

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 –

творческий <лат. creation (creationis) – создание] – созидательный, творческий, отличающийся поиском и созданием нового’ (2006 год). Слово *креативный* входит в следующий синонимический ряд: *высококачественный, изысканный, инновационный, крутой, модный, необычный, новаторский, новый, созидательный, творческий, хороший, эксклюзивный*. «Словарь рекламных терминов»<sup>1</sup> трактует *креатив* как творческую составляющую рекламной деятельности. В «Словаре рекламы» ([www.economux.ru/reklama/10/?&page=0](http://www.economux.ru/reklama/10/?&page=0)) *креатив* – это ‘творчество, работа художников, текстовиков, концептуалистов и других креаторов в рекламе’.

Присоединение части *лингв-* [< лат. lingua ‘язык’] к слову *креативный* актуализирует когнитивные знания о творческой языковой способности человека. Слово *лингвокреативный* употребляют в основном в соотношении с языковой личностью, которая способна в полной мере реализовать потенциал языка. Таким образом, *лингвокреативный* – это способный творчески осмыслить когнитивные процессы концептуальной интеграции действительности, обеспечивающие появление новых номинативных единиц и смысловую интерпретацию слов, привычных для носителя языка, а также активизировать творческий потенциал номинаций в дискурсивной деятельности.

Одной из ведущих тенденций современного мира является возрастающая инновационная деятельность. Принято считать инновационными все товары или услуги, обладающие значительной степенью *новизны* с точки зрения потребителей. В связи с этим выделяют *новые* для мира товары или услуги, *новые* для рынка и *новые* для фирмы. Первый тип *новизны* принято считать *прорывными инновациями*, последний – *имитационными инновациями*.

Результаты тесного взаимодействия языковой реальности и явлений внеязыковой действительности, несомненно, способствуют пополнению терминосистем лексическими инновациями. Если ранее инновация была в большей мере свойственна зарубежным странам, то для инновационного прорыва России с 2010 года при государственной поддержке создан инновационный центр «Сколково». Его считают нашим будущим, которое позволит жить лучше и во благо человечеству. Данный проект включает в себя несколько *кластеров*: *IT, БиоМед, ЭнергоТех, ЯдероТех, Космос*, а также город, образование, *технопарк*, инфраструктуру, коммуникации (с органами государственной власти, обществом и СМИ, международным сотрудничеством) [2]. Инновационный понятийный аппарат, функционирующий в инновационном центре «Сколково», активно пульсирует в настоящее время во многих отраслях науки и образования.

В Астраханском государственном университете (далее – АГУ) понятия «инновация» и «инновационные технологии» ярко ассоциируются с интенсивным развитием вуза, что, несомненно, способствует повышению статуса вуза в мировом образовательном пространстве. Активно развивающиеся *инновационные* подходы во всех сферах деятельности АГУ стимулируют когнитивные механизмы лингвокреативной деятельности в контексте определённого языкового явления. Например, наиболее продуктивными моделями образования инновационных лексем является калькирование и заимствование из английского языка, ср.: *фандрайзинг, инжиринг, стартап, консалтинг, технопарк, патент, нанотехнологии, nanoиндустрия* и другие. Прорывной характер инновационного движения программирует процесс «входа» данных понятий в разные сферы деятельности АГУ. Профессиональная, специальная, специфическая лексика становится общеупотребительной у профессорско-преподавательского коллектива и студентов, регулируя деятельность профессионального сообщества. Например, в структуру *технопарка* АГУ входит студенческий *бизнес-инкубатор*. Словарная кодификация лексемы *инкубатор* – ‘аппарат для искусственного выведения птенцов (большими партиями и в любое время года)’, однако университетский *бизнес-инкубатор* совсем не предполагает производство птиц и их реализацию. В инновационной репрезентации *студенческий бизнес-инкубатор* –

<sup>1</sup> URL: [www.advesti.ru/glossary/k](http://www.advesti.ru/glossary/k)

это структурное подразделение вуза, осуществляющее поддержку студенческого инновационного предпринимательства, научно-технических разработок, перспективных для рынка; место, где «выращиваются» инновационные бизнес-идеи.

Наиболее интересным фактом лингвокреативной объективации, на наш взгляд, является случай семантической модификации лексемы *бережливый*. Одна из образовательных программ АГУ номинируется как «Бережливое производство и шесть сигм». Кодификация в Малом академическом словаре лексемы *бережливый* – ‘экономный, расчетливый; *производство* – ‘процесс создания материальных благ, необходимых для существования и развития общества, который охватывает как производительные силы общества, так и производственные отношения людей’. Как видим, дефиниции не содержат маркеров, которые относили бы их к сфере инновационной лексики, однако в дискурсивном пространстве АГУ *бережливое производство* – это инновационная концепция управления вузом, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь, регулирующая переход от формирования бережливого мышления к устойчивому развитию университета. Стоит отметить, что такую инновационную составляющую, как *бережливое производство*, АГУ давно и успешно ввёл в организацию студенческой и общеуниверситетской деятельности.

