

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

о диссертации **Вершининой Марины 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.

Диссертационное исследование Вершининой М.И. посвящено актуальной проблеме выявления лексикологических, лексикографических и функциональных характеристик идиоматической фразеологии в английском языке делового общения. Несмотря на то, что целый ряд аспектов, связанных с лексическим составом, просодическими характеристиками, грамматическими и семиотическими особенностями бизнес-английского получил достаточное освещение в работах отечественных и зарубежных лингвистов, тем не менее, как это не парадоксально, проблемы связанные с функционированием идиоматических единиц в деловом дискурсе не попадали в фокус внимания исследователей. Таким образом, автор находит новый ракурс рассмотрения и описания употребления идиом на материале делового английского языка. **Актуальным** в данной работе следует считать как само обращение к рассмотрению идиоматической фразеологии в сфере делового общения на разнообразном материале аутентичных источников, так и углубление теоретических основ данного направления за счет комплексного подхода к изучению идиом. Идиоматическая фразеология, и в этом нельзя не согласиться с автором работы, заслуживает внимания как особый наименее изученный класс фразеологических единиц, обладающий высоким стилистическим потенциалом для реализации разнообразных авторских намерений. Постановка проблемы, определенные диссертантом задачи, предлагаемое их решение, также свидетельствуют об **актуальности данного исследования.**

В рецензируемой диссертации собран и проанализирован обширный

материал из исследований, посвященных особенностям функционирования идиом в языковой системе и в разных функциональных стилях. В соответствии с целью и задачами исследования в диссертации затрагивается ряд теоретических проблем: определение семантического и функционального статуса идиоматической фразеологии, выявление онтологии идиом в современных корпусных словарях и другие. Кроме этого, автор исследует специфические особенности идиом в прагматическом аспекте и раскрывает специфику их использования в аутентичном англоязычном бизнес-дискурсе. Диссертант намечает собственный подход к изучению идиоматической фразеологии, при котором в сферу интересов включаются не только описание бытования идиом в современных словарях и энциклопедиях, но и «динамические» коммуникативные факторы, которые отражают специфику использования идиом в рамках англоязычного делового дискурса. Удачная интеграция трех подходов к анализу объекта исследования определяет, на наш взгляд, специфику работы, ее оригинальность и новизну.

Научная новизна рецензируемой диссертации состоит в том, что в ней

- разработан и обоснован комплексный подход к исследованию идиом;
- изучение идиом осуществляется с опорой на корпусные словари идиом и корпусные словари языка делового общения;
- описание функционального аспекта происходит на большом объеме материала аутентичного англоязычного бизнес-дискурса.

Теоретическая значимость работы состоит в соединении теории английского языка делового общения и семиотики в рамках данной диссертации, что способствует получению новых теоретических выводов для обеих дисциплин: семиотика получает инструменты лексикологического и когнитивного анализа, а деловой дискурс открывает новые аспекты функционирования идиоматической фразеологии. Полученные данные могут быть использованы в дальнейшем усовершенствовании функционально-коммуникативного подхода к изучению идиом, что позволяет раздвинуть

границы современной лингвистической науки в вопросах узуса.

Достоверность положений и выводов обеспечивается тем, что анализ языкового материала основан на обширных данных (1500 примеров) и богатой источниковедческой базе. Объем проанализированного материала позволяет говорить об объективности полученных выводов. Автор работы квалифицированно использует современные методы и методики лингвистического анализа и на их основе осуществляет дальнейшее развитие когнитивно-дискурсивного, лексикографического, семиотического, лингвостилистического методов анализа. В работе нет противоречия между теоретическим подходом и избранными методами, что позволило диссертанту прийти к **обоснованным теоретическим выводам и практическим результатам**. Несомненным достоинством работы является глубокий и серьезный анализ большого объема теоретической литературы (206 источников), что свидетельствует об эрудированности исследователя по проблеме. Использованные ссылки и цитаты при критическом анализе теоретических источников показывают, что автор в полной мере владеет теорией исследуемой проблемы, грамотно интерпретирует и применяет эту теорию в практическом анализе лингвистического материала. В области лингвистики данная диссертация даст богатый материал для курсов деловой и межкультурной коммуникации, лексикологии и практических занятий по английскому языку. Все это говорит о **практической значимости исследования**, выполненного Вершининой М.И.

