

Алина ТРОФИМОВА

КАК ЭТО, ПО-РУССКИ?

За последние десятилетия в нашу речь потоком хлынули новые слова, заимствованные из разных языков мира, прежде всего, из «американского» английского. Это было вызвано колоссальными успехами в области науки и техники. Научно-техническая революция мгновенно породила столько нового, и это новое требовало и требует названия и словесной характеристики. Поток заимствованных слов оказался столь стремительным, что наш язык не успевает вовремя и полностью освоить новую лексику: многие слова и термины употребляются в текстах в написании латиницей (CD, on-line, Wi-Fi); часто встречается комбинированное написание сложносо- ставных слов (PR-менеджер, Web-сайт, VIP-клиент). Отсюда и возникает впечатление, что русский язык потерял свою самобытность, стал зависимым и превращается в сухое приложение американского словообразования.

Это, однако, далеко не так. Русский язык — устойчивая, давно сформировавшаяся система, но при этом открытая и готовая к интеграции. Изменения, которые сейчас в этой системе происходят, обусловлены именно открытостью и необходимостью взаимодействия русско- го общества с международным сообществом. Засилье заимствованных слов не наносит вреда русскому языку, скорее наоборот, язык развивается и совершенствуется. Со временем он освоит и придаст конкретную форму новоприобретённым и необходимым единицам лекси- ки, отбросив в сторону всё ненужное. В конце 19 века, например, такие слова, как культура, сезон, результат, прогресс, национальный вызывали у людей негативные эмоции, потому что были новыми. Теперь же мы без этих слов уже обойтись не можем.

Словом, вредных, угрожающих изменений в самом языке, как системе не происходит, но совсем другое

дело — культура речи. Культура в целом и культура речи в частности — киты, на которых держится образованное, цивилизованное общество. Если посмотреть на культуру речи русского общества, то можно сделать вывод, что этот кит попался китобоям и идёт ко дну.

Мы и без заимствованных слов имеем много проблем. Вот на одном из федеральных каналов идёт итоговый выпуск новостной программы. Показывают сюжет о строительстве дачных участков, и один из тех, кому повезло стать обладателем нового домика, радостно восклицает: «Здесь раньше было вообще ничего»...

Идём дальше. Конец 2014 года — Года культуры в России. Реклама. Блондинка в красном, у которой дом — полная чаша, балует себя новым творожным десертом.

Если же оставить телевидение и обратиться к реальной жизни, то и здесь можно обнаружить много интересных явлений. Одна, с виду неплохая кофейня, приглашает посетителей выпить «вкусное кофе». В почтовом ящике мы находим приглашение на «распродажу магазинов», а реклама в лифте гарантирует нам «доставку вкусняшек и ништяков». Что тут сказать? Только процитировать поэта: «Всё это было бы смешно, когда бы не было так грустно».

Восстанавливать культуру речи, поднимать её уровень сейчас необходимо, иначе со временем наш язык действительно начнёт гибнуть. Для этого нужно, к примеру, не снижать минимальный проходной балл ЕГЭ по русскому языку, а поднимать.