

**ОТЗЫВ**  
**официального оппонента о диссертации**  
**Надежды Владимировны ХОХЛИНОЙ**  
**на тему «Речевая разработка социально значимого события в СМИ**  
**(праздники *Новый год* и *Рождество* в материалах**  
**светской и религиозной прессы)», представленной к защите на**  
**соискание ученой степени кандидата филологических наук по**  
**специальности 10.01.10 – журналистика**

Диссертация Н.В. Хохлиной «Речевая разработка социально значимого события в СМИ (праздники *Новый год* и *Рождество* в материалах светской и религиозной прессы)», представленная на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика, выглядит **новым комплексным исследованием**.

Новизна диссертации определяется не только ее материалом (впервые проанализирован массив современных медиатекстов о *Новом году* и *Рождестве* как текстов определённой идеологической направленности), но и предлагаемым соискателем понятием «речевая разработка содержания текста». Вводя в оборот медиалингвистики данное понятие, автор диссертации соотносит его с такими базовыми категориями стилистики текста и семантики, как речевая форма и типы языковых значений. Для его описания в диссертации используются также понятия коммуникативная цель, набор речевых форм, порядок их следования в текстах различных жанров, характер отношений с читателем, степень выраженности авторского «я».

Тема данного диссертационного исследования представляется безусловно **актуальной, соответствующей паспорту специальности и профилю диссертационного совета** как минимум по двум основаниям. Во-первых, предпринятый анализ текстов позволил определить специфику современного медиадискурса праздника (его жанровые, стилистические, содержательные доминанты и стратегии). Во-вторых, авторские выводы лингвокультурологического плана, несомненно, представляют интерес для

сегодняшней журналистской практики, так как позволяют сориентироваться на выработку оптимальных моделей создания востребованных досуговых медиатекстов. Кроме того выбранные диссертантом праздники имеют устойчивые традиции и являются весьма значимыми для социума.

Логично в соотношении с материалом автор диссертации обозначила проблему исследования: выявление и описание закономерностей речевой разработки социально значимого события в СМИ (праздник).

**Практическая значимость** исследования Н.В. Хохлиной связана с возможностью использования его результатов в теоретических курсах по функциональной стилистике, литературному редактированию, поэтике журналистского текста на факультетах журналистики и в медиапрактике.

Диссертация Н.В. Хохлиной состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы (238 наименований).

В первой главе «**Праздник как событие и его речевая разработка в СМИ**» автор делает обзор различных подходов к изучению праздника как исторического явления, рассматривает речевую составляющую праздников *Новый год* и *Рождество*. Н.В. Хохлина изучает праздник как явление в речевой практике СМИ в следующих аспектах: исторический, социальный, коммуникативный. С помощью обзора примеров автор демонстрирует, как много внимания уделяется в СМИ истории праздников и различных традиций их проведения. Праздник в диссертации расценивается как значимое событие, происходящее в жизни общества в досуговой сфере, как событие, имеющее особый статус. Исследование презентации социальной составляющей праздников дает право автору определить их социальный статус в обществе как высокий, включающий различные элементы культуры и социальной интеграции. Коммуникативный аспект праздника связывается автором с речевыми действиями, такими как Рождественская служба, гадание, молитва, поздравление.

Бесспорной удачей Н.В. Хохлиной является рассмотрение участников праздника с точки зрения их коммуникативного статуса. Различные

коммуникативные статусы участников тех или иных событий могли бы стать предметом самостоятельного медиаисследования.

Во втором разделе первой главы автор уделяет внимание тематической и жанровой составляющей текстов.

Вторая глава «Речевая разработка темы «праздники *Новый год* и *Рождество*» в светской печати» носит эмпирический характер и предлагает такую классификацию речевых форм публикаций, объединенных темой праздников: описание положения дел в городе, комментарий, практическое рассуждение, констатация факта, развернутое информационное сообщение. Данные речевые формы рассмотрены применительно к различным изданиям светской печати. Глава построена на результатах анализа публикаций в газетах «Известия» и «Коммерсант», в журналах «Итоги» и «Наука и религия». Широкое распространение речевых форм, отражающих мир информации, а именно – формы констатация факта, объясняется тем, что именно в данном типе прессы, как отмечает автор, публикации зачастую направлены на сообщение информации в чистом виде, лишённой эмоций, авторской оценки, комментария.

