

**СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЛЕКСИЧЕСКОЙ  
ЕДИНИЦЫ «РУКОВОДИТЕЛЬ» (НА ОСНОВЕ ТЕКСТОВ СМИ)  
THE WORD-FORMATION POTENTIAL OF THE LEXICAL UNIT  
«LEADER» (BASED ON MEDIA TEXTS)**

**Аннотация:** Наиболее оперативно языковые изменения фиксируются в текстах СМИ. Данная статья посвящена комплексному анализу лексических новообразований со стержневым элементом «руководитель» в текстах современных средств массовой информации (СМИ). Благодаря анализу новообразований в СМИ можно выявить активные словообразовательные процессы, происходящие в языке, проследить частотность использования конкретной лексики и её производных.

**Ключевые слова:** руководитель; тексты СМИ; словообразовательный потенциал; языковая игра.

**Abstract:** The most rapid language changes are recorded in the texts of the media. This article is devoted to the complex analysis of lexical neoplasms with the core element «leader» in the texts of modern mass media (mass media). Thanks to the analysis of neoplasms in the media, it is possible to identify active word-formation processes occurring in the language, to trace the frequency of use of a specific lexeme and its derivatives.

**Keywords:** leader; media texts; word-formation potential; language game.

У каждого слова есть словообразовательный потенциал – способность создавать новые лексические единицы на основе существующих в языке словообразовательных моделей. Словообразовательная активность – реальный языковой факт, а словообразовательный потенциал – это нереальное, нереализованное свойство (способность) слова, которое может быть реализовано при соответствующих обстоятельствах [2, с. 252].

В современном русском языке наблюдается активное пополнение словарного состава новыми словами. Многие неологизмы быстро осваиваются лексической и грамматической системами языка и обретают свое место в системе словообразования.

Современные медиатексты представляют собой важный аспект лингвистических исследований, поскольку имеют серьёзный манипулятивный потенциал и могут влиять на массового адресата. Один из способов манипуляции аудиторией – языковая игра. Языковой игрой называется «...сознательное нарушение языковых норм, правил речевого общения, а также искажение речевых клише с

целью придания сообщению большей экспрессивной силы» [1, с. 81]. С помощью языковой игры можно заинтересовать адресата и тем самым «приковать» его внимание к нужной адресанту информации. Игровые приёмы в СМИ используются для привлечения внимания, поскольку что-либо необычное люди замечают быстрее и охотнее, чем обычное.

Несмотря на интерес исследователей к изучению языковой игры, трактовка данного термина остается неоднозначной. С. В. Ильясова в работе «Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы» проводит обзор различных подходов к пониманию термина «языковая игра» и выделяет два основных. Как указывает автор, «...представители первого связывают языковую игру с сознательным нарушением нормы, вторые видят в языковой игре отклонение от определенных правил, но в пределах нормы в обоих определениях подчеркивается деструкция речевой нормы и творческий характер языковой игры» [4, с. 32].

Словообразовательная игра в современных средствах массовой информации свидетельствует о её качественно новом состоянии: экспрессия побеждает стандарт, и немалую роль в этом играет словообразовательная игра. Язык газеты приобретает индивидуально-творческий характер, что позволяет нам говорить о новом понимании индивидуально-авторского слова – слова, не связанного с определённым автором, не замкнутого в рамках определённого текста, что выражается в необычной форме.

Выделяют два основных способа обыгрывания словообразовательных единиц: переосмысление словообразовательной структуры уже существующих слов («скрытое / имплицитное» словообразование – реализация словообразовательной модели) и создание новых слов («окказиональное словообразование – нарушение модели). Эффект создается благодаря «переходу» значения слова-прототипа во внутреннюю форму новообразования. Результат такого неузуального, творческого словообразования – окказионализм. «Окказионализмы показывают, на что способен язык при порождении новых слов, каковы его творческие потенции, глубинные силы» [3, с. 180]. Этим обусловлен наш интерес к данному языковому явлению, при этом особое внимание уделяется выявлению признаков окказионального слова, функций окказионализмов, а также изучению способов словообразования, на которых базируется языковая игра: префиксации, суффиксации, префиксально-суффиксального способа, словосложения, контаминации и т. д.

