

2. VINOGRADOV V. V. Osnovnie tipi leksicheskikh znaceniya slova // Izbranniye trudi. Lek-sikologiya i leksikografiya. Moscow, Nauka, 1977, pp. 162–189.

3. Shmelyova N. N. O vidovix sootvetstviyax mnogoznacnix qloqolov // RYSh, № 6, pp. 81–83.

### КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ФРАЗЕМ В МОДЕЛИРОВАНИИ ТЕЛЕДИСКУРСА

*Лапухина Марина Анатольевна, аспирант, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: lapukhina88@yandex.ru.*

В статье рассматривается теледискурс как разновидность массово-информационного дискурса. Дается обоснование категории проективности как одной из жанрово-стилистических категорий теледискурса. Анализируются фраземы как названия телепередач.

**Ключевые слова:** теледискурс, фразема, название телепередачи, фразеологическая семантика

### COGNITIVE AND PRAGMATIC POTENTIAL OF IDIOMS IN MODELING OF TV DISCOURSE

*Lapukhina Marina A., postgraduate student, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a, Tatishchev St., e-mail: lapukhina88@yandex.ru.*

The article discusses TV discourse as a kind of mass media discourse. The justification of the category of projective as a genre and stylistic categories of TV discourse is given. Idioms as TV programs names are analyzed.

**Keywords:** TV discourse, idiom, the name of a TV program, phraseological semantics

Развитие процессов социальной коммуникации обусловлено развитием общественных отношений, которые сопровождаются углублением отношений общения, разветвлением связей человека с человеком, общества с обществом. Такое общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений участников коммуникативного события, реализующих определённые цели, рассматривается как институциональный дискурс.

В.И. Карасик рассматривает дискурс как «образование, построенное по определённым канонам в соответствии с целями и задачами общения, и степень каноничности дискурса и является основанием для его типизации» [8, с. 293], что позволяет выделить категорию проективности как одну из жанрово-стилистических категорий дискурса. Проективным типом дискурса в современной лингвистике считается и такой вид институционального дискурса, как массово-информационный, или дискурс масс-медиа, включающий в себя более частные разновидности – газетный дискурс, интернет-дискурс, радиодискурс, телевизионный дискурс.

Элементами теледискурса служат: 1) излагаемые события, 2) участники этих событий, 3) перформативная информация и «не-события», то есть обстоятельства, сопровождающие события, 4) фон, 5) оценка участников события. Структура теледискурса может расширяться за счёт других необходимых элементов. Когнитивно-прагматическая сущность телевизионного дискурса обусловлена такими экстралингвистическими факторами, как знание мира, ценностные установки, разнообразие мнений, что играет важную роль в понимании и восприятии информации. Ситуации общения в телекоммуникации характеризуются заметной неоднородностью, так как в ней реализуются различные типы взаимодействия между коммуникантами. Телекоммуникация осуществляется чаще всего опосредованно и дистантно, предполагает

зрителя в качестве массового адресата – это основная форма её реализации. Второй тип ситуации связан с ролевыми характеристиками её участников (одного или обоих): соведущие, гость в студии, дозвонившийся в эфире телезритель.

Выделение теледискурса подтверждается концепцией Б.М. Гаспарова о дискурсе как центральном моменте языкового существования: «Всякий акт употребления языка – будь то произведение высокой ценности или мимолетная реплика в диалоге – представляет собой частицу непрерывно движущегося потока человеческого опыта. В этом своём качестве он вбирает в себя и отражает уникальное стечение обстоятельств, при которых и для которых он был создан» [3, с. 10]. Такой опыт органически включает этнокультурные модели поведения, которые реализуются осознанно и бессознательно, находят многообразное выражение в речи и кристаллизуются в семантике языковых единиц.

Развитие всех сторон социума находит отражение не только в содержаниях программ, но и в их названиях. Например, в названии программы «Чудо техники» (телеканал НТВ) компонент *чудо* вне данного сочетания реализует значение – ‘нечто поразительное, выдающееся, удивляющее своей необычностью’. Это репрезентируется и задачей еженедельного проекта «Чудо техники» о прорывных научных разработках, способных поменять нашу повседневную жизнь. Лексико-семантический вариант *чудо* является конструктивно ограниченным, так как реализуется в определённой синтаксической конструкции, управляя формой родительного падежа, в данном примере компонентом *техника*. Приведём два значения лексемы *техника*: ‘1. Совокупность средств труда, знаний и деятельности, служащих для создания материальных ценностей. 2. Машины, механические орудия, устройства’. Лингвистические установки названия готовят адресата программы к восприятию словесно-зрительной информации.

