

## ОТЗЫВ

официального оппонента о диссертации Вершининой Марии Игоревны  
«Идиоматическая фразеология в английском языке делового общения:  
лексикологический, лексикографический и функциональный аспекты»,  
представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по  
специальности 10.02.04 – германские языки  
Москва – 2016

Для современной лингвистики характерно внимание к изучению различных аспектов английского языка делового общения. С другой стороны, исследования фразеологических единиц в лингвистике проводились и проводятся неоднократно с учетом актуальных научных парадигм и концепций, о чем свидетельствует обширная библиография рецензируемой работы. При этом в науке прослеживается тенденция к осуществлению комплексного подхода к изучению лингвистических проблем. В связи с этим диссертация М.И. Вершининой соответствует современным веяниям, поскольку данная работа выполнена на стыке теории идиоматики и исследований в области бизнес-дискурса.

Особого внимания заслуживают выбор эмпирического материала и подход к его изучению, обеспечивающие **новизну** и **актуальность** предпринятого исследования: диссертант обращается к анализу наименее изученной области современного английского языка делового общения – идиоматической фразеологии. Отметим, что множество диссертаций, посвященных идиоматической фразеологии, подчас ограничиваются рамками либо семасиологического, либо ономасиологического подхода. Именно полиаспектный подход, при котором исследование идиом ведется с учетом лексикографического, лексикологического и функционального факторов, позволяет высоко оценить новизну работы М.И. Вершининой, продолжающей изучение языка делового общения в русле научных изысканий, выполненных на кафедре английского языкознания МГУ имени М.В. Ломоносова профессором Т.Б. Назаровой и ее учениками.

**Теоретическая значимость** рецензируемого диссертационного исследования заключается в том, что полученные результаты вносят вклад в дальнейшее изучение бизнес-дискурса, фразеологии, функциональной стилистики, охватывая неизученные аспекты онтологического статуса идиоматической фразеологии и ее функционирования в составе развернутых произведений речи деловой направленности.

**Практическая ценность** диссертации М.И. Вершининой определяется возможностью использования положений и выводов работы при составлении лекционных курсов по теории идиоматики, межкультурной коммуникации, функциональной стилистике, в спецкурсах по деловой коммуникации и на практических занятиях по культуре речевого общения на английском языке.

Собственно идиомы, используемые говорящими/ пишущими в деловых целях, составляют **предмет** рецензируемой диссертации.

**Источники эмпирического материала** обширны и представлены различными ресурсами: диссертантом были проанализированы одноязычные корпусные словари идиом, одноязычные корпусные словари делового английского языка, словарный раздел и статьи деловой тематики в составе англоязычной энциклопедии *Business: The*

*Ultimate Resource*, монологи, диалоги и полилоги раздела Audioscripts из учебного курса *Intelligent Business Intermediate (Coursebook, Workbook)*.

Согласно наблюдению диссертанта, несмотря на то, что понятие «идиома» является центральным для фразеологии, в многочисленных работах отечественных и зарубежных исследователей встречаются различные определения и толкования данного термина. Выявляя содержание изучаемого понятия, М.И. Вершинина параллельно решает одну из важнейших задач своего исследования — уточняет метаязык описания устойчивых языковых единиц, чтобы исключить неправильное понимание своего видения различных проблем, связанных с предметом исследования, и собственного изложения семантической сущности и структурной организации идиом как особого класса фразеологических единиц. Таким образом, теоретическая часть диссертации (Гл.1, с. 12-42) не носит реферативного характера, но представляет собой критический обзор результатов научных изысканий представителей разных школ и направлений в области лексикологии, лексикографии, лингвосемиотики, фразеосемантики и теории номинации. Такой подход формирует прочную **методологическую базу** диссертации, позволяя выявить степень разработанности проблемы и очертить круг исследовательских задач.

