

**ПОТАПОВА Наталья Вадимовна**, старший преподаватель кафедры английской филологии Кемеровского государственного университета. Автор 20 научных публикаций, в т. ч. 6 учебно-методических пособий\*

**КАМЕНЕВА Вероника Александровна**, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры английской филологии Кемеровского государственного университета. Автор более 100 научных публикаций\*\*

## **ВАРИАТИВНОСТЬ СТРУКТУРЫ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НОВОСТНЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ ГИПОТЕКСТОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВОЗРАСТА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ**

Благодаря глобализации коммуникации вследствие технического прогресса любой гипер- или гипотекст электронных СМИ доступен практически любому пользователю, имеющему выход в Интернет и владеющему языком, на котором написан текст. Вместе с тем все новостные гипертексты рассчитаны на определенную аудиторию, выделяемую по гендеру, расе, социальному статусу, уровню образования, религиозной принадлежности и т. д. Представляется, что возраст целевой аудитории играет значимую роль в предопределении лингвистических особенностей новостных гипертекстов. Объектом данного исследования послужили структурные особенности англоязычных гипотекстов, входящих в новостной гипертекст, размещенных на американском сайте CNN.com и предназначенных для взрослой и молодежной целевых аудиторий. Материалом исследования выступили две группы новостных англоязычных гипотекстов: ориентированные на взрослую и молодежную аудитории. Количество проанализированных гипотекстов в каждой группе составило 80 единиц. Целью работы было выявление возможной дифференциации структуры новостных гипотекстов, ориентированных на разновозрастных адресатов. Для достижения поставленной цели решены следующие задачи: а) выполнен обзор научной литературы в области изучения структуры новостных текстов, б) проведен анализ структуры новостных гипотекстов для взрослых и для молодежи; в) сопоставлены ранее полученные данные с результатами настоящего исследования. Проведенный анализ показал, что новостные гипотексты сайта CNN.com строятся по принципу «перевернутой» пирамиды. При этом структура новостных гипотекстов, рассчитанных на молодежную аудиторию, имеет вид усеченной «перевернутой» пирамиды из-за отсутствия одного из наиболее важных элементов структуры – заголовка. При выполнении данного исследования применялся понятийно-терминологический аппарат, методы теории текста и теории интернет-коммуникации. Полученные результаты могут быть использованы для дальнейшего развития теории текста.

**Ключевые слова:** англоязычный гипотекст, новостной гипотекст, новостной гипертекст, «перевернутая» пирамида, возраст целевой аудитории.

---

\*Адрес: 650000, г. Кемерово, ул. Красная, д. 6, корп. 6; e-mail: nv\_potapowa@mail.ru

\*\*Адрес: 650000, г. Кемерово, ул. Красная, д. 6, корп. 6; e-mail: russia\_science@mail.ru

Для цитирования: Потапова Н.В., Каменева В.А. Вариативность структуры англоязычных новостных электронных гипотекстов в зависимости от возраста целевой аудитории // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2018. № 2. С. 113–120. DOI: 10.17238/issn2227-6564.2018.2.113

Традиционно в основе композиционной структуры новостного текста лежит принцип «перевернутой», или «опрокинутой», пирамиды (the inverted pyramid). Информация излагается в строгой последовательности: от более значимой, ключевой к менее значимой. «Пирамидальные» новости удобно читать: уже после первого абзаца читатель может переходить к другому тексту. Более того, такая форма привычна – ею пользуются уже как минимум полтора века [1]. Структуру текстов новостей изучают отечественные и зарубежные исследователи, среди которых Т.А. ван Дейк, Т.С. Дроняева, В.В. Данилина, М.В. Луканина, Л.В. Минаева, Н.С. Цыбикова, Д.Л. Уилкоккс, J. Galtung, M. Ruge, P. Uotila и др.

Самое главное в такой пирамиде – массивное основание, представленное заголовком (самой важной частью новости) и первым абзацем – вступкой (вводной частью), или лидом, – находится наверху. Особенности заголовков интернет-новостей рассматриваются в работах отечественных исследователей Ю.С. Воротниковой, Н.С. Цыбиковой, Е.А. Кротовой, О.В. Дедовой, М.С. Куприенко, А.Р. Утяшева, А.А.Сергеенко, М.М. Лукиной, Л.П. Шестеркиной и др.

