

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б.Н. Ельцина»

На правах рукописи



Шурко Илья Иванович

**ГИПЕРЛОКАЛЬНЫЕ МЕДИА АТОМНЫХ ГОРОДОВ РОССИИ:
ОСОБЕННОСТИ, СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ
СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА ЖУРНАЛИСТИКИ**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2026

Работа выполнена на кафедре периодической печати и сетевых изданий ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина».

Научный руководитель:

Олешко Владимир Федорович,
доктор философских наук, профессор

Официальные оппоненты:

Дементьева Ксения Владимировна,
доктор филологических наук, доцент,
профессор департамента медиа
Санкт-Петербургского филиала
ФГАОУ ВО «Национальный
исследовательский университет
«Высшая школа экономики»;

Лободенко Лидия Камиловна,
доктор филологических наук, доцент,
директор института медиа и
социально-гуманитарных наук
ФГАОУ ВО «Южно-Уральский
государственный университет
(национальный исследовательский
университет)» (г. Челябинск);

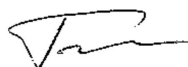
Топчий Ирина Владимировна,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры медиапроизводства
ФГБОУ ВО «Челябинский
государственный университет».

Защита состоится «27» апреля 2026 г. в 11:00 на заседании диссертационного совета УрФУ 5.9.08.20 по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, зал диссертационных советов, комн. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», <https://dissovet2.urfu.ru/mod/data/view.php?d=12&rid=8250>

Автореферат разослан « » марта 2026 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета,
кандидат филологических наук



Глебович Татьяна Александровна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИИ

Актуальность исследования. Отечественное медиапространство трансформируется в наступившую цифровую эпоху. Искусственный интеллект и дигитализация экономики меняют привычный уклад жизни на национальном уровне. Многовекторный характер изменений порождает неустойчивость и непредсказуемость социальных процессов, напрямую вовлекая медиа. Такие характеристики современности глубоко отражают происходящее, неизменно сохраняют общественную значимость. В ситуации транзитивности для медиа на первый план выходит повышение психологического благополучия аудитории. Одна из форм работы на этом направлении – конструирование и сохранение идентичности как личностной, так и коллективной. Характер идентичностей зависит от многих факторов, включая географический.

Ближайшее окружение человека, разделяющее его ценности, формирует местные сообщества по признаку принадлежности к конкретному ареалу проживания. Происходит это не только в реальном измерении, но и в сетевом пространстве. Сёла, посёлки и малые города вовлечены в цифровое развитие общества. По данным отчёта Global Digital Report, в начале 2025 года в России насчитывалось 133 миллиона индивидуальных пользователей интернета. Огромна и аудитория социальных медиа: как сообщает компания Kerios, в 2025 году в стране зафиксировано 106 миллионов пользователей подобных онлайн-платформ¹.

В сложившихся обстоятельствах медиа не могут оставаться в стороне. Редакции активно внедряют в работу журналистов цифровые инструменты, налаживают технологически опосредованный контакт с аудиторией. Гиперлокальные медиа как наиболее близкие к проблемам человека и широко представленные в сети призваны, на наш взгляд, сохранить идентичность местных жителей в условиях цифровизации и глобализации, а также повысить психологическое благополучие своих читателей и зрителей. В этой связи необходимо понять, как сегодня работают гиперлокальные медиа в специфических, географически либо экономически определённых средах, например, атомных городах, в какой мере их текущий уровень цифрового развития позволяет решать задачи, которые ставит перед ними сообщество.

Степень научной разработанности проблемы. Исследование является междисциплинарным, теоретическая база представлена работами

¹ Digital 2025: The Russian Federation // Kerios. [интернет-сайт]. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-russian-federation> (дата обращения: 17.09.2025).

авторов из многих отраслей науки, помимо филологических затрагивает психологические, исторические и экономические аспекты медиа.

Так, различным аспектам цифровой трансформации социального института журналистики уделяют большое внимание в своих трудах такие исследователи, как Е. Л. Вартанова, Е. Н. Ежова, К. Р. Нигматуллина, В. Ф. Олешко, И. В. Топчий, А. М. Шестерина, Г. Г. Щепилова² и другие.

Тему гиперлокальных медиа разрабатывали в разные годы сначала зарубежные, а затем и отечественные исследователи. Базовые подходы к изучению феномена раскрывают К.-Г. Линден, Э. Т. Метцгар, К. Тенор, заложенные ими основы получили развитие в трудах О. С. Довбыш, С. В. Курушкина, Е. Ю. Юдиной³.

Вопросы транзитивности как психологического и социального феномена, а также идентичности в контексте транзитивности описываются в исследованиях Т. Д. Марцинковской⁴. «Атомную» идентичность как

² Вартанова Е. Л. Технологии коммуникаций в контексте развития общества: «перекося» или «связанность»? // Меди@льманах. – 2025. – № 1 (126). – С. 8-17.; Ежова Е. Н. Государственная информационная политика в условиях глобальной медиатизации общества / Е. Н. Ежова, Е. А. Заможных, Н. М. Тарновская // Управление коммуникациями : Сборник статей Первой международной научно-практической конференции, Москва, 14-15 декабря 2021 года / Под редакцией А. Н. Чумикова, Э. Э. Шульца. – Москва: Московский государственный лингвистический университет, 2022. – С. 107-111.; Нигматуллина К. Р. Ценность коммуникации в цифровом пространстве / К. Р. Нигматуллина // Гуманитарный вектор. – 2022. – Т. 17. – № 1. – С. 148-158.; Олешко В. Ф. Сквозные цифровые технологии: диапазон возможностей современных массмедиа / В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко // Вопросы теории и практики журналистики. – 2022. – № 3. – С. 564-585.; Симакова С. И., Топчий И. В. Экономика символического обмена: как ритуалы и цифровой контент конструируют память места (на примере Аркаима) / С. И. Симакова, И. В. Топчий // Динамика медиасистем. – 2025. – Т. 5, № 2. – С. 445-459.; Шестерина А. М. Потенциал использования технологий ИИ в создании видеоконтента: риски и возможности / А. М. Шестерина // MEDIAОбразование. Цифровая среда: между позитивом и деструкцией : Сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции, Челябинск, 21–23 ноября 2023 года. – Челябинск: Челябинский институт развития профессионального образования, 2024. – С. 222-223.; Щепилова Г. Г. Аудиовизуальные коммуникации в цифровую эпоху / Г. Г. Щепилова // Меди@льманах. – 2022. – № 6 (113). – С. 32-39.