Лингвокреативная объективация инновационной деятельности вуза ярко прослеживается также в дискурсивной деятельности университетского печатного издания – «Вести АГУ». К примеру, в заголовке статьи «**Есть такая профессия lean-менеджер. “Бережливое производство” внедряется в АГУ**» используется иноязычное вкрапление *lean*, сохраняя свой графический иноязычный облик: англ. *lean production, lean manufacturing* от *lean* – ‘тощий, стройный’, также встречаются варианты перевода – ‘стройное’, ‘щадящее’, ‘рачительное’, встречается вариант с транслитерацией ‘лин’. *Lean* – это практикуемый во всем мире способ решения проблем, нацеленный на то, чтобы сделать компанию конкурентоспособной.

Среди инновационных моделей организации и ведения бизнеса особое место занимают *LEAN*-технологии, представляющие собой эффективное сочетание европейского практицизма и восточной философии. Благодаря опыту японской корпорации Toyota и интерпретации её идей «бережливое производство» сегодня рассматривается как наиболее эффективный, надёжный и малозатратный путь компаний к выходу из кризиса, повышению конкурентоспособности и занятию лидирующих позиций. *LEAN* рассматривает любое производство с точки зрения оптимизации процессов силами всех работников компании. В этой глобальности подхода скрывается основная сложность методики «бережливого производства», так как специалист в данной сфере должен совмещать в себе навыки педагога и руководителя, прогнозиста и аналитика. Следовательно, *lean-менеджер* – это менеджер, взявший за основу концепцию *бережливого производства*.

В названии статьи «**”Арт-салон” открыт!**» объективируется первый лексико-семантический вариант лексемы *салон* – ‘помещение для выставок, разнообразных показов, демонстраций товаров, а также магазин, где продаются художественно изготовленные товары, произведения искусства, или ателье, где работа выполняется художественно’ – и часть сложных слов *арт*<sup>2</sup> – ‘Первая часть сложных слов со знач. относящийся к артисту, артистам, напр. *арт-салон, арт-группа, арт-кафе, арт-тусовка*’. Статья посвящена открывшемуся в Астраханском государственном университете «Арт-салону» для проведения выставок-продаж творческих работ по живописи, графике, декоративно-прикладному искусству студентов и преподавателей АГУ, других учебных заведений региона, а также художников города. Инновационный характер «*Арт-салона*» АГУ репрезентирует и текст статьи. Приведём некоторые выдержки: «*Главная задача салона – вовлечение студентов в инновационную деятельность, подготовка профессионально-ориентированных специалистов, практическое изучение направлений современных течений в изобразительном искусстве и реализация собственных произведений. <...> В перспективе в деятельность “Арт-салона” предполагается включить услуги по разработке архитектурных, ландшафтных, интерьерных и дизайнерских проектов, выполняемых силами студентов*»

(«Вести АГУ», июнь 2013 г.). Итак, дискурсивное пространство «Вестей АГУ» представляет инновационную деятельность и трансфер технологий АГУ как реальность современных взаимоотношений между наукой, промышленностью и рынком.

Инновационная деятельность АГУ направлена на разработку и внедрение фундаментальных и прикладных исследований. Так, для эффективной реализации процесса развития знаний («создание знаний – преобразование знаний в продукт (услугу) – продвижение его на рынок») АГУ активно развивает *инновационную инфраструктуру*. Семантическое поле «Инновационная инфраструктура» включает в себя такой компонент, как «малое инновационное предприятие». *Малые инновационные предприятия* (далее – МИПы, МИП) представляют собой хозяйствующие субъекты в сфере рыночной экономики, призванные выполнять задачи по структурной перестройке производства на основе разработки и реализации нововведений и создание обстановки восприимчивости инноваций.

Интересно, что уже в номинации малое инновационное предприятие есть оксюморон. *Малый* – ‘1. Незначительный по величине, размерам; 2. ‘Не имеющий существенного значения, ничтожный’. *Инновационный* – ‘Относящийся к инновации’. *Инновация* – ‘1. Введение чего-л. нового; нововведённая вещь; модернизация; реформа; 2. Экон. (чаще мн. ч.). Вложение средств в новую технологию, новые формы организации труда и управления, охватывающие не только отдельное предприятие, но и их совокупность, отрасль’. *Предприятие* – ‘Принадлежащее организации пространство, где осуществляется производство или иные технологические процессы’. Таким образом, перед сравнительно небольшим субъектом, характеризующимся «малоформатностью» производства (а иногда и производством единичных изделий) и малочисленностью занятого персонала, стоит глобальная задача – создание и внедрение новых технологий для модернизации экономики, поддержания высокой конкурентоспособности и удовлетворение новых потребностей клиентов на вновь формирующихся рынках наукоёмкой продукции.