Диссертация М.И. Вершининой отличается продуманной и четкой структурой. Работа состоит из Введения, пяти глав, Заключения, сопровождаемого списком литературы, списком использованных источников и Приложением. Стиль изложения последовательный, аргументированный и логичный. Каждый параграф завершается кратким и четким подведением итогов, а каждая глава – выводами.

В первой главе читателю предлагается широкая панорама достижений лингвистической науки в области идиоматической фразеологии, дается

определение ключевым терминам данного исследования, предлагаются классификации фразеологических единиц, раскрываются особенности функционирования идиом в языке и разных функциональных стилях. Во второй и третьей главе с помощью методики лексикографического анализа современных британских словарей идиом и словарей английского языка делового общения предпринимается попытка выявления пласта фразеологии, связанного с миром бизнеса, а также проводится разграничение и сопоставление собственно идиом и фразеологических бизнес-терминов. Отметим, что автор привлекает для исследования 9 словарей, выявляя сходства и различия между подачей материала в словарных статьях, толкованием идиом и различными пометами, используемыми в источниках. Фактически диссертантом проведена лингвистическая экспертиза текстов словарных статей, потребовавшая одновременного использования инструментария разнообразных лингвистических дисциплин. В четвертой главе автор анализирует словарный раздел энциклопедии «Business: The Ultimate Resource», применяя метод семиотической стратификации, демонстрирует неоднородность его состава и выявляет структурное разнообразие представленных там идиом. Когнитивное исследование материала позволяет показать семантические процессы, ведущие к развитию фразеологического значения. И, наконец, в пятой главе автор обращается к изучению функционального аспекта идиоматической фразеологии в деловом дискурсе на материале устных и письменных источников, одновременно выявляя элементы деформации идиом, используемые в бизнес коммуникации. Объективный практический критерий проверки истинности знаний – 30 таблиц, которые по своей сути носят убедительный характер и свидетельствуют о сложной и скрупулезной работе диссертанта при расшифровке анализируемых единиц в практическом материале. При этом исследователь не оставляет за читателем осмысление релевантных и нерелевантных признаков средств отображения языковых процессов, а дает непротиворечивое освещение исследуемого материала.

Давая положительную оценку рецензируемой диссертации, остановлюсь на некоторых частных моментах анализа и рассуждения автора диссертации, вызывающих вопросы, не в плане критики, а в силу сложности проделанной работы:

1. Хотелось бы уточнить у автора отношение к таким понятиям как «английский язык делового общения» и «англоязычный бизнес-дискурс». Они рассматриваются в работе как взаимозаменяемые или имеются ввиду разные явления? Можно ли поставить знак равенства между ними или какое-то из них будет шире по отношению к другому? Так, например, в исследовании, автор указывает, что изучение идиом остается актуальным, в особенности применительно к речевой деятельности и таким ее разновидностям, как английский язык делового общения и аутентичный англоязычный бизнес-дискурс (стр.6, 28).

2. Проанализировав и систематизировав данные словарных статей, автор приходит к выводу о том, что существуют значительные расхождения в списках идиом (количество, отнесенность к миру бизнеса и т.д.) (стр.73). Чем, по Вашему мнению (кроме размера словника), можно объяснить данные различия?