Исследователи отмечают, что структурные категории заголовка и вступки стали играть в электронной версии новостей большую роль по сравнению с печатной. По сути, новостная статья представлена этими двумя категориями, что объясняется ограниченным визуальным пространством пользователя и особенностями чтения с экрана [2, с. 8].

Отсюда вытекают определенные требования к новостному электронному заголовку: он должен быть максимально информативным и завершенным в семантическом плане, для того чтобы дать читателю представление о содержании текста. К тому же гипертекстуальный способ представления информации в Интернете способствует

значительной коммуникативной нагрузке заголовков новостных гипотекстов, которые должны заинтересовать читателя [3, с. 45]. С этой целью главная новость на странице электронного издания маркируется графически: при помощи увеличения размера шрифта заголовка, сопровождаемого к тому же крупной фотографией.

Исследуя новостные гипотексты сайта CNN.com, ориентированные на взрослую аудиторию, заключаем, что каждый гипотекст имеет классическую структуру «перевернутой» пирамиды и определяется такими выделенными Т.А. ван Дейком категориями, как Краткое содержание (заголовок и вступка), Главное событие, Фон и Комментарий [4, р. 53–57]. Неотъемлемым элементом данной структуры является заголовок, который выполняет две основные функции: информативную и воздействующую (прагматическую).

Исходя из вышеупомянутых функций, вслед за Н.С. Цыбиковой мы подразделяем заголовки новостных гипотекстов на *заголовки-информемы* и *заголовки-прагмемы* (импрессивные, или оценочные, заголовки).

К заголовкам первого типа относятся:

- *заголовки-сообщения* (нейтральный способ отражения темы новостного сообщения): *6-month-old dies after babysitter couldn't reach 911* (Шестимесячный ребенок умер из-за того, что его няня не смогла дозвониться до 911)<sup>1</sup>;

- *заголовки-утверждения* (отображают факты объективной действительности): *More than 1 in 5 adults has cancer-causing HPV, CDC reports* (Каждый пятый взрослый имеет папилломавирус человека, вызывающий рак, сообщает Центр по контролю и профилактике заболеваний)<sup>2</sup>.

К заголовкам второго типа относятся:

- *заголовки-цитирования* (имеется в виду фрагментарное цитирование, «погружение» отдельных слов в другой контекст): *How Jessamyn Stanley fights being 'deeply afraid of' her body*

---

<sup>1</sup>Chavez N. 6-Month-Old Dies After Babysitter Couldn't Reach 911. URL: <http://edition.cnn.com/2017/03/15/health/texas-baby-dies-911-issues-trnd/index.html> (дата обращения: 25.06.2017).

<sup>2</sup>Gatewood J. More Than 1 in 5 Adults Has Cancer-Causing HPV, CDC Reports. URL: <http://edition.cnn.com/2017/04/06/health/hpv-report-cdc/index.html> (дата обращения: 25.06.2017).

(Как Джессамин Стенли борется с «боязнью» своего тела)<sup>3</sup>;

• *заголовки-интерпретации* (содержат истолкование автором статьи событий, описанных при помощи оценочно-интерпретационной лексики): *Indian ad with transgender mom stirs debate – and tears* (Индийская реклама с мамой-трансгендером рождает дебаты – и слезы)<sup>4</sup>;

• *заголовки-оценки* (непосредственно содержат аксиологическую оценку): *Does the Dubai Frame depict an ugly picture?* (Рамка Дубая отражает уродливую картину?)<sup>5</sup>.

Заголовки-информемы (информативно-концептуальные, в терминологии М.И. Шостак) наиболее типичны для новостных гипотекстов, что связано с их главной функцией – информировать читателя о содержании последующего текста. Так, в статье с заголовком *North Korea conducts another missile engine test* (Северная Корея проводит еще одно испытание ракетного двигателя)<sup>6</sup> говорится о том, что Северная Корея провела треть за последние несколько недель испытание баллистической ракеты. По оценке экспертов, технология двигателя может быть использована в возможной межконтинентальной баллистической ракете, что может позволить Северной Корее угрожать Соединенным Штатам Америки.

