

ЖАНР И КОНТЕНТ / GENRE AND CONTENT

Новостной пост в социальных сетях: жанрообразующие и содержательные параметры

Ю. В. Щурина

News posts in social networks: genre-forming and content parameters

Yu. V. Shchurina

Щурина Юлия Васильевна – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой русского языка и методикой его образования; Забайкальский государственный университет, Чита, Российская Федерация

E-mail: shchurina@inbox.ru

Статья поступила: 10.11.2025. Принята к печати: 01.12.2025.

В статье рассматривается новостной контент периодических изданий Забайкальского края («Чита.Ру», «Zabnews.ru», «Забайкальский рабочий», «ГТРК «Чита»/Новости Забайкалья») в социальной сети «ВКонтакте». Целью исследования является изучение характерных особенностей организации новостного регионального сетевого дискурса, определяющих как формальные приметы, так и содержательные признаки подобного рода текстов. Актуальность исследования новых жанров СМИ, формирующихся в результате развития новых сфер массовой коммуникации (в числе которых интернет-пространство занимает, бесспорно, первое место), новых моделей взаимодействия автора и адресата/ов определяется растущим интересом к изучению возможностей социальных сетей с точки зрения поиска наиболее эффективных способов организации новостного дискурса. В статье отмечается, что новостные тексты в соцсетях выступают базовыми в системе СМИ, занимая первое место и в количественном отношении, и как часть общего культурно-информационного национального (в данном случае и регионального) контекста. Выявлены и описаны основные жанрообразующие параметры новостного поста в соцсети (креолизованный характер текста, интерактивность, лаконичная подача, оперативность производства и распространения, наличие гипертекста); определены содержательно-языковые особенности (обращение к местной актуальной проблематике, объективация регионально маркированных концептов, развлекательный характер части новостных сообщений, ориентация на адресата в форме имитации «общенародной» речи). Отмечается, что выявленные свойства новостных постов в соцсетях обусловлены поиском наиболее эффективных способов взаимодействия с аудиторией, привлечения большего числа пользователей. На основе анализа более 300 опубликованных в соцсети «ВКонтакте» новостных постов региональных СМИ Забайкальского края делается вывод о направленности новостного контента на целевую аудиторию СМИ, в первую очередь в виде адаптации новостных текстов к «общенародной» системе коммуникации.

Yulia V. Shchurina – Cand. Sci. in Philology, Associate Professor, Head of the Department of Russian language and methods of its teaching; Transbaikal State University, Chita, Russian Federation

ORCID: 0000-0003-0047-6167

Received: 10.11.2025. Accepted for publication: 01.12.2025.

The article examines news content from Transbaikal Krai periodicals (“Chita.Ru”, “Zabnews.ru”, “Zabaykalsky Rabochy”, “GTRK ‘Chita’/Novosti Zabaykalia”) in the social network “VKontakte.” The research aims to study characteristic features of organizing regional network news discourse, defining both formal markers and content attributes of such texts. The relevance of investigating new media genres emerging from developments in mass communication spheres (with internet space indisputably foremost), and new author-addressee interaction models, stems from growing interest in social networks' potential for identifying optimal news discourse organization strategies. The article notes that news texts in social networks serve as foundational elements in the media system, leading quantitatively and as part of the national (here, regional) cultural-informational context. It identifies and describes key genre-forming parameters of social network news posts (creolized text nature, interactivity, concise presentation, production/dissemination immediacy, hypertext presence); and delineates content-linguistic features (focus on local current issues, objectification of regionally marked concepts, entertainment in some news items, addressee orientation via simulated “folk” speech). These properties of social network news posts arise from efforts to optimize audience interaction and attract more users. Based on analysis of over 300 “VKontakte” news posts from Transbaikal regional media, the study concludes that news content targets the media's core audience, primarily through adapting news texts to a “nationwide” communication system.

Ключевые слова: новостной текст, новостной пост, социальная сеть, контент, СМК, региональные СМИ

Keywords: news text, news post, social network, content, media, regional media

УДК 070.431:316.472.4

OECD: 1.02ET+5.04XA+5.08EU



Постановка проблемы. Внедрение цифровых технологий определило фундаментальные изменения в системе массовых коммуникаций. Формирование новых типов СМИ, появление новых жанров и трансформация существующих, изменение модели взаимоотношения автора и адресата/ов – все это отражается в построении современных текстов массовой коммуникации,

влияя на их жанрообразующие и содержательные признаки.

