

ОТЗЫВ
официального оппонента о диссертации
Мркаич Милены Божидаровны
«Репрезентация эмотивных комплексов в русском языке
(на материале телевизионных ток-шоу)»,
представленной на соискание ученой степени кандидата филологических
наук по специальности 5.9.5 – Русский язык. Языки народов России
(Москва, Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина,
2023 г.)

Исследование антропоориентированных категорий естественного языка и функционирования их средств в различных коммуникативных сферах и ситуациях приобретает все большую значимость для современной лингвистической науки. Данной проблеме посвящена диссертационная работа Мркаич Милены Божидаровны.

Актуальность избранной автором проблематики связана не только с неослабевающим вниманием ученых к антропоцентрической природе языка, но и с необходимостью комплексного описания такого продуктивного и неоднозначно трактуемого явления, как категория эмотивности, средства и единицы которой характерны как для живой разговорной речи, художественной литературы, так и для современных медийного контента, различных жанров визуальных, аудиальных, аудиовизуальных, мультимедийных и иных средств массовой коммуникации.

Вышеназванная проблематика представляется значимой в контексте того внимания к функциональной, психолингвистической и лингвокультурной стороне эмотивных языковых единиц, которое наблюдается в науке в течение ряда последних десятилетий, и определяет **научную новизну** исследования. Новизна проявляется в комплексном подходе к анализу рассматриваемого явления, в выявлении способов репрезентации и механизма формирования эмоциональной семантики.

В диссертации Мркаич Милены Божидаровны ставится цель установить особенности «лингвистической репрезентации эмотивных комплексов в коммуникативном поведении участников российских телевизионных ток-шоу и выявлении их основных типов» (с.6). Для ее реализации формулируется ряд задач и положений, выносимых на защиту, в числе которых требуется «определить лингвистическую природу и понятие эмотивных комплексов, а также их значимость при описании и выявлении эмоционального содержания речи в телевизионном ток-шоу; выявить разновидности эмотивных комплексов, характерных для русскоязычных телевизионных ток-шоу, по параметру типов входящих в них эмотивных знаков; провести типологию эмотивных комплексов в ток-шоу по параметру единства содержания входящих в их состав эмотивов; охарактеризовать ситуации использования противоречивых по содержанию эмотивов, входящих в эмотивные комплексы, с точки зрения коммуникативной цели» (с.7) и т.д.

Судя по содержанию диссертации, непосредственное решение поставленных задач осуществлено, преимущественно, в третьей главе диссертационного исследования, но для обоснования и реализации своих исследовательских установок соискателю потребовалось осмыслить и изложить немалое количество базовых теоретических положений о природе и языке человеческих эмоций, что было сделано в первых двух главах исследования. Такое композиционное решение в целом представляется оправданным, в нем удалось соблюсти оптимальное соотношение теоретического и практического материала.

Первая глава традиционно для подобного рода работ отведена для освещения теоретических оснований исследования и посвящена проблеме языковой репрезентации эмоциональных ситуаций. Анализируется и систематизируется значительное количество работ отечественных и зарубежных ученых по заявленной проблематике (В.В. Виноградов, Ю.Д. Апресян, В. Г. Гак, В.И. Шаховский, Г.Е. Крейдлин, Л.Г. Бабенко и др.) Привлечение широкого круга исследований в этой области свидетельствует о хорошей научной

осведомленности автора настоящей диссертации, что позволило последнему сформировать необходимый понятийный аппарат и очертить проблемное поле исследования.

В работе большое внимание уделяется понятию эмоциональной ситуации, которая трактуется как «ситуация реальности, которая связана с эмоциональной пропозицией отношением референции» [Романов 2004, 48], причем под референцией понимается соотнесение и соотнесенность языковых выражений с внеязыковыми объектами и ситуациями, а под эмоциональной пропозицией – «объективная семантическая константа высказывания, которая связана с объективными фактами и ситуациями» [Ярцева 1990, 401]. Значимым для концептуального решения исследования представляется использование в качестве классификационной основы системы базовых эмоций, разработанной известным психологом К.Э. Изардом, включающей в себя такие группы, как эмоции *радости, удивления, стыда, гнева, печали, смущения* и др. (всего 12.) Именно с опорой на эти группы и формируются сценарии типовых эмоциональных ситуаций, выступающих в качестве объекта исследования.

