

Н. В. Потапова, В. А. Каменева
Кемерово, Россия

АДРЕСАТ АМЕРИКАНСКИХ НОВОСТНЫХ ГИПОТЕКСТОВ КАК ФАКТОР ДЕКОНСТРУКЦИИ ПОНЯТИЯ «НОВОСТЬ»

АННОТАЦИЯ. В настоящее время благодаря техническому прогрессу практически любой гипер- и гипотекст является доступным любому пользователю, имеющему выход в Интернет и обладающему знаниями того языка, на котором текст написан. Вместе с тем любой текст создается с ориентацией на определенную аудиторию, выделяемую по социальному статусу, половой принадлежности, расе, уровню образования, религиозным воззрениям и т. д. На наш взгляд, возраст целевой аудитории играет важную роль в определении лингвистических особенностей новостных гипотекстов. Объектом данного исследования послужили содержательные особенности англоязычных гипотекстов, входящих в новостной гипертекст, размещенный на американском сайте CNN, и предназначенных для взрослой и детской целевых аудиторий. Материалом исследования послужили две группы новостных англоязычных гипотекстов: 1) ориентированных на взрослых и 2) учащихся средних и старших классов. В каждой группе количество проанализированных гипотекстов составило 50. Целью работы было выявление возможной дифференциации плана содержания новостных гипотекстов, ориентированных на разновозрастных адресатов. При выполнении исследования применялся понятийно-терминологический аппарат и методы теории текста и теории интернет-коммуникации. Проведенный анализ показал, что новостные гипотексты, ориентированные на детскую целевую аудиторию, в значительной степени отличаются от гипотекстов, ориентированных на взрослую целевую аудиторию, как в использовании лексических и грамматических языковых единиц, стилистической нормы, так и изначально в определении темы новостного гипотекста. В отношении новостных гипотекстов для детской аудитории мы можем говорить о деконструкции понятия «новость». Полученные результаты могут быть использованы для дальнейшего развития теории текста и теории интернет-коммуникации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: новости; гипотексты; гипертексты; целевая аудитория; СМИ; средства массовой информации; медиадискурс; медиатексты; американские СМИ.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Потапова Наталья Вадимовна, соискатель кафедры английской филологии, старший преподаватель кафедры английской филологии, Институт филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций, Кемеровский государственный университет; 650000, Россия, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 6, к. 6409; e-mail: nv_potapova@mail.ru.

Каменева Вероника Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Кемеровский государственный университет; 650000, Россия, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 6, к. 6409; e-mail: russia_science@mail.ru.

На протяжении многих десятилетий новости находятся в центре актуальных объектов научных изысканий как в России, так и за рубежом. Изучению данного явления посвящено большое количество работ, среди которых отметим исследования А. Амзина, Ю. С. Воротниковой, Т. С. Дроняевой, О. С. Иссерс, А. А. Негрышева, А. Р. Утяшева, Н. С. Цыбиковой, Т. В. Шмелёвой, Ю. А. Юровой, А. Bell, F. Cascais, T. Dijk, C. Ihlstrom [Ihlstrom 2004] и других [Воротникова 2005; Иссерс 2008; Негрышева 2014; Цыбикова 2011; Шмелева 2010; Dijk 1989; Dijk 2000; Ihlstrom 2004]. Несмотря на довольно большое количество работ, посвященных изучению данного явления, в этой области все еще остаются «белые» пятна. Например, до сих пор не было работ, направленных на изучение того, как возраст целевой аудитории может повлиять на содержание, структуру и подачу новостей. Предположительно содержание новостных гипотекстов будет меняться в зависимости от того, кому они адресованы. Даже выражая свое личное мнение в отношении происходящих в обществе событий и процессов, автор вынужден ориентироваться на особенности своей целевой аудитории. В контексте новостного гипотекста ориентация на адресата еще более значима, поскольку автор должен ясно осознавать возраст, пол, статус читателя для того, чтобы материал достиг своей цели.

