

### Библиографический список

1. Большой энциклопедический словарь. Языкознание / гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998.
2. Розенталь Д.Э., Голуб И.Б., Теленкова М.А. Формирование русской лексики. Заимствования из славянских языков // Розенталь Д.Э., Голуб И.Б., Теленкова М.А. Современный русский язык. М.: Айрис-Пресс, 2002. URL: <http://grammar.ru/RUS/?id=6.29> (дата обращения: 29.05.2012)
3. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: М.: «Диалог», 1997. 156 с.
4. Лотте Д.С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминоположений. М.: Наука, 1982. — 154 с.

## ОСОБЕННОСТИ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ В СЕТЕВОМ ИЗДАНИИ LOOK AT ME

**Е. Латышева**

*4 курс, филологический факультет*

Научный руководитель – доц. **А.А. Безрукова**

Изменение стиля подачи информации в сетевых изданиях обусловлено особенностями коммуникации в интернет-среде. Целевая аудитория у традиционных печатных изданий и у электронных разная. И хотя интернет остается медийной средой, он все же имеет яркое отличие – в интернете именно пользователь решает, сколько информации ему нужно найти и когда следует остановиться.

Для анализа форм подачи информации в интернет-изданиях мы выбрали портал Look at me (далее – LAM), который существует с 2007 года и ориентирован на читателей 16 – 35 лет. На этом ресурсе публикуются статьи, анонсы событий, присутствует социальная составляющая (профиль), возможность комментирования и оценки материалов сайта. Основным контентом составляют тематические разделы: мода, музыка, кино, дизайн и искусство, технологии и медиа. Иногда появляются непостоянные рубрики, привязанные к какому-либо значительному событию.

Такое разнообразие тематического спектра позволяет рассмотреть основные особенности формы представления информации в интернет-среде.

Важно отметить, что пользователь интернета предпочитает бегло ознакомиться с короткими новостями, ему некогда анализировать длинную статью. Это объясняется несколькими причинами. Во-первых, гипертекстовым характером бытования текста и большим объемом информации, что затрудняет процесс поиска. Во-вторых, пользователи избегают больших объемов текстовой информации, поскольку чтение с экрана медленнее, чем с бумажного носителя. Чаще человек ограничивается быстрым просмотром материала, останавливая свое внимание на выделенных частях текста: заголовке, лиде или первом абзаце.

В LAM учтены все эти моменты. На главной странице представлены лишь заголовки последних новостей. Пользователь сначала просматривает новости на первой странице, а потом решает, какую именно он хочет открыть и прочитать.

В подобных изданиях интерес читателя к материалу зависит не только от содержания публикации, но и от способа подачи. Сайт LAM разработал оригинальный дизайн, что поднимает его авторитет и повышает узнаваемость. Отличное от подобных изданий и в то же время типичное оформление помогает пользователю легко ориентироваться внутри сервиса. Выделение тех или иных материалов путем увеличения шрифта или сопровождающей материал визуальной иконки сигнализируют читателю об актуальности данного материала.

Страница LAM удобна как для чтения и анализа, так и для быстрого просмотра. Объем текста значительно меньше, чем в аналогичных жанровых образцах печатных изданий. Основная информационная нагрузка лежит на заголовочном комплексе. Интересно заметить, что в начале существования портала в качестве лида представлялась часть первого абзаца статьи, ограниченная каким-то определенным количеством знаков. Например, статья о выходе нового сезона американского сериала имеет такой лид: *«До премьеры пятого сезона всего два дня. Продюсеры Lost поделились некоторыми деталями из пятого и шестого сезонов. Ост...»*. Сейчас же лид – отдельная и самостоятельная часть статьи, выполняющая не только информационную, но и рекламную функцию. Так, лид *«Идеальный приквел идеального винтажного шпионского романа»* - не только информирует читателя о жанре и тематике книги, но и выражает отношение журналиста.

