**НЕОЛОГИЗМ 2009**

1. По версии народа лидирует сейчас слово нехоть – "состояние, когда ничего не хочется". Из множества слов смешных, глумливых, подковыристых, преобладающих на конкурсе, это едва ли не единственное – грустное, честное, оно глубже, чем "депрессия" или "кризис", объясняет состояние народной психики. Пример: "Ты все жалуешься на черную немочь... А серая нехоть, думаешь, лучше?"
2. По версии экспертов (и вторым по версии народа) Неологизмом-2009 идет слово нана-технологии – "предвыборные подачки", предложенное Игорем Скрипниковым.
3. Следующей по статусу среди неологизмов сейчас стоит брехлама – "реклама, которая брехня и хлам" (второе место у профессионалов, третье в народе). Здесь все понятно – и опять-таки поражает лаконизмом и неистощимым искусством издевки, поскольку одно слово сумело вобрать в себя три корня, наслоив на "рекламу" еще и брехню, и хлам, и все это – прибавлением всего одной буквы ("б") и заменой другой ("к" на "х").
4. Сходным каламбурным приемом, добавлением одной буквы "т" и с таким же значением издевки, образован и трепортёр - "многопустословный репортёр", попавший в первую десятку обоих списков. Но русский язык лукав не только тогда, когда издевается над "серьезным" и даже "священным", но и когда обласкивает низкое и профанное, как в другом, семантическом неологизме Игоря Скрипникова: беруша – "(ласково) взяточник".

время", и "виртоман", "сдвинутый на сети, маньяк виртуального". А также "френдёж" (2-ое место в имхонетовском голосовании) – "механическое расширение списка друзей (френдов) с целью поднятия своего рейтинга; бесконечная болтовня в сети". По замечанию Максима Кронгазуза, "френдёж – очень актуальное слово, иронически указывающее на суррогатность жизни и общения в социальных сетях. Понятия "дружбы" и "заводить друзей", благодаря суффиксу, приобретают механический и количественный характер".