Прежде всего отметим, что в литературе нет однозначного определения понятия «новость». Часто эти определения противоречивы и поверхностны [Lage 2001]. В медиадискурсе «новость» определяется следующим образом: информационное сообщение о произошедших недавно или происходящих в данный момент событиях, представляющих политический, социальный или экономический интерес для адресата своей свежестью, оперативно распространяемое в воспринимаемом адресатом виде преимущественно через СМИ, оказывающее влияние на адресата [Бусыгина 2016].

Новостной канал CNN (аббр. от англ. *Cable News Network* — Кабельная новостная сеть) представляет собой круглосуточный источник международных новостей, предлагающий «взрослой» аудитории (от 25 лет и старше) актуальную и свежую информацию различного характера. Как и весь современный медиадискурс, медиадискурс CNN структурируется вокруг определенных тематических блоков. К тематическим блокам, или тематическим доминантам, новостных гипотекстов исследуемого сайта можно отнести политику, экономику, бизнес, экологию, спорт, культуру.

Новостной сайт CNN публикует новости не только для взрослой аудитории, но и для учащихся средних и старших классов. Для детского канала CNN10 (бывший CNN

Student News), помимо перечисленных выше тематических блоков, актуальными становятся темы здоровья и технического прогресса. Каждый выпуск CNN10 — это десятиминутная новостная программа, содержащая краткое изложение последних международных событий и освещение актуальных вопросов, имеющих значение для страны. Программа создается группой журналистов, которые руководствуются Едиными государственными образовательными стандартами (the Common Core State Standards). Стандарты требуют, чтобы учащиеся систематически приобретали знания в дисциплинах, изучаемых в школе, посредством чтения, письма, говорения и аудирования. Отсюда основная задача журналистов — четкое объяснение, почему освещаемые ими события становятся новостями, кто вовлечен в эти события и как эти события вписываются в сложное международное сообщество. Наиболее важным оказывается детальное рассмотрение сложившейся ситуации, выявление причин ее возникновения и определение возможных путей развития. Имея своей целью развитие у школьников аналитического и критического мышления, выработку навыков решения проблем, журналисты CNN10 прежде всего стараются объяснить, изложить, рассмотреть, исследовать суть освещаемого события. Отсюда и определенный выбор лексических единиц: *we explain, we're examining, we explore, we'll also show you, we take a historic look at, today's show gives you an in-depth look at, CNN 10 reports on, today's show begins by explaining, today's show explores, we're also covering, today's explanatory coverage centers on* и др.

Являясь источником свежей актуальной информации, новостные гипотексты описывают события, произошедшие недавно, и чаще всего в течение последних суток. Рассматривая временную соотнесенность описанных событий с действительностью, мы выделили три типа новостных гипотекстов, адресованных взрослой аудитории.

Первый тип имеет отношение к событиям уже свершившимся, к тому, что уже произошло. Так, в новостном гипотексте от 26 июля 2017 г. (среда) говорится о событии, произошедшем накануне, а именно о принятии законопроекта, дающего Конгрессу право блокировать любые попытки Белого дома ослабить санкции в отношении России, Сирии и Северной Кореи. Маркерами уже свершившегося события выступают глагольные формы прошедшего времени и обстоятельства времени (названия дней недели): *The House of Representatives overwhelmingly passed a bill; the vote was 419-3; Bob Corker*

indicated Monday; which was negotiated between the House and Senate; told reporters Tuesday; the three votes against the bill came from Republicans [Walsh, Herb 2017].

Второй тип новостных гипотекстов для взрослой аудитории с точки зрения временной соотнесенности описанного события с действительностью включает гипотексты о событиях, происходящих в данный момент времени, в настоящем. В этом случае используется обстоятельство времени (*прямо сейчас*) ((*right now*)) и глагольные формы длительного времени Present Continuous (*is going on, is looking at*). Например, в новостном гипотексте от 19 января 2017 г. сообщается о ежегодном Всемирном экономическом форуме в Давосе (Швейцария): *the meeting that's going on right now is looking at the uncertainty of the year ahead, like an investor or a skier might look at risk and then try to minimize it* [CNN 10 — January 19, 2017].