³ Lindén C. G. Hyperlocal Media in the Nordic Region / C. G. Lindén, J. Hujanen, K. Lehtisaari // Nordicom Review. – 2019. – V. 40. – №2. – P. 3-13.; Metzgar E. T. Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion // E. T. Metzgar, D. Kurpius, K. M. Rowley // New Media & Society. – 2011. – № 13 (5). – P. 772-787.; Tenor C. Hyperlocal News and Media Accountability / C. Tenor // Digital Journalism. – 2018. – № 6 (8). – P. 1064-1077.; Довбыш О. С. Роль гиперлокальных медиа в коммуникации между властью и обществом в российских регионах / О. С. Довбыш // Журнал исследований социальной политики. – 2020. – Т. 18. – № 3. – С. 475-490.; Dovbysh O. Do digital technologies matter? How hyperlocal media is reconfiguring the media landscape of a Russian province / O. Dovbysh // Journalism. – 2021. – Vol. 22. – № 12. – P. 2955-2970.; Курушкин С. В. Гиперлокализация в системе российского мегаполиса: к вопросу об определении понятия / С. В. Курушкин // Челябинский гуманитарий. – 2020. – № 4 (53). – С. 36-40.; Юдина Е. Ю. Контентная модель гиперлокального СМИ / Е. Ю. Юдина // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2022. – № 4 (46). – С. 21-30.

⁴ Марцинковская Т. Д. Особенности кризисов транзитивности в период карантина / Т. Д. Марцинковская, Н. С. Полева // Новые психологические исследования. – 2022. – № 1. – С. 71-87.; Марцинковская Т. Д. Идентичность в транзитивном и виртуальном пространстве / Т. Д. Марцинковская // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2018. – № 4 (14). – С. 11-20.

особую форму самоощущения жителей городов, связанных с атомной энергетикой России, ввела в научный оборот Н. В. Мельникова⁵.

Для изучения мемориального потенциала гиперлокальных медиа атомных городов значимы работы, связанные с трансляцией коммуникативно-культурной памяти, опубликованные Я. Ассманом, В. Ф. Олешко, А. С. Сумской⁶ и другими авторами. Кроме того, с точки зрения изучения мемориального потенциала местных онлайн-ресурсов доказательно раскрывает вопросы институциональной памяти журналистики исследование И. Н. Блохина⁷. Просопография как актуальное направление исторической науки, изучающее коллективные биографии, описывается в трудах Ю. Ю. Юмашевой⁸. Создание медиакартины на основе повестки дня атомных городов опирается на работу А. М. Новиковой, разработавшей научный подход на основе лингвистического метода фреймирования⁹.

Смысловое наполнение журналистики и медиакommunikаций, давшее нам почву для выбора темы диссертации, также активно разрабатывается в науке. Об информационных войнах, пропаганде и манипуляциях в медиа пишут Е. В. Горина, Н. С. Громова, В. В. Кравцов, Т. Н. Лобанова, Е. Г. Малышева, В. В. Тулупов¹⁰. С другой стороны, социальную и гражданскую сторону журналистики, в том числе городских

⁵ Мельникова Н. В. «Атомная» идентичность жителей закрытых атомных городов России / Н. В. Мельникова // Ученые записки ОГУ. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2019. – № 3 (84). – С. 15-19.

⁶ Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности: пер. с нем. М. М. Сокольской / Я. Ассман. – Москва : Языки славянской культуры, 2004. – 368 с.; Олешко В. Ф. СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти [монография] / В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко. - Министерство науки и высшего образования РФ, Уральский фед. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. – 470 с.; Сумская А. С. Любительская журналистика как ресурс трансфера коммуникативно-культурной памяти / А. С. Сумская, П. Ф. Сумской // Динамика медиасистем. – 2023. – Т. 3, № 1. – С. 396-403.

⁷ Блохин И. Н. Институциональная память журналистики / И. Н. Блохин // Вопросы теории и практики журналистики. – 2022. – № 2. – С. 233-248.

⁸ Юмашева Ю. Ю. Просопография: к вопросу о периодизации применения метода в исторических исследованиях / Ю. Ю. Юмашева // Историческая информатика. – 2022. – № 1 (39). – С. 1-51.

⁹ Новикова А. М. Фреймовый анализ как метод построения медиакартины города / А. М. Новикова // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. – 2021. – Т. 7, № 3. – С. 28-39.

¹⁰ Горина Е. В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности: учеб.-метод. пособие / Е. В. Горина ; [науч. ред. Э. В. Чепкина]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 67 с.; Громова Н. С. Лингвополитический анализ термина «гибридная война» / Н. С. Громова // Политическая лингвистика. – 2023. – № 6 (102). – С. 68-76.; Кравцов В. В. Политическая пропаганда и СМИ / В. В. Кравцов // Вестник Академии медиаиндустрии. – 2022. – № 1 (29). – С. 135-146.; Лобанова Т. Н. Лингвистический аспект информационных войн в масс-медийном дискурсе / Т. Н. Лобанова, Д. А. Сивова // Litera. – 2023. – № 5. – С. 143-152.; Малышева Е. Г. Русский политический пропагандистский медиадискурс: определение понятия, структура и границы, характеристика субъектов / Е. Г. Малышева, О. С. Роголева // Вопросы теории и практики журналистики. – 2023. – Т. 12, № 3. – С. 546-556.; Тулупов В. В. Информационная война в эпоху постправды / В. В. Тулупов // Вестник Академии медиаиндустрии. – 2023. – № 3 (35). – С. 119-140.

медиа изучают А. С. Гатилин, К. В. Дементьева, Л. К. Лободенко, А. Н. Островский, Т. И. Фролова¹¹.

Объект исследования: гиперлокальные медиа атомных городов России цифровой эпохи.

Предмет исследования: особенности и специфика организации творческой деятельности гиперлокальных медиа отечественных атомградов в условиях тенденций цифровых преобразований в социальном институте журналистики.