С учетом специфики жанра ток-шоу автор описывает сценическое представление эмоций (с. 43), «эмоциональная мимикрия», имитацию эмоциональных переживаний (с. 45), наиболее распространенные инструменты сокрытия эмоции в рамках человеческой коммуникации (улыбка). Для декодирования изображенной, а не искренней эмоции рассматриваются разного рода асимметрии вербальных и невербальных компонентов выраженной эмоции, рассогласования между мимикой верхней и нижней части лица, между выражением лица и жестикულიцией, между мимикой и тоном коммуникации и др. Автор приходит к выводу, что при подготовке к изображению эмоции актер или иное лицо формирует когнитивную схему эмоциональной ситуации, а затем реализует ее с использованием исходных данных и собственного эмоционального опыта. Такая многослойность также является принципиальным отличием естественной эмоции от изображенной, констатирует автор.

Во 2-й главе рассматриваются представление эмотивного кода средствами русского языка, различные способы вербального и невербального представления эмоций. При описании вербальных способов выражения эмоций такими особыми единицами, как эмотивы, соискатель опирается на их понимание, предложенное В.И. Шаховским, что позволяет ему представить непротиворечивую классификацию эмотивов разноуровневого характера (см. раздел 2.1.1) и способов вербального представления эмоций в виде таких категориальных разновидностей, как номинация, дескрипция, экспрессия [Шаховский 1987, 77]. Данная концепция (раздел 2.1.4) и была успешно использована в дальнейшем при решении задач, поставленных в работе.

Вслед за Л.Г. Бабенко соискатель разграничивает лексику эмоций и эмоциональную лексику (с. 69). Лексика эмоций ориентирована на объективацию эмоций в языке, их инвентаризацию. Она включает в себя слова, предметно-логическое, номинативное значение которых составляют представления об эмоциях. К эмоциональной лексике относятся эмоционально окрашенные слова и выражения, посредством которых субъект осуществляет репрезентацию собственных эмоций. Совокупность обозначаемых ими средств именуется эмоциональной лексикой. На примерах в разделе 2.1.2 автор показывает, как можно выявить эти группы в речи участников ток-шоу.

Проанализировав средства языковой репрезентации эмоций, соискатель заключает, что «варианты сочетания указанных способов выражения эмоции при помощи разноуровневых средств репрезентации эмоций говорящего определяются как вербальные эмотивные комплексы, включающие в себя эмотивные знаки языка и сочетание различных способов вербальной репрезентации (номинации, дескрипции, экспрессии) эмоций. Их использование в совокупности позволяет выражать сложные внутренние переживания и коммуникативные цели участников эмоциональных ситуаций» (с.81). Таким образом, в современном русском языке существует практика использования сочетаний вербальных способов передачи эмоциональной информации,

объединяющих в различные комбинации инструментарий названия (номинации), описания (дескрипции) и выражения (экспрессии) эмоций (с.102).

Основным содержанием 3-й главы выступают способы комплексного выражения эмоций в коммуникативных ситуациях телевизионных ток-шоу. Заявляя в качестве доминирующей особенности современных телешоу эмоциональность, автор с этой точки зрения анализирует 150 выпусков ток-шоу за период с 2017 по 2020 годы, в которых выделяется около 1100 эмотивных комплексов (с.108). По данным соискателя в этих комплексах представлен весь спектр базовых эмоций (По К. Изарду), причем эмоции негативного плана преобладают по отношению к эмоциям позитивного плана в соотношении 73% к 27%. Проанализированная коммуникативно-речевая специфика ток-шоу проявляется в актуализации разноуровневых средств русского языка, в привлечении соответствующих ситуации вербальных и невербальных способов репрезентации эмоций, зачастую гипертрофированных различные варианты которых образуют эмотивные комплексы (с. 115). Автор правомерно отмечает, что в таких комплексах наблюдается сочетание разноуровневых языковых средств, например, эмотивов фонетического и синтаксического уровней, лексического и словообразовательного, лексического и фонетического и др. при выражении таких эмоций, как радость, восхищение, презрение, возмущение (примеры с иллюстрациями на с. 116-123), причем более типичным для их выражения является использование единиц двух уровней языка, реже одного или трех. Естественно, что все эти средства сопровождаются разнообразными вербальными сигналами, среди которых М.Б. Мркаич выделяет изменение высоты тона и силы голоса, интонирование, эмфазу (с. 130). При рассмотрении способов вербализации эмоций, выявленных в речи участников ток-шоу, (разд.3.2) автору удалось дифференцировать номинативно-дескриптивный, номинативно-экспрессивный, дескриптивно-экспрессивный и номинативно-дескриптивно-экспрессивный способы репрезентации эмоций. Все они являются синкретичными, что свидетельствует о совмещенном, комплексном характере репрезентации эмоций в русском языке и прежде всего в разговорной

речи. Такой же комплексный, синкретичный характер имеет невербальное и вербально-авербальное выражение эмоций (см. разд.3.3., 3.4). Нельзя не отметить, что все эти наблюдения и выводы Мркаич М.Б. зиждутся на весьма обширном иллюстративном материале, каждая из анализируемых эмоциональных ситуаций визуализирована и представлена на страницах работы.