3. Чем обусловлен выбор для анализа функционирования идиом в устном деловом дискурсе учебного пособия *Intelligent Business intermediate*? Учебник рассчитан на студентов, уровень владения языком которых еще не достиг той степени профессионализма и совершенства, чтобы свободно использовать в речи идиомы, поэтому и в предложенных аудио файлах будет присутствовать минимальное количество интересующих вас единиц. Почему, акцентируя внимание на функциях, выполняемых данными единицами в речи, а именно, воздействие на партнера по коммуникации, создание менее официального, более дружественного тона в общении, установление контакта, придание речи образности, оценочности (сс. 139, 141, 147,165), вы не обратились, например, к аутентичному деловому презентационному дискурсу, в котором самовыражение, самопрезентация и воздействие будут

ключевыми характеристиками общения. Тем более, было бы логичнее проанализировать «равноценный» по аутентичности материал письменного и устного бизнес-дискурсов. Так как даже, по мнению самого автора работы, процент/показатель аутентичности данных учебных материалов Intelligent Business высок, но отличается от аутентичных статей по бизнес-тематике, рассматриваемых в § 4 Главы 5 (стр.157). В связи с чем, параллельно возникает другой вопрос.

4. Как автор определил высокий показатель аутентичности материалов выбранного учебного курса Intelligent Business intermediate? На стр.166 работы диссертант пишет, что материал, исследовавшийся в § 3, взят из авторитетного учебного курса, при этом мог редактироваться, меняться в процессе работы над разделами. Но ведь учебник редактируется носителями, а значит, процент его аутентичности не может снизиться, то есть аудио записи будут представлять собой аутентичную подготовленную речь.

Данные замечания и вопросы носят дискуссионный характер и не затрагивают существа работы. **Степень обоснованности научных положений и выводов** позволяет оценить диссертацию как **научно – квалификационную работу**, выполненную на высоком научном и теоретическом уровне.

Основные результаты работы прошли надлежащую апробацию и опубликованы в 6 статьях, в том числе 3 статьях в журналах, рекомендованных ВАК РФ.

Автореферат и публикации автора с исчерпывающей полнотой отражают проделанное исследование.

Диссертация Вершининой Марии Игоревны «Идиоматическая фразеология в английском языке делового общения: лексикологический, лексикографический и функциональный аспекты» полностью соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук (пп.9,10,11,13,14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской

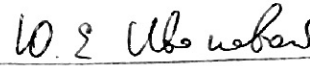
Федерации от 24 сентября 2013 г., № 842), а ее автор, Вершинина Мария Игоревна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 – германские языки.

24 февраля 2016 г.

Официальный оппонент
доцент кафедры «Иностранные языки – 4»
Федерального государственного образовательного
бюджетного учреждения высшего
образования «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации»
кандидат филологических наук

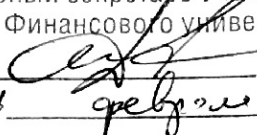
 Иванова Юлия Евгеньевна

Подпись



ЗАВЕРЯЮ

Ученый секретарь Ученого совета
Финансового университета

 Д.А. Смирнов

101000, г. Москва. Малый Златоустинский переулок,
д.7, корпус 1, (495) 625-69-03
eld-4320@mail.ru

Адрес официального сайта Финансового университета при Правительстве РФ
<http://www.fa.ru>

Основные статьи, близкие к тематике оппонируемой диссертации:

1. Иванова Ю.Е. “Реализация стратегии манипуляции в англоязычной бизнес презентации” Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2014. №1 (13). стр. 19-25.
2. Иванова Ю.Е., Ефименко Т.Н. “Репрезентация персуазивности вербальными и невербальными языковыми средствами в презентационном дискурсе”. Вестник МГОУ. Серия Лингвистика. 2014. № 2. Стр. 25-32.
3. Иванова Ю.Е. “Аргументация и ее просодическое оформление в американской публичной речи”. Ярославский педагогический вестник. Том 1 (Гуманитарные науки). 2013. № 3. Стр. 137-143.
4. Иванова Ю.Е. “Отражение смены регистра на степени выразительности американской публичной речи”. Вестник РУДН. Серия Лингвистика. 2013, № 2. Стр. 37-45.