Однако нередко встречаются и заголовки-прагмемы, например: *Russia condemns US over ‘absurd’ response to Mosul civilian deaths* (Россия осуждает США за «абсурдный» ответ о смертельных случаях среди мирных жителей в Мосуле)<sup>7</sup>. Суть статьи сводится к тому, что Россия осуждает военные действия США в Ираке и называет комментарии Пентагона о жертвах среди мирного населения в Мосуле «абсурдными». Подобные заголовки направлены на оказание воздействия на читателя, на формирование определенного отношения к тем или иным реалиям общественно-политической жизни.

На основе структурного критерия выделяются *простые заголовки* и *заголовочные комплексы*. Заголовки первого типа представляют собой простые двусоставные или односоставные предложения, например: *Kids break into a zoo and stone a flamingo to death* (Дети проникли в зоопарк и насмерть забили фламинго камнями)<sup>8</sup>; *Airplane cabins of the future* (Кабины самолетов будущего)<sup>9</sup>.

Заголовки второго типа состоят из двух компонентов: первого – как правило, обобщающего, и второго – конкретизирующего первый, например: *Border wall ask: \$1 billion for 62 miles* (Пограничная стена требует: 1 млрд долл. за 62 мили)<sup>10</sup>. Данный заголовочный комплекс

<sup>3</sup>*Brennan A.* How Jessamyn Stanley Fights Being ‘Deeply Afraid of’ Her Body. URL: [http://edition.cnn.com/2017/04/12/health/jessamyn-stanley-yoga-profile/index.html?iid=ob\\_article\\_organicsidebar\\_expansion](http://edition.cnn.com/2017/04/12/health/jessamyn-stanley-yoga-profile/index.html?iid=ob_article_organicsidebar_expansion) (дата обращения: 25.06.2017).

<sup>4</sup>*Suri M.* Indian Ad with Transgender Mom Stirs Debate – and Tears. URL: <http://edition.cnn.com/2017/04/19/health/transgender-india-mom-vicks-advert/index.html> (дата обращения: 25.06.2017).

<sup>5</sup>*Britton B.* Does the Dubai Frame Depict an Ugly Picture? URL: <http://edition.cnn.com/2017/04/23/architecture/dubai-frame-fernando-donis/index.html> (дата обращения: 25.06.2017).

<sup>6</sup>*Browne R., Starr B.* North Korea Conducts Another Missile Engine Test, US Officials Say. URL: <http://edition.cnn.com/2017/03/27/politics/north-korea-missile-engine-test/index.html> (дата обращения: 25.06.2017).

<sup>7</sup>*Rehbein M., Jones J.* Russia Condemns US Over ‘Absurd’ Response to Mosul Civilian Deaths. URL: <http://edition.cnn.com/2017/04/02/politics/russia-us-mosul-civilian-deaths/index.html> (дата обращения: 25.06.2017).

<sup>8</sup>*Larkin A.* Kids Break into a Zoo and Stone a Flamingo to Death. URL: <http://edition.cnn.com/2017/03/16/world/czech-flamingo-killed-trnd/index.html> (дата обращения: 25.06.2017).

<sup>9</sup>*Anashkina A.* Airplane Cabins of the Future. URL: [http://money.cnn.com/video/news/2016/07/19/airplane-cabins-of-the-future.cnnmoney/index.html?iid=ob\\_article\\_video](http://money.cnn.com/video/news/2016/07/19/airplane-cabins-of-the-future.cnnmoney/index.html?iid=ob_article_video) (дата обращения: 25.06.2017).

<sup>10</sup>*Kopan T., Devine C., Bronstein S., Griffin D.* Border Wall Ask: \$1 Billion for 62 Miles. URL: <http://edition.cnn.com/2017/03/27/politics/trump-border-wall-cost-distance/index.html> (дата обращения: 25.06.2017).

в достаточно сжатой форме дает довольно полное представление о теме сообщения: намерениях президента Дональд Трампа осуществить строительство бетонной стены по всей южной границе США. На строительство стены протяженностью 62 мили администрация президента уже запросила 1 млрд долл. в дополнение к бюджету на 2017 год.

Обобщающие компоненты, находясь в препозиции, могут указывать:

- на источник цитаты, например: *WH officials: Busy week, but no health care vote or shutdown* (Официальные лица Белого Дома: Трудная неделя, но никакого голосования по вопросам здравоохранения или закрытия)<sup>11</sup>;

- на место события, например: *France: The election 'nightmare' that could smash the euro* (Франция: «Кошмар» выборов, который может привести к резкому падению евро)<sup>12</sup>;

- на жанр новостей, например: *Opinion: What the French elections mean for the US* (Мнение: Что значат для Америки выборы во Франции)<sup>13</sup>.