Цель исследования – определить особенности гиперлокальных медиа российских атомных городов, а также специфику организации в их редакциях творческой деятельности в контексте цифровой трансформации социального института журналистики. Для достижения поставленной цели нами были выдвинуты следующие задачи:

- Описать тенденции трансформации социального института журналистики цифровой эпохи в контексте применения сквозных цифровых технологий и пропагандистского дискурса медиа;
- Изучить гиперлокальные медиа как компонент глобальной и национальной медиасистемы;
- Выявить средства конструирования гиперлокальными медиа коллективной идентичности сообществ российских атомных городов;
- Определить роль и качество взаимодействия с аудиторией в контентной политике гиперлокальных медиа отечественных атомных городов;
- Сформулировать факторы, влияющие на производство гиперлокального медиапродукта, и подходы к управлению ими;
- Систематизировать практики внедрения цифровых технологий в работу авторов гиперлокальных медиа, а также перспективы и точки роста их долгосрочного использования.

Методологию и методы исследования составили научные труды авторов в сфере медиакоммуникаций и журналистики, филологии и лингвистики, истории и психологии. основополагающими стали работы о точках соприкосновения медиа и общества М. Маклюэна и Г. Спенсера, влиянии транзитивности цифровой эпохи на идентичность и психологию

¹¹ Анализ информационной повестки по экологии в СМИ и социальных медиа региона в контексте разрывов коммуникации / Л. К. Лободенко, А. Б. Чередыкова, Ю. В. Асташова [и др.] // Вопросы теории и практики журналистики. – 2024. – Т. 13, № 3. – С. 464-488.; Дементьева К. В. Динамика развития региональных Telegram-каналов / К. В. Дементьева // Мир науки, культуры, образования. – 2024. – № 6 (109). – С. 451-454.; Островский А. Н. Локальные группы в социальных сетях: новые местные сообщества, социальные медиа или плацдарм цифрового активизма / А. Н. Островский, А. Э. Мамедов, М. А. Островская, В. Ю. Ширяев // Социальная политика и социология. – 2021. – Т. 20, № 1 (138). – С. 160-168.; Фролова Т. И. Социальные проекты местных СМИ в контексте принципов партиципаторной журналистики / Т. И. Фролова, А. С. Гатилин // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2021. – № 3. – С. 121-151.

человека Т. Д. Марцинковской, коммунитаристском подходе к эффективным социальным взаимодействиям А. Этциони и У. Галстона; значение искусственного интеллекта в деятельности журналистов описывалось с постмодернистских позиций Ж. Бодрийера, а создание коллективных биографий в медиа представлено на базе просопографического подхода, предложенного ещё в XVI веке А. дю Вердые. То есть, при преобладающей филологической компоненте исследование определяется интегративным подходом к анализу материала, обладает междисциплинарным характером, что оправдано самой сутью изучаемых явлений и процессов, природой социального института журналистики, действующего на стыке смежных отраслей науки и экономики.

Функциональный подход позволил оценить роль гиперлокальных медиа в социокультурном пространстве российских атомных городов. Коммуникационный подход предоставил возможность изучить регулярные практики общения и дискуссии в виртуальной диалоговой среде местных сообществ, а также интерактивный опыт журналистов, взаимодействия авторов онлайн-ресурсов и аудитории. Благодаря сравнительному методу мы сопоставили идейно-смысловое содержание контента профессиональных и гражданских гиперлокальных медиа, соотнесли степень включённости в дигитализацию федеральных изданий и площадок атомных городов.

Методом классификации дифференцированы интерактивные инструменты творческой деятельности в атомных гиперлокальных медиа и факторы, которые медиаменеджеры учитывают при планировании работы коллектива. Метод мониторинга позволил отследить закономерности в тематическом разнообразии контента сетевых ресурсов и морально-этические проблемы гиперлокальных площадок, а контент-анализ подтвердил наличие в таких медиа языковых маркеров атомной идентичности. Включённо наблюдая за творческим процессом в одном из атомных медиа, мы оценили работу со стейкхолдерами и внедрение цифровых технологий в практику авторов. Моделирование как научный метод обращает к представлению в схематической форме конструирования коллективной идентичности местных сообществ российских атомных городов и реализации мемориального потенциала гиперлокальных медиа. Наконец, в экспертных интервью мы опросили администраторов пабликов и авторов публикаций, узнали их мнение о деятельности гиперлокальных медиа в атомных городах.

Эмпирическая база исследования в первую очередь включает публикации на российской социальной платформе ВКонтакте шести гиперлокальных медиа атомных городов, наиболее соотносимых с теоретической базой исследования площадок, от каждого макрорегиона

страны, где действуют атомные электростанции: «Белка ТВ/FM» (Заречный, Свердловская область), «Студия "Видео-Дон"» (Нововоронеж, Воронежская область), «Телекомпания СТВ» (Сосновый Бор, Ленинградская область), «Певек – родной город» (Певек, Чукотский автономный округ), «Типичный Балаково!» (Балаково, Саратовская область), «Типичный Волгодонск» (Волгодонск, Ростовская область). 3450 публикаций в пабликах различных жанров и форматов изучены для описания тематики материалов избранных онлайн-ресурсов. 12288 постов в режиме мониторинга проанализированы с целью выделения основных способов взаимодействия гиперлокальных медиа с аудиторией, а также этическому аспекту дискуссии в комментариях под публикациями.

Отдельно исследуется в работе опыт экспериментального розыгрыша призов во время празднования юбилея городского телецентра Заречного редакцией телеканала БелКТВ («Белка ТВ/FM») на площадке ВКонтакте 29 апреля 2023 года. Кроме того, шесть экспертных интервью с журналистами и гражданскими авторами Балаково, Волгодонска, Десногорска, Заречного и Соснового Бора открывают внутренние аспекты работы атомных гиперлокальных медиа. Наконец, стоит упомянуть количественно не учтённые прецедентные тексты, обнаруженные методом поиска в ленте пабликов по ключевым словам. В целом автор диссертационного исследования учитывал личный опыт сотрудничества с гиперлокальным медиа «Белка ТВ/FM» с 2020 по 2024 годы на позициях корреспондента службы теленовостей, ведущего просветительских и разговорных ТВ-программ, автора публикаций для печати и онлайн-ресурсов, принимал во внимание происходившие в это время рабочие контакты с пресс-службами предприятий атомной отрасли. Хронологически исследование охватывает период с 2020 по 2025 годы.