Возможности реализации игры в языке бесконечны. Преднамеренное создание новых слов происходит с целью определённым образом воздействовать на реципиента, создать более яркую оболочку устойчивой номинативной единицы, поиграть формой слова, «самовыразиться». Языковые игры способствуют повышенной активности восприятия сообщения, заставляют реципиентов получать новые смыслы из текстовых единиц, выстраивать ассоциативные ряды и логические цепочки. Использование словесных игр требует сотворчества читателя, который должен не только восстановить исходные языковые единицы, подвергшиеся творческой обработке, но и определить новое текстовое значение, обычно обогащенное эмоционально-оценочным «приращением» смысла.

Таким образом, адресат активно участвует в языковой игре, предложенной творцом послания.

Рассматриваемое нами слово «руководитель» занимает центральное место среди других языковых единиц русского языка в связи с тем, что содержащиеся в нем наивные представления являются экзистенциально значимыми как для конкретного человека, так и для всей нации в целом. Слово «руководитель» входит в ядро языкового сознания русских (согласно «Русскому ассоциативному словарю», 103 стимула вызвал ассоциат руководитель) [6].

Современная форма слова «руководитель» отмечается в словарях с 1627 г., «руководительница» – с 1794 г. Слово «руководитель» образовалось в русско-церковнославянский период с помощью суффикса -тель от основы глагола *руководити* «вести за руку, направлять рукой», позднее встречаем новое существительное, образованное посредством суффикса -ниц [7].

Как показал анализ языкового материала, неологизмы, образованные от лексической единицы *руководитель*, расширяют уже существующее в языке словообразовательное гнездо (СГ) с вершиной РУКОВОДИТЬ (в «Новом словообразовательном словаре русского языка для всех, кто хочет быть грамотным» А. Н. Тихонова оно включало лишь 6 дериватов) [5]. На данный момент, в XXI веке, оно стало одним из гнезд, которые расширяются включением многочисленных неологизмов, таких как *квазируководитель*, *экс-руководитель*, *псевдо-руководитель*, *мега-руководитель*, *руководителишка*, *руководист*, *путинист-руководист*, *руководец*, *недоруководитель*, *руководителище*, *руководятел*, *супер-руководитель*.

Наиболее характерным способом словообразования для выбранной нами лексической единицы является суффиксально-префиксальный способ. Путем присоединения, в частности иноязычных, префиксов, различных суффиксов лексема руководитель преобразовывается в новую лексическую единицу с новым значением (либо оттенком значения).

В словообразовательных словарях, в частности, в «Новом словообразовательном словаре русского языка для всех, кто хочет быть грамотным» А. Н. Тихонова и др. существительное руководитель не является основой словообразовательного гнезда, что не соответствует деривационному потенциалу лексемы *руководитель* в актуальном медиапространстве. Анализ современных текстов СМИ позволил нам зафиксировать 12 производных:

1. КВАЗИРУКОВОДИТЕЛЬ (КВАЗИ+руковод+и+тель) – префикс квази-, пришедший в русский язык из латинского, имеет значение «мнимый», «ненастоящий». Данная лексема активно функционирует в текстах СМИ, хотя зафиксирована в словарях не была: *Однако квазируководитель «республики» попытался уверить присутствующих, что бояться якобы не стоит* (<https://korrespondent.net>, 15.09.2022. Путем префиксации мы получаем производное слово, которое демонстрирует отношение общества к лицу, возглавляющему какое-либо учреждение.

2. ЭКС-РУКОВОДИТЕЛЬ (ЭКС+руковод+и+тель) – префикс ЭКС при добавлении к основе существительного образует новое существительное и вносит в него значение «бывший, утративший прежнее положение». В текстах СМИ

лексема используется в прямом значении: *В Иркутской области экс-руководитель КУМИ обвиняется в служебном подлоге* (<https://www.ogirk.ru>, 22.11.2022); *Экс-руководитель управления общественного развития Туркестанской области обвиняется в присвоении 240 млн тенге во время пандемии* (<https://ratel.kz>, 17.01.2023). Благодаря префиксации мы получаем слово с новым значением – экс-руководитель – бывший руководитель.

3. ПСЕВДОРУКОВОДИТЕЛЬ (ПСЕВДО+руковод+и+тель) – префикс ПСЕВДО, который в переводе с греческого означает «ложь», вносит в лексему значение «мнимый», «ложный». В СМИ данная языковая единица активно функционирует чаще всего в новостях политического характера и имеет отрицательную коннотацию: *Предприятия страдают от фальшивых счетов-фактур и псевдоруководителей* (<https://rus.delfi.ee>, 24.10.2022); *Вы можете делать попытки назначать псевдоруководителей, манипулировать людьми, предавшими свою страну и односельчан, но у вас ничего не получится. Не удастся купить наших украинцев дешевыми подачками* (<https://kharkivoda.gov.ua>, 22.03.2022). Таким образом видим, что мы получаем новое значение слова за счет префикса псевдо- – тот, кто выдаёт себя за руководителя, ложный руководитель.