Автор и ведущий Сергей Маложёмов, врач по образованию, хорошо знаком зрителям НТВ по репортажам в информационной программе «Сегодня», касающимся новых технологий, гаджетов, медицины. Находясь в курсе последних разработок современной науки, он одним из первых узнаёт о новых изобретениях и в рамках своего авторского проекта честно и объективно, просто и доходчиво, а главное, интересно рассказывает зрителям об их реальных достоинствах и недостатках. Можно ли доверить уборку дома роботу-пылесосу? Что на самом деле происходит с волосами, когда их подвергают модной парикмахерской процедуре – ламинированию? Действительно ли инфракрасный обогреватель греет лучше? Ответы на эти и многие другие вопросы – в каждом выпуске проекта «Чудо техники». Новинки и открытия со всего мира создатели проекта подвергают тщательному анализу: что-то тестируют на себе или специально приглашённых героях, узнают мнения экспертов, стараются проникнуть в суть вещей при помощи компьютерной графики и экспериментов в лаборатории.

Тесная связь когнитивного подхода и теории номинации, по утверждению Е.С. Кубряковой, предопределяет, «какая часть знаний об объекте, переработанная или перерабатываемая сознанием, превращается постепенно в концепт объекта, получает наименование» [9, с. 70]. На примере анализируемой номинации проекта «Чудо техники» возможно проследить лингвокреативный процесс объективации субъективного и оценочно-образного слоя концепта, в котором представляется научно-технологический опыт, посредством наименования программы. Семантика названия программы «Чудо техники», являясь результатом интеграции когнитивных (новые знания) и дискурсивных факторов (события, участники событий, информационный поток и «не-события», оценка и т.д.), может быть интерпретирована как ‘*достоинства и недостатки инновационных научных разработок для повседневной жизни человека*’.

Следовательно, такое взаимодействие языка, сознания и культуры способствовало фразеологизации словосочетания *чудо техники*: лексическая семантика фразеологизирующих компонентов в данной лексико-грамматической конфигурации подверглась процессам переосмысления и вторичной языковой объективации познано-

го ранее. Фразама как форма интеллектуально-эмоционального содержания является одним из средств самовыражения людей. Фразеологическая семантика «как отражательная категория – это результат одновременного кодирования в языковом сознании и локализации в плане содержания фраземы тех свойств и признаков объективной действительности, которые в преобразованном, трансформированном виде представлены фразеомообразующими компонентами в момент их взаимного воздействия» [6, с. 97]. Новые смыслы, образованные в результате семантического преобразования языковых единиц, отражают, с одной стороны, взаимодействие отражающего субъекта с внеязыковой действительностью, а с другой – взаимодействие семантических единиц фразеомообразующих компонентов.

Номинативное основание фразем по своей природе связано с ситуативным характером обозначаемого. В процессе концептуализации фразеологическая семантика объективирует все типы информации – информацию о так называемой действительности; информацию об эмпатии потенциального субъекта речи; о рационально-оценочном отношении к обозначаемому, сигнализирующему о ценностной ориентации субъекта речи; об эмотивном отношении, свидетельствующем о психологическом восприятии субъектом образного аналога обозначаемого; о культурно-национальной рефлексии субъекта, соотносящего образное содержание идиомы на сознательном или бессознательном уровне с эталонами и стереотипами культурно-национального мировидения и миропонимания; об осознании условий речи, в которых возможно использовать ту или иную фразеологическую единицу [11, с. 8–9].