Две последующие главы (вторая и третья) посвящены изучению идиом в современных британских словарях идиом и в современных британских словарях английского языка делового общения (с. 42-73; 74-100). При этом, исходя из цели и задач исследования, диссертант в первую очередь выявляет тот пласт фразеологии, который тематически связан с миром бизнеса и описывает то, каким образом это находит эксплицитное и имплицитное отражение в микроструктуре словарей. Дальнейшее изучение английской идиоматической фразеологии в современных словарях языка делового общения позволило не только выявить в исследованном материале две разновидности идиоматических единиц, но и отграничить их друг от друга. Так, автор справедливо выделяет собственно идиомы, которые используются в мире бизнеса (*go belly up* | *sell like hot cakes* | *have ticks in all the right boxes* | *play by the rules*), и идиоматичные термины, которые обладают структурно-семантическими свойствами идиом, но функционируют в составе терминологии делового мира (*sleeping partner* | *sleeping beauty* | *graveyard shift* | *freshwater economics* | *saltwater economics* | *toxic debt*).

Предпринятое скрупулезное изучение словарей идиом и словарей английского языка делового общения, позволило М.И. Вершининой вычленить общие и частные аспекты в выявлении, регистрации и презентации идиом в составе макро- и микроструктуры корпусных словарей. В результате такого анализа М.И. Вершинина делает справедливый вывод о недостаточной унификации словарей в отношении приемов и методов, которые используются при регистрации собственно идиом (с.99-100).

Завершая изучение онтологии идиом в английском языке делового общения в Главе 4, М.И. Вершинина проводит анализ еще одной разновидности лексикографического материала, а именно идиом в словарном разделе энциклопедии «*Business: The Ultimate Resource*».

Нам импонирует авторская процедура поэтапного описания и обработки обширного среза эмпирического материала, которая опирается на метод стратификации. Такой подход дал возможность обособить из 252 заголовочных слов разные лексические и терминологические пласты, в том числе отделить

идиоматическую фразеологию от других лексических страт. Как показало исследование, составители не проводят эксплицитных разграничений между различными пластами лексики. Путем анализа дефиниций М.И. Вершининой удалось выявить непосредственную связь рассматриваемых идиом с миром бизнеса и сделать доказательный вывод о неоднородности словника (с. 135).

Заключительным этапом изучения избранного материала стало рассмотрение функционального аспекта идиоматической фразеологии в английском языке делового общения с привлечением дискурсивного подхода (Гл.5). Безусловно положительным моментом является то, что исследование в этой части работы ведется с учетом опыта отечественных ученых в области функционирования идиоматической фразеологии и наработок британских корпусных специалистов, изучивших функциональный аспект фразеологии в устном дискурсе. Анализ собственного материала – аутентичного англоязычного письменного дискурса деловой направленности (параграф 5 главы 5), дал возможность выделить сразу несколько основных функций идиом (к ним автор относит семантическую, функцию компрессии, модальную, риторическую, текстообразующую, аппелятивную и др.), которые нередко употребляются в сочетании.

Суммируя сказанное выше, выделим **наиболее значимые результаты** исследования, достигнутые в диссертации М.И. Вершининой, и **личное участие автора** в их получении:

- **предложены пути и способы** выявления и анализа идиоматических единиц, связанных с миром бизнеса;
- **выявлена** функциональная специфика употребления идиоматической фразеологии в английском языке делового общения;
- **доказаны** выносимые на защиту положения, вносящие вклад во фразеографию и теорию дискурса;
- **использован комплекс базовых методов** и методик исследования, включающий: лексикографический, лингвостилистический и дискурсивный виды анализа, семиотический, когнитивный и сравнительно-сопоставительный методы исследования;
- **изложены концептуально важные теоретические тезисы** для классификации практического материала выборки и для научной трактовки концептуально важных позиций в сфере англоязычных бизнес - идиом;
- **раскрыт круг лингвистических проблем**, отражающий дискуссионные моменты в изучении структурно-семантических характеристик англоязычных идиом как особого класса фразеологизмов в английском языке делового общения;
- **изучены механизмы функционирования** англоязычных идиом в бизнес-дискурсе;
- **проведена модернизация метаязыка** описания идиом на основе лексикографического анализа.

**Значение полученных соискателем результатов исследования для практики** подтверждается тем, что:

- **разработаны и внедрены положения**, которые возможно применить в практике обучения английскому языку делового общения, стилистике, теории идиоматики;
- **определены перспективы** использования авторской исследовательской схемы для изучения особенностей реального бытования и закономерностей

функционирования разных видов фразеологии в деловом и других типологических разновидностях дискурса;

- **представлен материал**, который может быть успешно использован при создании практического пособия по культуре делового общения на английском языке, способствуя формированию и развитию лингвокоммуникативной компетенции личности, профессионально связанной со сферой бизнеса.

