

Районная научно-практическая конференция

«К вершинам науки»

Секция: филология

**Исследовательская работа**

Тема: «Использование неологизмов в СМИ»

Моторина Полина Андреевна,

МБОУ СОШ №17, 7а класс

Ахметшина Галина Валентиновна,

учитель русского языка и литературы

МБОУ СОШ №17

Ижевск, 2013

## Оглавление

Введение.....	3
Глава I. Обзор литературы.....	5
1.1 Способы создания неологизмов.....	5
1.2 Классификация неологизмов.....	5
1.3 Пути возникновения неологизмов.....	8
1.4 А нужна ли «чистка»? .....	9
Глава II. Методика исследования и анализ результатов.....	11
2.1 Анализ неологизмов в СМИ.....	11
2.2 Результаты анкетирования «Нужны ли неологизмы в современном русском языке?».....	18
Заключение .....	20
Список литературы .....	22
Приложение.....	23

## Введение

**«Русский язык необыкновенно богат»**

В.Белинский

**«Русский язык в умелых руках и в опытных устах красив, певуч,  
выразителен, гибок, послушен, ловок и вместителен»**

А. Куприн

Лексика русского языка постоянно пополняется новыми словами. Они, подобно листьям на деревьях появляются, старые «отлетают», а новые «вырастают». Крепнут международные связи страны. Происходят изменения в культурной жизни. Появляются новые виды спорта. Все это находит отражение в языке. Новые слова, или неологизмы (от греч. «neos»-новый, «logos» -слово) появляются ежечасно, ежеминутно, но не все слова сохраняются в народной памяти, фиксируются в различного рода справочниках.

Я выбрала для своей исследовательской работы тему «Неологизмы», потому что новые слова русского языка меня очень заинтересовали.

### **Актуальность исследовательской работы.**

Очень часто, читая газеты и журналы, просматривая передачи по телевизору, мы не понимаем значения некоторых слов. Данная работа позволит узнать лексические значения таких слов (неологизмов), а также содержит информацию об их этимологии.

**Практическая направленность** – работу можно использовать на уроках русского языка, на классных часах с целью привлечения внимания школьников к слову, а также пополнение их словарного запаса.

**Цель моей исследовательской работы** – исследование использования неологизмов в СМИ.

**Задачи:**

- 1.изучить теоретический материал по теме «Неологизмы»;
- 2.исследовать средства массовой информации, так как в них постоянно появляются новые слова (газеты «АИФ в Удмуртии», «Комсомольская правда», «День», журнал «Деловой квадрат»).
3. выявить признаки газетных неологизмов;
4. провести среди учащихся 6-7 классов опрос на тему: «Нужны ли неологизмы в современном русском языке?»;
5. исследовать лексическое значение неологизмов

**Объект исследования** – неологизмы.

**Предмет исследования** – использование неологизмов в СМИ.

**Методы:**

1. сплошная выборка;
2. социологический опрос среди учащихся 6-7 классов;
3. сопоставительный анализ.

## Глава I. Обзор литературы

### 1.1 Способы создания неологизмов

- **словообразовательная деривация** — образование новых слов из существующих в языке морфем по известным (обычно продуктивным) моделям, то есть по образцу уже существующих в языке слов, например: «зеленокудрый»(Н. В. Гоголь), «громадьё», «молоткастый» (В. В. Маяковский) и др.
- **семантическая деривация** — развитие в уже существующем слове нового, вторичного значения на основе сходства вновь обозначаемого явления с явлением уже известным
- **заимствование слов из других языков.**<sup>1</sup>

### 1.2 Классификация неологизмов

В основе классификации неологизмов лежат различные критерии их оценки. В зависимости от способов образования выделяют неологизмы **лексические**, которые создаются по продуктивным моделям или заимствуются из других языков (*подписант* - официальное лицо, подписывающее документ; *посткоммунистический*, *антиперестроечный*, *разгосударствление*, *партсовноменклатура*, *спецназ*, *БТР*, *ОМОН*, *деморосс*, *федерал*, *видеобар*), и **семантические**, которые возникают в результате

---

<sup>1</sup> Неологизмы//Энциклопедический словарь юного филолога/Сост. М. В. Панов. – М.: Педагогика, 1984. – с166-167;188-189.