Научная новизна исследования заключается в осмыслении сущности гиперлокальных медиа применительно к российским реалиям. Теоретический конструкт, регулярно возникающий в работах авторов из США и Западной Европы, в России интересует очень узкий круг исследователей. Мы же попытались не только уточнить терминологию, изучая отечественную эмпирическую базу, но и связать феномен гиперлокальных медиа с атомными городами – территориями устойчивого и опережающего развития, которые посредством сетевых ресурсов вырабатывают собственную идентичность, отражающую особенности местных сообществ.

В рамках данного исследования:

– Описаны основные направления цифровой трансформации социального института журналистики в контексте применения сквозных цифровых технологий и усиления пропагандистского дискурса медиа;

- Дана авторская интерпретация термина «гиперлокальное медиа» с учётом его особой роли в цифровую эпоху;
- Впервые в России сформулирована тематическая медиакартина отечественного атомного города через призму публикаций местных онлайн-площадок;
- Разработана модель конструирования коллективной идентичности местных сообществ атомных городов гиперлокальными медиа;
- Выявлены языковые маркеры «атомной» идентичности, которая продвигается гиперлокальными медиа российских атомградов;
- Определены интерактивные инструменты авторов избранных сетевых ресурсов и способы выстраивания обратной связи с аудиторией;
- Указано на проблемы, связанные с морально-этическим аспектом дискуссии в гиперлокальных медиа атомных городов;
- Обозначены факторы, воздействующие на контентную политику гиперлокальных медиа в атомных городах;
- Предложена модель реализации мемориального потенциала гиперлокальных медиа атомных городов России;
- Систематизированы перспективы и точки роста «атомных» медиа в контексте применения сквозных цифровых технологий.

Положения, выносимые на защиту:

1. Цифровая трансформация социального института журналистики меняет технологии создания и доставки контента, однако главной задачей остаётся сохранение межличностной коммуникации и производство осмысленного утилитарного медиапродукта. Информационные войны и пропагандистский дискурс глобальных и национальных медиаресурсов, усиливающиеся в цифровую эпоху, обращают внимание всё более сегментирующейся аудитории на региональные и местные издания как источник ответственной перед локальными сообществами журналистики.

2. Гиперлокальные медиа как феномен цифровой эпохи используют её технические преимущества для выстраивания общественно полезного диалога в сообществах жителей малых территорий. Важнейшая форма взаимодействия редакций с аудиторией – конструирование коллективной идентичности таких комьюнити с опорой на медиакартину ценностно схожих ресурсов, действующих в популярных социальных медиа.

3. Атомные города России – исторически и географически обусловленная социокультурная общность. Гиперлокальные медиа российских атомградов вне зависимости от профессиональной организации конструируют коллективную идентичность местных сообществ посредством макрофреймов, посвящённых в первую очередь безопасности, культуре и благоустройству. Непосредственно «атомная»

идентичность комьюнити выражается набором профильных языковых маркеров.

4. Интерактивная сторона гиперлокальных медиа российских атомных городов обусловлена разнообразием инструментов обратной связи и частой публикацией пользовательского контента, в том числе аудиовизуального. Прямые эфиры и опросы, конкурсы и розыгрыши вовлекают аудиторию в производство общественно значимых материалов, повышают её лояльность. В то же время угрозой продуктивной дискуссии остаётся несоблюдение сетевого речевого этикета значительной долей комментаторов таких площадок и проблема контроля высказываний администраторами онлайн-ресурсов.

5. Гиперлокальные медиа атомных городов России сочетают работу в реальном и виртуальном пространствах, организуя и поддерживая социальные инициативы. Гуманитарные проекты, направленные на поддержку уязвимых групп граждан и зооволонтеров, а также экологические акции делают вклад в повышение устойчивости и гуманности городских сообществ, продвигают созидательный активизм как часть местной идентичности.

6. Освещающие жизнь территорий расположения атомной отрасли России профессиональные гиперлокальные медиа обладают мемориальным потенциалом, реализуя его в двух направлениях. С одной стороны, это воспроизведение памяти местного сообщества средствами цифровой журналистики: публикацией дигитализированных архивных материалов и распространение исторических аудиовизуальных программ в социальных медиа. В то же время редакции заняты выпуском традиционных СМИ: газет, радио- и телеканалов, сохраняя таким образом память журналистики как социального института.

7. На производство контента гиперлокальных медиа атомных городов оказывают влияние ряд факторов: поиск баланса между запросами жителей, местных властей и градообразующей отрасли, стремление к финансовой стабильности предприятия, кадровая политика, продвижение площадки как локального бренда и психологическое благополучие аудитории. Этим определяется специфика творческой деятельности «атомных» медиа.

8. Перспективы гиперлокальных медиа атомградов России связаны с интенсификацией внедрения сквозных цифровых технологий в повседневную практику авторов, расширением функционала площадок инструментами мобильной журналистики, достижением межпоколенческого согласия в местных сообществах с помощью исторического контента, а также поиском новых точек соприкосновения с заинтересованными сторонами за рамками контрактов на информационное сопровождение. При этом по мере усиления позиций генеративного

