

*На правах рукописи*



**Крестников Константин Юрьевич**

**МЕДИАПОВЕСТКА РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ:  
СТРУКТУРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ И АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ  
АСПЕКТЫ (НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛА ВГТРК  
ГТРК «НИЖНИЙ НОВГОРОД»)**

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Челябинск  
2026

Работа выполнена на кафедре журналистики ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского»

Научный руководитель:

**Автаева Наталия Олеговна,**  
доктор филологических наук, доцент

Официальные оппоненты:

**Мясникова Марина Александровна,**  
доктор филологических наук, кандидат искусствоведения, доцент, профессор ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, профессор кафедры периодической печати и сетевых изданий

**Футерман Евгения Борисовна,**  
кандидат филологических наук, ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», доцент кафедры медиапроизводства

Ведущая организация:

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова»

Защита состоится «8» июня 2026 года в 13:00 часов на заседании диссертационного совета 24.2.431.03 при ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет» по адресу: 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», <https://www.csu.ru/upload/constructor/6ca/pefv0x4d9i2ktqx0yvryeklc1xd8f2fv.pdf>.

Автореферат разослан «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2026 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
доцент, кандидат филологических наук



И. В. Топчий

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность диссертационного исследования.** Проблема формирования и структурирования медиаповестки приобретает особое значение в контексте стремительных трансформаций современного медиaprостранства. Во-первых, цифровизация существенно изменила способы производства и потребления контента: в России завершeн переход на цифровое эфирное телевещание в 2019 году, параллельно развивается интернет-вещание и социальные медиа. Часть телекомпаний, в особенности региональных, была вынуждена осваивать новые интернет-платформы, чтобы сохранять аудиторию и конкурентоспособность в условиях медиаконвергенции. Во-вторых, происходит значительная трансформация аудитории. Наблюдается поколенческий разрыв в медиапотреблении: молодежь все чаще черпает информацию из онлайн-источников, тогда как старшее поколение предпочитает традиционные СМИ. Таким образом, телевидению приходится адаптировать контент и форматы под новые привычки и ожидания аудитории, которая становится все более фрагментированной и требовательной к интерактивности. В-третьих, усиливается роль медиа в политической мобилизации общества. Средства массовой информации все чаще выступают инструментом социальной консолидации, влияя на общественное мнение. Телеканалы нередко становятся ключевой площадкой для политической коммуникации на местах: для органов местной власти и депутатов это действенный способ донести свою позицию до населения, участвовать в предвыборной агитации и отчитаться о проделанной работе.

Наконец, в условиях глобализации и централизации информационных потоков особое значение приобретает региональная идентичность. Именно локальные СМИ во многом отвечают за формирование чувства причастности населения к жизни своего региона, сохранение местной культуры и ценностей. Областное телевидение способно отразить ключевые события, познакомить с историей, актуальными проблемами и людьми своего края – то, чего не могут дать общенациональные каналы. СМИ на

местах, в том числе, способствуют диалогу жителей с местной властью в субъектах Российской Федерации. Таким образом, даже на фоне экспансии новых медиа областное телевидение остается важнейшим институтом, обеспечивающим информационное единство и ценностное самоопределение на местах.

Более того, в нынешних социально-политических условиях работа региональных СМИ в особой степени становится информационным драйвером развития субъектов Российской Федерации, а также формирует такие аксиологические нарративы, как единение, сохранение исторической памяти.

В связи с этим актуальность данного исследования продиктована настоятельной потребностью теоретического и эмпирического осмысления особенностей формирования медиаповестки регионального телевидения наряду с объяснением механизмов, которые влияют на этот процесс.

**Степень разработанности научной проблемы.** Понятие теории повестки дня было рассмотрено на основе концепции, разработанной М. Маккомбсом и Д. Шоу<sup>1</sup>, с учетом дальнейших исследований, касающихся уровней и типов повесток (общественная, политическая, медиаповестка), а также механизма их взаимодействия. Это работы таких авторов, как Р. Кобб, Ч. Элдер, Ю. Чжоу, П. Мой, П. Шумейкер и С. Риз<sup>2</sup>. Также отдельные аспекты формирования медиаповестки рассмотрены в работах российских ученых: Е. Л. Вартановой, Е. Г. Дьяковой, Я. Н. Засурского, Е. П. Прохорова, Л. Г. Свитич, А. Д. Трахтенберг, Т. И. Фроловой, М. В. Шкондина<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> McCombs M. E., Shaw D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media // Public Opinion Quarterly. 1972. Vol. 36, № 2. P. 176–187 ; McCombs M. E., Shaw D. L., Weaver D. H. Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory. New York : Routledge, 2013. 240 p.

<sup>2</sup> Cobb R. W., Elder C. D. Participation in American Politics: The Dynamics of Agenda-Building. Boston: Allyn & Bacon, 1972. 256 p. ; Zhou Y., Moy P. Parsing framing processes: The interplay between online public opinion and media coverage // Journal of Communication. 2007. Vol. 57, № 1. P. 79–98 ; Shoemaker P. J., Reese S. D. Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content. White Plains. NY: Longman, 1996. 336 p.

<sup>3</sup> Вартанова Е. Л. Социальная репрезентация и новые медиа: к вопросу о переосмыслении теории повестки дня // Средства массовой информации в современном мире. 52 Петербургские чтения: тезисы выступлений СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2013. С. 218 ; Дьякова Е. Г. Конструирование и легитимация социальных проблем в процессе установления повестки дня // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук (Антиномии). 2005. № 6. С. 188–211 ; Дьякова Е. Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу // Политические исследования. 2003. № 3. С. 109–119 ; Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется «повестка дня» / Под ред. С. Д. Балмаевой. Екатеринбург : Изд-во Гуманитарного университета, 2001. 132 с. ; Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д.

Проблемы трансформации традиционных медиа и возникновения новых форматов обозначены А. М. Шестериной, М. А. Мясниковой, А. В. Трухиной, Е. Б. Футерман<sup>4</sup>. О влиянии новых медиа на вопросы установки повестки дня писали В. Ф. Олешко, О. С. Мухина, Е. В. Олешко<sup>5</sup>.