Устойчивые социокультурные ситуации и семиотическая креативность таких ситуаций обусловили когнитивно-прагматический потенциал фразем в теледискурсе. К примеру, знаменитое шоу перевоплощений «Один в один» (телеканал «Россия») в качестве названия использует инвариант фраземы *один в одного*. Десять участников шоу каждую неделю полностью перевоплощаются в легендарных звёзд прошлого и настоящего и вживую исполняют на сцене самые знаменитые мировые музыкальные хиты, перенимая оригинальный стиль артиста – от внешности и манеры двигаться до тембра голоса. Во Фразеологическом словаре русского языка под редакцией А.И. Молоткова дан формальный вариант *один в один* в словарной статье, представляющей фразему *один в одного* – ‘совершенно одинаковы (по величине, качеству и т.п.). Обычно с одобрением о ком-либо или о чём-либо Ср. о д и н к о д н о м у ’ [2, с. 295].

Семантическая тождественность значения фразем *один в одного (один в один)* и *один к одному* [ФСРЯ, с. 295] подкрепляется и интерпретацией, предложенной в Историко-этимологическом словаре под редакцией В.М. Мокиенко, где фразама *один к одному* в первом значении даётся с одобрительной эмотивностью – ‘1. *Одобр.* Об одинаковых по величине и качеству предметах, обычно хороших, крепких и т.п.’ [1, с. 494]. Этимологическая версия обращает внимание на преимущественное отношение фраземы к материальным предметам, что подтверждается грамматической категорией рода анализируемой фраземы. Как известно, окончания как общий показатель рода представлено у прилагательных только в единственном числе – во множественном числе прилагательное не имеет родовых различий. Однако признаковая характеристика предмета по абсолютному единству в подобии представляет полную родовую парадигму, а именно возможностью иметь все три рода: грибы *один к одному*, красавица *одна к одной*, яблоки *одно к одному* [1, с. 494].

В Словаре-справочнике «Русская фразеология» Р.И. Яранцева в разделе «Характеристика явлений и ситуаций» также приводятся формальные варианты *один в один*, *одна в одну*, *одно в одно* к заголовочной косвенно-производной единице *один в одного* – ‘Разг. Совершенно одинаковы (обычно с одобрением о ком-л. или о чем-л. одинаковым по величине, по каким-л. качествам и т.п.)’ Начальная форма *один в одного* даётся в форме мужского рода единственного числа, варианты, как видим, во всех возможных родовых формах. Фразама *один в один* включена Р.И. Яранцевым в тематический ряд «Сходство» [12, с. 460].

В Толковом словаре фразеологических синонимов русского языка под редакцией В.П. Жукова даётся следующий синонимический ряд: *как на подбор* (разг., одобр.), *один к одному* (мн. не употр., разг., одобр.), *один в одного* (мн. не употр., разг., одобр.), *молодец в молодца* (мн. не употр., разг., одобр.), *как один* (мн. не употр., разг., одобр.). Сказуемое. *Молодец в молодца* употребляется при подлежащем со значением лица, остальные фразеологизмы употребляются при подлежащем со значением лица, одушевлённого и конкретного предмета. – ‘Очень похожие друг на друга, сходные друг с другом по каким-л. признакам, качествам (обычно положительным)’ [4, с. 190].

Приведённый фразеологический анализ фраземы *один в один* позволяет сделать вывод о формировании в языковом сознании носителей русского языка когнитивной модели с одинаковой или сходной образной основой. Употребление фраземы в качестве названия телешоу «Один в один» оказывается полностью оправданным за счёт идеального преобразования участников, которым помогают специалисты по сценарии, актёрскому мастерству, пародии, а также профессионалы, занимающиеся специально разработанным для шоу сложным гримом.

Подобное шоу перевоплощений «Точь-в-точь» проходит на телеканале «Первый». Фразема *точь-в-точь* – ‘совершенно точно, идентично, без каких-либо отклонений’ – является калькой с французского *de point en point* «точка в точку». Компонент *точь* того же корня, что и *точка*. По другой версии в составе наречия *точь-в-точь* – существительное *точь* ‘точка’. Его исходное значение – ‘место, куда ткнули чем-либо острым’, ‘след от протыкания, прокол’. От существительного *точь* образовано прилагательное *точный*, первоначально значившее ‘совпадающий с чем-то до точки, равный’ [1, с. 696]. Данная фразема входит в следующий синонимический ряд: *как две капли воды* (разг.), *две капли воды* (разг.), *капля в каплю / капелька в капельку* (разг.), *точь-в-точь* (разг.), *точка в точку* (разг.), *<на> одно лицо* (разг.), *волос в волос <голос в голос>* (устар., разг.). Фраземы *как две капли воды*, *две капли воды*, *точь-в-точь*, *точка в точку*, *волос в волос <голос в голос>* преимущественно употребляются со словами по х о ж, п о х о д и т. Фраземы *капля в каплю / капелька в капельку* преимущественно употребляется при словах по х о ж, с х о ж. Указанные выше фраземы выражают одно и то же понятие и имеют значение ‘очень, в высшей степени (похож, походит кто-либо на кого-либо. Чаще о внешнем сходстве)’. Фразема *на одно лицо* употребляется при глаголах б ы т ь, к а з а т ь с я. Обстоятельство *<на> одно лицо* употребляется при подлежащем со значением лица – ‘очень похожи друг на друга’ [4, с. 185].

