Анна Львовна Коданина

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

kodanina@gmail.com

**Роль креативных технологий в цифровой трансформации печатных СМИ: нижегородский опыт**

Автор рассматривает специфику цифровой трансформации печатных СМИ на региональном медиарынке. Анализируя практику применения креативных технологий на примере газеты «Нижегородская правда», автор делает вывод об активном освоении инновационных приемов создания и распространения контента, что позволяет наращивать конкурентный потенциал старейшей газеты в Нижегородской области.

Ключевые слова: аудитория, медиаплатформы, печатные СМИ, социальные сети.

Процессы качественной трансформации информационного рынка, будучи значимым фактором успешного развития современной печатной прессы, стимулируют освоение креативных подходов во взаимодействии с читательской аудиторией, предпочитающей цифровые источники информации печатной прессе [1].

Исследователи современного информационного рынка отмечают, что творческий подход в выстраивании коммуникации с читателем значительно повышают конкурентный потенциал печатных СМИ [2]. При этом мультиплатформенность и мультиформатность служат важным условием эффективной коммуникации, а использование инновационных приемов позволяет заинтересовать аудиторию, включая молодежную, удерживать ее внимание и формировать лояльность [3].

Газета «Нижегородская правда», будучи старейшей на региональном рынке (основана в 1917 г.), демонстрирует стремление к успешной конкуренции с цифровыми медиаисточниками, применению креативных подходов к формированию и подаче контента.

Важным вектором цифрового развития газеты служит мультиплатформенность. Сегодня аккаунты «Нижегородской правды» есть на самых востребованных российских площадках: в социальных сетях «ВКонтакте» (более 93 тыс. подписчиков), Одноклассники (41,5 тысяч подписчиков). Кроме того, «Нижегородская правда» представлена в агрегаторе Яндекс-Дзен (29 тыс. подписчиков) и в мессенджере Telegram (8,1 тыс. подписчиков).

Отметим активное освоение видеоформатов на сайте и в социальных сетях печатного издания. Редакция газеты активно создает и публикует видеосюжеты о самых ярких культурных, спортивных, политических событиях, среди которых ― фестиваль «Горький fest», «Военные песни у Кремля», парусная регата «Кубок им. Р. Е. Алексеева». Отметим, что редакция «Нижегородской правды» также и сама выступает в роли организатора публичных мероприятий. Так, за проект «Бегущий по Нижнему» редакция газеты в 2019 г. была удостоена «Серебряной кнопки VK».

«Нижегородская правда» также активно осваивает технологии создания аудиального контента. Так, на сайте издания размещена версия для слабослышащих – специально для них создается «Подкаст о главном», анализирующий информационную повестку дня.

Среди креативных форматов, осваиваемых редакцией издания, отметим также технологии дополненной реальности. «Нижегородская правда» стала пионером использования AR-технологий в регионе. Например, на страницах спецвыпуска «Нижегородской правды» к фестивалю «Горький fest» в 2019 г. были размещены QR-коды, считав которые, читатели могли посмотреть трейлеры конкурсных фильмов.

Таким образом, редакция «Нижегородской правды» демонстрирует стремление к активному освоению креативных технологий, расширению собственного присутствия на различных цифровых площадках, повышению эффективности взаимодействия с аудиторией, а в конечном итоге – сохранению лидирующего положения на региональном медиарынке.

Литература

1. Вартанова Е. Л. К новой архитектуре медиа: вызовы эпохи цифровизации // Донецкие чтения 2023: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности. 2023. С. 307–309.

2. Градюшко А. А. Платформизация в цифровой журналистике: новые стратегии медиапроизводства // Труды Белорусского гос. технол. ун-та. Серия: Принт- и медиатехнологии. 2023. № 1(267). С. 34–40.

3. Коданина А. Л. Региональная пресса в условиях мультиплатформенности: на примере газеты Нижегородская правда // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 3(53). С. 122–128.