Новостные тексты, реализующие информационную функцию с помощью сообщений, считаются базовыми в системе СМИ: они занимают первое место и в количественном отношении, и как часть общего национально-культурного контекста [Добросклонская, 2008].

В современных условиях основным каналом распространения новостной информации становятся социальные сети. Взаимодействие СМИ и интернет-платформ предполагает необходимость формирования нового подхода к организации системы массмедиа – ориентированного на работу с массовой аудиторией, мгновенную обратную связь, присутствие редакций СМИ на различных площадках. Эффективность представления информации СМИ в социальных сетях определяется интенсивностью вещания, форматом публикаций, а также теми тенденциями, которые характерны для интернет-коммуникации в целом и конкретной социальной сети в частности.

Новостные тексты в ряду других жанров массовой коммуникации отличаются наиболее устойчивыми признаками [Добросклонская, 2004]. Структурные и содержательные свойства новостных текстов связаны с функциональными признаками новостей, к числу которых относят событийность, оперативность, объективность, а также повторяемость контента [Кудрина, 2020].

В рамках медиалингвистики новостной текст, в том числе новостной пост как его разновидность, рассматривается как тип медиатекста, характеризующийся устойчивыми признаками на уровне формата, содержания и языка [Крючков, Глебенко, 2023; Лазутина, 2010, с. 15].

Актуальность данного исследования определяется все возрастающим интересом к изучению возможностей социальных сетей с точки зрения поиска наиболее эффективной модели распространения новостей с обеспечением повышения эффективности обратной связи аудитории со СМИ.

Цели исследования сводятся к выявлению и описанию базовых особенностей построения новостного поста как жанра, его структурных и содержательных параметров в контексте воздействия на потенциальную аудиторию.

Материалом для исследования послужили медиатексты новостного характера (посты), представленные сообществами СМИ Забайкальского края в социальной сети «ВКонтакте»: «Чита.Ру», «Zabnews.ru/Новости Читы и Забайкалья», «Забайкальский рабочий» (далее ЗР), «ГТРК “Чита”/Новости Забайкалья»; всего проанализировано более 300 постов региональных СМИ. Принцип (критерий),

который был положен в основу выбора сообществ, – это иерархизация новостных сообщений по количеству комментариев.

История вопроса. Современный этап развития системы средств массовой информации характеризуется прежде всего появлением новых текстовых форм, объективированных преимущественно в электронной среде. Условия функционирования подобных образований обуславливают специфический характер взаимодействия текстовых единиц в процессе реализации прагматических задач.

Сегодня СМИ не только успешно интегрировались в интернет-пространство, создав электронные версии печатных изданий и каналы на видеохостингах, но и продолжают осваивать все новые интерактивные площадки. Можно утверждать, что Интернет занимает лидирующие позиции в системе средств массовой информации, причем роль и значение сетевых вариантов распространения информации будет только расти, что определяется возможностями организации цифровой среды (в числе которых скорость предоставления и распространения информации, доступность источника информации, новые формы подачи материала, отсутствие четко отрегулированного механизма цензуры и пр.).

Гипертекстуальность и мультимедийность социальных интернет-медиа позволяет существенно расширить возможности построения информационных сообщений, обеспечивая многообразие смысловых уровней и форматов, максимально усиливая «привлекательность» новостного контента. Так, Дж. Кресс выделяет визуальную и вербальную семиотические системы в новостных постах как два различных смыслообразующих ресурса [Kress, 2009]. Т. Г. Добросклонская рассматривает функциональный потенциал новостных текстов как «несущую опору» пространственно-временной организации постоянно множасьего потока медиаматериала [Добросклонская, 2016; Добросклонская, 2020].

Вовлечение участников интернет-коммуникации в процесс создания медиапродукта приобрело в последнее время такие значительные масштабы, что привлекает внимание исследователей самых разных областей научного знания: политологии, журналистики, социологии, психологии, лингвистики, когнитологии, лингвокультурологии [Клушина, 2016; Лащук, 2013; Негрышев, 2005; Платонов, Юдина, 2019; Солдатова, 2018 и мн. др.].