Программы, транслируемые телекомпаниями, призваны быть как источником информации и развлечения, так и средством эстетического и интеллектуального развития. Влияние на данные сферы личности может оказывать не только содержание программы, но и её название, особенно если в качестве названия использованы знаки косвенно-производной номинации. Реализация фраземами когнитивно-номинативной и когнитивно-прагматической функций позволяет «рассматривать фразеологическую семантику как результат интегративного отражения объективной (внешней) действительности и субъективного (внутреннего) отношения к ней человека как носителя соответствующего этнокультурного сознания» [5, с. 81–82]. Так, название фильма Александра Сладкова «Кузькина мать. Атомная осень 57-го» (телеканал «История») о первой советской атомной катастрофе – аварии на атомном комбинате «Маяк» – содержит эллиптическую фразему *показать кузькину мать* кому – ‘грубо-прост. Выражение угрозы’. Данная фразема стала известна всему миру после выступления Никиты Сергеевича Хрущёва на сессии ООН 23 сентября 1960 года. Переводчик Хрущёва интерпретировал выражение на английский язык как «мать Кузьмь», чем озадачил не только американскую прессу: кто такая эта мать, почему она столь страшна, там было неведомо. Образ Кузькиной матери действительно вызывает «широкий круг ассоциаций: “ядовитость”, бедность, неряшливость и неловкость» [10, с. 169], вместе с тем народная память хранит и представление «о реальной Кузькиной матери» как персонаже весёлых народных частушек [10, с. 168].

Фразеологическое толкование данного выражения даёт восемь интерпретаций, иллюстрируя различные историко-этимологические методы [1, с. 422–423]. Такая «диссипация культурной информации в языке, которая осознанно или неосознанно воспроизводится носителями языка, употребляющими фраземы в определённых ситуациях, с определёнными интенциями и с определённой эмоциональной модальностью, посредством одной реплики, стимулирует смысловую реализацию фразеологического значения» [7, с. 35].

Название проекта «**Чёртова дюжина**» телеканала «Охотник и рыболлов HD» ассоциируется с числом тринадцать. Фразема *чёртова дюжина* выражает неодобрительную или шутливо-ироничную эмоциональную оценку в значении 'число тринадцать'. Как известно, числа по суеверным представлениям издавна делятся на счастливые и несчастливые. Так, число 12, обозначающее дюжину, было удобно для счёта и натурального обмена, так как оно делится на один, два, три, четыре, шесть, двенадцать. Однако при прибавлении только единицы это число утрачивает все положительные для человека свойства, что и предопределило недобрые предзнаменования числа 13. В некоторых языках числа обозначались буквами. У древних евреев буквенное обозначение числа 13 и слова *смерть* совпадало, что ещё более укрепило древнее суеверие. Позднее этот суеверный смысл был закреплён в библейской легенде о тайной вечере Иисуса Христа и апостолов, где тринадцатый – Иуда – оказался предателем [1, с. 215].

Несмотря на такой суеверный негативный когнитивный смысл названия передачи, основная задача программы, состоящей из 13 вопросов по конкретной интересной рыболовной теме, – подготовить заинтересованных телезрителей к рыбалке. В течение получаса ведущие программы Владимир и Дмитрий Щербаковы, известные профессионалы в рыболовном мире, менее чем за 2 минуты отвечают на каждый из тринадцати вопросов, используя многочисленные фотосюжеты и подробные графические схемы. Следовательно, использование в качестве названия телепередачи фраземы *чёртова дюжина* направлено на актуализацию когнитивных смыслов концепта «Рыбалка. Охота», связанных с суеверной боязнью «сглазить» рыбалку или охоту и желанием обмануть нечистую силу.