Непосредственно за заголовком следует так называемый лид, или вводка, – первый абзац новостного гипотекста, который в краткой форме резюмирует информацию статьи и передает ключевые детали, необходимые для понимания общего смысла. Смысл лида статьи *US Navy guided-missile sub calls in South Korea* (Американская подводная лодка с управляемыми ракетами зашла в Южную Корею)<sup>14</sup> сводится к следующему: USS Michigan – подводная лодка с управляемыми ракетами – прибыла в Южную Корею, что представитель министерства обороны Америки назвал демонстрацией силы в условиях напряженности между США и Северной Кореей. Согласно теории Т.А. ван Дейка,

заголовок и лид составляют первую категорию новостного дискурса – Краткое содержание, представляющее собой краткий анонс новостного материала перед переходом к его сути.

За Кратким содержанием следует категория Главное событие, т. е. непосредственное сообщение о новостном событии. В рамках этой категории в упомянутой нами статье, в частности, говорится о том, что, согласно заявлению Военно-морских сил (ВМС) США в Корею, визит субмарины является «деловым» («routine») и имеет своей целью подчеркнуть союз между США и южнокорейскими ВМС. Однако поскольку не ожидается, что USS Michigan примет участие в совместных учениях, ее присутствие в регионе призвано послать сильный сигнал в Пхеньян (to send a strong message to Pyongyang).

Также в статье приводятся характеристики судна: USS Michigan длиной 560 футов и весом 18 тыс. т является одной из четырех переоборудованных подводных лодок ВМС США, которые начали службу в качестве субмарины с баллистическими ракетами. Она вооружена тактическими ракетами и оснащена превосходными коммуникационными возможностями. Эта дополнительная информация представляет собой своеобразный контекст описываемых событий и составляет категорию Фон.

В категории Вербальные реакции, или Комментарии, могут содержаться выводы, прогнозы, сделанные самим автором-журналистом или экспертами. Так, государственная газета Северной Кореи «Родонг Синмун» заявила, что страна готова проиллюстрировать свою «военную силу», пустив на дно «ядерный авианосец одним ударом», и располагает «абсолютным оружием»,

---

<sup>11</sup>Zeleny J., Acosta J. WH Officials: Busy Week, but No Health Care Vote or Shutdown. URL: <http://edition.cnn.com/2017/04/23/politics/white-house-health-care-shutdown/index.html> (дата обращения: 25.06.2017).

<sup>12</sup>Riley Ch. France: The Election 'Nightmare' That Could Smash the Euro. URL: [http://money.cnn.com/2017/04/21/investing/france-election-le-pen-melenchon/index.html?iid=SF\\_LN](http://money.cnn.com/2017/04/21/investing/france-election-le-pen-melenchon/index.html?iid=SF_LN) (дата обращения: 25.06.2017).

<sup>13</sup>Andelman D.A. Opinion: What the French Elections Mean for the US. URL: <http://edition.cnn.com/2017/04/23/opinions/french-elections-influence-america-opinion-andelman/> (дата обращения: 25.06.2017).

<sup>14</sup>Starr B., Cohen Z., Lendon B. US Navy Guided-Missile Sub Calls in South Korea. URL: <http://edition.cnn.com/2017/04/24/politics/uss-michigan-nuclear-sub-south-korea/index.html> (дата обращения: 25.06.2017).

которое «может достичь континентального США и Азиатско-Тихоокеанского региона».

Проанализировав новостные гипотексты, ориентированные на взрослую аудиторию, можно заключить, что гипотексты политического блока новостей в большинстве случаев строятся согласно принципу «перевернутой» пирамиды и содержат все компоненты новостной схемы Т.А. ван Дейка. В гипотекстах таких медиаблоков, как «Технологии», «Путешествия», «Деньги», «Спорт», могут отсутствовать категории Фон или Комментарий, что связано с определенной коммуникативной интенцией адресанта сообщения. Однако во всех случаях неотъемлемым и важнейшим компонентом любого новостного гипотекста, ориентированного на взрослую целевую аудиторию, является заголовок.

Новостной сайт CNN.com публикует новости не только для взрослой аудитории, но и для студентов. С 5 января 2017 года CNN Student News были заменены на CNN 10, который, по мнению редакции, наиболее эффективно обслуживает подрастающую аудиторию, заинтересованную в компактных новостных передачах.