присвоения новых значений уже известным словам (*челнок* - мелкий торговец импортными товарами, привозящий их из-за рубежа, *тусоваться* - общаться в дружеской обстановке, *крутой* (парень, мотив), *обвал* (национальных валют).

В зависимости от условий создания неологизмы следует разделить на две группы: слова, возникновение которых не связывается с именем их создателя, их можно назвать **анонимными**, и слова, введенные в употребление конкретными авторами, то есть **индивидуально-авторские неологизмы**. Подавляющее большинство неологизмов относится к первой группе.

В зависимости от целей создания новых слов, назначения их в речи все неологизмы можно разделить на **номинативные** и **стилистические**. Первые выполняют в языке номинативную функцию, прямо называя понятия; вторые дают образную характеристику предметам, которые уже имеют названия. Появление номинативных неологизмов диктуется, прежде всего, потребностями развития науки и техники. Эти неологизмы возникают как наименования новых понятий. В составе номинативных неологизмов много узкоспециальных терминов, как правило, стилистически нейтральных в эмоционально-экспрессивном отношении. Изобретатели стараются ввести в употребление и новые предметы, и их наименования. Этому содействует реклама новых товаров, продуктов. Например: *пульсар* (устройство электронного зажигания, используемое автомобилистами), *биофидок* (кефир, обогащенный биофидобактериями, защищающими от кишечных инфекций). Стилистические неологизмы создаются как яркое экспрессивное средство, они всегда имеют положительную или отрицательную окраску. Например, неудачи и злоупотребления во время приватизации государственных предприятий послужили поводом к рождению сатирического словечка ***прихватизация***.

Порождением перестройки и гласности явились такие стилистические

неологизмы, как *совки* (т.е. советские граждане), *совковый*; резко сатирическое словечко *членовоз* (персональная машина чиновника высшего ранга); *ужастики* (фильмы ужасов), *чернуха* (разоблачительные фильмы) и другие.

В зависимости от того, входят ли неологизмы в язык или являются лишь фактами речи, создаются «на случай», различают неологизмы **языковые** (общенародные) и **окказиональные** (от лат. occasionalis - случайный).

Языковые неологизмы становятся со временем достоянием межстилевой или специальной лексики, фиксируются словарями. Как и обычные слова, языковые неологизмы воспроизводятся в речи с закрепленными за ними значениями. Примерами языковых неологизмов могут служить все рассмотренные мной лексические и семантические, номинативные и стилистические, анонимные и индивидуально-авторские неологизмы.

**Окказиональные неологизмы** - это слова, употребленные в определенном контексте лишь один раз. К ним относятся, например, детские новообразования: - Дай мне *распакетить* пакеты, - Смотри, как *налужил* дождь! Среди них могут быть не только лексические, но и семантические неологизмы: «Мама, смотри, идет *гусеница* с детками!» (о гусыне). Подобные окказионализмы возникают особенно часто в устной речи, они создаются произвольно, что отличает их от прочих неологизмов. Для каждого поколения россиян какие-то слова были в свое время новыми. Люди старшего возраста хорошо чувствовали несколько десятилетий назад новизну таких слов, как магнитофон, универмаг, телевизор. Те, кто родился в 50-х годах, помнят возникновение слов спутник, космический челнок, луноход. Сейчас мы уже привыкли к таким словам, как компьютер, мобильная связь, реактивный самолет. Но и нам представляются совсем новыми, на нашей памяти возникшие нанотехнологии, лазерные лучи,

### 1.3 Пути возникновения неологизмов

Существуют разные пути пополнения лексики. Словарный запас русского языка обновляется **путем появления собственно новых слов**. Немалую роль играет и **развитие новых значений у старых слов**. Не случайно словарь-справочник, вышедший в 1971 году и содержащий примерно 3500 слов, называется «Новые слова и значения». Словарь этот включает в основном лексику, пополнившую наш словарный запас в 60-х годах. Там наряду с новыми в те времена словами мы находим и такие, которые с первого взгляда не кажутся новыми: *развязка, золото, дикарь, старт*. У этих слов сравнительно недавно появились новые значения: *развязка* – сооружение на автодорогах, способствующие непрерывному движению транспорта; *золото* – золотая медаль; *дикарь* – человек, отдыхающий без путевки.