В вопросе теории фрейминга как объяснения процессов конструирования смысла в медиaprостранстве исследование опирается на подходы, предложенные Р. Энтманом, Т. Гитлиным, Г. Тачман, М. Н. Грачевым<sup>6</sup>, рассматривающими фрейм как инструмент интерпретации событий и формирования предпочтительных значений.

Аксиологический подход к анализу медийного контента, позволяющий выделять и интерпретировать ценностные ориентации, репрезентируемые в медиатексте, рассмотрен в трудах В. Б. Парушкиной<sup>7</sup>, а также работах по теории ценностей в коммуникации Ш. Шварца<sup>8</sup>. Также аксиологии журналистики посвящены

---

Социокультурные механизмы установления повестки дня // Антиномии. 2001. № 2. С. 166–191; Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Установление повестки дня: теория и технологии. 2-е изд., перераб. и доп. Екатеринбург: Издательский дом «Дискурс-Пи», 2005. 124 с.; Засурский Я. Н. Журналистика в переходный период // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 1997. № 5. С. 3–13; Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2004. 352 с.; Алевизаки О. Р., Смирнова О. В., Свитич Л. Г. [и др.] Авторская и редакторская деятельность журналиста в российском медиaprостранстве // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8, № 4. С. 679–703; Шкондин М. В., Вычуб Г. С., Фролова Т. И. Проблематика СМИ: информационная повестка дня. М.: Аспект Пресс, 2008. 224 с.; Шурыгина Е. А. К вопросу об эволюции теоретических подходов к изучению радио: история и новые реалии // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2017. Т. 36, № 28 (277). С. 135–141.

<sup>4</sup> Шестерина А. М. Традиционные и новейшие аудиовизуальные медиа: тенденции взаимодействия // Проблемы массовой коммуникации: Материалы международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью, Воронеж, 16–18 мая 2019 года / Под общей редакцией В. В. Тулупова. Том Часть I. Воронеж: Воронежский государственный университет, 2019. С. 104–106; Мясникова М. А., Трухина А. В., Футерман Е. Б. Аудиовизуальный гибридный медиaproдукт в новой технологической среде // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2025. Т. 30, № 2. С. 415–427.

<sup>5</sup> Олешко В. Ф., Мухина О. С. Роль новых медиа в установлении повестки дня (на примере темы коронавируса) // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2021. № 27 (4). С. 5–12; Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Особенности развития региональных СМИ в условиях трансформации общественных и массмедийных практик // Профессиональная культура журналиста в условиях медиатрансформаций: монография / Под ред. М. А. Мясниковой. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2020. С. 62–86.

<sup>6</sup> Entman R. M. Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents // Journal of Communication. 1991. Vol. 41, № 4. P. 6–27; Gitlin T. The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left. Berkeley: University of California Press, 1980. 327 p.; Tuchman G. Making News: A Study in the Construction of Reality. New York: Free Press, 1978. 244 p.; Грачев М. Н. О новой интерпретации соотношения концепций «установления повестки дня» и фрейминга // Политика развития, государство и мировой порядок: материалы VIII Всероссийского конгресса политологов. Под ред. О. В. Гаман-Голутвиной, Л. В. Сморгунова, Л. Н. Тимофеевой. М., 2018. С. 146.

<sup>7</sup> Парушкина В. Б. Информационная повестка дня современных общественно-политических изданий Ставропольского края // Вестник Ставропольского государственного университета. 2010. № 68. С. 122–128.

<sup>8</sup> Schwartz S. H. An overview of the Schwartz theory of basic values // Online Readings in Psychology and Culture. 2012. Vol. 2, № 1. P. 11. URL: <https://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/11> (дата обращения: 24.05.2025).

труды В. В. Антроповой, К. Р. Нигматуллиной, С. Н. Ильченко, В. А. Сидорова, Л. Г. Свитич, И. В. Ерофеевой и других<sup>9</sup>.

Для регионального подхода, включающего понятия региональной идентичности, локального информационного пространства и децентрализации медиакоммуникаций, значимы труды Е. Г. Дьяковой, Е. Л. Варгановой, А. А. Казакова, М. А. Мясниковой, В. В. Абашева, И. М. Печищева<sup>10</sup>.

Чтобы определить объект данного исследования и обосновать правомерность такого выделения, нами были изучены диссертации, посвященные медиаповестке. О региональном телевидении в медиасистеме России писали Ю. М. Ершов, А. Н. Романова, К. В. Дементьева, Н. В. Соловьева<sup>11</sup>. Медиаповестку и ее формирование в региональных СМИ рассматривали Ю. П. Беленькая, И. В. Павлова<sup>12</sup> и многие другие исследователи.

**Объектом исследования** выступает медиаповестка регионального телевидения.

---

<sup>9</sup> Антропова В. В. Духовность как проблемное поле современного медиапространства в аспекте аксиологии журналистики // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2012. № 9. С. 73–79; Сидоров В. А., Ильченко С. Н., Нигматуллина К. Р. Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины. СПб., 2009. 174 с.; Свитич Л. Г. Феномен журнализма. М.: Икар, 2000. 225 с.; Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре. Чита: ФГБОУ ВПО «Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический университет им. Н.Г. Чернышевского», 2009. С. 297–297.

<sup>10</sup> Казаков А. А. Теория установления повестки дня vs. Фрейминг: к вопросу о соотношении подходов // Медиаскоп. 2012. № 2. URL: <https://mediascope.ru/Node/1348> (дата обращения: 31.03.2025); Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация: модели влияния...; Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Социокультурные механизмы установления повестки дня...; Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Установление повестки дня...; Варганова Е. Л. Социальная репрезентация и новые медиа...; Мясникова М. А. Жизнь регионов России в зеркале телевидения и документального кино: сравнительный анализ инструментария // Вопросы теории и практики журналистики. 2024. Т. 13, № 1. С. 125–139; Абашев В. В. Пермь как текст: Пермь в русской культуре и литературе XX века. М.: Directmedia, 2015. 384 с.; Абашев В. В. Пермь как текст: Пермь в русской культуре и литературе XX века // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2019. Т. 11, вып. 2. С. 7–18; Шатров П. Пермь в литературе: как город стал текстом // Комсомольская правда: Пермский край. 2024. URL: <https://www.perm.kp.ru/online/news/5962331/> (дата обращения: 22.09.2024); Печищев И. М. Конструирование имиджа территории в пермской периодике (1996–2006 гг.): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Воронеж, 2008. 24 с.; Абашев В. В., Печищев И. М. Городские сетевые издания как агенты урбанизации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4 (30). С. 201–214.