искусственного интеллекта приоритет в контентной политике гиперлокальных медиа сохранится за живой, актуальной информацией, полученной в процессе коммуникации между людьми.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Представленная работа соответствует паспорту научной специальности 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика по следующим направлениям исследований: п. 1 – Теории журналистики, средств массовой информации, медиа. Парадигмы, концептуальный аппарат, природа, функции, роли. Структура и типология СМИ и медиакоммуникационной среды; п. 2 – История журналистики, средств массовой информации, медиакоммуникаций в контексте общественного развития; п. 3 – Тематика и проблематика журналистики и СМИ. Репрезентация социальных, экономических и политических процессов в медиакоммуникациях; п. 4 – Творческий процесс в журналистике и медиакоммуникациях. Профессиональные методы и инструментарий журналистики и медиакоммуникаций. Формирование жанров журналистики и их развитие. Языковые особенности и стиль медиакоммуникаций; п. 6 – Медиасистема. Природа и архитектура медиасистемы в условиях цифровизации. Динамика медиасистемы и её сегментов. Глобальная и национальные медиасистемы; п. 8 – Журналистский текст. Семиотика журналистики и медиакоммуникаций. Медiateкст и медиаречь. Язык СМИ и социальных медиа; п. 9 – Профессиональные стандарты и ценности в журналистике и медиакоммуникациях. Влияние технологического прогресса и цифровизации на профессиональный инструментарий журналистов, профессионалов в области медиакоммуникаций и непрофессиональных авторов; п. 10 – Телевидение, радиовещание, периодическая печать в системе СМИ: структурные, функциональные и творческие характеристики. Визуальные средства журналистики и медиакоммуникаций. Медиадизайн; п. 12 – Формы регулирования в журналистике. Со- и саморегулирование в медиакоммуникационной среде; п. 14 – Профессиональные культуры в медиакоммуникациях.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в приложении концепции гиперлокальных медиа к ресурсам, освещающим жизнь социокультурных общностей России, в данном случае – сообществ территорий расположения атомной отрасли. Обнаружение реальных примеров многосоставного теоретического конструкта родом из главным образом зарубежных исследований в отечественной медиасреде – ценная научная находка, позволившая не только подтвердить верность общепринятого определения термина «гиперлокальное медиа», но и расширить его значение с учётом местной специфики. Модели конструирования коллективной идентичности местного сообщества и реализации мемориального потенциала, хотя и характеризуют медиа

атомных городов, могут применяться исследователями для анализа других подобных явлений в разнообразной российской журналистике.

В то же время прикладной опыт авторов «атомных» гиперлокальных медиа будет полезен практикам в сфере медиакommunikаций и СМИ. Это и результаты налаживания механизмов обратной связи, и подходы к взаимодействию с заинтересованными сторонами, стремящимися влиять на редакционную политику, и предложения по совершенствованию работы в социальных медиа с применением максимально доступного числа сквозных цифровых технологий. Кроме того, исследование адресовано студентам медийных направлений, отдельные его положения включены в лекционные курсы дисциплин «Новостная тележурналистика», «Социальная журналистика» и «Региональная тележурналистика», которые автор диссертации ведёт на профильном факультете УрФУ.

Степень достоверности полученных результатов обеспечена использованием широкого круга общенаучных и специализированных методов филолого-лингвистического и социологического профиля, опорой на труды авторитетных исследователей в сфере медиакommunikаций и журналистики, сочетанием долговременного внешнего и включённого наблюдения за творческим процессом в гиперлокальных медиа российских атомных городов при анализе эмпирического материала, а также экспертными интервью с представителями отрасли.

Апробация результатов исследования. Промежуточные результаты исследования представлены на 17 конференциях: XXIV Международная конференция студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов» (Москва, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 2022 г.); XVIII Всероссийская научно-практическая конференция молодых учёных «Актуальные проблемы журналистики» (Томск, Национальный исследовательский Томский государственный университет, 2022 г.); Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Журналистика цифровой эпохи: антропологический поворот» (Екатеринбург, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2022 г.); Международная научно-практическая конференция исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью «Коммуникация в современном мире» (Воронеж, Воронежский государственный университет, 2022 г.); Всероссийская научно-практическая конференция студентов и аспирантов «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы» (Воронеж, Воронежский государственный университет, 2022 г.); 22-я международная научная конференция студентов, магистрантов и аспирантов «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет, 2023 г.); Международная научно-практическая конференция

«Медиа как фактор адаптации человека к социальным, экономическим и политическим изменениям» (Екатеринбург, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2023 г.); Международная научно-практическая конференция исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью «Коммуникация в современном мире» (Воронеж, Воронежский государственный университет, 2023 г.); VI Международная научная конференция «Актуальные проблемы экранных и интерактивных медиа» (Москва, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 2023 г.); XXXI Международная конференция студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов» (Москва, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 2024 г.); Международная научно-практическая конференция «Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности» (Екатеринбург, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2024 г.); Международная научно-практическая конференция «Цифровая эволюция журналистики: вызовы и возможности» (Саранск, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 2024 г.); I Национальная междисциплинарная научно-практическая конференция «Социальные коммуникации в цифровую эпоху» (Тольятти, Тольяттинский государственный университет, 2024 г.); II Международная научно-практическая конференция «Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности» (Екатеринбург, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2025 г.); II Международная научно-практическая конференция «Пользовательский контент в современной коммуникации» (Челябинск, Челябинский государственный университет, 2025 г.); Международная научно-практическая конференция исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью «Коммуникация в современном мире» (Воронеж, Воронежский государственный университет, 2025 г.); VI Международная научная конференция и X Всероссийский молодёжный научный форум «Наука будущего – наука молодых» (Саратов, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, 2025 г.).

Структура и объём работы. Диссертация включает введение, три главы, состоящие из шести параграфов, заключение и список литературы из 160 пунктов. Дополняют работу одна таблица, 10 рисунков и 12 приложений, включающих экспертные интервью, результаты эксперимента по повышению интерактивности гиперлокального медиа атомного города и примеры публикаций. Диссертация изложена на 186 страницах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Введение обосновывает актуальность темы исследования, включает описание степени научной разработанности проблемы, постановку объекта и предмета, цели и задач исследования, его научной новизны, теоретической и практической значимости, анализ методологической и эмпирической базы диссертации, а также положения, выносимые на защиту, указание на соответствие диссертации паспорту научной специальности, апробацию и подтверждение достоверности результатов исследования.

Первая глава «Теоретико-методологические основания изучения гиперлокальных медиа» формулирует теоретический базис работы: тенденции цифровых преобразований в медиасреде в период глобальных технологических изменений и смещения смысловых доминант творческой деятельности, место объекта исследования в структуре отечественного медиaprостранства, его характерные черты и функционал.