Иной путь пополнения словарного запаса – **заимствование**. В результате политических, торгово-экономических и культурных контактов происходил и происходит торговый, культурный, научный взаимообмен, а, следовательно, и проникновение иноязычных слов.

Русский язык всегда был открыт для заимствований. Начиная с эпохи Петра I, он ориентировался на западную культуру, что вызвало проникновение в него многочисленных заимствований из западноевропейских языков.

Особенно много слов пришло в русский язык из **французского** языка. Это слова

**политические-** *авангард, актив, дилетант, диссидент, министр,*

---

<sup>2</sup> Гудков Л. Новорусский русский//Знание-сила. – 1998. – с 23-31.



демократия, деспот, институт, офицер, карьера, президент, реформа, трибуна;

**искусствоведческие**- анонс, балет, шедевр, мода, миниатюра, визит, газета, шедевр, декорация, дирижер, жанр, жонглер, медальон, оркестр, карнавал, вальс, романс, сеанс, рояль, экран;

**названия предметов быта, одежды, продуктов** - жилет, кашне, пальто, капюшон, костюм, ботинки, галоши, тюль, гардероб, портфель, машина, метро, почтальон, парашют, вестибюль, диван, винегрет, ваниль, бульон, пюре, компот, десерт, желе;

**слова других тематических групп**- терраса, трибуна, туалет, тротуар, ферма, ресторан, платформа, таблетка и другие.

Из польского языка заимствованы:

некоторые названия **предметов быта и продуктов**- бутылка, винт, гитара, дурилаг, индюк, повидло, паштет,

**наименования одежды**- кофта, шаль,

**слова других семантических групп** - каникулы, комедия, цифра, шпаргалка, пенсия, фамилия, дистанция, квартира, карета, фабрика.

**Итальянскими** по происхождению являются

**некоторые слова, связанные с искусством**- виолончель, либретто, опера,

**названия продуктов питания** - вермишель, помидор.

Из голландского пришли в русский язык слова «морской» тематики- верфь, лоцман, дамба и некоторые другие (зонтик, кастрюля, флаг).<sup>3</sup>

#### 1.4 А нужна ли «чистка»?

Время от времени некоторые люди предпринимали попытки «очистить» русский язык от инославянского влияния. Так, Шишков

---

<sup>3</sup> [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/NEOLOGIZM.html?page=0,1](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/NEOLOGIZM.html?page=0,1)

предлагал заменить заимствования на эквиваленты, созданные при помощи средств русского языка, например, слово *галоши* заменить на *мокроступы*. Однако попытки эти не дали сколько-либо значительных результатов. Поэтому русский язык относится к языкам, в которых заимствования присутствуют в больших количествах (в отличие, например, от другого славянского языка — чешского, сформировавшегося в трудной борьбе с немецким языковым влиянием и предпочитающего «свои» лексические единицы заимствованным).<sup>4</sup>

**Тенденция к «американизации»** русской жизни находит своё отражение в «американизации» русского языка, что выражается в проникновении в него многочисленных англицизмов и американизмов (слов, заимствованных из английского языка и его американского варианта).

Слова из английского языка и раньше заимствовались русским языком, например: *митинг, инфляция, импорт, интервью, доллар, вокзал, комбайн, магнитофон, шампунь, капрон, шорты, джинсы, капрон, кекс, крекер* и др.

---

<sup>4</sup> Гудков Л. Новорусский русский//Знание-сила. – 1998. – с 23-31

## Глава II. Методика исследования и анализ результатов

### 2.1 Анализ неологизмов в СМИ

В качестве материала для исследования я взяла газеты «Комсомольская правда», 2013-№1-4; «День», 2013-№2,3; «Аргументы и факты в Удмуртии», 2013-№1-5; журнал «Деловой квадрат», 2013 -№1.

Проанализируем язык перечисленных выше средств массовой информации, отражающий состояние современного русского языка.

Мы увидим, что прежде всего здесь доминируют группы существительных с суффиксом **-инг** (представляющие собой герундийные формы английского языка: например, *боулинг, роуминг, лифтинг* и др.), а также с суффиксом **-ер** (напр., *постер, ростер, байкер, брокер* и др. ).