Как уже отмечалось, в системе новостных медиа особая роль отводится социальным сетям – как наиболее востребованным медиаплатформам. Сегодня большинство СМИ, помимо собственного сайта, представлены и в социальных сетях [Сокрута, 2018], где интернет-пользователям также отводится определенное участие в создании медиапродукта [Курбатов, 2018].

В контексте новых тенденций и возможностей создания и распространения новостного контента все более актуальным становится изучение особенностей новостного дискурса на различных социальных медиаплощадках. Так, социальная сеть «ВКонтакте», по данным исследований, относится к числу весьма популярных соцсетей в России [Дьяченко, 2016; Горчакова и др., 2021].

Традиционно новостные сообщения определяются как особый тип дискурса, представленный связным текстом, охватывающим всю совокупность параметров, обеспечивающих его порождение: автора и адресата сообщения, особенности

производства, распространения и восприятия информации, различные виды контекста: социальный, культурный, идеологический и пр.

В условиях появления новых способов оформления и распространения новостного дискурса представляется целесообразным рассмотреть основные параметры порождения подобного типа текстов и возможностей решения прагматических задач (связанных с повышением эффективности воздействия на массового адресата).

Методология и методика исследования. Настоящее исследование проведено в рамках подходов к изучению новостного контента как базовой составляющей жанровой системы современных СМИ, с учетом существующих представлений о поликодовом характере постов в соцсетях [Крючков, Глебенко, 2023]. В качестве методологического основания исследования, акцентирующего внимание на событии в структуре текста, заголовке, языковой подаче поста и его комментировании, можно назвать подход к изучению новостного поста как результата «симбиоза» СМИ и соцсетей [Бекасова, 2022].

В исследовании используется описательно-аналитический метод. При отборе анализируемых новостных постов региональных СМИ, использовался метод сплошной выборки.

Ссылки на сообщества в социальной сети «ВКонтакте», послужившие источником фактического материала: <https://vk.com/zabnewsru>, <https://vk.com/zabrab>, https://vk.com/vk_chita_ru, <https://vk.com/gtrk75>.

Анализ материала. В результате проведенного анализа удалось выявить следующие **жанрообразующие** признаки новостного поста.

Креолизованный характер текстов (использование мультимедийных элементов): онлайн-новости, как правило, содержат не только вербальные элементы, но и средства иных, отличных от языка семиотических систем – изображения, видео- и аудиозаписи. Так, мультимедийные элементы в виде фотографий (в т. ч. из нейросети), инфографики, видео и аудио обеспечивают региональную специфику контента: *Межвузовский кампус «Континент» собираются построить на пересечении Романовского тракта и Олимпийского проезда в микрорайоне Преображенский в Чите. Об этом в прямом эфире ГТРК «Чита» сообщила вице-премьер правительства Забайкалья Виктория Бессонова (ЗР. 03.02.2025)* – данная новость сопровождается фотоизображением. Использование видео как основного мультимедийного элемента поста может быть обосновано типологическими характеристиками СМИ, к примеру, страница ТВ в социальной сети содержит видеосюжеты, которые составляют основу публикаций: *Финальный этап конкурса «Педагог года – 2025» проходит в Забайкалье (ГТРК Чита. 05.02.2025)*.

Характерно и использование в текстах новостных постов невербальных элементов: «эмотиконов», «эмодзи» и «смайлов». Невербальные знаки цифровой коммуникации позволяют придать эмоциональную окраску сообщениям, установить контакт с адресатом/ами, создать эффект доверительного личностно ориентированного общения.

Интерактивность: онлайн-новости предполагают возможность мгновенного взаимодействия с адресатом, ответную реакцию неограниченного числа пользователей в виде реакций («лайков»), комментариев, репостов, участия в опросах

и пр., что позволяет аудитории активно включаться в коммуникацию. Во многих сообществах не отключена опция комментирования, поэтому интерактивность обеспечивается не только количеством реакций, но и возможностью непосредственного «ответа» пользователей, демонстрирующих в комментариях разнообразные особенности живой разговорной речи (как лексические и грамматические, так и орфографические и пунктуационные): *Почему голоушая? Без шапки. Заболеет же; А у меня не взяли вертикалку, сказали надо 5 зарядные; Щегловские ряды! А думал они теперь до конца этого правительства! Ведь аренда не маленькая в карманы падает.* (Zabnews.ru. 07.02.2025); *Животных прут фурами кому не лень* (Чита.Ру. 07.12.2025); *Опять ДТП по пьяни?* (Чита.Ру. 05.12.2025).