К **третьему** типу относятся новостные гипотексты о событиях, которые произойдут в ближайшем будущем. Например, новостной гипотекст от 25 июля 2017 г. (вторник) посвящен событию, которое должно произойти этим же днем чуть позже, а именно о предстоящем возвращении в Вашингтон во вторник сенатора Джона Маккейна, у которого недавно диагностировали агрессивную форму рака мозга, для участия в голосовании по законодательству в области здравоохранения: *McCain, recently diagnosed with an aggressive form of brain cancer, will make a dramatic return to the Senate Tuesday to cast a critical vote on health care legislation* [Klein 2017]. Выбор временных форм глаголов соответствует описанию событий, запланированных на будущее: Future Simple (*will make a dramatic return*), Future in the Past (*McCain's office announced Monday night that he would return Tuesday*), Present Continuous (*so great that John McCain is coming back to vote*), настоящее со значением будущего (*McCain is expected to get, Senator McCain looks forward to returning to the United States Senate tomorrow to continue working on important legislation <...>*). Обстоятельство времени **завтра** (tomorrow) также указывает на предстоящее событие.

Журналисты детского канала CNN10, как и журналисты взрослого канала, стараются преподнести новость как актуальное, привлекающее своей новизной, до сих пор неизвестное событие, произошедшее совсем недавно. Однако, говоря о временной соотнесенности описанных событий с действительностью, важно отметить, что в детских новостных гипотекстах часто говорится о событиях, которые не происходят здесь и

сейчас и, следовательно, не являются новостью как таковой. С этой точки зрения все новостные гипотексты детского канала можно разделить на три типа:

1) собственно новость (в прошлом, настоящем, будущем), т. е. событие, отобранное согласно критериям «новостийности»: актуальность, объективность, свежесть, оперативность, значимость, достоверность, конкретность, релевантность, масштабность, конфликтность [Беленькая 2015];

2) новость + обширный фоновый план (чаще прошлого);

3) фоновый план (прошлого), преподносимый как новость.

Примером **первого** типа новостных гипотекстов может послужить новость от 31 января 2017 г. [CNN 10 — January 31, 2017]. Данное новостное сообщение полностью соответствует понятию «новость», так как отвечает трем основным требованиям: предмет, функция и метод. Во-первых, предмет данного сообщения — событие, которое соответствует всем вышеперечисленным критериям «новостийности». Во-вторых, анализируемое сообщение выполняет функцию новости, а именно привлекает внимание общественности к акцентуемым аспектам действительности. В-третьих, событие представлено характерным методом: краткое оперативное изложение сути происшествия при минимальном объеме фоновой информации.

К новостным гипотекстам **второго** типа будут относиться новостные сообщения, которые содержат непосредственно саму новость + довольно объемный фоновый материал (часто прошлого плана). Так, в новостном гипотексте от 18 января 2017 г. предметом новости является следующее событие: силы 4-тысячных американских войск с 2400 единицами военной техники, включая танки, артиллерию и бронетранспортеры, находятся в Восточной Европе в рамках девятидневных военных учений (*it's a force of 4,000 U.S. troops, plus 2,400 pieces of military equipment, including tanks, artillery and armored trucks. It's all part of a deployment lasting nine months and it's moving throughout Eastern Europe on training exercises*).

Далее в тексте разворачивается довольно обширный фоновый план с изложением причины проведения данных учений. Ниже приводится историческая справка относительно того, когда был создан НАТО и с какой целью. Также приводится точка зрения относительно возможной опасности, которую представляет собой Россия для стран Восточной Европы [CNN 10 — January 18, 2017]. Однако и такого рода информацию, по нашему мнению, можно считать новостью, так

как она отражает изменения или фрагмент действительности, ценный и актуальный для большого количества людей.