В параграфе 1.1. «Стратегии трансформации социального института журналистики в цифровую эпоху» представлен обзор существующих подходов к осмыслению процесса дигитализации медийных профессий. Автор отмечает, что социальный институт журналистики вступил в информационную эру, сопровождаемый кризисными явлениями: конкуренцией с гражданскими авторами и недостоверными новостями в интернете, расширением информационных войн и пропагандистского дискурса, приматом технологий и форматов над содержанием публикаций. Одной из ключевых стратегий цифровой трансформации журналистики как социального института становится диверсификация контента традиционных средств массовой информации, главным образом за счёт их развития на платформах новых медиа. Приход профессионалов в пространство любителей взаимно расширяет компетенции участников сетевой коммуникации, позволяет создавать персонализированный продукт для любой целевой аудитории, всегда говорить на языке читателя и зрителя, вступать с ними в диалог. Не менее важной стратегией является внедрение в работу редакций сквозных цифровых технологий. Большие данные, искусственный интеллект, виртуальная и дополненная реальность, беспроводная связь – всё это наращивает возможности медиа по созданию новых видов публикаций. Однако, заключает автор, в погоне за техническими новинками важно помнить о том, что любая технология в журналистике – только средство трансляции ценностных ориентиров и установок.

В параграфе 1.2. «Гиперлокальные медиа как компонент современной медиасистемы» раскрываются сущностные характеристики

феномена гиперлокальных медиа. Автор, основываясь на существующих исследованиях, утверждает, что ключевое отличие гиперлокальных медиа от локальных заключается в репликации культурно-исторических особенностей совокупности определённых местностей через контент. То есть, гиперлокальное медиа не существует в цифровом мире обособленно, замыкаясь на местной специфике, а связано на смысловом уровне с рядом других коммуникационных ресурсов. В этой связи наиболее ярко гиперлокальные медиа проявляют себя в среде социальных сетей, объединяющих на своих площадках множество групп и страниц. Гиперлокальные медиа, выполняя запрос местных сообществ на самоидентификацию в эпоху глобализации, конструируют коллективную идентичность аудитории. К нарративной (рассказ сообщества о себе) и партиципативной (сообщество в действии) формам идентичности, о которых в контексте транзитивности пишет Т. Д. Марцинковская¹², автор добавляет просопографическую идентичность, основанную на осмыслении сообществом своей истории (рисунок 1). В конструировании идентичности состоит ключевая функция и задача гиперлокальных медиа.



Рисунок 1. Виды конструируемых гиперлокальными медиа идентичностей местных сообществ

Вторая глава «Гиперлокальные медиа в социокультурном пространстве атомных городов России» сосредотачивается на анализе медиакартинки российских городов-спутников атомных электростанций. Автор исследует жанрово-тематическое разнообразие публикаций избранных онлайн-ресурсов, а также использование местными редакциями

¹² Марцинковская Т. Д. Идентичность в транзитивном и виртуальном пространстве / Т. Д. Марцинковская // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2018. – № 4 (14). – С. 11-20.; Марцинковская Т. Д. Особенности кризисов транзитивности в период карантина / Т. Д. Марцинковская, Н. С. Полева // Новые психологические исследования. – 2022. – № 1. – С. 71-87.

обратной связи с пользователями, в том числе в контексте соблюдения сетевого этикета.

В параграфе 2.1. «Конструирование коллективной идентичности сообщества российского атомного города средствами гиперлокальных медиа» посредством выделения макрофреймов создаётся медиакартина городов-спутников атомных электростанций, на основе которой конструируется коллективная идентичность сообществ. Действующие здесь медиа, пишет автор, характеризуются особым созидательным дискурсом, а сами территории расположения АЭС не являются закрытыми, в отличие от других типов атомных городов России. Ключевые темы избранных ресурсов связаны с безопасностью, культурой и искусством, ЖКХ и благоустройством. Все медиа обращаются к местным социальным инициативам и локальной истории. Непосредственно «атомная» идентичность, свойственная подобным гиперлокальным медиа, конструируется через особые языковые маркеры, красной нитью проходящие через значительный пласт разноплановых публикаций. При этом, пишет автор, в вопросе создания особого мироощущения у аудитории профессиональная основа редакций не является значимой, поскольку в эту работу включаются как журналистские коллективы, так и комьюнити гражданских активистов.

В параграфе 2.2. «Взаимодействие с аудиторией в контентной политике гиперлокального медиа отечественного атомного города» классифицируются практики применения в творческой деятельности авторами гиперлокальных медиа интерактивных инструментов. Среди основных форм обратной связи выделяются пост по информации от аудитории, опрос пользователей, видеосюжеты на основе онлайн-опросов и обращений жителей, работа в прямом эфире, позиционирование гиперлокального медиа как площадки для выработки и поддержки социально значимых инициатив, а также розыгрыши и конкурсы. Для изучения проблемы повышения интерактивности гиперлокальных медиа атомных городов обращается внимание на этическую сторону дискуссии в комментариях. Факты нарушения сетевого этикета подписчиками пабликов разделяются автором по основанию употребления сниженной лексики и применения в высказываниях языка вражды. В свою очередь, отвечающие за качество дискуссии администраторы, как отмечается, придерживаются одной из трёх траекторий: представляют медиа как свободную для мнений площадку, вступают в диалог с аудиторией на правах собеседников или модерировать комментарии. Автор подчёркивает особое значение участия руководителей гиперлокальных медиа во взаимодействии с аудиторией, поскольку существующие алгоритмы фильтрации враждебных сообщений не могут в полной мере сохранять дискуссию в конструктивном русле.

Третья глава «Проблемы организации творческого процесса в гиперлокальных медиа российских атомградов» посвящена описанию субъектов и процессов, влияющих на создание медиапродукта в атомных городах. Возможности и точки роста команд гиперлокальных медиа автор представляет в контексте расширения использования цифровых, в том числе сквозных технологий.