<sup>11</sup> Ершов Ю. М. Региональное телевидение в российской медиасистеме: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2012. 420 с.; Романова А. Н. Роль государственного регионального телевидения в организации диалога между властью и обществом: дис. ... канд. филол. наук. М., 2024. 210 с.; Дементьева К. В. Системные, структурные, организационные и типологические особенности формирования региональных моделей СМИ: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2024. 401 с.; Соловьева Н. В. Медиаобраз Забайкальского края в дискурсе СМИ как инструмент формирования имиджа региона: дис. ... канд. филол. наук. Чита, 2025. 213 с.

<sup>12</sup> Беленькая Ю. П. Телевизионные новости как средство формирования региональной информационной повестки дня в электоральный период: дис. ... канд. филол. наук. М., 2015. 198 с.; Павлова И. В. Российский региональный город в информационной повестке общенациональных печатных СМИ: дис. ... канд. филол. наук. М., 2014. 180 с.

**Предмет исследования** – структурно-тематическая и аксиологическая специфика медиаповестки регионального телевидения (на примере филиала ВГТРК ГТРК «Нижний Новгород»).

**Цель работы** – раскрыть особенности формирования региональной медиаповестки на примере вещания новостной программы «Вести-Приволжье» ГТРК «Нижний Новгород» с позиций структурного, тематического и аксиологического аспектов.

Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие **задачи**:

1. Изучить эволюцию понятийного аппарата теории повестки дня и фрейминга в междисциплинарном контексте.
2. Систематизировать теоретико-методологические подходы к исследованию медиаповестки и региональных медиа.
3. Определить роль ключевых акторов в формировании повестки регионального телевидения.
4. Проследить историю регионального телевидения на примере Нижегородской (Горьковской) области и провести контент-анализ выпусков новостной программы «Вести-Приволжье» ГТРК «Нижний Новгород».
5. Описать структуру и тематические доминанты новостной повестки дня ГТРК «Нижний Новгород».
6. Выявить ценностные ориентации, отраженные в новостных сюжетах регионального телевидения.
7. Проанализировать специфику регионального фрейминга как интерпретации действительности.

**Проблема исследования** заключается в необходимости комплексного теоретико-методологического осмысления и эмпирического анализа механизмов формирования медиаповестки регионального телевидения в условиях цифровой трансформации, медийной конкуренции и фрагментации аудитории. В частности, отсутствует системное представление о том, как структурно-тематические и

аксиологические особенности медиаповестки реализуются на уровне региональных телекомпаний, таких как ГТРК «Нижний Новгород». Учитывая усиление роли региональных СМИ в поддержании локальной идентичности, консолидации общества и трансляции ценностей, возрастает потребность в выявлении факторов, определяющих содержательные акценты новостного вещания, его ценностную направленность и влияние на общественное мнение.

В рамках **рабочей гипотезы** автор исходит из мнения, что медиаповестка регионального телевидения формируется под влиянием комплекса факторов – политических, социокультурных, институциональных и технологических – и представляет собой структурно упорядоченную систему, в которой содержание и форма подачи новостей направлены не только на информирование, но и на формирование региональной идентичности и ценностных ориентиров аудитории. На примере программы «Вести-Приволжье» филиала ВГТРК ГТРК «Нижний Новгород» предполагается, что региональная медиаповестка обладает устойчивыми тематическими блоками, специфическими фрейминговыми стратегиями и выраженной аксиологической направленностью, отражающей стратегические задачи государственной информационной политики в субъектах Российской Федерации.

**Теоретико-методологические основы исследования.** На теоретико-концептуальном уровне мы опирались на труды зарубежных исследователей в области теории повестки дня. Вместе с тем, был рассмотрен российский научный дискурс. На основе этого материала описано воздействие различных факторов, акторов и условий на содержание повестки дня СМИ. Существенное влияние на логику проведенного исследования оказали труды о формировании и установлении повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу, Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг)<sup>13</sup>; в области фрейминга (Т. Гитлин, А. А. Казаков, П. Шумейкер, С. Риз, С. Ийенгар, М. Маккомбс, Д. Шоу,

---

<sup>13</sup> McCombs M. E., Shaw D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media... ; McCombs M. E., Shaw D. L., Weaver D. H. Communication and Democracy... ; Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация: модели влияния... ; Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Социокультурные механизмы установления повестки дня... ; Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Установление повестки дня: теория и технологии...

Е. Г. Дьякова, Р. Кобб, Ч. Элдер)<sup>14</sup>; теоретические исследования, отражающие особый статус региональной медиаповестки (В. В. Абашев, Л. Г. Олех, И. М. Печищев, О. А. Фокина)<sup>15</sup>; в области аксиологии (Г. П. Выжлецов, Э. Дюркгейм, М. Рокич)<sup>16</sup>, а также аксиологии журналистики (В. А. Сидоров, С. Н. Ильченко, К. Р. Нигматуллина, В. В. Антропова, Л. Г. Свитич)<sup>17</sup>.

Методология исследования базируется на интегративном подходе, так как теория повестки дня вмещает в себя множество вопросов, стоящих на стыке разных наук: политологии, философии, социологии и других.

Диссертационное исследование опирается на общенаучные и общетеоретические методы, к первым – относятся анализ и синтез, индукция, дедукция; ко вторым – структурно-функциональный подход, типологизация и классификация, системный метод, исторический метод.

Также автор обращается и к эмпирическим методам: так, одним из методов исследования стал контент-анализ новостных выпусков программы «Вести-Приволжье» ГТРК «Нижний Новгород», осуществленный по специально разработанным критериям: тема сюжета, подтемы, жанр, источник информации, акторы, доминирующая ценностная установка, место в выпуске и др. Также в работе использован метод включенного наблюдения; для выявления роли шеф-редакторов в формировании медиаповестки автор обращается к экспертному опросу.