Третья глава диссертационного исследования «Речевая разработка темы “*Новый год* и *Рождество*” в религиозной печати» посвящена анализу религиозной прессы. В ней анализируются публикации, посвящённые празднованию *Нового года* и *Рождества*, журналов «Фома», «Славянка», «Русский дом» и мурманской газеты «Спас». Автор предъявляет разнообразные речевые формы «Мира событий» и «Мира информации», характерные для указанных изданий, справедливо замечая, что для православной журнальной периодики мало характерны речевые формы, представляющие в тексте мир информации. Такие формы более характерны для светских газетных текстов, так как лишены авторского начала (с.120). В третьей главе автор рассматривает также изобразительный компонент текстов и речевые формы «вопеизъявление» и «поздравление».

По наблюдениям автора, на страницах религиозных изданий чаще всего находят отражение такие речевые формы, как описание положения дел, событийное повествование и практическое рассуждение.

Н.В. Хохлина демонстрирует склонность к тщательному анализу медиатекстов, методы и способы интерпретации которых представляются вполне оправданными.

Выполненная диссиденткой работа, несомненно, заслуживает положительной оценки, однако представляется необходимым уточнить некоторые аспекты, связанные, вероятно, с эмпирической базой исследования и очевидной увлеченностью автора объектом своего исследования.

1. Описывая праздники как коммуникативное событие и СМИ как среду коммуникации в первой главе, автор диссертации демонстрирует излишне идеалистическую ситуацию, отмечая, например, что *информация о праздниках является рекреативной и, как правило, поднимает настроение, настраивает читателей на отдых, сообщает об интересных традициях* (с.43). Вместе с тем, любой запрос в поиске на сайте ведущих СМИ со словами *праздник, Новый год* выдает огромное число публикаций об опасных и даже трагических последствиях празднований и огромных социальных проблемах, связанных с предстоящими праздниками (работа транспорта, травматологических служб и служб скорой помощи). Характерными являются, например, заголовки *Осторожно — Новый год! Как будет обеспечиваться пожарная безопасность в Москве в новогодние праздники* (МК, 2016, 23 дек) и подобные. Поэтому закономерен вопрос, релевантно ли отражает речевую разработку темы в медиа сделанная автором диссертации выборка?

2. На наш взгляд, Н.В. Хохлина необоснованно расширяет границы досуговой журналистики, включая туда, в частности, большую часть материалов, опубликованных в религиозной печати (с.49). Следуя логике диссидентта, всю журналистику необходимо считать досуговой, раз адресаты

(разве что за исключением медиаисследователей и профессиональных журналистов) обращаются к ней на досуге. Однако такого рода любительские соображения не должны подменять типологию и строгие научные основания теории журналистики.

3. Подразделяя речевые формы, созданные на основе предметной семантики на *предметное описание и изобразительное повествование*, (с.89-90), автор не достаточно четко объясняет, в чем конкретно состоит различие медиатекстов данных форм? А приведенные в качестве иллюстрации примеры, на наш взгляд, в этом смысле малоинформативны.

Высказанные замечания и заданные вопросы не являются принципиальными и не влияют на общую положительную оценку диссертации, они очерчивают лишь часть сложных дискуссионных проблем, которые неизбежно встают перед тем исследователем, который отважился фиксировать и исследовать самые новые процессы и явления, происходящие буквально на наших глазах.

В целом диссертационное исследование Н. В. Хохлиной характеризует оригинальный подход к изучению медиатекстов, использование обширного эмпирического материала (более 500 текстов); оно обладает теоретической значимостью и прошло необходимую апробацию в течение ряда лет в докладах на научных конференциях.

Автореферат и публикации отражают содержание работы с достаточной полнотой.

Диссертационная работа «Речевая разработка социально значимого события в СМИ (праздники *Новый год* и *Рождество* в материалах светской и религиозной прессы)» по актуальности, новизне, теоретической и практической значимости в полной мере соответствует требованиям п. 9-14 «Положения о порядке присуждения ученых степеней» в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 21 апреля 2016 г. № 335, а её автор Надежда Владимировна Хохлина заслуживает присуждения

ченой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Официальный оппонент –

Каминская Татьяна Леонидовна

Сведения об оппоненте:

доктор филологических наук

(специальность 10.01.10 – журналистика), звание: доцент

Должность: заведующая кафедрой журналистики

Новгородского государственного университета

им. Ярослава Мудрого

173003, Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, д. 41

телефон: +78162627244

факс: +7 8162 62-41-10

Адрес личной электронной почты: [tlkam1@mail.ru](mailto:tlkam1@mail.ru)

Подпись и данные  
*Каминская Т.Л.*

ЗАВЕРЯЮ

Начальник отдела аспирантуры и  
послевузовской подготовки НовГУ

имени Ярослава Мудрого

*Макеевон*

*«13» сентябрь*