Лаконичность: новостные посты начинаются с кратких и информативных заголовков, которые сразу передают основное содержание материала. В некоторых постах заголовки вообще не используются, а информация может быть представлена одним абзацем и подкреплена гиперссылкой с названием новости на сайте (что повышает статистику посещаемости сайта СМИ): *У Читы – женское лицо. На минувшей неделе произошло историческое для столицы Забайкальского края событие – Инна Щеглова официально стала мэром Читы* (ЗР. 05.02.2025). Некоторые посты уместаются всего в одну строку (подкреплены фото и гиперссылкой): *В Чите снова ввели режим НМУ первой степени опасности* (Zabnews.ru. 07.02.2025).

Оперативность и актуальность: авторы онлайн-новостей акцентируют внимание на актуальности и своевременности информации; стремление публиковать новости максимально быстро после события характерно для всех СМИ – в соцсетях особенно.

Гипертекст: типичным является присутствие в онлайн-новостях гиперссылок, что позволяет адресату перейти к связанным статьям или источникам для получения более полной информации.

В целом, отмеченные особенности весьма характерны для оформления новостей региональных СМИ в соцсетях и отражают современные тенденции в медиа, обеспечивая более эффективную коммуникацию с аудиторией.

Далее **рассмотрим содержательные признаки** новостных постов.

В первую очередь, специфика регионального новостного контента в соцсетях связана с **обращением к местной проблематике** и использованием соответствующей лексики, придающей региональный колорит и/или характеризующей территориальные признаки сообщений, – *забайкалка, забайкалец, Забайкалье, Чита, Кыра, Могоча, Хилок, Тарбагатай, Акша, Приаргунский округ, Романовский тракт, багульник, багуловый, Даурия, Сагаалган* и т. п., например: *Забайкалец с позывным «Буддист» после ранения спас товарища и уничтожил 2 блиндажа на СВО* (Zabnews.ru. 04.02.2025); *Забайкальский край начал подготовку ко второму этапу Всероссийской выставки племенных овец и коз* (ГТРК Чита. 04.02.2025); *Забайкалка заняла третье место на мировом первенстве по джиу-джитсу в Абу-Даби* (Zabnews.ru. 23.11.2025); *Забайкалка получила 8 лет колонии за убийство ножом своего знакомого* (Zabnews.ru. 17.11.2025).

Развлекательный характер части новостей: *Начало года – время загадывать желания и строить планы на грядущий год, но лучше сразу переходить к действиям. Как исполнить мечты в 2025-м? Ответ – в новом проекте: chita.ru/text/gorod...* (Чита.Ру. 05.02.2025); *Тепло в ближайшее время ждать не стоит – барсуки еще спят.*

В Забайкалье, по рассказу замдиректора читинского зоопарка Натальи Бянкиной, предвестниками весны считаются барсуки, ежи и медведи. Животные отходят от спячки, когда приближаются теплые деньки, но сейчас все они спят (Чита.Ру. 05.02.2025). Чередование новостных постов официального характера и более легких, развлекательных, облегчает взаимодействие с адресатами, обеспечивая поддержку и сохранение интереса со стороны пользователей.

Присутствие регионально маркированных концептов, репрезентированных соответствующими лексическими средствами: *багульник, Сагаалган (праздник Белого месяца), гуран, Забайкалье*, например: *Можно было бы пошутить, что гураны спасли гурана, но не все мужчины в Забайкалье приветствуют, когда их зовут лесными козлами* (Чита.Ру. 21.03.2023); *«Подписка о невыезде»: Я – «гуран» и мой дом здесь* (Чита.Ру. 13.04.2013); *Весна среди зимы. Любимый багульник* (ZabNews.ru. 12.12.2022).

Вербализованные в новостях региональные концепты, вступая в разнообразные ассоциативные и семантические отношения с актуальными медийными доминантами, обнаруживают определенный миромоделирующий потенциал, то есть отражают специфику региональной картины мира в процессе своего дискурсивного развертывания в интернет-пространстве.