Структура новостных гипотекстов, предположительно, будет меняться в зависимости от того, кому они адресованы. Автор новостного текста, изначально имеющий «минимальный удельный вес» [5, с. 212], выражая свое личное мнение в отношении происходящих в обществе событий и процессов, вынужден ориентироваться на особенности своей целевой аудитории. По выражению М. Эпштейна, «не он (автор) пишет, а им пишут» [6, с. 36]. 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.

Каждый выпуск CNN 10 представляет собой 10-минутный информационный гипотекст в цифровом видеоформате, освещающий, как правило, от 3 до 5 новостей. Гипотекст в цифровом видеоформате сопровождается печатным гипотекстом (транскриптом) на английском языке. При такой подаче материала задейство-

ванными оказываются два важнейших органа чувств – зрение и слух, что способствует наиболее полному восприятию пользователем новостного гипотекста и достижению поставленной журналистом цели.

Молодежный новостной гипотекст строится по тому же принципу, что и «взрослый»: по принципу «перевернутой» пирамиды. Однако здесь необходимо говорить о вариативности структуры: в молодежном новостном гипотексте категории Т.А. ван Дейка (за исключением вкладки, передающей в 2-4-х предложениях основное содержание новостного выпуска) представлены самими новостями, составляющими гипотекст. Эти новости располагаются в виде «перевернутой» пирамиды: в порядке убывания своей значимости. Открывают молодежные новостные гипотексты новости, имеющие важное международное или местное значение (сопоставимы с категорией Главное событие), например: теракт в метро в России; атака с использованием химического оружия в Сирии; природные катаклизмы в Колумбии; изменения в Сенате США; штормы в США и т. п.

За первостепенными новостями следуют новости из таких областей, как медицина, наука, информационные технологии, спорт (сопоставимы с категорией Фон), например: зимние олимпийцы из Афганистана; новый тип маски для пожаротушения; отчеты о миссии на Сатурн и др. Завершают новостной гипотекст новости, носящие скорее познавательный-развлекательный характер и не имеющие важного международного или местного значения, например: домашние покупки в США; новое применение термостойких чернил; польза для здоровья от пребывания на природе; птичьих дроны, удерживающие своих естественных «коллег» вдали от аэропортов и пр. Подобные новости часто содержат комментарии самого автора, его точку зрения и отношение к сообщаемому. Их можно сопоставить с категорией Комментарий.

Следует отметить, что молодежные новостные гипотексты имеют вид усеченной «перевернутой» пирамиды: в них отсутствует один из важнейших элементов, составляющих катего-

рию Краткое содержание, – заголовок (вводка есть всегда). В качестве заголовков выступает оформленная крупным шрифтом дата, например: CNN 10 – April 12, 2017<sup>15</sup>.

В новостном гипотексте от 12 апреля главная новость посвящена противостоянию Америки и России в вопросе продолжающейся гражданской войны в Сирии. Во второй новости речь идет о том, что Нью-Йорк стал первым штатом, предложившим бесплатное обучение в двух- и четырехгодичных колледжах по стипендиальной программе The Excelsior Scholarship. Третья новость касается здоровья и содержит советы, как продлить жизнь, отказавшись от электронных экранов. Завершается выпуск 10-минутных новостей позитивным четвертым сообщением Карла Азуза относительно строительства первого в мире туннеля для кораблей в Норвегии. «Для романтического путешествия это было бы мило», – заключает автор.

С нашей точки зрения, из трех типов читателя, определенных Дж. Слатином, молодежная аудитория в основном представлена «посетителями» (the browser) и «пользователями» (the user) [7, p. 158]. Первый тип читателей не ставит перед собой каких-либо определенных целей в поисках информации, выбирая лишь то, что кажется интересным. Второй тип имеет своей целью поиск определенной информации и использует гипертекст для решения этой задачи. Третий тип читателей – «соавтор» (the coauthor) – намеренно дополняет уже написанное автором, создавая, таким образом, при помощи компьютерных технологий комплекс знаний, разрастающийся в системе Интернет; на молодежную аудиторию этот тип не распространяется.