---

<sup>14</sup> Gitlin T. The Whole World Is Watching... ; Казаков А. А. Теория установления повестки дня vs. Фрейминг... ; Shoemaker P. J., Reese S. D. Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content... ; Iyengar S. Television news and issue salience: A reexamination of the agenda-setting hypothesis // American Politics Quarterly. 1979. Vol. 7, № 4. P. 395–416 ; McCombs M. E., Shaw D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media... ; Дьякова Е. Г. Конструирование и легитимация социальных проблем в процессе установления повестки дня... ; Cobb R. W., Elder C. D. Participation in American Politics...

<sup>15</sup> Абашев В. В. Пермь как текст: Пермь в русской культуре и литературе XX века... ; Олех Л. Г. Философия регионализма // Гуманитарные науки в Сибири. 1997. № 1. С. 56–62 ; Печищев И. М. Конструирование имиджа территории в пермской периодике (1996-2006 гг.)... ; Фокина О. А. Региональная повестка общероссийской периодики: теоретическая и эмпирическая модели // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 2. С. 124–130.

<sup>16</sup> Выжлецов Г. П. Аксиология культуры. СПб. : Изд-во СПбГУ, 1996. 150 с. ; Дюркгейм Э. Ценностные и «реальные» суждения // Социологические исследования. 1991. № 2. С. 109–111 ; Rokeach M. The Nature of Human Values. New York : Free Press, 1973. 438 p.

<sup>17</sup> Сидоров В. А., Ильченко С. Н., Нигматуллина К. Р. Аксиология журналистики: опыт становления... ; Антропова В. В. Духовность как проблемное поле современного медиапространства... ; Свитич Л. Г. Феномен журнализма...

Значимыми методами в данной работе являются дискурс-анализ, который позволил выявить ценностные аспекты медиаповестки регионального телевидения, и лингвокультурологический подход.

В качестве **эмпирической базы исследования** выбраны выпуски новостной программы ГТРК «Нижний Новгород» «Вести-Приволжье» за 2024 год на телеканале «Россия 1». Для исследования мы определили эфиры, которые транслировались в 9:00, 14:30 и 21:05. Отдельно отметим, что время эфира последних в связи с политической ситуацией не было фиксированным и с течением времени изменилось, однако это не повлияло на результаты анализа. Вместе с тем, время выхода выпусков в 9:00 было изменено на 9:30, что также не повлияло на результаты исследования. Также мы ограничили эмпирическую базу выпуска в 9:00 непосредственно региональными новостями, так как часть данного новостного блока позиционируется в качестве новостей Приволжского федерального округа. Выборка была сформирована на основе значимости выпусков и их оригинальности, поэтому для исследования не были отобраны выпуски, которые выходили в эфир ранним утром, а также выпуски «Вестей-Приволжье» на телеканале «Россия 24».

В ходе контент-анализа выпусков новостей изучались следующие характеристики (жанр, расположение в выпуске, тематика, подтемы, микротемы, распределение материалов по редакторскому составу), а также качественные показатели (ценностные лексемы, оценки). В связи со спецификой телевизионной подачи материалов, часть проанализированных сюжетов повторялась в тех или иных выпусках. Эти дублирующие материалы также отражены в исследовании в общих результатах. В ходе работы были рассмотрены 726 выпусков, которые включают в себя 11523 материала.

**Соответствие паспорту заявленной специальности.** Работа выполнена в рамках научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки). В наибольшей степени соответствует пунктам 1, 2, 3, 4, 5, 8 и 10 паспорта специальности:

– Теория журналистики, средств массовой информации, медиа. Парадигмы, концептуальный аппарат, природа, функции, роли. Структура и типология СМИ и медиакommunikационной среды.

– История журналистики, средств массовой информации, медиакommunikаций в контексте общественного развития.

– Тематика и проблематика журналистики и СМИ. Репрезентация социальных, экономических и политических процессов в медиакommunikациях.

– Творческий процесс в журналистике и медиакommunikациях. Профессиональные методы и инструментарий журналистики и медиакommunikаций. Формирование жанров журналистики и их развитие. Языковые особенности и стиль медиакommunikаций.

– Конвергентно-интеграционные процессы в медиапространстве.

– Журналистский текст. Семиотика журналистики и медиакommunikаций. Медиа́тeкст и медиа́рeчь. Язык СМИ и социальных медиа.

– Телевидение, радиовещание, периодическая печать в системе СМИ: структурные, функциональные и творческие характеристики. Визуальные средства журналистики и медиакommunikаций. Медиадизайн.

**Научная новизна** исследования заключается в том, что впервые комплексно проанализированы и обобщены особенности формирования и презентации повестки дня регионального телевидения на примере информационной программы «Вести-Приволжье» ГТРК «Нижний Новгород».

В работе обосновано понимание медиаповестки как локализованной системы, формируемой в условиях политико-информационного взаимодействия и ценностной селекции, обозначены акторы, влияющие на формирование медиаповестки; доказано, что редакторский корпус имеет влияние на тематическую составляющую повестки дня, а корреспонденты – на аксиологические нарративы.

Систематизированы ценностные акценты региональной медиаповестки, выявлена их прямая зависимость от политических акторов и проводимых ими

решений – национальных проектов и практики определения тематики того или иного года.

Предложена авторская типология тематических блоков региональных новостей и модели их фрейминга. Уточнены механизмы воспроизводства региональной идентичности через телевизионный дискурс.

**На защиту** выносятся следующие **положения**:

– медиаповестка регионального телевидения представляет собой структурированную *систему отбора и репрезентации* информационных *событий*, формируемую *в условиях взаимодействия общественных, политических, институциональных и редакционных акторов*, а также влияния внешней информационной среды;

– *структурно-тематическая организация новостных выпусков* регионального телевидения *подчинена логике редакционного фрейминга*, в рамках которого задаются приоритетные темы, сюжетные конструкции и последовательность подачи информации, что обеспечивает управляемое восприятие событий у аудитории;

– *тематическая структура медиаповестки* регионального телеканала демонстрирует устойчивое *доминирование сюжетов, связанных с общественной деятельностью* (социальные инициативы, культурно-исторические события), что свидетельствует о тесной связи с аудиторией;

– *механизмы регионального фрейминга* опираются на типовые форматы подачи информации и повторяющиеся коммуникативные стратегии, которые обеспечивают не только смысловую структуризацию содержания, но и *закрепление определенных символических конструктов, отражающих региональную идентичность*;

– *аксиологический компонент медиаповестки* реализуется через транслируемые в сюжетах ценностные установки, включающие *идеи социальной стабильности, гражданской солидарности, патриотизма и поддержки власти*. Эти установки формируют предпочтительные интерпретации событий и влияют на восприятие зрителями ключевых общественно-политических процессов;

– *ценностные нарративы новостных сообщений определяют сами журналисты.* Корреспонденты следуют определенной тематической направленности, которая установлена редакцией, однако аксиологические акценты вправе регулировать самостоятельно.