Фразеомоминация ночной телепрограммы «**Три грации**» на телеканале «Тонус-ТВ» употребляется как шутливое выражение для обозначения 'трёх красавиц, трёх прекрасных девушек'. В древнеримской мифологии грации – три сестры, богини молодости, красоты и радости, изображавшиеся в виде прелестных девушек [1, с. 164]. В разговорной речи фразема *три грации* употребляется в функции подлежащего или именного сказуемого. Выражение часто употребляется в переносном смысле, когда иронически говорят о трёх подругах. Вспомним фильм «Три грации». Языковая память данного выражения поддерживается словом *грация* – 'изящество, красота в движениях'. Для трёх ведущих телепрограммы не существует мужских авторитетов, и они давно знают: чего хочет женщина, того хочет Бог. Каждая программа – это парад мнений, откровений, а также злободневные вопросы; свежие сплетни и экспертные заявления. Каждый раз в гостях у трёх граций интересный гость – политик, бизнесмен, писатель, модельер или просто специалист по служебным романам. В семантике анализируемой фразеомоминации отражаются не столько реальные факты действительности, сколько эмоционально-оценочное отношение к ним трёх телеведущих этой передачи.

Несомненно, теледискурс обладает мощным фразеогенным потенциалом и опирается на такие категориальные свойства, как ситуативность, информативность, коммуникативные действия и личностные характеристики. Установка на живую речевую стихию языкового сообщества позволяет активно использовать фраземы в качестве названий телепередач. Значение фраземы, использованной в качестве названия телепередачи, соотносится с культурной компетенцией носителей русского языка и интерпретируется структурой теледискурса.

Список литературы

1. Бирих А. К. Русская фразеология: историко-этимологический словарь / А. К. Бирих, В. М. Мокиенко, Л. И. Степанова; под ред. В. М. Мокиенко. – Москва : Астрель : АСТ : Люкс, 2005. – 926 с.
2. Войнова Л. А. Фразеологический словарь русского языка / Л. А. Войнова, В. П. Жуков, А. И. Молотков, А. И. Федоров; под ред. А. И. Молоткова. – 4-е изд., стереотип. – Москва : Русский язык, 1986. – 543 с.
3. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б. М. Гаспаров. – Москва : Новое Литературное Обозрение, 1996. – 352 с.
4. Жуков В. П. Толковый словарь фразеологических синонимов русского языка / В. П. Жуков, М. И. Сидоренко, В. Т. Шкляр; под ред. В. П. Жукова. – 2-е изд., стереотип. – Москва : Астрель : АСТ : Ермак, 2005. – 443 с.
5. Золотых Л. Г. Соотношение категорий «взаимодействие» и «отражение» в процессе формирования фразеологической семантики / Л. Г. Золотых // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2006. – № 1. – С. 81–93.
6. Золотых Л. Г. Когнитивно-дискурсивные основы фразеологической семантики : монография / Л. Г. Золотых. – Астрахань : Изд. дом «Астраханский университет», 2007. – 267 с.
7. Золотых Л. Г. К проблеме исследования диссипации культурной информации в языке / Л. Г. Золотых // Гуманитарные исследования. – 2013. – № 4. – С. 34–38.
8. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
9. Кубрякова Е. С. Язык и знание : На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – Москва : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
10. Мокиенко В. М. В глубь поговорки: рассказы о происхождении крылатых слов и образных выражений / В. М. Мокиенко. – Санкт-Петербург : Паритет, 1999. – 224 с.
11. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – Москва : Языки рус. культуры, 1996. – 288 с.
12. Яранцев Р. И. Русская фразеология : словарь-справочник / Р. И. Яранцев. – 2-е изд., стереотип. – Москва : Русский язык, 2001. – 845 с.

