

**ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА**  
**о диссертации Ермаковой Валерии Александровны**  
«Специфика формирования профессионального языка сферы  
реализации товаров повседневного спроса в современном русском  
языке»,  
представленной на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук  
по специальности 10.02.01 – *русский язык*

Рецензируемое исследование посвящено изучению тезаурусов экономического текста в когнитивном аспекте. Автор исследования с позиций психолингвистики на большом корпусе примеров из языковой практики сотрудников международных компаний анализирует явление семантического «сдвига» терминов, явление рождения новой семьи.

Работа продолжает ряд исследований по семантике термина, выполненных в рамках как классической парадигмы терминоведения (Д.С. Лотте, А.А. Реформатский, Э.К. Дрезен, Г.О. Винокур, В.В. Виноградов), так и в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы (В.М. Лейчик, С.Д. Шелов, В.А. Татаринов, В.Р. Новодранова, Л.А. Манерко, Е.С. Кубрякова, Ю.В. Сложеникина и др.).

Актуальность исследования определяется необходимостью описания композиционной семантики термина как единицы профессионального языка с гибкой и подверженной изменениям семантикой.

Научная новизна работы видится в том, что в ней представлены результаты интеграции способов и источников образования новых смыслов терминологических единиц, и тем самым вносится определенный вклад в теорию структурирования корпуса экономической лексики русского языка.

Автором отмечены закономерности, по которым семантика ключевых англоязычных терминов, сформированных представителями FMCG компаний в эпоху постиндустриализма, разворачивается в экономический текст (на уровне деловой переписки).

Правомерно обращение диссертанта к раскрытию когнитивной природы термина как ключевой единицы специализированной лексики, и это явилось базой для удачного перехода к анализу тенденций совпадения терминов в языке FMCG сектора.

При описании особенностей языка для специальных целей приводится «принцип экономичного использования языка» (стр.42), суть которого заключается в передаче информации с помощью минимального набора лексических единиц, что уменьшает количество времени, затраченного на ее производство. В качестве примера расширения терминосистемы за счет роста словообразования в экономическом дискурсе рассмотрены морфологические свойства таких сокращений, как аббревиатура и акронимия.

Заслугой автора можно считать то, что анализ специфики постмодернистского экономического текста западных компаний в рамках психолингвистического подхода открывает возможности

дальнейшего изучения экономической терминологии как основополагающего элемента современного экономического текста и в русском языке, кроме того, автор отмечает тенденцию русификации экономических текстов в мировом профессиональном сообществе.

Диссертация состоит из введения, двух глав, двух приложений, заключения и списка литературы (в том числе интернет-ресурсов).

В первой главе «Экономический текст в стилистической и когнитивной парадигме» с опорой на серьезную научную базу дается обоснование того, за счет чего происходит смещение в деривационном значении конкретного экономического текста, то есть затронута проблема рождения нового смысла термина.

В условиях модернизации языка для специальных целей в период глобализации интерес представляет вторая глава «Когнитивная природа экономических тезаурусов FMCG компаний». В ней раскрываются свойства современного экономического тезауруса; отличается специфика тезауруса FMCG сектора – ближе к инструкции по эксплуатации экономических терминов и терминоидов, что призвано способствовать пониманию синтагматических и парадигматических связей внутри экономического текста; предлагаются методы семной семасиологии как основы психолингвистического эксперимента по идентификации уникальных тезаурусов компаний; предлагается алгоритм экспериментов (стр. 64-66), а также структура психолингвистического анализа текста, по которой составлен словник общего для компаний FMCG сектора тезауруса.

Отражают специфику употребления и украшают работу многочисленные примеры «экономически дискурсивного окружения» терминов и терминоидов из деловой переписки сотрудников компаний Хаят Маркетинг и Крафт Хайнц.

Анализ примеров экономического текста в пределах компаний FMCG сектора приводит автора к следующим выводам: тенденция редуцирования речи «приучает» профессиональное сообщество сокращать лексический состав термина, заменяя его более емким и компактным планом выражения, и в связи с этим новые семы должны быть включены в словарные статьи идеографических словарей с целью эволюции экономической терминосистемы русского языка.

Объемные приложения подтверждают мысль автора о том, что на появление нового смысла термина как единицы профессионального языка оказывает влияние профессиональное сообщество. Эти приобретенные значения начинают функционировать в рамках данного, и поэтому важно фиксировать новые значения в лексикографических источниках.

Выводы, содержащиеся в заключении, подтверждают правомерность представленных на рассмотрение в сочинении тезисов.

Логика исследовательской мысли, отраженная в структуре диссертации, концептуально соотнесена с положениями, выносимыми на защиту.

Текст диссертационного исследования изложен строго научным, но, вместе с тем, несмотря на наличие множества

англоязычных номинаций, понятным языком, что говорит об уважительном отношении к читателю.

Отмечая достоинства диссертации, нельзя не высказать некоторые замечания, которые в большей мере носят рекомендательный характер.

Помещая образцы деловых писем сотрудников компаний Хаят Маркетинг и Крафт Хайнц, желательно было бы указать период создания этих писем (стр.8) в подтверждение их актуальности. Особенности языка служебных документов, на наш взгляд недостаточно иллюстрированы примерами (стр. 24, 26, 27) в соответствии с заявленной темой.

Перечисленные диссидентом характерные черты делового письма (стр. 33), в общем-то общеизвестные, приобрели бы большую значимость и весомость при наличии примеров из переписки FMCG компаний.

В целом же Ермакова В.А. показала себя вдумчивым, серьезным, современным исследователем, о чем говорит актуальность выбранной ею темы, освоенный объем литературы и солидная эмпирическая база исследования.

Практическая значимость работы позволяет вывести предложенную тему на дисциплинарный уровень при обучении студентов экономических вузов, а также рекомендовать ее в лексикографической практике.

Результаты работы прошли достаточную апробацию, автореферат и научные публикации в полной мере отражают содержание диссертационного исследования.

Таким образом считаем, что диссертация Ермаковой Валерии Александровны «Специфика формирования профессионального языка сферы реализации товаров повседневного спроса в современном русском языке» соответствует критериям, установленным в п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней» в редакции Постановления Правительства РФ от 24 сентября 2013 г. № 842, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01- русский язык.

Доктор филологических наук ( 10.02.01 - русский язык),

профессор кафедры русского языка и культуры речи

ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В.Плеханова"

117997, Москва,

Стремянный переулок, д.36

+7(499) 2378515

Rusich-rea.ru@yandex.ru

27.06.2018