– *региональная медиаповестка* оказывает воздействие на общественное мнение, формируя у зрителей *представление о значимости тех или иных событий, акторов и проблем*, а также *укрепляя символическое пространство локальной идентичности*, в рамках которого реализуется социальная интеграция и политическая мобилизация.

**Надежность и достоверность результатов исследования** подтверждается несколькими важными факторами. Во-первых, мы опирались на значительное количество авторитетных отечественных и зарубежных источников, которые составили теоретическую основу данной диссертации. Во-вторых, использовали целый набор исследовательских методов, которые подходят для решения поставленных задач и изучения выбранного объекта. В-третьих, наша выборка новостных выпусков является представительной (11523 материала) и корректно представляет исследуемую генеральную совокупность. Кроме того, полученные данные имеют статистическую значимость, а их анализ проводился с использованием как количественных социологических методов, так и глубокого качественного исследования. Все эти факторы в совокупности гарантируют достоверность и обоснованность результатов проведенного исследования.

**Теоретическая значимость** работы обусловлена систематизацией научных подходов к анализу повестки дня, в том числе в ее региональном и аксиологическом измерении, и актуализацией категории медиаповестки в медиаисследованиях.

**Практическая значимость** работы предполагает возможность применения ее результатов в разработке редакционной политики региональных СМИ, в образовательной практике при подготовке специалистов в сфере медиакommunikаций и журналистики.

**Апробация результатов исследования.** Апробация осуществлялась в следующих форматах:

- в 13 публикациях, среди которых 3 статьи в изданиях, рекомендованных ВАК РФ, и 10 публикаций в сборниках научных трудов и материалах научных конференций;
- в выступлениях на круглых столах, семинарах, форумах, конференциях («Человек в системе коммуникаций: профессиональные коммуникации в цифровую эпоху», Нижний Новгород, 2022; «Медиа в современном мире. Молодые исследователи», 2023; «Молодые исследователи: новые векторы диалога», Нижний Новгород, 2023–2024; «Региональные СМИ: пути взаимодействия с аудиторией», Чита, 2023; «Актуальные проблемы экранных и интерактивных медиа. Базовые ценности в экранном контексте», Москва, 2024; «Журналистика и PR в условиях формирования новой медиасреды: традиции и новаторство», Нижний Новгород, 2024; «Современные СМИ в контексте информационных технологий», Санкт-Петербург, 2023; «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы», Воронеж, 2024; «Актуальные проблемы медиакommunikаций: научные подходы и социальные практики», Нижний Новгород, 2026).

**Структура работы.** Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии и приложений.

Первая глава диссертации состоит из трех параграфов, в ней представлен анализ значимых теоретических концепций, раскрывающих феномены повестки дня, медиаповестки и фрейминга. Отдельный параграф посвящен региональной медиаповестке, процессам формирования локальной идентичности современными региональными медиа. Вторая глава посвящена истории регионального – Нижегородского (Горьковского) – телевидения, в ней отдельное место уделено деятельности филиала ВГТРК ГТРК «Нижний Новгород», рассмотрены тематические и структурные особенности выпусков новостной программы «Вести-Приволжье». В третьей главе систематизированы ценностные акценты региональной медиаповестки, транслируемые в новостных сюжетах.

В заключении подведены итоги исследования, сформулированы ключевые выводы. Библиографический список диссертационного исследования включает 230 источников. Приложения содержат тексты экспертных интервью и инфографику по итогам контент-анализа. Общий объем диссертации без приложений составляет 193 страницы, с приложениями – 209 страниц.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **Введении** обоснована актуальность темы, определены объект, предмет, цель и задачи исследования, изложены научная новизна, теоретическая и практическая значимость, сформулированы рабочая гипотеза и положения, выносимые на защиту, раскрыты методология и методика исследования.

Первая глава диссертации **«Теоретические основы исследования медиаповестки»** посвящена анализу ключевых теоретических концепций, связанных с феноменом повестки дня, медиаповестки и фрейминга. Также внимание уделяется региональному измерению медиаповестки, роли локальных СМИ и формированию региональной идентичности через медиадискурс.

В первом параграфе **«Повестка дня как объект научного исследования: основные подходы и концепции»** исследуется сущность понятия «повестка дня». Под повесткой дня понимается круг проблем и вопросов, которые были отобраны тем или иным актором (СМИ, обществом, государством и т. д.) в качестве важнейших на определенный момент времени. То есть она представляет собой сложную социально-коммуникативную конструкцию, формирующуюся на стыке политических, информационных и общественных процессов. Повестка дня, первоначально осмысленная как механизм медиавоздействия, со временем была концептуализирована в рамках теории формирования медиаповестки, включающей в себя различные уровни (личный, общественный, политический, медиа).

Медиаповестка – это совокупность тем и информационных поводов, вызывающих доминирующие и преобладающие очаги возбуждения информационного

пространства в их приоритетности для аудитории на данный момент времени и зависящих от интенсивности медиапотребления, политических взглядов аудитории, информационных потребностей общества. Существует взаимозависимость медиаповестки с фреймингом, редакционной политикой и системой социальных акторов. Таким образом, это не только отражение действительности в медиaprостранстве, но и активный инструмент ее конструирования и интерпретации.

