, и все получают подарки, за два дня выпивают 400 литров морса и съедают 20 килограммов печенья и сухариков... Так приход Свято-Иоанновского женского монастыря в Санкт-Петербурге уже двенадцатый раз праздновал Рождество Христово («Фома», 01.01.08).

Кроме того, автор отмечает, что в преддверии праздников *Новый год* и *Рождество* можно встретить множество материалов, в которых отражена *жизнь семьи*, например:

И вот, доставленный под конвоем отца, озирающийся профессор входит в нашу комнату в коммуналке с дымящей печкой, видит плачущую маму и разметавшуюся в жару маленькую девочку с температурой 41,1°. Что он может сделать? Что ему посоветовать, когда лекарств почти нет, покупать фрукты зимой бюджет нашей семьи не позволяет, а витамины обычно набираются из варенья и квашеной капусты («Фома», 01.01.08).

Автор также отмечает то, что очень часто в православных изданиях используется речевая форма описания *жизни отдельного человека*:

Укрепляемый молитвой и поддержкой епископата, клира и многочисленной паствы, с упованием на волю Божию принял я выпавший мне жребий патриаршего служения. Совершая богослужения в Москве, в ряде российских епархий, а также на Украине, в Белоруссии и Азербайджане, я имел радость молитвенного общения с нашим благочестивым православным народом, с молодыми и пожилыми, с людьми среднего возраста и с детьми («Русский дом», 10.01.10).

Событийное повествование чаще всего представлено *историей жизни*, например:

Мне было тогда восемнадцать лет, а ему, может быть, с чем-нибудь за двадцать. Поведения Тимоша был самого непостыдного. За что он прибыл по суду за поселение – об этом по нашему положению, щадя человека, не спрашивают, но слышно было, что его дядя обидел. Опекуном был в его сиротство да и растратил, или взял, почти всё наследство. А Тимофей Осипов за то время был по молодым годам нетерпеливый, вышла у них с дядей ссора, и ударил он дядю оружием. По милосердию Создателя, грех сего безумия не до конца совершился – Тимофей только ранил дядю в руку насквозь» («Славянка», №6, 2010).

Кроме того, событийное повествование может быть представлено *случаем*:

На следующий день святой Роман пришел в храм к всеобщей под Рождество Христово. Он настоял, чтобы ему разрешили снова спеть на амвоне, и на этот раз так прекрасно спел составленный им гимн “Дева днесь”, что вызвало всеобщий восторг. Император и патриарх благодарили святого Романа, а люди назвали его Сладкопевцем. С тех пор святой Роман украшал богослужения своим дивным пением и вдохновенными молитвами («Спас», 16.01.06).

Автором отмечено, что большинство текстов, выраженных *практическим рассуждением*, показывает читателям, что православный человек должен направлять все свои действия на сохранение семьи, указывает на возвращение нравственных ценностей:

Пропаганда «нового мышления» осуществляется на мощной коммерческой основе и приобретает всё более глобальный агрессивный характер. Первыми врагами свободного человека нового века оказываются «фундаменталисты», т.е. защитники сохранения семьи и традиционной нравственности. Скоро мы все увидим, в какие формы выльется эта война. И сегодня как никогда должно быть понятно: быть христианином — это стать человеком, который преодолевает то, что ему хочется, и делает то, что хочется Христу. Да не лицемерной будет наша молитва об исполнении воли Божией в нашей жизни! Убиение Вифлеемских младенцев — страшный пример того, что могут сделать люди, желающие избавиться от одного мешающего им человека. Если этот человек возникает на их пути, если он особенно сильно задевает их честолюбивые замыслы, у них одно желание: чтобы этого человека не было. Его надо каким-то образом устранить. И тогда могут происходить самые страшные вещи. Для

достижения этого попутно, на всякий случай, может устраняться любое количество людей («Русский дом», 13.12.08).

Автор делает вывод о том, что религиозная пресса акцентирует внимание на семейных традициях и личностных ценностях, на ответственности человека за свои моральные поступки. В материалах религиозной прессы речевые формы, отражающие в тексте мир событий, получили широкое распространение, как и в материалах светской прессы, так как освещать мир событий – это одна из основных целей СМИ. Такие речевые формы, как описание положения дел, событийное повествование и практическое рассуждение находят полное отражение на страницах религиозных изданий. Праздник *Рождество* предстаёт перед читателями как радостное, волшебное событие в жизни какого-то конкретного человека, в определённой семье.

Во втором разделе третьей главы «*Мир информации*» автор делает вывод о том, что самой распространённой формой, представляющей в материалах религиозной прессы мир информации, является **констатация факта**. Автор отмечает, что в журнальной православной периодике речевые формы, представляющие мир информации, имеют единичный характер. Такие формы более характерны для светских газетных текстов, так как лишены авторского начала.