Заимствования неоднородны по своему составу.

Среди них выделяются слова, которые пришли в язык из другого языка как **наименование нового предмета**, новой реалии, или являются **словами — терминами**, имеющими интернациональный характер. Их употребление в речи в большинстве случаев оправдано, хотя значение не всегда правильно понимается в силу незнания английского языка.

**С тематической точки зрения, наиболее часто встречающиеся слова этого типа можно разделить на несколько групп:**

**1) слова — термины**, например, экономические: *оффшор, (оффшор)оффшорные деньги, оффшорные зона* в значении «свободный», от англ. off-shore - «находящийся на расстоянии от берега, в открытом море»

(«оффшорные деньги — это огромная сила», АИФ в Удмуртии);

**демпинг** — «снижение, уменьшение», от англ. *damping*, одно из значений

которого «глушение, торможение» («Завоевание мебельного рынка основатель шведской компании ИКЕА начал с того, что на языке бизнеса называется демпингом», «АИФ в Удмуртии»);

**роуминг** — «распространение; возможность широкого использования», от англ. to roam «странствовать, скитаться» («Роуминг по всему миру», - из рекламы мобильных телефонов по ТВ ).

Прочно вошли в русский язык некоторые политические термины английского происхождения, например,

**спикер** — председатель парламента, от англ. speaker — «оратор», а также «председатель палаты общин в Англии и палаты представителей в США»;

**инаугурация** — «церемония вступления в должность президента страны», от англ. inauguration «вступление в должность»;

**рейтинг** — «оценка», от англ. rating «оценка, отнесение к тому или иному классу, разряду».

В связи с широким распространением компьютеров вошли в русский язык слова — термины, связанные с компьютерной техникой, например:

**сайт** — от англ. site «местоположение, местонахождение» ;

**файл** — от англ. file «регистратор»; досье, дело; «подача какого-л. документа» и др.

**2) названия некоторых бытовых предметов.** Так, в последнее время прочно вошли в нашу жизнь предметы, а в язык — обозначающие их наименования:

**миксер** — от англ. mixer «смешивающий аппарат или прибор»;

**тостер** — от англ. toaster «приспособление для поджаривания тостов» ( от toast «поджаренный ломтик хлеба, гренок» );

**ростер** — от англ. roaster «жаровня» ( от to roast «жарить» );

**шейкер** — от англ. shaker «сосуд для приготовления коктейлей» ( от to shake «трясти» ) и др.

**3) спортивные термины, а также названия некоторых игр или видов**

**спортивных занятий**, ставших модными и популярными в последнее время, например:

**боулинг** — игра, в которой пущенным по полу шаром необходимо сбить стоящие группой кегли, от англ. bowl «шар; игра в шары»;

**дайвинг** - «подводное плавание», от англ. to dive «нырять, погружаться в воду» (отсюда **дайвер** - «любитель подводного плавания, водолаз» );

**скейтборд** - «катание на доске с роликами», от англ. skate «катание на коньках, скольжение» и board «доска»;

**сноуборд** — «катание на доске по снегу», от англ. snow «снег» и board «доска»;

**сноублэйд** — «катание по снегу на наибольших по размеру трюковых лыжах», от англ. snowblade «трюковые лыжи»;

**байкер** — «велосипедист; мотоциклист», от англ. bike — сокращ., разг. от bicycle «велосипед»;

**шейпинг** — от англ. shaping «придание формы» (от to shape «придавать форму»);

**фитнес** — от англ. fitness — «соответствие» (от to be fit «соответствовать, быть в форме») и др.

Другая группа **заимствований** — **слова иноязычного происхождения, имеющие синонимы в русском языке.** Их проникновение в язык создаёт лексическую избыточность и может мешать пониманию смысла. Наличие лексических дублетов, «своего» и «чужого» наименования, устраняется с течением времени: один из них утверждается в активном составе языка (в результате наиболее частого его употребления), а другой и отходит на периферию языковой системы. Грустно осознавать, что по прошествии нескольких десятилетий в русском языке может оказаться большое количество слов английского происхождения, вытеснивших их исконно русские эквиваленты. Сейчас такие слова активно употребляются в средствах массовой информации,