4. НЕДУРУКОВОДИТЕЛЬ (НЕДО+руковод+и+тель) – НЕДО – означает выполнение чего-нибудь ниже положенной нормы, то есть какое-то действие производится в недостаточном, слишком малом количестве (меньше, чемлагается). В текстах СМИ встречаем такие примеры употребления данной лексемы: *Негативные виды руководителей отрицательно сказываются на атмосфере в коллективе и общих продажах. У хороших руководителей плохих подчиненных не бывает, это закон. Если он не работает в вашем бизнесе, избавьтесь от недоруководителей* (<https://tatcenter.ru>, 24.07.2020); *Почему эти руководители не хотят уходить оттуда, где они, прямо скажем, недоруководители с укороченным (обрезанным), но очень понятным функционалом?* (<https://hrtime.ru>, 29.06.2021). Префикс недо- вносит своё значение в слово «руководитель», в итоге мы получаем новое слово «недоруководитель» – руководитель, который не выполняет свои обязанности в полной мере, недостаточно компетентен в своём роде деятельности.

5. МЕГА-РУКОВОДИТЕЛЬ (МЕГА+руковод+и+тель) – часть сложных слов МЕГА- обозначает грандиозность, большой размер и т. п., по отношению к нашей языковой единице префикс МЕГА будет синонимичен префиксу СУПЕР. В СМИ нами было зафиксировано употребление как в значении положительной оценки индивида, так и с ироничной коннотацией: *Я очень уважаю Важенина. Он мега-руководитель! В диспансере с каждым годом все меняется только в лучшую сторону* (<https://74.ru>, 26.06.2020); *Уровень канала и уровень издания налицо. А уж мега-руководитель этого всего явно занят только тестированием новых патчей собственного производства* (<https://www.sports.ru>, 08.11.2020). Исходя из текстов СМИ, мы можем сделать вывод, что у лексемы «мега-руководитель» есть два значения:

1) руководитель, который заслуживает уважения и почёта среди своих сотрудников;

2) (ирон.) руководитель, который не справляется со своими обязанностями, не выполняет определенные действия в интересах своей компании и работников.

6. СУПЕР-РУКОВОДИТЕЛЬ (СУПЕР+руковод+и+тель) – префикс СУПЕР при добавлении к основе Руководитель означает высшую степень профессионализма, мастерство лица, занимающего руководящую должность: *Алексей Павлович работает в агентстве уже много лет. К нему, как мало к кому, подходит приставка СУПЕР: суперриэлтор, суперпрофессионал, супер-руководитель! Когда нужно – строгий, но, что немаловажно для сотрудников, справедливый* (<https://www.rielt.net.ru>, 02.07.2020). Лексема «супер-руководитель» будет синонимична лексеме «мега-руководитель» в её первом значении, т. е. супер-руководитель – это руководитель, который обладает высокой степенью профессионализма в своём деле.

7. РУКОВОДИТЕЛИШКА (руковод+и+тел+ИШК(А)) – ИШК – при добавлении к основе существительных образует уменьшительно-пренебрежительное значение, что подтверждается примерами из медиатекстов: *Среди горлохватов в основном были **руководителишки**, которые поворовывали и боялись потерять насиженное местечко* (<https://kartaslov.ru>, 15.03.2020); *«**Руководителишка**» просто кормит завтраками и обещаниями. Удерживают серую часть зарплаты, при увольнении Вы получите ничего* (<https://pravda-sotrudnikov.ru>, 27.10.2021). Путем суффиксации мы получили лексему с уменьшительно-пренебрежительным значением, которая указывает на отношение говорящего к руководителю чего-либо.

8. РУКОВОДИСТ (руковод+ИСТ) – суффикс ИСТ образует существительные со значением лица по принадлежности к учреждению, профессии, определенному общественному направлению: *Старушка – ты **руководист**, давай свой форум открывать* (<https://sekretar-info.ru>, 08.07.2021); *Он гениальный шпион. Даже к стерхам и тиграм внедрил под прикрытием. Ещё – аквалангист, хоккеист, каратист, дзюдоист, конник, автомобилист, **руководист**, наградист, популист и лётчик. Разве мало?* (<https://info.sibnet.ru>, 22.05.2020).