В качестве примера **третьего** типа новостных гипотекстов, которые представляют собой факт прошлого, преподносимый как новость, приведем гипотекст от 17 января 2017 г., в котором говорится о прошедшем накануне в США празднике Мартина Лютера Кинга. Журналисты обходятся одним предложением для представления данного события: *For many people in America, yesterday was a day off school or work* [CNN 10 — January 17, 2017]. При этом не приводятся какие-либо подробности празднования этого дня. Но далее следует экскурс в историю, из которого читатели узнают, что праздник считается официальным с 1986 г. после подписания соответствующего закона президентом Рональдом Рейганом. Однако в последние годы правительство США призывает сделать этот день рабочим, что отразило бы суть одного из главных высказываний Мартина Лютера Кинга: самый важный вопрос жизни — что вы делаете для других? Мартин Лютер Кинг выступал за ненасильственные методы борьбы против расовой дискриминации, физического насилия и сегрегации. Последовавший за бойкотами и забастовками марш на Вашингтон имел своей целью принятие десяти требований протестующих в отношении рабочих мест, свободы и равенства. Несмотря на то, что многое было достигнуто с момента марша, страну тогда охватило насилие: взрыв в бирмингемской церкви, Кровавое воскресенье (1965 г.) и убийство лидера движения.

Подобные новостные сообщения не могут быть названы «новостью», поскольку не отвечают трем основным вышеуказанным требованиям: предмет, функция и метод. Предмет сообщения — прошедший праздник Мартина Лютера Кинга и история его возникновения — не является событием, отобранном согласно критериям «новостийности», а именно не является актуальным, свежим, оперативным, значимым, релевантным, масштабным, конфликтным. Также рассмотренное выше новостное сообщение не оказывает какого-либо серьезного влияния на своего читателя (помимо расширения его кругозора) и не акцентирует его внимание на событии, представляющемся значимым для большого количества людей. Что касается метода представления события, то данное сообщение не является кратким оперативным изложением сути происшествия. Происшествие как таковое здесь отсутствует, а все сообщение суть фоновая информация. Возможная цель такого сообщения

образовательная, состоящая в расширении кругозора учащихся. В данном случае уместно говорить о деконструкции понятия «новость».

Кроме этого, необходимо отметить, что в большинстве случаев для журналистов детского новостного канала не столько важным оказывается, когда конкретно произошло или произойдет то или иное событие, сколько почему оно происходит и каковы его последствия. По этой причине в детских новостных гипотекстах наравне с названиями дней недели и словами *yesterday* и *tomorrow* часто используются такие временные обстоятельства, как *в выходные, в прошлом году, до недавнего времени, в апреле, после Рождества, недавнее потепление, вскоре после этого* и др. (*over the weekend, last year, until recently, in April, after Christmas, the recent warm spell, shortly afterwards*).

Для стилистико-языкового оформления новостных гипотекстов как для взрослых, так и для детей характерны следующие черты.

1. Стремление к **нейтральности**. Этим объясняется широкая распространенность пассивных глагольных форм (*22 bodies were found, a building is damaged, people were told not to return*). Наличие безличных конструкций (*it is thought that, it is said that*) и распространенность конструкции *there is* (*there is no racial discrimination in Orania, there's been an apparent chemical weapons attack in the Middle Eastern nation of Syria, there are a lot of programs*) также свидетельствует о намеренном дистанцировании создателей новостного гипотекста от его содержания и получателей. Несмотря на то, что личное отношение может быть выражено скрыто разными способами — при выборе темы статьи, развитии этой темы, использовании структурных категорий, выборе лексики — корреспондент все же играет роль беспристрастного наблюдателя, посредника при передаче фактов.

2. **Высокая степень клишированности**. Так, количество словосочетаний, в той или иной мере обладающих свойством клишированности, согласно Т. Г. Добросклонской, в английских новостных текстах может достигать до 30—40 % от общего числа синтагматических единиц [Добросклонская 2005]. К часто используемым клише можно отнести следующие: *according to the governor of the hard-hit state of Oaxaca, officials said, Dorothy Munoz told CNN, high concern over, to shake hands, to take place, to make a move, nuclear weapons program, a top level meeting* и др.

3. Наличие большого количества цитат и ссылок на различные источники информации, призванные придать новостному сообщению

большую **достоверность**, например: *officials said, a fire department spokeswoman said, President Peña Nieto told citizens, according to the US Geological Survey, based on Judge Gorsuch's record at the Department of Justice* и т. п.

4. Стремление к **фактологичности** (наличие большого количества цифр): *that takes 60 votes, 100,000 nurses, a 12 percent reduced risk of early death*.