Второй параграф **«Фрейминг медиаповестки и его специфика»** посвящен анализу осмысления указанного в названии понятия. Фрейминг рассматривается с нескольких сторон: с позиции воспринимаемой важности медиасообщений, а также доступности для аудитории. Результаты исследования показали, что эти позиции одинаково значимы. Под фреймингом понимается отбор и передача фактов в определенном доступном для постижения контексте, который формирует отношение к явлениям, влияет на эмоции и решения. Фрейминг выступает как ключевой инструмент смыслового структурирования медиаконтента, влияющий на восприятие и оценку событий аудиторией. В этом контексте представляется важным исследовать механизмы формирования индивидуальных медиапрактик, особенности выбора информационного контента и способы его восприятия аудиторией. Переход от теоретического осмысления информационных процессов к практическому анализу медиапотребления позволяет получить более полное представление о современном информационном взаимодействии. Так, традиционные СМИ с помощью социальных медиа стремятся расширить свою аудиторию и найти новые подходы репрезентации информации. Это позволяет преодолеть ограничения эфирного времени или печатной полосы. Во-первых, СМИ могут выйти за рамки определенной и уже ставшей традиционной формы. Во-вторых, снимаются строгие нормы в формате подачи контента. В-третьих, СМИ получают возможность информировать о событии здесь и сейчас с последующей актуализацией данных по мере решения вопроса.

В третьем параграфе **«Региональная медиаповестка: особенности и тенденции»** отражена специфика формирования медиаповестки в субъектах

Российской Федерации. В регионах она функционирует в иных условиях. Социально-экономические, культурные и политические события и явления, которые касаются жителей региона, создают у зрителей ощущение близости и сопричастности к происходящему. Сегодня у СМИ появилось больше инструментов продвижения своего контента, они используют разнообразные каналы взаимодействия с аудиторией. Учитывая экономический фактор и, как следствие, оптимизацию производства, СМИ вольны преобразовывать внутреннюю деятельность редакции таким образом, чтобы как можно больше материалов публиковались в короткие сроки на максимальном количестве собственных медиаресурсов. То есть на работников региональной редакции вследствие конвергенции и гибридизации в рамках одной задачи накладываются дополнительные обязанности. Тем не менее, это позволяет существенно расширить аудиторию медиа.

Региональная медиаповестка ориентирована на решение задач укрепления региональной идентичности, информирования населения о деятельности местной власти и поддержания социальной стабильности. Среди ключевых тенденций – возрастание значимости информационного посредничества региональных СМИ, усиление их зависимости от административных структур, а также адаптация к вызовам цифровой трансформации и изменяющимся моделям медиапотребления.

В главе два «**Структурно-тематический анализ региональной повестки дня государственного телевидения (на примере филиала ВГТРК ГТРК “Нижний Новгород”)**» описываются исторические предпосылки развития регионального телевидения, исследуется внутренняя структура новостных выпусков, проводится классификация тем, доминирующих в медиаповестке. Рассматривается роль редакционных решений в структурировании информационного контента.

В первом параграфе «**История новостного вещания нижегородского телевидения**» описаны этапы становления регионального телевидения. Так, на начальной стадии оно выполняло, прежде всего, просветительскую и мобилизационную функцию, находясь под контролем идеологических структур.

Однако в постсоветский период, несмотря на временную либерализацию, региональное телевидение, в том числе нижегородское, постепенно утратило редакционную автономию, войдя в структуру крупнейших медиахолдингов, прежде всего ВГТРК. Это привело к унификации форматов и централизации управления при сохранении внешней региональной специфики. К середине 2020-х годов нижегородский телеландшафт формировали ГТРК «Нижний Новгород», а также объединенная редакция «Волги», «Волги 24» и «ННТВ». По сути, региональное телевидение теперь развивается в условиях отсутствия конкуренции.

Вместе с тем, несмотря на высокую степень институциональной зависимости, нижегородское телевидение сохраняет важные черты локального медиаресурса. Оно остается каналом репрезентации региональной повестки, проводником локальной идентичности и связующим звеном между населением и властью. Современное региональное телевидение выступает значимым инструментом формирования локального информационного пространства и отражает уровень развития конкретной территории.

История информационного телевидения Нижегородской (Горьковской) области демонстрирует адаптацию редакционной политики к меняющимся социально-политическим условиям, переход от простого новостного информирования к инструменту управляемой коммуникации, в рамках которой осуществляется селекция, фрейминг и аксиологическая интерпретация событий.

Историческая траектория развития новостного вещания в Нижнем Новгороде (Горьком) иллюстрирует постепенное превращение регионального телевидения из пассивного ретранслятора информации в активного участника политико-информационного взаимодействия, выполняющего одновременно функции информирования, идеологического сопровождения и социального конструирования.

Второй параграф **«Структурные компоненты выпусков новостей региональной телерадиокомпании ГТРК “Нижний Новгород”»** посвящен анализу медиатекста как структурированной формы, обладающей устойчивыми

композиционными элементами. Были рассмотрены выпуски новостной программы «Вести-Приволжье» (726 выпусков, которые включают в себя 11523 материала) и выделены композиционные составляющие, основными из которых можно считать сообщение без звука, синхрон, инфографику, подводку, прямые эфиры, сюжеты. Все эти компоненты перемежаются между собой, создавая нужный темпоритм, что удерживает внимание зрителя. Также был проведен анализ локальности сообщений, показывающий, что ГТРК «Нижний Новгород» акцентирует внимание на проблемах конкретной области, стараясь охватить вниманием не только областной центр, но и удаленные муниципалитеты, села и деревни. Тем не менее, основной акцент сделан на Нижнем Новгороде. Вместе с тем, телеканал старается отражать и общероссийскую повестку.

По результатам анализа акторов и источников информации сделан вывод о том, что новости в большинстве случаев поступают от аудитории телеканала. Это происходит благодаря звонкам в редакцию, а также сообщениям в социальных медиа. На данный момент у ГТРК «Нижний Новгород» существуют собственные «страницы» во «ВКонтакте», «Одноклассниках» и в мессенджерах Telegram и МАХ. Рядовые граждане, спортсмены, деятели культуры и сотрудники НКО представлены в качестве источников информации гораздо шире государственных служащих. Тем не менее, региональное государственное телевидение уделяет внимание государственным органам управления и политическим процессам, демонстрируя четкую ориентацию на официальную власть. С другой стороны, редакция интересуется вопросами общественного порядка и безопасности, показывая приоритет важности стабильной обстановки в регионе.