References

1. Biri A. K., Mokienko V. M., Stepanova L. I. Russkaya frazeologija: istoriko-etimologičeskij slovar' / ed. V. M. Mokienko. Moscow, Astrel', AST, Luks, 2005, 926 p.
2. Vojnova L. A., Zhukov V. P., Molotkov A. I., Fedorov A. I. Frazeologičeskij slovar' russkogo jazyka: svyshe 4000 slovarnyh statej / ed. A. I. Molotkov. Moscow, Russkij jazyk, 1986, 543 p.
3. Gasparov B. M. Yazyk, pamjat', obraz. Lingvistika Yazykovogo sush'estvovaniya. Moscow, Nov. Lit. Obozrenije, 1996, 352 p.
4. Zhukov V. P., Sidorenko M. I., Shkljarov V. T. Tolkovi slovar' frazeologičeskikh sononimov russkogo yazika / ed. V. P. Zhukov. 2<sup>nd</sup> ed. Moscow, Astrel', AST, Ermak, 2005, 443 p.
5. Zoloty L. G. Sootnoshenije kategorii "vzaimodeistvie" i "otrazhenie" v protsesse formirovaniya frazeologičeskoi semantiki // Vestnik Cheljabinskogo gosydarstvennogo pedagogičeskogo universiteta, 2006, № 1, pp. 81–93.
6. Zoloty L. G. Kognitivno-diskursivnye osnovy frazeologičeskoi semantiki. Astrakhan, Publishing House «Astrakhan University», 2007, 267 p.
7. Zoloty L. G. K probleme issledovaniya dissipacii kul'turnoi informacii v yazyke // Gumanitarnie issledovaniya, 2013, № 4, pp. 34–38.
8. Karasik V. I. Yazykovoii krug: lichnost', kocepty, dicurs. Volgograd, Peremena, 2002. 477 p.

9. Kubryakova E. S. Yazyk i znanie: Na puti poluchenija znaniy o yazyke: Chasti rechi s kognitivnoj toчки zrenija. Rol' yazyka v poznanii mira. Moscow, Yazyki slavjanskoj kultury, 2004, 560 p.
10. Mokienko V. M. V glub' pogovorki: rasskazy o proishozhdenii krylatyh slov i obraznyh vyrazhenij. St-Petersburg, Paritet, 1999, 224 p.
11. Telija V. N. Russkaja frazeologija. Semanticheskij, pragmaticheskij i lingvo-kul'turologicheskij aspekty. Moscow, Yazyki russkoj kul'tury, 1996, 288 p.
12. Yarantsev R.I. Russkaja frazeologija. 2<sup>nd</sup> ed. Moscow, Russkij yazyk, 2001, 845 p.

#### ЛИНГВОКРЕАТИВНАЯ ОБЪЕКТИВАЦИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОРЫВА АСТРАХАНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

*Золотых Лидия Глебовна, доктор филологических наук, профессор, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: zolotyhlg@yandex.ru.*

*Шпак Ольга Александровна, магистрант, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: olllya2012@yandex.ru*

*Утежанова Жанна Эркиновна, аспирант, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: utezhanova@gmail.com.*

Предпринята попытка лингво-когнитивного анализа номинативных единиц, объективирующих инновационные процессы Астраханского государственного университета.

**Ключевые слова:** инновационный, лингвокреативная объективация, Астраханский государственный университет, бережливое производство, малое инновационное предприятие

#### LINGVOCREATIVE OBJECTIFICATION OF INNOVATIVE BREAKTHROUGHS OF ASTRAKHAN STATE UNIVERSITY

*Zolotykh Lydiya G., Doctor of philology, Professor, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishchev st., e-mail: zolotyhlg@yandex.ru.*

*Shpak Olga A., undergraduate student, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishchev st., e-mail: olllya2012@yandex.ru.*

*Utezhanova Zhanna E., postgraduate student, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a, Tatishchev St., e-mail: utezhanova@gmail.com.*

There was a try of lingvo-cognitive survey nominative units, objectifying innovative processes of Astrakhan State University.

**Keywords:** innovative, lingvocreative objectification, Astrakhan State University, lean manufacturing, innovative SME

Понятие «креативный» вошло в современный русский язык в конце XX века. В «Большом толковом словаре русского языка» С.А. Кузнецова даётся два лексико-семантических варианта *креативный* с пометой *книж.* – ‘1. Творческий, созидательный, новаторский // Способный порождать новое, творить. 2. Предназначенный для возбуждения воображения, фантазии’ (1998 год). В «Словаре иностранных слов» Н.Г. Комлева приводится следующая кодификация: *Креативный* – ‘[англ. creative –