Согласно классификации новостных сообщений по содержанию, новостные гипотексты, адресованные взрослой аудитории, можно отнести к группе «hard news». «Hard news» представляют собой сообщения с твердой фактологической основой, отвечающие на вопросы *что, где, когда* и ориентированные в первую очередь на информирование [Добросклонская 2008].

Иначе дело обстоит с новостными гипотекстами для детской целевой аудитории: во-первых, адресат и адресант в них не обезличены. Каждый выпуск начинается с приветствия ведущего (*Hi. I'm Carl Azuz. Thank you for watching CNN 10*) и заканчивается его остроумным прощанием (*I'm Carl Azuz with enlightening and colorful puns on CNN 10; Hope to see you tomorrow*). Также ведущий выступает и от лица всей корпорации CNN, используя местоимение «мы» (*we*): *we're explaining how... we're looking at the potential risk, we're introducing the people* и т. п. Кроме этого в гипотексте может содержаться прямое обращение к адресату, выраженное местоимением «ты/вы» (*you*): *Thank you for using CNN 10; wherever and however you're watching CNN 10, we welcome you*.

Во-вторых, в отличие от «взрослых» новостных гипотекстов, стиль «детских» несколько иной. Здесь беспристрастная интерпретация фактов умело переплетается с экспрессивной лексикой (*Thursday's attack so horrible, enraged responses, sheer horror, incredibly expensive*), фразеологией (*tenure on the bench — за время пребывания в должности (судьи), the cat in the hat — кот в мешке, to do well in life — преуспеть в жизни*), риторическими вопросами (*So, what happens now? What's the value in this?*), эмоциональными междометиями (*Yeah! Heh! oh my!*), игрой слов (*to shroud a shroud — скрыть саван, to cloak a cloak — скрыть плащ*) и др. Процесс чтения носит поверхностный, поисковый характер. Онлайн-новости не пишутся для вдумчивого чтения, пользователь легко может переходить с одного новостного сайта на другой [Uotila 2011]. Чтобы привлечь внимание к своему сообщению, новостным веб-сайтам необходимо выработать особые

стратегии [Reis 2015]. По определению О. С. Иссерс, стратегия представляет собой некоторую «последовательность действий, организованных в зависимости от цели взаимодействия», а также «от конкретных условий общения и личностей коммуникантов...» [Иссерс 2008].

Карл Азуз превращается из простого ведущего в непосредственного участника дискуссии, со своими мнениями и взглядами. Современные требования конкурентной медиасреды «размывают» привычные стандарты деперсонализации информации, порождая новые формы подачи новостей и «диалогизации» коммуникативных отношений с читателем [Назарова 2008].

Таким образом, в отличие от взрослых «hard news», детские новости скорее можно отнести к разряду «soft news». Основанные на факторе человеческого интереса, они ориентированы на то, чтобы вызвать сочувствие, восхищение, удивление и т. п. Такие сообщения дополняют, «разбавляют» факты обращением к общечеловеческим ценностям и эмоциям. Помимо первостепенной функции информирования, новостные гипотексты (и в большей степени для детской целевой аудитории) ориентированы на оказание определенного воздействия на своего адресата.

Итак, проанализировав новостные гипотексты, размещенные на одном и том же сайте (CNN), но ориентированные на разные возрастные целевые аудитории (взрослую и детскую), можно сделать следующий вывод: излагаемый журналистами материал в полной мере соответствует определению понятия «новость». Это оперативно распространяемые информационные сообщения о произошедших недавно, происходящих в данный момент или в ближайшем будущем событиях, представляющих политический, социальный или экономический интерес для адресата своей свежестью. Сравнительный анализ тематики новостных сообщений для взрослой и детской аудитории показал, что тематическими доминантами взрослых новостей являются политика, экономика, экология, культура, спорт. В то время как для детских новостей, помимо вышеперечисленных тем, актуальными также являются темы здоровья и новинок технического прогресса.

Для временной соотнесенности описанных событий с действительностью в текстах обеих групп используются одни и те же обстоятельства времени и временные формы глаголов. Однако в случае с новостными гипотекстами для детей частотными оказываются и обстоятельства неопределенного времени (*after Christmas, the recent warm spell, shortly afterwards*).