В третьем параграфе **«Тематическое наполнение медиаповестки региональной государственной телерадиокомпании ГТРК “Нижний Новгород”»** на основе теоретических данных для анализа контента регионального телевидения разработана авторская модель тематического наполнения медиаповестки, включающая в себя восемь укрупненных тематических блоков: культура и общество, социальная тематика, власть и управление, криминальная хроника, городская среда и

инфраструктура, экономика региона, науки и инновации, международное сотрудничество. Высокая представленность проблем гражданского общества объясняется стремлением журналистов обращаться к социальным вопросам. Значимая роль также отводится представителям власти. Однако последние часто фигурируют как объект повествования, но реже как непосредственный источник высказываний. Деятельность правительственных структур широко отражена в местных новостях, материалы с их представителями нередко становятся первыми в выпусках. Кроме того, наибольшая доля источников информации приходится именно на эти ведомства. Но видеосюжеты о представителях властных структур имеют преимущественно социальный характер. Таким образом, в результате эмпирического анализа было выявлено, что медиаповестка ГТРК «Нижний Новгород» носит социально-культурный и гуманитарно ориентированный характер, с доминированием «мягких» тем над политическими, экономическими.

Для более детального анализа тематической представленности был рассмотрен микротематический уровень, который отражает направления фреймирования новостной повестки. Так, среди тем этого уровня были выделены четыре направления фреймирования медиаповестки. Первое – связано с политико-управленческими и социально значимыми событиями. Второе направление включает культурные, образовательные и мемориальные события. Третье – повседневные и экстремальные события. Четвертое направление охватывает узкие и эпизодические темы. Следовательно, выявляется баланс между стратегическим, культурным и информационным наполнением. Сопоставительный анализ микротематического и тематического уровней показал, что тематический уровень формирует устойчивую структуру общественных сфер, тогда как микротемы отражают динамику новостного дискурса, ориентированного на событийность, повседневный опыт и фреймовую гибкость.

Шеф-редакторы государственного телевидения способны быть самостоятельными акторами, могут формировать субъективную повестку дня и

добиваться ее продвижения. Результаты контент-анализа выпусков новостной программы «Вести-Приволжье» ГТРК «Нижний Новгород» и экспертного опроса ее шеф-редакторов продемонстрировали, что в зависимости от личности шеф-редактора меняется наполнение новостного выпуска и, в частности, приоритетность тем, выносимых в первые минуты эфирного вещания. Так, один редактор систематически отдает предпочтение социально-бытовой и инфраструктурной проблематике, другой – экстренным и конфликтным событиям, третий – нейтральным, культурным и общественно значимым темам. Каждый редактор работает в собственной стилистике, формируя свои «информационные линии», что усиливает богатство медиаповестки и способствует целенаправленному воздействию на различные сегменты аудитории. Это позволяет сделать вывод о том, что личность редактора является одним из ключевых факторов, определяющих формирование информационной повестки.

В главе три **«Аксиологический аспект региональной повестки дня государственного телевидения (на примере филиала ВГТРК ГТРК “Нижний Новгород”)**» представлены основные подходы к аксиологическому анализу медиаконтента. Раскрываются ценностные ориентиры, транслируемые в новостных сюжетах, анализируется их влияние на формирование общественного мнения и региональной идентичности. Определяются механизмы трансформации ценностей в телевизионном дискурсе.

В первом параграфе **«Ценностные ориентиры в региональной повестке дня»** рассматривается теоретико-аксиологическая основа исследования ценностных ориентиров региональной медиаповестки. Подчеркивается, что в условиях динамично меняющегося мира региональные СМИ выступают не только отражением локальных событий, но и важным инструментом формирования ценностных ориентиров общества. Медиа транслируют и закрепляют социально значимые установки, влияя на формирование общественного сознания и идентичности региона.

Истоки аксиологической проблематики восходят к античной философии, где рассматривались такие категории блага как справедливость, человек в качестве

высшей ценности. В Средневековье центральной ценностью выступал Бог, тогда как эпоха Возрождения вновь акцентировала внимание на человеке. Формирование аксиологии как самостоятельной области знания происходит в XIX веке и связано с развитием философии Нового времени.

Выделены терминальные и инструментальные ценности, формирующие иерархию жизненных целей личности, а также универсальные базовые ценности. Теория ценностей рассматривается и как ядро культурно-исторического процесса.

В советский период теория ценностей изучалась преимущественно в рамках марксистской философии. В современной гуманитарной науке аксиологический подход получил развитие и в медиаисследованиях, что привело к формированию направления «аксиология журналистики», изучающего журналистику как источник и ретранслятор общественных ценностей.

Актуализация ценностной проблематики в современной России связана с государственной политикой по сохранению традиционных духовно-нравственных ценностей, среди которых выделяются жизнь, достоинство личности, патриотизм, гражданственность, служение Отечеству, семья, справедливость, гуманизм, историческая память и единство народов России.

На основе анализа основных гуманитарных аксиологических концепций формируется теоретическая база для определения ценностных ориентиров региональной медиаповестки. В качестве ключевых ценностей регионального телевидения выделяются национальная безопасность, патриотизм, общественное единство и солидарность, гражданская ответственность, историческая память и преемственность поколений, культурная идентичность, духовное развитие и гуманизм. Дополнительно учитываются ценности качества жизни, социальной ответственности, региональной гордости, модернизации и технологического развития.

Сформированная система ценностей используется в дальнейшем исследовании в качестве аналитической модели для изучения аксиологических ориентиров медиаповестки регионального телевидения.

Во втором параграфе **«Ценностные ориентиры в региональной повестке дня на примере ГТРК “Нижний Новгород”»** отражен анализ смены приоритетов в аксиологическом курсе регионального телевидения. Ценности в региональной повестке дня формируются на пересечении трех уровней: универсальных (общечеловеческих) ценностей – жизнь, безопасность, гуманизм; национально-государственных ценностей – патриотизм, гражданская ответственность, историческая память; локально-региональных ценностей – качество жизни, управляемость, региональная идентичность.

В региональной повестке ГТРК «Нижний Новгород» доминируют ценности, связанные с безопасностью, стабильностью и социальной интеграцией. Ценность безопасности воплощается как в физическом (защита жизни), так и в социальном (надежность институтов) измерениях. При этом она не всегда обозначается напрямую, а чаще функционирует через отбор фактов, визуальный ряд и комментарии акторов. Ценности патриотизма и национального единства концентрируются вокруг тем, связанных со специальной военной операцией и Великой Отечественной войной, формируя символическое ядро региональной идентичности. В этих случаях регион включается в общенациональный контекст, выступая его локальным представителем и интерпретатором. Вместе с тем, в структуре ценностей регионального телевидения выделяются терминальные и инструментальные ценности.