Выявленные и проанализированные эмотивные комплексы и используемые в них вербальные и невербальные показатели и характеристики эмоций позволили соискателю выдвинуть тезис о возможности их применения при выявлении признаков эмоциональной симуляции. В качестве главного критерия имитации он предлагает использовать понятие *несоответствия*, или *асимметрии*, между разными способами репрезентации эмоции внутри эмотивных комплексов (с. 156), например, при асимметрии номинации и дескрипции номинации и экспрессии, а также в составе авербального комплекса, причем наиболее наглядным примером является демонстративное удивление (изумление), которое мы можем довольно часто наблюдать в популярных сегодня ток-шоу. Кроме того, наиболее распространенным являлось несоответствие эмоции, вербально выраженной в виде экспрессии, и мимики героя ток-шоу. Делается вывод о том, что противоречия в выражаемых лингвистических характеристиках эмотивов в составе комплексов могут являться диагностическим признаком ситуации симуляции эмоций.

Выводы, к которым приходит автор, представляются убедительными и достоверными, они подкреплены конкретными статистическими данными, графиками, подтверждающими достоверность результатов исследования. Так, например, говоря на с. 153 об одновременном использовании вербальных и невербальных средств для выражения эмоций, автор установил, что номинации эмоции чаще всего соответствует окулесика (55% случаев), мимика (42% случаев), жестика (20% случаев), для дескрипции эмоции характерны аналогичные невербальные признаки, однако они встречаются более часто, а экспрессия эмоций сопровождается значительно более яркой мимикой, жестикуляцией и кинестетикой (так, глаза и лицо изменяются в 100% случаев).

Изложение в диссертации ведется четко, логически обоснованно и последовательно. Этому в немалой степени способствуют основательные выводы после каждого раздела и подраздела, обеспечивающие связность и целостность излагаемого содержания. Важно отметить, что автору пришлось коррелировать и увязывать информацию из разных научных областей: собственно лингвистики, психологии, психолингвистики, теории коммуникации, паралингвистики, медиалогии и других, а это весьма непростая задача, и соискателю в целом удалось с ней справиться, чему немало способствовал объем изученной научной литературы (216 источников в списке).

Исследование М.Б. Мркаич обладает необходимой **теоретической значимостью**, поскольку вносит определенный вклад в такие области языкознания, как теория коммуникации, медиалингвистика, медиасилистика, теория эмоций и др., а выделение, описание и классификация т. наз. эмотивных комплексов в пределах конкретной коммуникативной сферы естественного языка является несомненным личным достижением автора диссертации. Очевидна и **практическая значимость** исследования, его материалы и результаты могут найти применение в практике вузовского преподавания ряда разделов современного русского языка, стилистики, основ теории коммуникации, в изучении русского языка как иностранного.

Безусловно, работа имеет научную перспективу, связанную не только с более глубоким изучением несогласованных эмотивных комплексов, но и с дифференцированным подходом к репрезентации эмоций участниками ток-шоу как коммуникантами, выполняющими различные функции (ведущий – спикеры – гости – аудитория) и, соответственно, реализующими разные коммуникативные стратегии и тактики.

Переходя к вопросам, замечаниям и пожеланиям, стоит отметить, что они вызваны исключительно интересом оппонента к прочитанной работе и желанием уточнить некоторые ее моменты.

1) В качестве объекта исследования, как пишет соискатель, «в данной работе выступают эмоциональные коммуникативные ситуации, представленные

в программах российских телевизионных ток-шоу» (с. 6). В связи с этим возникает вопрос, разграничивает ли автор диссертации понятия коммуникативной и эмоциональной ситуации, в каком соотношении находятся эти понятия? Напомним, что в работе используется понятие эмоциональной ситуации как совокупности признаков проявления одной простой или сложной эмоции, которые можно выразить вербальными и невербальными знаками (с. 23), и это уже другой подход.

2) Не всегда ясна и очевидна позиция автора в ряде случаев. Так, наблюдаются некоторые противоречия в рассуждениях и решениях автора, например, на с.74 выдвигается следующий тезис: «Комплекс языковых эмоциональных *номинаций* представлен неисчислимым множеством различных лексем, которые являются «именами эмоций»» (со ссылкой на В.И. Шаховского), тогда как выше, на с. 68 автор указывает, что «эмоциональная лексика значительно более обширна, чем лексика эмоций».