в языке многочисленных реклам. А ведь во многих случаях этого можно избежать, используя русские синонимичные слова и выражения. Так, могут быть вполне заменены русскими эквивалентами следующие англицизмы:

1) **названия некоторых явлений музыкальной культуры**, культуры вообще, например, **хит**— «популярная песня», от англ. «hit», одно из значений которого «успех, удача»( «А что нет в его хитах нерва, надрыва и других энергетических катализаторов, так это удел других»)  
**сингл** — «песня, записанная отдельно», от англ. single — «один, единственный» («Звучат и песни, существующие отдельными синглами», АИФ в Удмуртии);

**ремейк (римейк)** — «переделка», от англ. remake в том же значении («Евгений Попов написал ремейк тургеневского романа «Накануне», АИФ в Удмуртии);

**имидж** — «образ», от англ. image «образ, изображение» ( «В его прошлых программах была адекватность его имиджу», «Комсомольская правда»);

**дизайн** — «оформление»от англ. design «замысел, план; конструкция» («Настольная жаровня «фондю» отличается довольно топорным дизайном», АИФв Удмуртии);

**постер** — «небольшой плакат с изображением артиста», от англ. poster — «плакат, афиша»;

2) **названия некоторых профессий, рода деятельности** (получившие распространение в последнее время), например:

**секьюрити** — «охрана», от англ. security «безопасность, надёжность; охрана, защита»;

**провайдер** — «поставщик», от англ. provider с тем же значением;

**риэлтор** - «агент по продаже недвижимости», от «амер. realtor( от англ. realty«недвижимое имущество»);

**брокер** —от англ. broker«комиссионер, оценщик; лицо, производящее продажу имущества»;

**киллер** – «профессиональный убийца», от англ. killer«убийца» от to kill«убивать»;

**рекетир** — «вымогатель», от амер. racketeer«участник жульнического предприятия; гангстер, бандит- вымогатель» от амер. racket«шантаж, вымогательство» и др.;

### 3) термины, употребляемые в косметологии:

**лифтинг** — «подтяжка», от англ. lifting«подъём, поднимание»;

**пилинг** — «чистка лица», от англ. peeling«очищение, чистка» от to peel«очищать, снимать кожу; шелушить»;

**скраб** – «крем для отшелушивания, очистки кожи», от англ. to scrub — «царапать» и др.

4) Часто встречаются в языке газет, реклам, объявлений также **англицизмы, которые могут быть вполне заменены их русскими эквивалентами:**

**секондхенд** — «одежда, бывшая в употреблении», от англ. second-hand «подержанный, из вторых рук» («Сейчас в столице в каждом округе вы обязательно найдёте один-два секонд-хенда», «День»);

**ланч ( ленч )** — от англ. lunch «второй завтрак» ( «После короткого ленча я поднялся в свой номер», «Комсомольская правда»);

**тинейджер** — от англ. teen-ager «подросток, юноша или девушка от 13 до 18 лет (Масштабы пивной зависимости тинейджеров, рождённой под влиянием безудержной рекламы пенного напитка, становятся угрожающими», АИФ в Удмуртии);

**паркинг** — от англ. Parking «стоянка» («В доме предусмотрены подземный паркинг, централизованная охрана, спутниковое телевидение», «Комсомольская правда»);

**сейл** — от англ. Sale «распродажа по пониженной цене в конце сезона» ( «А как же знаменитые рамсторовские сейлы?», АИФ в Удмуртии);

**микровэн** — «микроавтобус», от англ. Van ( сокращ. от caravan ) «фургон»

(«Первый микровэн «Ауди» — алюминиевый», - заголовок в «Комсомольской правде»)

Употребляемые немотивированно слова английского происхождения часто являются агнонимами (то есть словами, значение которых непонятно, неизвестно большинству носителей языка). Зачастую они требуют специальной расшифровки средствами родного языка. Подобная лексика засоряет наш язык, ведёт к непониманию речи, к тому же легко может быть заменена русскими аналогами.