В рамках диссертационной работы М.И. Вершининой был поставлен и **успешно решен ряд задач**, наиболее существенными из которых являются следующие:

1. Изучена онтология идиом в современных одноязычных словарях идиом и установлены связи идиоматичных единиц с миром бизнеса.
3. Проведен анализ корпусных словарей английского языка делового общения на предмет изучения регистрируемых ими терминов-фразеологизмов и собственно идиом.
4. Выявлены собственно идиомы в словарной части авторитетной англоязычной энциклопедии *Business: The Ultimate Resource* и описаны их структурно-семантические особенности.
5. Исследованы идиомы в аутентичном англоязычном речевом пространстве деловой направленности с учетом их функциональной специфики.

**Достоверность** предпринятого исследования обусловлена совокупностью реализованных методов, серьезной теоретической основой диссертационной работы, объемом изученного эмпирического материала. Показательными результатами предпринятого исследования являются приведенные диссертантом убедительные статистические данные, которые подтверждают верифицированность выводов.

Как известно, любое оригинальное, новое и самостоятельное исследование монографического формата стимулирует познавательный интерес читателя, вопросы и рассуждения частного характера, направленные на уточнение некоторых положений диссертации и дальнейшую перспективу проведенного исследования. Не является в этом плане исключением и обсуждаемая диссертация:

1. Согласно положению 3, вдвинутому на защиту, уважаемый автор утверждает: «Изучение функционально-коммуникативных типов речи в деловых целях позволяет сделать вывод об общей тенденции к минимизации присутствия идиоматической фразеологии в устном и письменном общении на английском языке» (с. 8). Как известно, бизнес-дискурс представляет собой сложное речевое пространство, синкретичное образование, состоящее из разнородных сегментов. В рецензируемой диссертации это успешно показано на основе тщательного изучения объемного среза эмпирического материала. Однако правомерно ли утверждать, что ВО ВСЕХ функционально-стилистических и жанровых разновидностях бизнес-дискурса идиомы будут употребляться с одинаково малой частотностью и в неизменном виде (учитывая любовь носителей английского языка к игре со словом)? Здесь имеются, в виду, прежде всего: журнальные и газетные статьи, рассказывающие о деловом мире, жизни и деятельности принадлежащих этому миру людей, частно-деловые письма (*personal business letters*), реально звучащая речь деловых людей в различных ситуациях общения (в том числе неформальных), художественные тексты, относящиеся к жанру *business fiction*, например, ставшие бестселлерами, бизнес-романы Патрика Ленсиони (Patrick Lencioni), Кеннета Бланшара (Kenneth H. Blanchard), Джона Гришема (John Grisham), Стенли Бинга (Stanley Bing) и других.

2. Как убедительно показало исследование М.И. Вершининой, проведенное в параграфе 2 гл. 5, идиоматические выражения в речи деловых партнёров превращаются в языковые штампы, удобные в воспроизведении и понятные коммуникантам в пределах общения на родном языке, выполняя при этом целый ряд функций. Хотелось бы знать мнение уважаемого диссертанта по следующему вопросу: обязательно ли «говорить идиоматично» означает «употреблять в своей речи идиомы»? Ведь человек, «говорящий идиоматично», воспринимается нами как владеющий языком на достаточно высоком уровне, способный передавать свои мысли нетривиально, творчески, хотя в его речи не всегда присутствует идиома как таковая.

3. Пункты 5 и 7 положений, выносимых на защиту, содержат противоречивые (с нашей точки зрения) постулаты. Так, в п. 5 утверждается, что «в составе одноязычной бизнес-энциклопедии идиомы чаще всего используются пишущими в словарной (недеформированной форме)» (с. 9), а в п.7 говорится: «Использование идиом в письменной разновидности англоязычного бизнес-дискурса нередко сопровождается такими стилистическими приемами, как (...) деформация (...)» (там же).