3) Обращаясь к эмоциональным концептам, соискатель оставляет за пределами внимания работы Пименовой М.В. («Концепты внутреннего мира: Русско-английские соответствия» (2001) и другие), занимающие важное место в формировании концептуальной картины эмоций. Отсутствуют они и в библиографическом списке.

4) Вызывает сомнение квалификация отдельных примеров. Так, на с. 66 читаем: «Значительно менее диминутивов распространены эмотивные приставки. В их числе – приставка *сверх-*: *сверхинтересный* (выражает повышенный интерес), *супергерой* (восхищение). Также в русском языке используются приставки превосходной степени *-наи-* (*наилучший, наивысший*) и суффиксы превосходной степени *-ейш-* (*умнейший, красивейший, храбрейший*). Этой же цели служат степени сравнения наречий (*ярче, более умный*)». Представляется, что приставки *сверх-*, *наи-* связаны не с эмотивными отношениями, а с градационными, обозначая высшую степень проявления признака, так же, как и суффиксы *-ейш-*, *айш-*, и компаративы.

5) На с. 56 отмечается, что в содержательном плане телевизионное ток-шоу выступает эмоционально опосредованным жанром медиадискурса, который характеризуется специфическим набором эмоций, образов и динамических изображений. Здесь, на наш взгляд, следовало бы добавить: коммуникативных тактик и стратегий, которыми и обусловлены как реальные, так и изображаемые эмоции.

6) В ходе изложения автор диссертации неоднократно подчеркивает, что «наибольшей популярностью у российских телезрителей пользуются зрелищные, скандальные истории. При этом ведущие ток-шоу целенаправленно создают острую, напряженную атмосферу, чтобы вызвать у героев яркий эмоциональный выплеск» (с. 167 и др.). Думается, здесь не так все однозначно, поскольку на телевидении есть и другие программы, и их немало, работающие, так сказать, на позитивное эмоциональное состояние как участников, так и зрителей («Судьба человека», «Линия жизни», «В субботу вечером», «Поле чудес», «Привет, Андрей!» с популярной программой «Песни от всей души» и другие), а от скандалов и негативных эмоций люди стали уже уставать, п очевидно, что это далеко не лучший способ привлечения телеаудитории, тем более что следует учитывать ее возрастную, гендерную, социальную и психологическую специфику.

6) Работа хорошо выверена, однако имеют место отдельные стилистические и смысловые шероховатости, см., например, сс. 61, 71, 137, 154, 166 и нек. др.).

Данные соображения носят частный либо дискуссионный характер и не снижают общего положительного впечатления и высокой оценки проделанной автором диссертации работы.

Результаты исследования позволяют говорить о его научной новизне, теоретической значимости и практической направленности, о чем свидетельствует и его апробация, в частности 6 публикаций общим объемом 2,45 п.л., 3 из которых – в изданиях, рекомендованных ВАК РФ. Исследование получило должную апробацию и в докладах на международных и всероссийских

научных конференциях и конгрессах. Автореферат полностью отражает содержание диссертации.

Всё вышесказанное позволяет заключить, что диссертация «Репрезентация эмотивных комплексов в русском языке (на материале телевизионных ток-шоу)» является научно-квалификационной работой, полностью соответствует паспорту научной специальности и требованиям пп. 9-14 Положения о порядке присуждения ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. No 842 (в ред. от 11.09.2021 г.). Её автор Мркаич Милена Божидаровна заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.5 – Русский язык. Языки народов России.

Против включения персональных данных, заключенных в отзыве, в документы, связанные с защитой указанной диссертации, и их дальнейшей обработки, не возражаю.

Доктор филологических наук, профессор,
Заслуженный работник высшей школы
Российской Федерации, профессор кафедры
русского языка Института филологии
ФГБОУ ВО «Московский педагогический
государственный университет»



Е.В. Алтабаева

27.01.2023 г.

Контактные данные:

Алтабаева Елена Владимировна
доктор филологических наук 10.02.01 – русский язык, профессор,
профессор кафедры русского языка, Институт филологии, ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет», Россия, 119435, г. Москва, ул. Малая Пироговская, 1/1. Официальный сайт в сети "Интернет": [http:// www.mpgu.su/home/](http://www.mpgu.su/home/) e-mail
оппонента: evaltabayeva@mail.ru, тел.: 89050471417.