В параграфе 3.1. «Управление факторами влияния на производство гиперлокального медиапродукта» выделяются пять групп факторов, учитываемых медиаменеджерами в атомных городах страны при принятии управленческих решений. Первая группа, заинтересованные стороны, влияет на отбор тем и героев публикаций, поскольку и местные власти, и предприятия атомной отрасли, и многосоставная аудитория хотят быть в поле зрения редакций. Факторы, связанные с финансированием медиа, часто разрешают проблему расстановки приоритетов в освещении жизни городов в пользу обладателей контрактов на информационное сопровождение и рекламодателей. Третья группа факторов, определяющая кадровую политику гиперлокальных медиа, направляет одни коллективы в сторону работы со штатными специалистами, другие – с фрилансерами, а третьи – с пользовательским контентом от местных активистов. Потребность в позиционировании гиперлокального медиа как бренда для создания положительного образа площадки – ещё один фактор, который учитывается в работе. Отсюда вытекает пятая группа факторов, связанная с мемориальным потенциалом профессиональных гиперлокальных медиа атомградов (рисунок 2). С одной стороны, подобные онлайн-ресурсы сохраняют память сообщества, конструируя его просопографическую идентичность. С другой, профессиональные редакции, возникшие на базе телеканалов, газет и радиостанций и продолжающие по возможности выпускать традиционные СМИ, сберегают институциональную память журналистики на местах.



Рисунок 2. Реализация мемориального потенциала профессиональных гиперлокальных медиа российских атомных городов

В параграфе 3.2. «Использование цифровых технологий в деятельности авторов гиперлокальных медиа: состояние и перспективы» предлагаются подходы к развитию исследуемых площадок с точки зрения налаживания утилитарной межличностной коммуникации в цифровую эпоху. Так, в работе с заинтересованными сторонами автор предлагает использовать партнёрские дата-публикации, мобильное приложение с интерактивной картой городских событий и продвижение испытанных цифровых инструментов (например, QR-кодов) в аналоговой периодической печати. В аспекте диверсификации источников финансовых поступлений обращается внимание на краудфандинговую модель, в том числе с использованием систем распределённого реестра. При этом эксклюзивный аудиовизуальный контент, востребованный в социальных медиа и способный привлечь вложения спонсоров, предпочтительно публиковать на отечественных платформах. Облегчить рутинный труд журналистов, по мнению автора, способны чат-боты на основе нейросетей, а реализация мемориального потенциала в будущем может включать проекты с дополненной либо виртуальной реальностью и новые просветительские программы, ориентированные на достижение межпоколенческого согласия в сообществах.

В Заключении обобщены результаты проведённого исследования и представлены наиболее значимые выводы.

Гиперлокальные медиа играют особую роль в формировании коллективной идентичности и повышении психологического благополучия жителей атомных городов России. Автором подчёркивается важность антропоцентрического подхода в развитии таких сетевых площадок, акцентируется внимание на влиянии социальной среды и исторического контекста на формирование местного самосознания. Территориально обусловленные сообщества, полагает автор, нуждаются в гиперлокальных медиа, которые будут объединять людей как в реальном, так и в виртуальном пространстве, а также выстраивать диалог с географически удалёнными сообществами, однако близкими по истории становления населённого пункта и мироощущению местных жителей.

Центральные макрофреймы, освещаемые «атомными» медиа – безопасность, культура и искусство, ЖКХ и благоустройство – указывают на позитивное влияние этих тем на восприятие жителями своей территории как надёжного и перспективного места для жизни. Отмечается важность последовательного взаимодействия гиперлокальных медиа с аудиторией, подчеркиваются положительные эффекты от участия комьюнити в социально полезных проектах, инициируемых в виртуальной среде. В то же время обозначается проблема модерации агрессивных и конфликтных комментариев в соцсетях. Автор настаивает: пока редакции всерьёз не займутся контролем и даже воспитанием аудитории, по-

настоящему продуктивное обсуждение местных проблем и совместное их решение вряд ли будет происходить на постоянной основе.

Гиперлокальные медиа атомных городов действительно включены в цифровую трансформацию социального института журналистики, по мере сил и материально-технических возможностей используют её достижения и результаты, сохраняют идентичность локальных комьюнити и реализуют собственный мемориальный потенциал. Их успешное развитие зависит от интеграции современных цифровых технологий и сохранения поддержки заинтересованных игроков, таких как госкорпорация «Росатом» или фонд «АТР АЭС». И всё же при любых результатах цифровой трансформации остаётся незаменимым человеческое общение. Живая речь, трудности горожан и привлечение к их решению ответственных людей, исторический видеоконтент могут обретать новые дигитальные формы, но цифровые симулякры – боты в комментариях и генеративный ИИ – не заменят в небольших географически обусловленных сообществах жизнь во всех её проявлениях, в том числе в журналистике и медиакommunikациях.

Перспективы дальнейшей разработки темы связаны с продолжением сбора сведений о социокультурной ситуации территорий присутствия атомных электростанций России и функционирующих там медиа. Расширение эмпирической базы может произойти благодаря не только гиперлокальным медиа других атомградов, но и тех многочисленных изданий, которые по какой-то причине пока не охвачены цифровизацией медиапроцессов на серьёзном уровне. Мотивы менеджмента газет, телеканалов и радиостанций, практически не работающих в режиме онлайн или подходящих к этому формально, вызывают особый научный интерес.

Расширить представление о медиаландшафте отечественных атомных городов поможет также прослеживание влияния корпоративных ресурсов АЭС и их дочерних предприятий на коллективную идентичность местных сообществ, оценка соотношения воздействия на местные информационные пространства всех игроков конкурентного медиарынка – как гражданских проектов, так и зарегистрированных СМИ. Существенно обогатит знание о контентной политике гиперлокальных медиа российских атомградов содержательный анализ их пропагандистских концептов и пиар-нарративов, а также изучение аудиовизуальных материалов, размещённых в пабликах, как поликодового текста.

Не менее интересной представляется и экстраполяция изложенных концепций на иные исторически сложившиеся общности России в зависимости от профессионального, территориального, национального и других признаков. Многообразие сообществ, действующих на территории страны, не затруднит поиск эмпирического материала исследователям, которых увлечёт это научное направление.

ПУБЛИКАЦИИ АВТОРА ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определённых ВАК РФ и Аттестационным советом УрФУ:

1. Олешко В. Ф. Пропагандистский дискурс современного телевидения / В. Ф. Олешко, И. И. Шурко // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2022. – Т. 28, № 1. – С. 5-15. (0,79 п.л. / 0,39 п.л.).
2. Шурко И. И. Внештатная журналистика в редакционной политике гиперлокальных медиа / И. И. Шурко // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2024. – № 2 (52). – С. 47-53. (0,81 п.л.); К2.
3. Шурко И. И. Интерактивные инструменты творческой деятельности в гиперлокальных медиа атомных городов России / И. И. Шурко // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2024. – Т. 30, № 3. – С. 38-48. (0,79 п.л.); К2.
4. Шурко И. И. Конструирование коллективной идентичности городского сообщества в гиперлокальных медиа / И. И. Шурко // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2024. – № 4. – С. 170-172. (0,31 п.л.); К2.