Речевая форма констатация факта может быть представлена анонсом рубрики журнала:

В рождественской коллекции детской серии «Настя и Никита» есть две изданные сказки — «Ангел» (автор — Елена Калинин, 2010 год) и «Варежка» (автор — Александр Ткаченко, 2011 год). Полистать их от начала до конца и насладиться текстом и прекрасными иллюстрациями Наталии Кондратовой можно на сайте серии в разделе «Книги» («Фома», 11.01.11).

В разделе 3.3. «*Изобразительный компонент текстов*» автор акцентирует внимание на том, что лексика с предметным значением является неотъемлемой частью православной периодики, так как авторам публикаций важно, чтобы читатели представили себя в храме или монастыре, представили, как выглядит зимний пейзаж того или иного святого места. В отличие от газетной периодики, в журнальных материалах православного содержания часто встречаются речевые

формы, представляющие в текстах чувственно воспринимаемый мир. Например, **предметное описание** природы может сочетаться с рассуждением:

Для того, чтобы Рождество запомнилось детям, надо непременно везти их в Оптину пустынь. Там зимой удивительно красиво. Сосны от снега стоят сутулые, будто в каком-то сиянии. И так тихо, что даже слышно, как снег падает. А когда вечером со службы из храма выйдешь, то огоньки Козельска горят, как свечи. Видно далеко-далеко. И кажется, что вся эта благодатная земля – огромный храм. Сама Оптина – алтарь, а её церкви – иконы. И всё по-праздничному убелено снегом. Мне кажется, что в раю обязательно должен быть снег, если он такой, как в Оптиной под Рождество («Фома», 01.01.08).

Автор отмечает на страницах религиозных СМИ предметного описания в чистом виде:

Чего только не было в Наташиной коллекции: колокольчики из тончайшего стекла, прозрачные сосульки, человечки всех возрастов и профессий, от неуклюжих ватных колхозников до изящнейших снегурочек, ракеты и автомобили, зайчики и снегири, хрустальные ангелочки и, конечно, шары, покрытые самыми удивительными узорами, переливающиеся самыми разными цветами в полумраке комнаты («Фома», 30.01.11).

Одним из самых широко распространённых описаний в материалах, посвящённых празднованию *Нового года* и *Рождества*, является описание праздничной ёлки, например:

Например, возьмите ель – рождественское дерево, – почему оно украшает сейчас наши храмы? Дерево издревле – символ жизни. Мало кто знает, почему в домах на ёлку вешают конфеты, шары, колокольчики – это память о райском древе, полном даров. Дерево обозначает рай. Поставить рождественское дерево в храме и в доме – напомнить о рождении первого Адама. И Второго Адама, открывающего путь жизни. Сияющие гирлянды, фонарики, свечи на ёлках – символ Божественного света. Христос скажет о Себе: «Я есть свет». А вечнозелёный цвет ели – страж надежды» («Русский дом», 25.11.08).

Четвёртый раздел третьей главы посвящён анализу *речевых форм волеизъявления*. Анализ показал, что в религиозных журналах тексты, представленные в форме волеизъявления, носят единичный характер. Если это **рекомендация** (например, как правильно соблюдать пост и т.п.), то она обличена в формы либо предметной, либо событийной семантики:

Несмотря на то, что Русская Православная Церковь встречает начало года с 13 на 14 сентября, отмечать светский Новый год с 31 декабря на 1 января не возбраняется. Можно отметить праздник в семейном кругу за постным столом, вспомнить все хорошее, доброе, что было сделано в прошедшем году, поделиться планами на будущее («Спас», 30.12.07).

Мягкая форма подачи рекомендации в целом характерна для православной прессы. Читателю всегда предлагается выбор, но решение принимает сам читатель: вести греховный образ жизни или праведный.

Малая распространённость речевых форм, отражающих волеизъявление, объясняется тем, что в целом православная пресса не назидательна, она порой может давать советы, но не навязывает читателю никакого мнения. Православная пресса может косвенно призывать или побуждать к каким-то действиям, но прямое использование речевых форм волеизъявления практически не характерно для этого типа прессы.

В разделе 3.5. рассматривается «Речевая форма “поздравление”».

Во-первых, рассматриваются целые тексты, представляющие собой речевые жанры *поздравления*, например поздравление с *Рождеством Христовым* иеромонаха Антония (Хржановского):

Дорогие жители Североморска, братья и сестры! Сердечно хочу поздравить Вас с великим праздником Рождества Христова! Более двух тысяч лет прошло с той святой ночи, когда земля впервые огласилась ангельским песнопением: «Слава в вышних Богу, и на земле мир, в человеках благоволение!». Тогда в наш, погруженный во мрак греховности мир пришел Спаситель... Пусть кроткий младенческий взгляд Христов из убогих яслей пробудит в наших сердцах любовь, растопит лед наших душ, сделает нас добрее, чище. В праздник Рождества молитвенно желаю вам мира, доброго здравия, милосердия, веры и верности, любви и счастья в ваших семьях!