Необходимо заметить, что понятие «новость» в случае с детской целевой аудиторией подвергается деконструкции, а именно: в детских новостных гипотекстах часто сообщается не столько о самом событии, которое отличается актуальностью, свежестью и новизной, сколько приводится фоновая информация, знакомящая читателей с историей возникновения этого события, его причинами и возможными последствиями. В связи с этим нами выделены три типа новостных гипотекстов для детской аудитории: 1) собственно новость, 2) новость + обширный фоновый план (чаще прошлого), 3) фоновый план (прошлого), преподносимый как новость.

Существенные различия наблюдаются и в стилистико-языковом оформлении новостных гипотекстов для анализируемых возрастных групп: помимо свойственных для текстов обеих групп нейтральности, клишированности, достоверности, фактологичности, в «детских» новостных гипотекстах наблюдается смешение стилей, что обуславливает использование экспрессивной лексики, фразеологии, риторических вопросов, эмоциональных междометий, игры слов. Тексты написаны с элементами разговорного стиля, и можно сказать, что в «детских» новостных гипотекстах стили смешиваются: здесь присутствуют публицистический стиль, разговорный (риторические вопросы и восклицания), официально-деловой (выдержки из официальных документов). В общем, эти тексты просты для детского понимания.

Таким образом, среди всех социальных и антропоцентрических параметров, определяющих лингвистические особенности новостных гипертекстов, возраст целевой аудитории играет значимую роль. Именно ориентация на конкретного адресата определяет выбор стилистической нормы, лексических и грамматических языковых единиц и изначально определяет само содержание новостного гипотекста.

ИСТОЧНИКИ

1. CNN 10 — January 19, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 19 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/18/studentnews/ten-content-thurs/index.html>.
2. Klein B. Trump welcomes 'American hero' McCain back to Washington [Electronic resource] // CNN Politics. 2017. 25 July. URL: <https://edition.cnn.com/2017/07/25/politics/donald-trump-john-mccain-american-hero/index.html>.
3. CNN 10 — January 31, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 31 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/30/studentnews/ten-content-tues/index.html>.
4. CNN 10 — January 18, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 19 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/17/studentnews/ten-content-weds/index.html>.
5. CNN 10 — January 17, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 19 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/16/studentnews/ten-content-tues/index.html>.
6. Walsh D., Herb J. House overwhelmingly passes Russia sanctions bill [Electronic resource] // CNN Politics. 2017. 26 July.

URL: <https://edition.cnn.com/2017/07/25/politics/iran-sanctions-bill/index.html>.

ЛИТЕРАТУРА

7. Бельская Ю. П. Телевизионные новости как средство формирования региональной информационной повестки дня в электоральный период : автореф. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 2015. 23 с.

8. Бусыгина М. В., Желтухина М. Р. Медиажанр «пресс-релиз» : учеб. пособие / Волгогр. гос. соц.-пед. ун-т, науч.-исслед. лаб. «Дискурсивная лингвистика» ; Ин-т. иностранных языков, каф. англ. филол. — Волгоград : ПринТерра-Дизайн, 2016. 108 с.

9. Воротникова Ю. С. Реализация новостного дискурса в электронных англоязычных СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2005.

10. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. — М. : Прогресс, 1989. 311 с.

11. Дейк Т. А. ван. Анализ новостей как дискурса // Язык. Познание. Коммуникация. — Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. С. 111—160.

12. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Изд. 2-е, стер. — М. : Едиториал УРСС, 2005. 288 с.

13. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь). — М. : Флинта, 2008. 263 с.

14. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. — М. : Изд-во ЛКИ, 2008. 288 с.

15. Назарова Т. В. Персонализация новости в «Известиях» // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 8, Литературоведение. Журналистика. 2008. № 7. С. 161—166.

16. Негрышев А. А. К вопросу о жанровом статусе новостей // Медиалингвистика. Вып. 3. Речевые жанры в массмедиа : сб. статей / под ред. Л. П. Дускаевой ; отв. ред. Н. С. Цветова. — СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т, ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2014. 228 с.