Другие публикации автора:

5. Олешко В. Ф. Исторический видеоконтент локальных СМИ: потенциал преодоления поколенческого цифрового разрыва / В. Ф. Олешко, И. И. Шурко // Коммуникация в современном мире: Материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью, Воронеж, 20-21 мая 2022 года. – Воронеж : Воронежский гос. ун-т, 2022. – С. 22-24. (0,15 п.л. / 0,08 п.л.).
6. Шурко И. И. Актуальные медиапрактики ведущих социально-политических программ на ТВ: деонтологический аспект / И.И. Шурко // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2022» / Отв. ред. И. А. Алешковский, А. В. Андриянов, Е. А. Антипов, Е. И. Зимакова. – Москва : МАКС Пресс, 2022. (0,14 п.л.).
7. Шурко И. И. Дигитализированный видеоархив местного телеканала в контексте межпоколенческой трансляции коммуникативно-

культурной памяти / И. И. Шурко // Журналистика цифровой эпохи: антропологический поворот : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Екатеринбург, 14-15 апреля 2022 года. – Екатеринбург : УрФУ им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2022. – С. 93-95. (0,18 п.л.).

8. Шурко И. Отражение темы импортозамещения в соцсетях (на примере городских сообществ Свердловской области) / И. Шурко // Актуальные проблемы журналистики: Сборник трудов молодых ученых. Вып. XVII / Отв. ред. М. В. Могилатова. – Томск : ФЖ ТГУ, 2022. – С. 70-71. (0,14 п.л.).

9. Шурко И. И. Технология формирования телевизионной повестки дня как научно-практическая проблема (на примере локального медиа Среднего Урала) / И. И. Шурко // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы : материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов (28 октября 2022 г.). – Ч. 2 / под общ. ред. В. В. Тулупова. – Воронеж : ФЖ ВГУ, 2022. – С. 180-182. (0,14 п.л.).

10. Шурко И. И. Гиперлокальные медиа атомных городов: форматы взаимодействия с аудиторией / И. И. Шурко // Медиа в современном мире. Молодые исследователи: материалы 22-й международной конференции студентов, магистрантов, аспирантов и соискателей (15-17 марта 2023 года) / Под ред. А. А. Малышева. – Санкт-Петербург : С.-Петербур. гос. ун-т, 2023. – С. 89-91. (0,1 п.л.).

11. Шурко И. И. Детский контент в гиперлокальных медиа как фактор благополучия аудитории / И. И. Шурко // Медиа как фактор адаптации человека к социальным, экономическим и политическим изменениям : сборник материалов Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 20-22 апреля 2023 г. / сост. О. Ф. Автохутдинова. – Екатеринбург : УрФУ им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2023. – С. 389-393. (0,19 п.л.).

12. Шурко И. И. Мемориальный потенциал гиперлокальных медиа в эпоху транзитивности / И. И. Шурко // Коммуникация в современном мире: Материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью, Воронеж, 19-20 мая 2023 года. Часть II. – Воронеж : Воронежский гос. ун-т, 2023. – С. 33-35. (0,14 п.л.).

13. Шурко И. И. Сквозные технологии как агент цифровизации местного телевидения / И. И. Шурко // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2024» / Отв. ред. И. А. Алешковский, А. В. Андриянов, Е. А. Антипов, Е. И. Зимакова. – Москва : МОО СИПНН Н. Д. Кондратьева, 2024. (0,13 п.л.).

14. Шурко И. И. Социокультурное пространство атомных городов России в гиперлокальных аудиовизуальных медиа / И. И. Шурко // Актуальные проблемы экранных и интерактивных медиа. Базовые ценности культуры в экранном контексте : Сборник материалов VI международной научной конференции ; Сборник подготовлен в рамках Междисциплинарной научно-образовательной школы Московского университета «Сохранение мирового культурно-исторического наследия» (направление «Историко-политическая конфликтология современности»), Москва, 05 октября 2023 года. – Москва : МГУ им. М.В. Ломоносова, 2024. – С. 127-132. (0,35 п.л.).

15. Шурко И. И. Фриланс в гиперлокальных медиа: опыт городов-спутников атомных станций России / И. И. Шурко // Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности: сборник материалов Международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 26-27 апреля 2024 г.). – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2024. – С. 43-45. (0,13 п.л.).

16. Шурко И. И. Благотворительный краудфандинг в практике гиперлокальных медиа цифровой эпохи / И. И. Шурко // Социальные коммуникации в цифровую эпоху : Сборник тезисов I Национальной междисциплинарной научно-практической конференции, Тольятти, 28-29 ноября 2024 года. – Москва: ООО «Издательство "Спутник+"», 2025. – С. 129-131. (0,13 п.л.).

17. Шурко И. И. Гиперлокальные медиа как субъект консолидации местных сообществ / И. И. Шурко // Цифровая эволюция журналистики: вызовы и возможности : Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 45-летию журналистского образования в Республике Мордовия, Саранск, 31 октября – 1 ноября 2024 года. – Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, 2025. – С. 264-267. (0,14 п.л.).

18. Шурко И. И. Гиперлокальные медиа: к расширению понятия / И. И. Шурко // Коммуникация в современном мире : Материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью, Воронеж, 16-17 мая 2025 года. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2025. – С. 46-48. (0,14 п.л.).

19. Шурко И. И. Применение и потенциал генеративного искусственного интеллекта в гиперлокальном медиапространстве / И. И. Шурко. – Текст : электронный // Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности: сборник материалов II Международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 26-29 марта 2025 г.). – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2025. – С. 183-185. (0,15 п.л.).

20. Шурко И. И. Этика дискуссии в гиперлокальных медиа: пользовательская практика и роль журналиста / И. И. Шурко // Динамика медиасистем. – 2025. – Т. 5, № 1. – С. 721-728. (0,4 п.л.).