С любовью о Христе родившемся, настоятель храма св. архистратига Михаила пос. Росляково иеромонах Антоний (Хржановский) («Спас», 30.12.06).

Во-вторых, рассматриваются *поздравительные* речевые формы, являющиеся составной частью целого жанра, например, беседы:

К сожалению ли или к счастью — он отличается мало. По интонации более тихий, спокойный номер. Ну, думаю, это к праздникам, к тому, что нам надо всем отдохнуть, утешиться, подготовиться к Рождеству Христову — к одной из главных двух ночей каждого нашего года. Такой тихий, лиричный номер журнала — надеюсь, что он будет хорошим поздравлением с наступающим Праздником. С которым и я поздравляю всех. И зову дальше быть с нами» («Фома», 04.01.11).

Автор отмечает, что в религиозных изданиях в основном публикуются поздравления священнослужителей. У данной категории поздравлений есть главная отличительная особенность — цитирование текстов Евангелия. Речевая форма *поздравление* на страницах религиозных СМИ в анализируемый нами



период менее распространена, чем в светских изданиях. Это объясняется тем, что в православных изданиях публикуются поздравления только с *Рождеством Христовым*, так как в православии *Новый год* не считается праздником по причине того, что приходится на рождественский пост.

Проанализировав материалы религиозной прессы, автор приходит к следующим выводам. Широкое распространение получили речевые формы, отражающие в тексте мир событий, так как рассказывать о мире событий – это одна из основных целей СМИ. Причём авторы материалов религиозной прессы делают акцент на описании положения дел в семье, в жизни отдельного человека. Речевые формы, отражающие мир информации, на страницах религиозных СМИ не получили широкого распространения, так как цель православных журналов – не только проинформировать человека, но и натолкнуть его на глубокие размышления, приобщить к православной культуре. Материалы с речевыми формами, отражающими чувственно воспринимаемый мир, гораздо более распространены на страницах религиозных изданий, нежели светских. Это объясняется спецификой религиозной прессы – просветить, подвести человека к душевному очищению, то есть прикоснуться к чувствам человека. Православная пресса в целом не назидательна, она порой может давать советы, но не навязывает читателю никакого мнения, чем объясняется малая распространённость речевых форм, отражающих волеизъявление. Широкое распространение речевой формы *поздравление* на страницах религиозных СМИ обусловлено тематикой анализируемых публикаций; в религиозных СМИ поздравления зачастую вплетены в жанры беседы и интервью.

**В заключении** формулируются основные выводы, полученные в результате проведённого исследования.

**Основные положения диссертации  
отражены в следующих публикациях автора**

**Статьи в ведущих рецензируемых научных изданиях:**

1. Глевкая (Хохлина) Н.В. Праздники *Рождество* и *Новый год* в средствах массовой информации: речевая разработка темы // Мир русского слова. 2013. № 3. С. 52-57.
2. Глевкая (Хохлина) Н.В. Слова *ель* и *ёлка* в текстах о Новом годе и Рождестве: функционально-семантический аспект // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2014. Выпуск 4(28). С. 92-98.
3. Глевкая (Хохлина) Н.В. Праздник как коммуникативное событие (на примере празднования Нового года и Рождества) // Научные ведомости БелГУ. Гуманитарные науки. 2015. № 12(209). Выпуск 26. С. 84-92.

**Другие научные публикации автора**

1. Глевкая (Хохлина) Н.В. Отражение функциональных типов речи в материалах газеты «Известия», посвящённых празднованию Нового года и Рождества // Ежегодник МГИ – 2012: сб. науч. тр. НОУ ВПО «Мурманский гуманитарный институт». Мурманск: НОУ ВПО МГИ. 2013. С. 5-15.
2. Глевкая (Хохлина) Н.В. Отражение функциональных типов речи в материалах журнала «Фома», посвящённых празднованию Нового года и Рождества // Ежегодник МГИ – 2011: сб. науч. тр. НОУ ВПО «Мурманский гуманитарный институт». Мурманск: НОУ ВПО МГИ. 2012. С. 5-11.
3. Глевкая (Хохлина) Н.В. Праздники Рождество и Новый год на страницах СМИ (речевая разработка темы) // Ежегодник МГИ – 2010: сб. науч. тр. НОУ ВПО «Мурманский гуманитарный институт». Мурманск: НОУ ВПО МГИ. 2011. С. 51-56.
4. Глевкая (Хохлина) Н.В. Предметная семантика в материалах прессы, посвящённых празднованию Нового года и Рождества // Ежегодник МИБО – 2013: сб. науч. тр. НОУ ВПО «Международный институт бизнес-образования». Мурманск: НОУ ВПО МИБО. 2014. С. 41-47.
5. Глевкая (Хохлина) Н.В. Речевая разработка коммуникативной ситуации «праздник» // Ежегодник МИБО – 2013: сб. науч. тр. НОУ ВПО «Международный институт бизнес-образования». Мурманск: НОУ ВПО МИБО. 2014. С. 47-54.