Типично присутствие регионально маркированных лексем в сильных позициях текстов – в первую очередь, в заголовках.

Ориентация на адресата, придание сообщениям «народно-разговорного» характера за счет использования лексических и грамматических ресурсов.

Типично использование лексики и фразеологии стилистически сниженного регистра: жаргонизмов, диалектизмов, разговорных и просторечных слов, выражений и словоформ, в том числе имитирующих особенности местной речи: *шибко брава, каво болташь, гураненок, ургульки, жуют жвачку, нежнятина* и пр. Чаще всего стилистически сниженная лексика присутствует в заголовках, но иногда и в тексте поста: *В Забайкалье мошенники начали проворачивать новые схемы обмана через классные чаты. На этот раз в ход пошла школьная платформа «Сферум»* (Zabnews.ru. 03.02.2025); *Беспредел, саботаж и диверсия. Депутат Госдумы Жанна Рябцева, которая разгромила правительство Забайкалья за срыв сроков строительства очистных в Хилке, Жипхегене и Тарбагатае, на заседании комитета по экологии заявила, что в регионах, в том числе и в Забайкалье, главы и министерства строительства жуют жвачку вместо исправления проблем* (Чита.Ру. 30.01.2025); *Очевидец рассказал, что буйного пассажира скрутили другие люди: его ударили по голове, а затем обездвжили. После этого его забрала полиция. Также, по его словам, от рук дебошира пострадала женщина. Ей наложили швы* (Чита.Ру. 05.12.2025); *Вангуем, что рабочий вторник кому-то покажется понедельником, а к концу дня еще радостно пригреет душу, ведь неделя рабочая стала короче* (Чита.Ру. 13.02.2024); *Цветущий багульник на Титовской сопке. Вы уже успели нафотали красоту? Делитесь с нами* (ZabNews.ru. 15.05.2023).

Ориентация на адресата достигается и за счет преобладания глаголов и глагольных форм (включая просторечные) в текстах постов, что тоже до некоторой степени придает разговорный характер текстам: *ввели, произошло, стала, посетили, сообщили, объявлен, планируется установить, произошло, пошла, будут опрошены,*

спас и уничтожил, заняла, получила, считаются, спят, отходят от спячки, пошла в ход, разгромила, заявила, начали проворачивать, жуют жвачку, скрутили, пригреет, нафотали и т. п.

Характерно использование предикативных заголовков, например, *Забайкалец с позывным «Буддист» после ранения спас товарища и уничтожил 2 блиндажа на СВО* (Zabnews.ru. 04.02.2025). Номинативные и цитатные заголовки используются значительно реже. Доступность синтаксиса обеспечивается использованием простых предложений: *Забайкальский край начал подготовку ко второму этапу Всероссийской выставки племенных овец и коз. Она пройдет в начале июня. Идет работа по привлечению экспертов из соседних регионов. Также в рамках мероприятия будет проведена рабочая группа по развитию рынка сбыта шерсти на территории страны* (ГТРК Чита. 04.02.2025).

Подчеркнем, что выявленные лексические и грамматические особенности новостных постов в целом отражают ориентацию на массового адресата (значительную аудиторию, обладающую разным уровнем образования и социальными характеристиками, но объединенную интересом к местной проблематике в силу территориальных факторов).

Результаты исследования. Всего в результате анализа обширного корпуса текстов (более 300 единиц) были выявлены основные жанрообразующие параметры новостного поста в соцсети:

- креолизованный характер текста;
- интерактивность;
- лаконичность подачи материала;
- оперативность и актуальность;
- наличие гипертекста.

К содержательно-языковым особенностям новостных постов региональных СМИ можно отнести следующие:

- обращение к местной актуальной проблематике;
- присутствие регионально маркированных концептов;
- развлекательный характер части новостных сообщений;
- ориентация на адресата, коллоквиализация сообщений.

Выводы. Таким образом, структурные и содержательные (включая собственно языковые) особенности новостных постов региональных СМИ в социальной сети «ВКонтакте» определяются, в первую очередь, коммуникативной целью сообщений, которая состоит не только в информировании адресатов о происходящих событиях, но и в привлечении интереса как можно большего числа пользователей к данному интернет-изданию.