Представляет лингвистический интерес процесс номинации малых инновационных предприятий. На наш взгляд, руководители МИПов в названиях своих структур стараются отразить не только специфику деятельности предприятия, но и амбициозные надежды на высококачественное удовлетворение изменяющихся общественных потребностей, на активное формирование совершенно новых объектов спроса и прочное укрепление в определенном рыночном сегменте. Лингвокреативная объективация названий МИПов интересна разнообразием репрезентаций современных парадигматических и синтагматических возможностей русского языка. Нами выделены следующие группы номинаций МИПов:

1) репрезентация **полных лексем**: «Перспекетус», «Полиз», «Иноватик», «НИКА», «Безна», «Саид», «Филин», «Теплога», «Инверсия», «Магратея», «Лямбда», «Нептун», «Фамарь», «Интеграл», «Контур», «Ялга», «Делика», «Келька»;

2) включение в структуру **сложносокращённых лексем**: «Виталайн», «Нитэла», «Аро-мисс», «Пролайф», «Инноробот»;

3) **аббревиатуры**: «АстЛек», «Астфарм», «Асткосметикс», «Гисэкоинфотех», «МПФГ СофтМаксимум», «Астргид», «Астлемнаплюс», «Астшубатбио», «Астпарфюм», «Инвертастраплюс», «Астрадатчик», «Астангиледплюс», «Аствермитехнологияплюс», «Астинфосервис», «Астраэнергоэффект», «Элекпрод», «Техномед», «Асттехно», «Туркарт», «Комбитех», «Арбузпром», «Д.А.Р.», «АССУП»;

4) репрезентация **словосочетаний**: «ИнтерЛапи», «Ай Ти Фудс», «Нейротек-Нейс», «Грин Хаус Софт», «Астра Сорб», «Эврика Плюс», «Адептик Плюс», «Мобильные технологии в управлении», «Технология нанокерамики», «Адаптивные мобильные сервисы», «Современные мультимедийные технологии», «Адверт Астра», «Астраханская лаборатория веб-технологий».

Итак, динамику инновационной деятельности АГУ и её интенсивную лингвокреативную объективацию можно проследить в различных дискурсивных пространствах вуза, что, несомненно, представляет интерес для серьезного когнитивно-дискурсивного исследования.

Список литературы

1. Рашидов О. Сколково: принуждение к чуду. Реальная история создания самого амбициозного проекта в новой России / О. Рашидов. – Москва : Манн, Иванов, Фербер, 2012. – 256 с.

References

1. Rashidov O. Skolkovo: prinuzhdenie k chudu. Real'naja istorija sozdaniya samogo ambitsioznogo proekta v novoi Rossii. Moscow, Mann, Ivanov, Ferbber, 2012, 256 p.

**СМЫСЛОВАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ  
ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ «ГОЛОВА»**

*Джабраилова Сара Гамидовна, аспирант, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: sara\_dzhabrailova@mail.ru.*

В статье рассматривается специфика смысловой реализации значения фразеологических единиц с компонентом-соматизмом «голова» в переводном тексте романов Джона Голсуорси «Сага о Форсайтах».

**Ключевые слова:** фразеологическая единица, компонент-соматизм, значение, семантика, смысловая реализация

**SEMANTIC DIFFERENTIATION OF RUSSIAN AND ENGLISH  
PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE COMPONENT "HEAD"**

*Dzhabrailova Sara G., postgraduate student, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishchev St., e-mail: sara\_dzhabrailova@mail.ru.*

The article presents the specific character of implementation of semantic specificity of the importance of phraseological units with a component-somatism head in a translated text of the novels "The Forsyte Saga" by John Galsworthy.

**Keywords:** phraseological unit, component-somatism, meaning, semantics, semantic implementation

Высокой функциональной значимостью как в русском, так и в английском языке обладают фразеологические единицы с компонентом *голова*, где названный компонент является стержневым не только в структурном, но и в семантическом отношении. Активная фразеологическая валентность соматизма *голова* связана с важнейшими функциями этого универсального органа – физической, информационной, ментальной активностью человека.

По нашим данным в русских переводах романов Джона Голсуорси «Сага о Форсайтах» фразеологические единицы (далее – ФЕ) с компонентом *голова* проявляют максимальную активность и продуктивно репрезентируют эмоциональную и чувственно-волевыми сферы героев. Например, все фразеосемантические варианты полисемантической ФЕ *приходить / прийти в голову* к о м у реализуют отрицательную семантику за счёт введения в структуру ФЕ отрицательной частицы *не*. Ср. смысловую реализацию первого значения ФЕ *приходить / прийти в голову* к о м у – ‘возникать, появляться в сознании кого-либо’ – в следующем контексте: *Он держался очень прямо, а его пронизательные спокойные глаза ещё не утратили своего ясного блеска. Всё это говорило о том, что старый Джолион – выше людской мелкоты с её сомнениями и раздорами. Долгие годы он жил своим умом, тем самым закрепив за собой право на превосходство. Ему бы и в голову не пришло, что надо выставить напоказ свои сомнения и открыто бросать кому-то вызов.* Английский семантический эквивалент *to occur* – ‘приходить на ум, в голову, представляться’ – дополняется также отрицательным элементом **never**, ср.: *It would never have occurred to old Jolyon that it was necessary to wear a look of doubt or of defiance.* Во фразеологическом окружении косвенно-производной единицы *в голову не пришло* отрицательная час-