Ценностное содержание материалов определяется корреспондентами. Именно они выезжают на съемки, общаются с героями и расставляют аксиологические акценты. То есть шеф-редакторы могут изменить языковые средства, выделить те или иные ценностные доминанты, переставив их местами, однако в полной мере определить ценностное содержание ввиду того, что не обладают всей доступной корреспонденту информацией, объективно не могут.

В третьем параграфе **«Механизмы ценностной трансформации региональной повестки дня»** рассматриваются принципы смены аксиологических

установок. На это влияют такие государственные инициативы, как национальные проекты и объявление тематики того или иного года.

В данном параграфе диссертационной работы установлено, что государственная инициатива по обозначению тематики года – год Семьи, год Защитника Отечества и прочие – влияет на содержательное наполнение информационных выпусков ГТРК «Нижний Новгород». На микротематическом уровне определяется представленность материалов, связанных со специальной военной операцией, семьей, культурой.

На медиаповестку влияют и национальные проекты. Государственное региональное телевидение не может оставаться в стороне от инициатив правительства страны и включает в свои новостные выпуски информацию об этом. Эти проблемы не всегда являются доминирующими, то есть ГТРК «Нижний Новгород» адаптирует приоритетные национальные ценности к местной повестке, значит, имеет место процесс глокализации, который весьма значим в условиях формирования региональной повестки как с позиции тематики, так и с позиции ценностей.

В целом, и национальные проекты, и тема года влияют на выстраивание аксиологических акцентов региональной медиаповестки.

**В заключении** представлены выводы по результатам диссертационной работы.

**Список литературы** представлен перечнем источников и научных трудов.

**Приложения** содержат дополнительные материалы, иллюстрирующие эмпирическую базу исследования (таблицы, комментарии).

### **Основное содержание диссертации представлено в следующих публикациях**

*Публикации в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России:*

1. Крестников К. Ю. Роль выпускающего редактора в формировании новостной повестки дня (на примере ВГТРК ГТРК «Нижний Новгород») // Наука и Школа. 2024. № 1. С. 59–65. DOI 10.31862/1819-463X-2024-1-59-65 (0,7 п. л.).

2. Крестников К. Ю. Нижний Новгород как IT-столица: медиаобраз города в повестке регионального телевидения // Вестник филологических наук. 2024. Т. 4, № 8. С. 119–123 (0,5 п. л.).

3. Крестников К. Ю. Роль мессенджеров и социальных сетей в продвижении повестки регионального телевидения (на примере ГТРК «Нижний Новгород») // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2024. № 4 (55). С. 623–632. DOI 10.34680/2411-7951.2024.4(55).623-632 (1,1 п. л.).

*Другие публикации:*

4. Крестников К. Ю., Булаева М. Н. Технологии виртуальной реальности в иммерсивной журналистике // Молодой исследователь: материалы 6-й научной выставки-конференции научно-технических и творческих работ студентов, Челябинск, 15–17 апреля 2019 года. Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2019. С. 416–419 (0,2 п. л. / 0,1 п. л.).

5. Крестников К. Ю. Журналистика виртуальной реальности: этические аспекты // Конвергенция знаний: Тезисы II молодежного симпозиума, Нижний Новгород, 26–28 ноября 2021 года. Москва : Межрегиональная общественная организация «Русское общество истории и философии науки», 2022. С. 84–89 (0,35 п. л.).

6. Крестников К. Ю. Социальные сети как инструмент продвижения регионального СМИ (на примере ГТРК «Нижний Новгород») // Региональные СМИ: пути взаимодействия с аудиторией. Чита, 2023. С. 165–170 (0,3 п. л.).

7. Крестников К. Ю. «Тихая» жизнь музейных экспонатов: нижегородские музеи в повестке дня регионального телевидения // Молодые исследователи: новые векторы диалога: сборник статей международного научного форума. Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2023. С. 69–74 (0,25 п. л.).

8. Крестников К. Ю. Диалог аудиовизуальных СМИ и аудитории как фактор формирования медиаповестки: региональный аспект // Актуальные проблемы экранных и интерактивных медиа. Базовые ценности в экранном контексте. Москва, 2024. С. 250–252 (0,15 п. л.).

9. Крестников К. Ю. Конфессиональные ценности в повестке дня регионального телевидения (на примере филиала ВГТРК ГТРК «Нижний Новгород») // Проблемы

массовой коммуникации: новые подходы: материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов, Воронеж, 25 октября 2024 года. Воронеж : Воронежский государственный университет, 2024. С. 108–111 (0,2 п. л.).

10. Крестников К. Ю. Взаимодействие СМИ с «третьим сектором» в структуре формирования региональной медиаповестки (на примере ГТРК «Нижний Новгород») // Журналистика и PR в условиях формирования новой медиасреды: традиции и новаторство: сборник статей международной научно-практической конференции, Нижний Новгород, 12–13 марта 2024 года. Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2024. С. 272–276 (0,2 п. л.).

11. Крестников К. Ю., Автаева Н. О. Аудитория социальных сетей как фактор развития регионального телевидения (на примере ГТРК «Нижний Новгород») // Современные СМИ в контексте информационных технологий: сборник научных трудов 9-й Всероссийской научно-практич. конференции, Санкт-Петербург, 14–15 ноября 2023 года. Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2024. С. 41–44 (0,2 п. л. / 0,1 п. л.).

12. Крестников К. Ю., Автаева Н. О. Роль регионального телевидения в ретрансляции аксиологических ориентиров (на примере филиала ВГТРК ГТРК «Нижний Новгород») // Региональные СМИ: пути взаимодействия с аудиторией: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Чита, 19 декабря 2024 года. Чита : Забайкальский государственный университет, 2024. С. 53–57 (0,25 п. л. / 0,125 п. л.).

13. Крестников К. Ю. Социально-бытовые проблемы в повестке дня регионального телевидения // Актуальные проблемы медиакommunikаций: научные подходы и социальные практики: сборник статей международной научно-практич. конференции. Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2026. С. 372–375. (0,2 п. л.)