Исходя из вышеописанных типов читателей, отсутствие заголовка, по нашему мнению, можно объяснить двумя причинами. Во-первых, дата в качестве заглавия новостного гипотекста облегчает навигацию и поиск для «пользователей»: найти в архиве тот или иной

интересующий читателя выпуск, зная дату его выхода в эфир, не составит никакого труда. Во-вторых, «посетитель» в Сети, оттачиваясь в первую очередь от своих интересов и потребностей, не сосредотачивается на каком-либо материале конкретно и проводит большое количество времени в Интернете, переходя с одного новостного сайта на другой. Процесс чтения здесь носит поверхностный характер. К тому же в ситуации с подростками в настоящее время наблюдается такая тенденция: читать мало, отдавая предпочтение лишь тому материалу, который может заинтересовать в первую очередь своим заглавием.

Не вербализуя заголовок новостного гипотекста, автор втягивает читателя в некую игру, создает интригу, вынуждая его просмотреть статью целиком, чтобы составить представление о ее содержании. С этой позиции автор сравним, по определению Ж. Мюрей, с хореографом, который задает ритм, контекст и набор шагов, необходимых для выполнения. Читатель же («посредник», в терминологии исследователя), используя предложенный набор шагов и ритмов, импровизирует в танце, выбирая один из многих вариантов [8, p. 153]. Опуская такой важный элемент, как заголовок, и тем самым видоизменяя структуру новостного гипотекста, автор изначально ориентируется на определенную аудиторию, объединенную общими возрастными характеристиками: «Текст как бы включает в себя образ “своей” аудитории, а аудитория – “своего” текста» [9, с. 203].

Итак, проведя анализ структуры англоязычных гипотекстов, относящихся к жанру новостей, входящих в новостной гипертекст, размещенных на американском новостном сайте CNN.com и предназначенных для взрослой и молодежной целевых аудиторий, а также сопоставив ранее полученные данные с результатами анализа, мы приходим к выводу о схожести принципа построения двух типов гипотекстов, а именно: в основе их построения лежит принцип «перевернутой» пирамиды. Гипотексты

---

<sup>15</sup>Azuz C. CNN 10 – April 12, 2017. URL: <http://edition.cnn.com/2017/04/11/cnn10/ten-content-weds/index.html> (дата обращения: 25.06.2017).

политического блока новостей для взрослых, как правило, полносоставны, т. е. содержат все категории Т.А. ван Дейка. В случае с молодежными новостными гипотекстами необходимо говорить о вариативности структуры: здесь сами новости, составляющие гипотекст, репрезентируют категории Главное событие, Фон и Комментарий. При этом Краткое содержание представлено лишь вступкой, заголовок как важнейший элемент категории отсутствует. Таковую «перевернутую» пирамиду мы называем

усеченной. Отсутствие заголовка у молодежного новостного гипотекста объясняется причинами, определяющими цели и намерения адресанта, с одной стороны, и ориентацией на определенный тип адресата – с другой.

Таким образом, категория «адресат» становится важной текстообразующей категорией, которая помимо выбора стилистической нормы, лексических и грамматических языковых единиц изначально определяет саму структуру новостного гипотекста.

### Список литературы

1. Амзин А. Новостная интернет-журналистика. URL: <http://alex-alex.ru/nij/NIJ-2-20131006.pdf> (дата обращения: 20.05.2017).
2. Воротникова Ю.С. Реализация новостного дискурса в электронных англоязычных СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2005. 19 с.
3. Цыбикова Н.С. Заголовок как диктемное имя текста интернет-новостей // Вестн. Читин. гос. ун-та. 2011. № 2(69). С. 45–50.
4. van Dijk T.A. *News as Discourse*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1988.
5. Шмелева Т.В. Авторское начало в стилистике медийного текста // Русский язык как фактор стабильности государства и нравственного здоровья нации: тр. и материалы Второй Всерос. науч.-практ. конф., г. Тюмень, 30 сентября – 2 октября 2010 года: в 2 ч. / под ред. О.В. Трофимовой. Тюмень: Мандр и К°, 2010. Ч. 2. С. 207–215. URL: <http://www.novsu.ru/file/1059129> (дата обращения: 20.05.2017).
6. Эпштейн М.Н. *Философия возможного*. СПб.: Алтейя, 2001. 334 с.
7. Slatin J. *Reading Hypertext: Order and Coherence in a New Medium* // *Hypermedia and Literary Studies* / ed. by P. Delaney, G.P. Landow. Cambridge: MIT Press, 1992. P. 153–169.
8. Murray J.H. *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. N. Y.: Free Press, 1997.
9. Лотман Ю.М. *Семиосфера*. СПб.: Искусство-СПб, 2000. 704 с.