Сведения об официальном оппоненте
по диссертации Мркаич Милены Божидаровны
«Репрезентация эмотивных комплексов в русском языке
(на материале телевизионных ток-шоу) по специальности
5.9.5 – Русский язык. Языки народов России

Фамилия, Имя, Отчество	Алтабаева Елена Владимировна
Гражданство	Российская Федерация
Ученая степень (с указанием шифра специальности научных работников, по которой защищена диссертация)	доктор филологических наук (10.02.01– Русский язык)
Ученое звание	профессор
<i>Место работы</i>	
Почтовый индекс, адрес, телефон, веб-сайт, электронный адрес организации	119991, г. Москва, ул. Малая Пироговская, д.1, стр.1. Телефон +7(499) 246-85-27; e-mail mail@mpgu.su
Полное наименование организации в соответствии с уставом	федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Московский педагогический государственный университет»
Наименование подразделения	институт филологии МПГУ, кафедра русского языка
Должность	профессор
<i>Публикации по специальности:</i>	
1. Алтабаева Е.В. Стилистические ресурсы рекламного дискурса в реализации коммуникативно-когнитивной функции // Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия. 2022. с. 500-501. URL: http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/20755/76.pdf?sequence=1	
2. Алтабаева Е.В., Выразительные возможности оптативных предложений в пространстве замятинского текста // Лекантовские чтения - 2021. Материалы Международной научной конференции. Отв. редактор Е.Н. Орехова. МГОУ, 2021. С. 235-240. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47913301	
3. Алтабаева Е.В. Стилистические эффекты рекламного дискурса	

// Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия. сборник материалов международной научно-практической конференции. 2021. С. 432-434. URL: https://kpfu.ru/staff_files/F1530001038/Zhurnalistika_2020.pdf

4. Алтабаева Е.В. Средства языковой репрезентации и концептуальные связи концепта человек в пространстве замятинского текста

// История и современность филологических наук. сборник научных статей по материалам Международной научной конференции. Московский городской педагогический университет. Москва, 2021. С. 28-33. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44714892>

5. Алтабаева Е.В. Рекламный дискурс в контексте медиастилистики // Преподаватель XXI век. 2021. № 4-2. С. 401-407. URL: <http://prepodavatel-xxi.ru/sites/default/files/401407.pdf>

6. Алтабаева Е.В. Медиадискурс и "возможные миры" // Слова ў кантэксте часу. Матэрыялы IV Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 90-годдзю з дня нараджэння доктара філалагічных навук прафесара А.І. Наркевіча. Рэдкалегія: В.М. Самусевіч [і інш.]. 2019. С. 128-131 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37143944>

7. Алтабаева Е.В. Медиа́тэкст и современные научные парадигмы // Медиа́риторика и современная культура общения: наука-практика-обучение. Сборник статей XXII Международной научной конференции. Ответственный редактор В.И. Аннушкин. 2019. С. 17-22. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37610958>

8. Алтабаева Е.В. Концепт ЖЕЛАНИЕ в языке и концептосфере романа Е.И. Замятина «Мы» (к 100-летию создания произведения) // Активные процессы в современном русском языке: национальное и интернациональное: сб. науч. ст. / отв. ред. Л.В. Рацибурская. - М., ФЛИНТА, 2021 г. С. 16-25. URL: https://szlav.elte.hu/media/ad/e8/4242cf501ced0d7052b923445f87589a8f30b2ef65558755a356a6b0da50/5_%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B8%CC%86_%D0%90%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%81%D1%8B_2020.pdf

9. Алтабаева Е.В. Концептуальная ситуация желания в логическом аспекте // Русистика и компаративистика. Сборник научных трудов по филологии. Москва, 2019. С. 199-210. URL: <https://www.mgpu.ru/wp-content/uploads/2019/08/Rusistika-i-komparativistika.-Vypusk-XIII.-2019..pdf>

10. Алтабаева Е.В. Прагматический потенциал рекламного дискурса // Экология языка и речи. Материалы VIII Международной научной конференции. Отв. за выпуск Т.В. Махрачёва. 2019. С. 34-38. URL:

11. Е.В. Алтабаева. Средства актуализации рекламного дискурса // Мат-лы Межд. науч.-практ.конф. «Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия», Москва, 6-8 февраля 2020 г. - М., факультет журналистики МГУ, 2020. С. 448-449. URL: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/19133/121.pdf?sequence=1>

12. Алтабаева Е.В. Языковые средства создания художественного образа в замятинском тексте // Язык как отражение духовной культуры народа. Материалы Международной научной конференции. Архангельск, 2018. С. 208-212. <https://elibrary.ru/item.asp?id=36968458>

 Е.В. Алтабаева



Е.В. Алтабаев

М.Т. Попова

 И. С. Урюпин

06 декабря 2022 г.