И снова обратимся к средствам массовой информации:

**шоу-рум** — от англ. show-room «выставочный зал, демонстрационный зал для показа образцов товаров» («Помимо шоу-рума, где постоянно выставлены все официально продающиеся в России автомобили Volkswagen, здесь расположился технический центр», «Комсомольская правда»);

**прайм-тайм** — от англ. Primetime «лучшее время» («Бразильским сериалам не место в прайм-тайме!»,- заголовок в «Комсомольской правде»);

**блокбастер** — «сенсация; фильм, имеющий огромную популярность», от англ. разг. block-buster, первоначальное значение которого — «фугасная авиабомба крупного калибра» («Сегодня на экраны российских кинотеатров выходит один из главных блокбастеров года — фильм «Изгой», «Комсомольская правда»);

**спрэд** — «мягкое масло», от англ. spread, одно из значений которого — «то, что можно намазать на хлеб», от to spread «распространять, покрывать, намазывать» («Откуда же свалилось на нас это «мягкое счастье»? Как и многое в последние годы — из-за границы, там спрэды давно уже в ходу», АИФ в Удмуртии);

**девелоперская фирма** — «строительная, разрабатывающая строительство домов», от англ. to develop «развивать, совершенствовать, разрабатывать»

( «Активизировалась деятельность участников рынка недвижимости —



риэлторских, оценочных, девелоперских фирм, которые стали испытывать острую потребность в кадрах», «Деловой квадрат»);

**мультиплекс** — «многозальный комплекс», от англ. multiplex «сложный, многократный» («Здесь будет мультиплекс — многозальный кинотеатр», «Комсомольская правда»);

**тюнинг** — «токарные работы», от англ. turning «вращение; обточка» от to turn «вращать, точить» («Кроме базовых услуг «Рус-Лан» предлагает также установку противоугонных систем, тюнинг и широкий ассортимент запасных частей», «Комсомольская правда»).

Названия некоторых профессий также требуют дополнительного разъяснения, например:

**хэндмейкер** - «тот, кто занимается ручной работой», от англ. hand «рука» и make «делать» («Специалисты обещают большое будущее хэндмейкерам — тем, кто способен создавать качественные и оригинальные вещи своими руками», «Деловой квадрат»);

**имиджмейкер** — «тот, кто разрабатывает имидж», от англ. image «образ» и make «делать» («Кто ваш имиджмейкер?»,- из интервью в «Деловом квадрате»);

**фьючерсные торги** – работа с деньгами;

**лизинг** - долгосрочная аренда машин, и оборудования, транспортных средств, сооружений производственного назначения и др.;

**тендер** – конкурс;

**кастинг** – отбор (англ.);

**рантье** (франц. rentier, от rente — рента), лица, живущие на проценты с отдаваемого в ссуду капитала или с ценных бумаг;

**тайм менеджмент** – организация работы (план);

**тайм билдинг** – формирование группы людей, коллектива;

**диверсификация** (от средневекового лат. diversificatio — изменение, разнообразие),

Проникновение фирм в отрасли, не имеющие прямой производственной связи или функциональной зависимости от основной отрасли их деятельности. Диверсификация связана с процессом концентрации производства на межотраслевом уровне и структурной перестройкой хозяйства, наибольшее развитие получила после 2-й мировой войны.

В широком смысле — распространение хозяйственной деятельности на новые сферы (расширение номенклатуры продукции, видов предоставляемых услуг и т. п.);

**инвестиция** – вложение;

**рекрутёр** – человек занимающийся устройством людей на работу;

**кетеринг** – выездной ресторан;

**гастербайтер** – наёмный рабочий;

**клайминг** – городское скалолазание;

**мерчендайзер** — «тот, кто занимается оформлением торговых полок», от англ. merchandise «товары, торговля» (Из объявления: «Компания приглашает на работу мерчендайзеров (работа по оформлению полок сетевых супермаркетов)»).