### References

1. Amzin A. *Novostnaya internet-zhurnalistsika* [Online News Journalism]. Available at: <http://alex-alex.ru/nij/NIJ-2-20131006.pdf> (accessed 20 May 2017).
2. Vorotnikova Yu.S. *Realizatsiya novostnogo diskursa v elektronnykh angloyazychnykh SMI* [Realization of News Discourse in Electronic English-Language Media]. St. Petersburg, 2005. 19 p.
3. Tsybikova N.S. *Zagolovok kak diktemnoe imya teksta internet-novostey* [The Headline as a Dictemic Name of the Internet News Story]. *Vestnik Chitinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2011, no. 2, pp. 45–50.
4. van Dijk T.A. *News as Discourse*. Hillsdale, 1988.
5. Shmeleva T.V. *Avtorskoe nachalo v stilistike mediynogo teksta* [Author's Principle in Media Text Stylistics]. *Russkiy yazyk kak faktor stabil'nosti gosudarstva i npravstvennogo zdorov'ya natsii* [Russian Language as a Factor of State Stability and Moral Health of the Nation]. Tyumen, 2010. Pt. 2, pp. 207–215. Available at: <http://www.novsu.ru/file/1059129> (accessed 20 May 2017).
6. Epshteyn M.N. *Filosofiya vozmozhnogo* [The Philosophy of the Possible]. St. Petersburg, 2001. 334 p.
7. Slatin J. *Reading Hypertext: Order and Coherence in a New Medium*. Delaney P., Landow G.P. (eds.). *Hypermedia and Literary Studies*. Cambridge, 1992, pp. 153–169.
8. Murray J.H. *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. New York, 1997.
9. Lotman Yu.M. *Semiosfera* [Semiosphere]. St. Petersburg, 2000. 704 p.

**Natal'ya V. Potapova**

Kemerovo State University;  
ul. Krasnaya 6, korp. 6, Kemerovo, 650000, Russian Federation;  
*e-mail*: nv\_potapova@mail.ru

**Veronika A. Kameneva**

Kemerovo State University;  
ul. Krasnaya 6, korp. 6, Kemerovo, 650000, Russian Federation;  
*e-mail*: russia\_science@mail.ru

### VARIABILITY OF THE STRUCTURE OF ELECTRONIC ENGLISH-LANGUAGE NEWS HYPOTEXTS DEPENDING ON THE AGE OF THE TARGET AUDIENCE

The globalization of communication due to technological progress has made any hyper- or hypotext of electronic media available to almost any user with Internet access knowing the language of that text. At the same time, all news hypertexts are designed for a certain audience in terms of gender, race, social status, educational level, religious affiliation, and so on. It seems that the age of the target audience plays an important role in predetermining the linguistic features of news hypertexts. This paper studied the structural features of English-language hypotexts included in the news hypertext posted on the US news website CNN and intended for adults and youth. The material of the study included two groups of English-language news hypotexts, with either adults or youth as their target audience. The number of hypotexts analysed in each group was 80 units. The research aimed to identify possible differences in the structure of news hypotexts targeted at addressees of different ages. To achieve this goal, the following tasks were accomplished: a) a review of academic literature on the structure of news texts, b) an analysis of the structure of news hypotexts for adults and for youth, c) a comparison of the previous data with the results obtained by us. The analysis has shown that news hypotexts on CNN are based on the inverted pyramid principle. At the same time, the structure of news hypotexts designed for youth looks like a truncated inverted pyramid due to the absence of the headline, one of the most important elements of the structure. The study was performed using the conceptual and terminological apparatus as well as methods of the theory of the text and the theory of Internet communication. The results obtained can be used for further development of the theory of the text.

**Keywords:** *English-language hypotext, news hypotext, news hypertext, inverted pyramid, age of the target audience.*

Поступила: 29.06.2017  
Received: 29 June 2017

---

*For citation:* Potapova N.V., Kameneva V.A. Variability of the Structure of Electronic English-Language News Hypotexts Depending on the Age of the Target Audience. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2018, no. 2, pp. 113–120. DOI: 10.17238/issn2227-6564.2018.2.113