Одна из интересных особенностей этого издания состоит в том, что рубрикация представлена не отдельной функцией на странице, а уже в самом заголовочном комплексе. Например, статьи *«Книга недели: «Сатори» Дона Уинслоу»* и *«Инсайд: Как попасть в индустрию моды»*, находясь на одной странице, сигнализируют о разной тематике текстов. Указание рубрики помогает читателю находить подобные статьи среди множества опубликованных, а создателям портала LAM размещать материал в достаточно свободной форме.

При анализе публикаций мы заметили характерные изменения в структуре заголовочного комплекса. В начале работы портала заголовки были похожи на те, что встречаются в традиционных изданиях. Они скорее экспрессивны, чем информативны: *«Можно ли быть модным, живя в Стамбуле?»* В структуре заглавия часто встречались прецедентные тексты, в том числе и трансформированные: *«Квартира №6: Ольга, редактор»* (отсылка к названию повести А.П.Чехова «Палата №6»). Предложения не слишком длинные, не больше семи слов. Со временем у издания выработался свой собственный стиль заголовков. Так, весьма частотны двухкомпонентные конструкции с двоеточием, первая часть которой конкретизи-

рует рубрику или же содержит прецедентный текст, а вторая часть несет информативную нагрузку: «Златая цепь: Поэт переводит стихи хип-хоперов Фрэнка Оушена и Кендрика Ламара».

Подводя итоги, отметим, что любое издание должно выработать характерные черты, которые позволяли бы пользователям отличать этот портал от других. Если издание обеспечит себе узнаваемость не только за счет дизайна, но и за счет оформления и представления информации, узнаваемость, посещаемость и авторитетность будут только увеличиваться.

## **К ИСТОРИИ СКЛОНЕНИЯ ОСНОВ НА \*Ў В РУССКОМ ЯЗЫКЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ ТЕКСТОВ «УСПЕНСКОГО СБОРНИКА XII-XIII ВВ.»)**

**Е. Колесникова**

*магистрант, филологический факультет*

Научный руководитель – **проф. Л.Б. Карпенко**

Процесс унификации в системе именного склонения, «начинающийся еще в дописьменные времена... на почве праславянского языка, и продолжающийся в эпохи, засвидетельствованные памятниками» [1: 185], характерен как для древнерусского языка, так и для старославянского. В старославянском языке традиционно рассматриваются шесть лексем мужского рода с основой на \*ў: **сынъ, домъ, волъ, поль, връхъ, медь** [3: 243]. Этот же ряд лексем представляет данное склонение в древнерусском языке. Процесс развития русского языка, как известно, характеризуется существенными изменениями в системе именного склонения, уменьшением количества различных типов, сближением падежных форм типов, сохраняющих свои различия.

Результатом этого процесса в современном русском языке стало сокращение разновидностей склонения до трёх типов. Раньше других, как известно, вступили во взаимодействие склонения с основой на \*ў и \*ѡ [1: 185]. Взаимовлияние \*ѡ- и \*ў-основ выражено в падежных флексиях:

1) им. падеж мн. ч.: \*ѡ-основы – окончание *-и*, \*ў-основы – *-ове* [1: 186, 187];

2) род. падеж ед. ч.: \*ѡ-основы – окончание *-у* (наряду с *-а*), \*ў-основы – окончание *-а* [2: 123];

3) род. падеж мн. ч.: \*ѡ-основы – окончание *-ов* [2: 134];

4) дат. падеж ед. ч.: \*ѡ-основы – *-ови*, \*ў-основы – окончание *-у* [1: 186];

5) тв. падеж ед. ч.: \*ѡ-основы – *-ьмь* [1: 186];

6) мест. падеж ед. ч.: замена окончания *-ѣ* (\*ѡ-основы) окончанием *-у* (\*ў-основы) в формах на *зѣ, ѹѣ, сѣ* от основ, оканчивающихся на *з, к, х* [2: 124];