## **2.2 Результаты анкетирования «Нужны ли неологизмы в современном русском языке?»**

Среди учащихся 6-7 классов был проведен социологический опрос «Нужны ли неологизмы в современном русском языке?», в котором приняли участие 45 человек. 40 (91%) респондентов думают, что неологизмы нужны для того, чтобы:

- Развивался, обновлялся, пополнялся русский язык – 14чел.(31%)

- Понимать, о чём говорят люди вокруг – 13чел.(29%)
  - Пополнить словарный запас – 12чел.(27%)
  - Называть новые вещи и предметы – 10чел.(22%)
  - Обогащать, совершенствовать свою речь – 7 чел.(16%)
  - Знать больше слов – 2чел.(4%)
  - Люди могли лучше и точнее выразить свои мысли – 1чел.
  - Их будет трудно переделать – 1чел.
  - Понимать, чем мы пользуемся – 1чел.
  - Объяснить что-либо – 1чел.
  - Пригодились в жизни – 1чел.
  - В текстах было больше слов – 1чел.
  - Легче было общаться – 1чел.
  - Казаться умным – 1чел.
  - Для развития человечества – 1чел.
- } по 2%

5 человек (9%) считают, что неологизмы не нужны, потому что:

- Не надо забывать старые слова – 3чел.
- Не надо засорять свою речь – 2чел.

## Заключение

Выполнив исследовательскую работу, мне удалось очень многое узнать о неологизмах, их происхождении и употреблении в современном русском языке. Я проанализировала газеты «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты в Удмуртии», «День», журнал «Деловой квадрат» и выяснила, что:

1. В СМИ действительно используются неологизмы
2. Все неологизмы, которые встречаются в СМИ, делятся на 2 большие группы:
  - ❖ Неологизмы, имеющие синонимы в русском языке
  - ❖ Неологизмы, не имеющие синонимов в русском языке
3. Неологизмы, не имеющие синонимов, можно разделить на 3 группы:
  - ❖ Слова-термины
  - ❖ Название некоторых бытовых предметов
  - ❖ Спортивные термины, названия некоторых игр, видов спорта
4. Неологизмы, имеющие синонимы, можно разделить на 4 группы:
  - ❖ Названия некоторых явлений в музыкальной культуре
  - ❖ Названия профессий
  - ❖ Термины, употребляемые в косметологии
  - ❖ Англицизмы
5. В неологизмах доминирует группа существительных с суффиксами – инг, - ер.
6. Неологизмы нужны для пополнения, обновления русского языка и для того, чтобы люди лучше понимали друг друга.

Многочисленные англицизмы и американизмы, проникающие в русский язык — явление закономерное, отражающее активизировавшиеся в последнее десятилетие экономические, политические, культурные, общественные связи и взаимоотношения России с другими странами, в частности с Америкой. С другой стороны, с грустью приходится констатировать, что в погоне за всем иностранным, в стремлении копировать западные образцы мы всё больше теряем свою самобытность, в том числе и в языке, ибо язык отражает образ жизни и образ мыслей. Как следствие этого — потеря интереса к родному русскому языку, русской литературе и культуре, косноязычие, снижение грамотности и языковой и общей культуры. Может быть, там, где можно обойтись средствами русского языка, не следует прибегать к иноязычным элементам, отдавая дань моде и следуя тенденции не только жить, но и мыслить по-американски?

И как сказал Иван Сергеевич Тургенев: **«Берегите наш язык, наш прекрасный русский язык, это наше достояние, переданное нам нашими предшественниками».**

## Список литературы

1. Гудков Л. Новорусский русский//Знание-сила. – 1998. – с 23-31.
2. Неологизмы//Большая энциклопедия Кирилла и Мефодия. – 2005 г.  
(CD диск)
3. Неологизмы//Энциклопедический словарь юного филолога/Сост. М. В. Панов. – М.: Педагогика, 1984. – с166-167;188-189.
4. Периодические издания:  
«Аргументы и факты в Удмуртии»– 2012. – №1-5.  
«Комсомольская правда» – 2012. – №1-6.  
«Деловой квадрат» – 2012. – № 1.  
«День» - 2012 – № 2-3
- 5.<http://slovari.yandex.ru/%D0%BD%D0%B5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%8B/%D0%91%D0%A1%D0%AD/%D0%9D%D0%B5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%8B/>
- 6) <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%A1%D0%AD/%D0%9D%D0%B5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%8B/>
- 7)[http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/NEOLOGIZM.html?page=0,1](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/NEOLOGIZM.html?page=0,1)
- 8) [http://kurapov.name/rus/philosophica/language\\_culture/neologisms\\_in\\_russian/](http://kurapov.name/rus/philosophica/language_culture/neologisms_in_russian/)