Можно сделать вывод, что новостной контент исследуемых региональных СМИ Забайкалья в социальной сети «ВКонтакте» способствует более эффективному взаимодействию с целевой аудиторией СМИ, особенно в части «адаптации» контента под «общенародную» манеру общения.

Представляется, что контент исследуемых региональных СМИ Забайкалья во ВКонтакте носит максимально «журналистский» характер – соблюдаются профессиональные стандарты с точки зрения информационной насыщенности постов,

злободневности сообщений, при этом присутствует специфика и структуры, и языкового наполнения. СМИ, присутствуя на медиаплатформах, адаптируют контент под «общую» манеру общения в расчете на то, что активность аудитории может повысить коэффициент распространения информации. С учетом технологических возможностей медиаплатформ новостные публикации в соцсетях представлены в разных форматах (посты, сторис, подкасты и т. д.), что создает более «легкое» и разноплановое восприятие информации.

Перспективы исследования могут быть связаны с описанием медиакоммуникационной практики конкретной региональной редакции – с более детальным разбором используемых коммуникативных средств: с опорой на инфополитику СМИ, специфику медиаплатформы и ее целевой аудитории.

Литература

Бекасова, Е. Н. (2022). Медийный контент в зеркале социальных сетей. *Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева*, 2(38), 122–132.

Горчакова, О. Ю., Ларионова, А. В., Александрова, Ю. К., & Петров, Е. Ю. (2021). Особенности новостного дискурса социально-политической тематики на примере региональных новостных пабликов в социальной сети «ВКонтакте». *Филология: научные исследования*, 3, 1–17. <https://doi.org/10.7256/2454-0749.2021.3.35234>

Добросклонская, Т. Г. (2004). Что такое медиалингвистика? *Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация*, 2, 9–17.

Добросклонская, Т. Г. (2008). *Медиалингвистика: Системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь)*. Москва: Флинта, Наука.

Добросклонская, Т. Г. (2016). Новостной дискурс как объект медиалингвистического анализа. *Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования* (с. 13–22). Белгород: Издательский дом «Белгород».

Добросклонская, Т. Г. (2020). *Медиалингвистика: теория, методы, направления*. Ridero.

Дьяченко, О. В. (2016). Российские СМИ в социальных сетях Facebook* и в «ВКонтакте»: анализ активности и информационных предпочтений аудитории. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*, 1, 28–45.

Клушина, Н. И. (2016). Дискурс-анализ и стилистика: интегративные методы исследования медиа коммуникации. *Russian Journal of Linguistics*, 20(4), 78–90.

Крючков, Н. Ю., & Глебенко, Л. Ю. (2023). Лингвистические особенности новостных текстов. *Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема*, 4(53), 128–134.

Кудрина, Л. В. (2020). *Структура новостных текстов и их лексические особенности (на примере социальных сетей и интернет-СМИ): диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук*. Санкт-Петербург: Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого.

Курбатов, В. И. (2018). Сетевые онлайн-сообщества: структурно-функциональные и организационные факторы самоуправления. *Гуманитарий Юга России*, 7(2), 15–27.

Лазутина, Г. В. (2010). Жанр и формат в терминологии современной журналистики. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*, 6, 14–21.

Лащук, О. Р. (2013). *Рейтерские новостные сообщения: создание и редактирование*. Москва: Медиамир.

References

Bekasova, E. N. (2022). Media content in the mirror of social networks. *Vestnik of Volzhsky University named after V. N. Tatishchev*, 2(38), 122–132. (In Russian).

Dobrosklonskaya, T. G. (2004). What is media linguistics? *Moscow University Bulletin. Series 19: Linguistics and Intercultural Communication*, 2, 9–17. (In Russian).

Dobrosklonskaya, T. G. (2008). *Media linguistics: systematic approach to the study of mass media language (modern English media speech)*. Moscow: Flinta, Nauka Publ. (In Russian).

Dobrosklonskaya, T. G. (2016). News discourse as an object of media linguistic analysis. *The discourse of modern mass media in the perspective of theory, social practice and education* (pp. 13–22). Belgorod: Belgorod Publ. (In Russian).

Dobrosklonskaya, T. G. (2020). *Media linguistics: theory, methods, directions*. Ridero Publ. (In Russian).