4. В качестве одной из дальнейших перспектив исследовательской деятельности (наряду с другими, четко обозначенными в диссертации) можно предложить уважаемой Марии Игоревне Вершининой выделить основные фразеосемантические поля идиом в англоязычном деловом дискурсе (например, «бизнес и управление», «денежные отношения», «покупка и продажа», «производственные отношения») с последующей стилистической стратификацией данного материала и изучением образной основы идиом.

Еще раз подчеркнем, что высказанные замечания и заданные вопросы носят исключительно уточняющий и частный характер, ни в коей мере не умаляя безусловных достоинств диссертации М.И. Вершининой.

Работа написана корректным стилем научного изложения, содержание логично и ясно. Диссертация и автореферат соответствуют требованиям к оформлению в рамках положения о порядке присуждения ученых степеней. Диссертация М.И. Вершининой четко структурирована и характеризуется логической последовательностью. Языковая иллюстративность диссертационного исследования богата и уместна. Цели и задачи исследования выполнены. Положения, выносимые на защиту, получили в диссертации полное воплощение.

**Содержание** диссертации отражено в 6 публикациях, в том числе в трех статьях, опубликованных в изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ. Промежуточные результаты диссертационного исследования обсуждались на международных научных и научно-практических конференциях.

Все вышесказанное позволяет сделать следующий вывод:

В кандидатской диссертации Вершининой Марии Игоревны «Идиоматическая фразеология в английском языке делового общения: лексикологический, лексикографический и функциональный аспекты» содержится решение задачи, имеющей существенное значение для дальнейшего развития как теории идиоматики, так и дискурс-анализа английского языка делового общения. Рецензируемая работа

полностью соответствует паспорту заявленной специальности и может быть охарактеризована как самостоятельное завершённое исследование, которое по глубине предметной области и комплексной методике анализа соответствует всем требованиям п.п. 9-10 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013, № 842.

Автор диссертационного исследования, Вершинина Мария Игоревна, безусловно заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 – германские языки.

Доктор филологических наук, профессор,  
профессор кафедры английской филологии  
и межкультурной коммуникации ПГСГА

 Е.Б. Борисова

15 февраля 2016г.

Подпись Е.Б. Борисовой удостоверяю.  
Ученый секретарь ПГСГА  
доктор педагогических наук, профессор



 А.Л. Бусыгина

**Сведения об официальном оппоненте:** Борисова Елена Борисовна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Поволжская государственная социально-гуманитарная академия» (переименовано в Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный социально-педагогический университет», приказ Минобрнауки РФ № 1491 от 18 декабря 2015 г.): 443099, Россия, г. Самара, ул. М. Горького, 65/67 тел.: (846) 269-64-44, сайт: [www.pgsga.ru](http://www.pgsga.ru), e-mail: [rectorat@pgsga.ru](mailto:rectorat@pgsga.ru).

Статьи оппонента, близкие по тематике оппонируемой диссертации:

1. Борисова Е.Б. Ключевые слова ландшафтного ряда: опыт тезаурусного исследования// Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы и перспективы: Материалы восьмой международной научно-практической конференции. – Самара: Изд-во ПГСГА, 2013. – С.55-59. ISBN 978-5-8228-0955-5. (тематический сборник, РИНЦ).
2. Борисова Е.Б. Использование аббревиатур в Интернет-дискурсе (на материале электронных изданий англоязычной прессы)// Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы и перспективы: Материалы десятой международной научно-практической конференции. – Самара: Изд-во ПГСГА, 2015.– С.66-70. ISBN 978-5-8228-0955-5. В соавт. с Е.А. Милутиной и А.В. Протченко (А.В. Блохиной) (тематический сборник, РИНЦ)
3. Борисова Е.Б. Basic Business English and Translation Course – Базовый курс делового английского языка и перевода // Учебное пособие для слушателей дополнительного образования по специальности «переводчик в сфере профессиональной коммуникации». – Самара: Изд-во СГЭУ, 2009. – 131 с. В соавт. с А.В. Протченко (А.В. Блохиной)
4. Стилистика современного английского языка: от теории к практике // Учебное пособие для студентов факультетов иностранных языков. – Самара: Изд-во ПГСГА, 2011. – 91 с. В соавт. с М.А. Кулинич