17. Цыбикова Н. С. Заголовок как диктменное имя текста интернет-новостей // Вестн. ЧитГУ, 2011. № 2 (69). С. 45—50.

18. Шмелёва Т. В. Авторское начало в стилистике медийного текста // Русский язык как фактор стабильности государства и нравственного здоровья нации : труды и материалы 2-й Всерос. науч.-практ. конф. (30 сент. — 2 окт. 2010 г.) : в 2 ч. / РОПРЯЛ ; Союз журналистов Тюмен. обл. ; под ред. О. В. Трофимовой. — Тюмень : Мандр и К°, 2010. Ч. 2. С. 207—215.

19. Ihlstrom C. The Evolution of a New(s) Genre : Doctoral Dissertation / School of Information Science, Computer and Electronic Engineering, Halmstad Univ. ; Department of Informatics, Goteborg Univ. // Gothenburg Studies in Informatics. 2004. 164 p.

20. Lage N. Ideologia e técnica da notícia. 3ª ed. — Florianópolis, Santa Catarina, Brazil : Ufsc-Insular, 2001. 106p.

21. Reis J., Benevenuto F., Olmo P., Prates R., Kwak H., An J. Breaking the News: First Impressions Matter on Online News // Proceedings of the Ninth Intern. AAAI Conference on Web and Social Media, 2015. P. 357—366.

22. Dijk T. A. van. News as discourse. — Hillsdale, New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1988.

23. Uotila P. Changing news formats in online newspapers and in the print media : Proceedings of Nordic Conference on Media and Communication Research. — NordMedia, 2011.

N. V. Potapova, V. A. Kameneva
Kemerovo, Russia

THE ADDRESSEE OF AMERICAN NEWS HYPOTEXTS AS A FACTOR IN THE DECONSTRUCTION OF THE “NEWS” CONCEPT

ABSTRACT. *At present, thanks to technological progress, almost any hypertext and hypotext is available to any user who has access to the Internet and who is able to understand the language in which the text is written. At the same time, any text is created with a focus on a certain audience, allocated to social status, gender, race, level of education, religious beliefs, etc. In our opinion, the age of the target audience plays an important role in determining the linguistic features of news hypotexts. The object of this study is the content features of English-language hypotexts, included the news hypertext, published on the American site of CNN, and aimed at adult and children target audiences. The material of the study is two groups of news English-language hypotexts oriented towards: 1) adults and 2) students in the middle and upper classes. The number of hypotexts analyzed in each group was 50 units. The aim of the work is to identify possible differences in the content of news hypotexts targeted at recipients of different ages. In the research the conceptual and terminological apparatus, methods of the theory of text and the theory of Internet communication were used. The analysis showed that the news hypotexts targeted at children differ significantly from the hypotexts targeted at adults, both in the use of lexical and grammatical linguistic units, the stylistic norm, and in the choice of the topic of news hypotexts. Thus, in relation to news hypotexts for children it is possible to speak about the deconstruction of the concept of “news”. The obtained results can be used for further development of the theory of text and the theory of Internet communication.*

KEYWORDS: *news; hypotext; hypertext; target audience; mass media; media; media discourse; media text; American mass media.*

ABOUT THE AUTHORS: *Potapova Natalia Vadimovna, Degree Applicant, Senior Lecturer, English Philology Department, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.*

Kameneva Veronica Alexandrovna, Doctor of Philology, Professor, English Philology Department, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.

REFERENCES

1. CNN 10 — January 19, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 19 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/18/student-news/ten-content-thurs/index.html>.

2. Klein B. Trump welcomes 'American hero' McCain back to Washington [Electronic resource] // CNN Politics. 2017. 25 July. URL: <https://edition.cnn.com/2017/07/25/politics/donald-trump-john-mccain-american-hero/index.html>.

3. CNN 10 — January 31, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 31 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/30/studentnews/ten-content-tues/index.html>.

4. CNN 10 — January 18, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 19 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/17/studentnews/ten-content-weds/index.html>.

5. CNN 10 — January 17, 2017 [Electronic resource] // CNN. 2017. 19 Jan. URL: <https://edition.cnn.com/2017/01/16/studentnews/ten-content-tues/index.html>.