Dyachenko, O. V. (2016). Russian mass media in the social networks Facebook* and Vkontakte.Ru: study of audience's activity. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 1, 28–45. (In Russian).

Gorchakova, O. Yu., Larionova, A. V., Aleksandrova, Yu. K., & Petrov, E. Yu. (2021). The peculiarities of sociopolitical news discourse on the example of regional news public pages in the social network Vkontakte. *Philology: scientific researches*, 3, 1–17. <https://doi.org/10.7256/2454-0749.2021.3.35234> (In Russian).

Klushina, N. I. (2016). Discourse analysis and stylistics: integrative methods for research in media communication. *Russian Journal of Linguistics*, 20(4), 78–90. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-15149> (In Russian).

Kress, G. (2009). What is a mode? *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp. 54–67). London: Routledge.

Kryuchkov, N. Y., & Glebenko, L. Yu. (2023). Linguistic and stylistic features of news texts. *Bulletin of Sholem Aleichem Amur State University*, 4(53), 128–134. (In Russian).

Kudrina, L. V. (2020). *Structure and lexical features of news texts in social networks and online media: dissertation for the degree of Cand. Sci. in Philology*. St. Petersburg: Yaroslav-the-Wise Novgorod State University. (In Russian).

Kurbatov, V. I. (2018). Net on-line associations: structure-functional and organisational factors of self-management. *Humanities of the South of Russia*, 7(2), 15–27. (In Russian).

Laschuk, O. R. (2013). *Rewriting news reports: creation and editing*. Moscow: Mediamir Publ. (In Russian).

Lazutina, G. V. (2010). Genre and format in the terminology of contemporary journalism. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 6, 14–21. (In Russian).

* Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной на территории РФ.

Негрышев, А. А. (2005). Прагматика интертекстуальности в новостном дискурсе СМИ (на материале информационных заметок). *Inter-Cultural-Net*, 4, 25–36. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394712794_681.pdf

Платонов, К. А., & Юдина, Д. И. (2019). Повестка протестных онлайн-сообществ Санкт-Петербурга во «ВКонтакте». *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 5, 226–249. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.11>

Сокрута, Е. Ю. (2018). Нарративные характеристики новостного дискурса в эпоху новой медийности. *Новый филологический вестник*, 2(45), 39–46. <https://doi.org/10.24411/2072-9316-2018-00013>

Солдатова, Г. У. (2018). Цифровая социализация в культурно-исторической парадигме: изменяющийся ребенок в изменяющемся мире. *Социальная психология и общество*, 9(3), 71–80. <https://doi.org/10.17759/sps.2018090308>

Kress, G. (2009). What is a mode? *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp. 54–67). London: Routledge.

Negryshev, A. A. (2005). The pragmatics of intertextuality in the media's news discourse (based on information notes). *Inter-Cultural-Net*, 4, 25–36. URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394712794_681.pdf (In Russian).

Platonov, K. A., & Yudina, D. I. (2019). Agenda of Vkontakte online protest communities based in St. Petersburg. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 5, 226–249. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.11> (In Russian).

Sokruta, E. Y. (2018). The narrative characteristics of news discourse in the time of new media. *The New Philological Bulletin*, 2(45), 39–46. <https://doi.org/10.24411/2072-9316-2018-00013> (In Russian).

Soldatova, G. U. (2018). Digital socialization in the cultural-historical paradigm: a changing child in a changing world. *Social Psychology and Society*, 9(3), 71–80. <https://doi.org/10.17759/sps.2018090308> (In Russian).

Для цитирования:

Щурина, Ю. В. (2025). Новостной пост в социальных сетях: жанрообразующие и содержательные параметры. *VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал*, 4(18), 8–17. [https://doi.org/10.34680/VERBA-2025-4\(18\)-8-17](https://doi.org/10.34680/VERBA-2025-4(18)-8-17)

For citation:

Shchurina, Yu. V. (2025). News posts on social networks: genre-forming and content parameters. *VERBA. North-West linguistic journal*, 4(18), 8–17. [https://doi.org/10.34680/VERBA-2025-4\(18\)-8-17](https://doi.org/10.34680/VERBA-2025-4(18)-8-17) (In Russian).