9. РУКОВОДЕЦ (руковод+ЕЦ) – суффикс ЕЦ – продуктивная словообразовательная морфема, при помощи которой образуются имена существительные, являющиеся названиями лиц мужского пола – носителей признака, заключенного в мотивирующем слове. Значение лица может соотноситься с мотивирующим именем существительным по принадлежности к группе людей, общественно-политическому или этническому сообществу либо по принадлежности к учреждению, предприятию, что является основополагающим в нашем случае. В текстах СМИ наблюдаем пренебрежительное значение данной языковой единицы: *Наш Минздрав местный давно сгнил, основная функция работников его не допустить выхода стонов населения за пределы региона. Потому новый **руководец** этой конторки дал приказ на опережение. Гражданам отвечают, но воз не движется* (<https://tvernews.ru>, 23.01.2021). При помощи суффиксации мы получили шутовское определение руководителя.

10. РУКОВОДИТЕЛИЩЕ (руковод+и+тел+ИЩЕ) – ИЩ(Е) – словообразовательная единица, образующая имя существительное мужского рода с увели-

чительным значением. В текстах СМИ используется в ироническом смысле: *Валерия Чернышова... Руководитель группы по подбору персонала. **Руководителище**, с большой буквы Р, не побоюсь этого слова. Начать, пожалуй, стоит с собеседований, которые проводит Валерия. Кандидаты, которые приходят на собеседования, должны надеяться на то, что Валерия встала с нужной ноги утром, иначе они вряд ли пройдут сложный отбор, состоящий из вопросов абсолютно бесполезного характера, которые затрагивают сферу непонятно чего и непонятно куда* (<https://pravda-sotrudnikov.ru>, 09.06.2020). Можно сказать, что руководителище – это руководитель, который заслужил авторитет, показал своё величие как управленец.

11. РУКОВОДЯТЕЛ (руков+О+ДЯТЕЛ), в котором О – соединительная гласная. Способом сложения сопоставляется руководитель и дятел – дурак, глупый человек, тупица. Значение пренебрежительное, что доказывают нам медиатексты: *Зачастую хороший исполнитель превращается в **руководятла** и совершает типичные ошибки. Все только потому что ему не нужно, не нравится управлять, он код писать хочет* (<https://habr.com>, 11.01.2021); ***Руководятел** – это наёмный управленец, который воспринимает свой опыт как универсальный и самый лучший. Этот горе руководитель, образно говоря* (<https://ar-ar.facebook.com>, 14.05.2020). Получаем новую лексему с грубым, пренебрежительным значением, которая обозначает руководителя, который не знает и не понимает, как выполнять свои обязанности, совершает типичные ошибки.

Просмотрев и проанализировав многочисленные тексты СМИ, мы можем сделать вывод, что посредством сферы медиа происходит обновление русского языка. Язык СМИ способствует интенсивному расширению словаря разговорной лексики за счет аффиксации, не встречающейся в русском литературном языке. Словообразовательная практика СМИ позволяет выработать такие типы образования неологизмов, которые просты в своём морфологическом построении и в то же время разнообразны в семантическом отношении. Новые слова обладают большей смысловой ёмкостью по сравнению с исходными словами, к тому же новации выполняют особую стилистическую роль в тексте и способствуют усилению информативности.

### Библиографический список

1. Анатомия рекламного образа / под общ. ред. А. В. Овруцкого. – СПб. : Питер, 2004. – 224 с.
2. Дьяков, А. И. Словообразовательный потенциал и словообразовательная активность англицизмов в русском языке / А. И. Дьяков // Вестник науки Сибири. – 2012. – № 4 (5). – С. 252–256.
3. Земская, Е. А. Словообразование как деятельность / Е. А. Земская. – М. : Наука, 1992. – 220 с.
4. Ильясова, С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – М. : Флинта, 2009. – 296 с.
5. Новый словообразовательный словарь русского языка для всех, кто хочет быть грамотным / А. Н. Тихонов. – М. : АСТ, 2014 – 639 с.
6. Русский ассоциативный словарь. Т. 1. От стимула к реакции : около

7 000 стимулов / Ю. Н. Караулов [и др.]. – М. : АСТ : Астрель, 2002. – 781 с.

7. Этимологический словарь современного русского языка / сост. А. К. Шапошников : в 2 т. Т. 1. – М. : Флинта : Наука, 2010.