6. Walsh D., Herb J. House overwhelmingly passes Russia sanctions bill [Electronic resource] // CNN Politics. 2017. 26 July. URL: <https://edition.cnn.com/2017/07/25/politics/iran-sanctions-bill/index.html>.

7. Belen'kaya Yu. P. Televizionnye novosti kak sredstvo formirovaniya regional'noy informatsionnoy povestki dnya v elektronal'nyy period : avtoref. ... kand. filol. nauk. — Voronezh, 2015. 23 s.

8. Busygina M. V., Zheltukhina M. R. Mediazhanr «press-reliz» : ucheb. posobie / Volgogr. gos. sots.-ped. un-t, nauch.-issled. lab. «Diskursivnaya lingvistika» ; In-t. inostrannykh yazykov, kaf. angl. filol. — Volgograd : PrinTerra-Dizayn, 2016. 108 s.

9. Vоротnikova Yu. S. Realizatsiya novostnogo diskursa v elektronnnykh angloyazychnykh SMI : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — SPb., 2005.

10. Deyk T. A. van. Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya. — M. : Progress, 1989. 311 s.

11. Deyk T. A. van. Analiz novostey kak diskursa // Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya. — Blagoveshchensk : BGK im. I. A. Boduena de Kurtene, 2000. S. 111—160.
12. Dobrosklonskaya T. G. Voprosy izucheniya mediatekstv (opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi). Izd. 2-e, ster. — M. : Editorial URSS, 2005. 288 s.
13. Dobrosklonskaya T. G. Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI (sovremennaya angliyskaya mediarech'). — M. : Flinta, 2008. 263 c.
14. Issers O. S. Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi. Izd. 5-e. — M. : Izd-vo LKI, 2008. 288 s.
15. Nazarova T. V. Personifikatsiya novosti v «Izvestiyakh» // Vestn. Volgogr. gos. un-ta. Ser. 8, Literaturovedenie. Zhurnalistika. 2008. № 7. S. 161—166.
16. Negryshev A. A. K voprosu o zhanrovom statusе novostey // Medialingvistika. Vyp. 3. Rechevye zhanry v massmedia : sb.statey / pod red. L. R. Duskaevoy ; otv. red. N. S. Tsvetova. — SPb. : S.-Peterb. gos. un-t, in-t «Vyssh. shk. zhurn. i mass. komunikatsiy», 2014. 228 s.
17. Tsybikova N. S. Zagolovok kak diktemnoe imya teksta internet-novostey // Vestn. ChitGU, 2011. № 2 (69). S. 45—50.
18. Shmeleva T. V. Avtorskoe nachalo v stilistike mediynogo teksta // Russkiy yazyk kak faktor stabil'nosti gosudarstva i npravstvennogo zdorov'ya natsii : trudy i materialy 2-y Vseros. nauch.-prakt. konf. (30 sent. — 2 okt. 2010 g.) : v 2 ch. / ROPRYaL ; Soyuz zhurnalistov Tyumen. obl. ; pod red. O. V. Trofimovoy. — Tyumen' : Mandr i K^o, 2010. Ch. 2. S. 207—215.
19. Ihlstrom C. The Evolution of a New(s) Genre : Doctoral Dissertation / School of Information Science, Computer and Electronic Engineering, Halmstad Univ. ; Department of Informatics, Gothenburg Univ. // Gothenburg Studies in Informatics. 2004. 164 p.
20. Lage N. Ideologia e técnica da notícia. 3^a ed. — Florianópolis, Santa Catarina, Brazil : Ufsc-Insular, 2001. 106 p.
21. Reis J., Benevenuto F., Olmo P., Prates R., Kwak H., An J. Breaking the News: First Impressions Matter on Online News // Proceedings of the Ninth Intern. AAAI Conference on Web and Social Media, 2015. P. 357—366.
22. Dijk T. A. van. News as discourse. — Hillsdale, New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1988.
23. Uotila P. Changing news formats in online newspapers and in the print media : Proceedings of Nordic Conference on Media and Communication Research. — NordMedia, 2011.