МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**Проект «theGirl» – молодёжное развлекательное медиа:
сайт и аккаунты в социальных сетях**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА

студентки 5 курса 521 группы

направления 42.03.02 «Журналистика»

Института филологии и журналистики

Афанасьевой Александрины Сергеевны

Научный руководитель

доцент, к. филол.н.,

Ю.Н. Аникеева

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор

В.В. Прозоров

Саратов
2025

Введение

Современное медиапространство переживает период активной цифровой трансформации, что особенно заметно в сегменте молодёжных СМИ. Проект «theGirl», появившийся в 2023 году как преемник известного бренда «Elle Girl», представляет собой яркий пример успешной адаптации традиционного глянцевого формата к требованиям цифровой эпохи. Это исследование посвящено комплексному анализу данного медиапроекта как уникального явления в современном информационном пространстве.

Актуальность выбранной темы обусловлена несколькими факторами. Во-первых, стремительным развитием цифровых технологий и изменением медиапотребления среди молодёжной аудитории. Во-вторых, необходимостью изучения новых форматов взаимодействия с аудиторией в условиях доминирования социальных сетей и мультимедийных платформ. В-третьих, практической значимостью исследования для медиаиндустрии, поскольку анализ успешных кейсов позволяет вырабатывать эффективные стратегии работы с молодёжной аудиторией.

Объектом исследования выступает интернет-издание «theGirl» (сайт thegirl.ru и аккаунты в социальных сетях) как пример современного молодёжного медиа.

Предмет исследования – особенности молодёжного издания и работы с аудиторией в современном медиапространстве.

Хронологические рамки исследования охватывают период с января по май 2025 года, что позволяет проанализировать текущее состояние проекта и динамику его развития.

Целью работы является комплексный анализ «theGirl» как мультиплатформенного медиапроекта и определение его роли в современном медиапространстве.

Для достижения этой цели были поставлены следующие **задачи**:

- ✧ обратиться к истории развития молодёжных СМИ и проследить их трансформацию в цифровую эпоху;
- ✧ определить место, типологические характеристики и функции молодёжной прессы в современном медиaprостранстве;
- ✧ проанализировать структуру, дизайн и контентную стратегию «theGirl»;
- ✧ исследовать особенности взаимодействия с аудиторией через различные платформы;
- ✧ оценить влияние издания на поведенческие модели и культурные предпочтения молодёжи.

Методологическая база исследования включает труды современных учёных, занимающихся проблемами медиа (Д. Гайдамак, Л. Васильева, М. Лукина, А. Болкунов, К. Розанов).

Основными **методами** исследования стали:

- ✧ контент-анализ материалов издания за указанный период;
- ✧ сравнительный анализ с аналогичными проектами («The Blueprint», «Oops!», «Yes!»);
- ✧ анализ статистических данных (Яндекс.Метрика, показатели вовлечённости в социальных сетях).

Структура работы включает введение, две главы, заключение, библиографический список. Работа изложена на 74 страницах.

Научная новизна исследования заключается в том, что это первая комплексная работа, посвящённая анализу «theGirl» как самостоятельного медиафеномена. Особое внимание уделено роли издания в популяризации корейской культуры среди российской молодёжи, что ранее не становилось предметом специального изучения. Также впервые подробно проанализированы уникальные черты мультиплатформенной стратегии проекта, включая использование AI-инструментов и гибридных форматов контента.

Практическая значимость работы достаточно существенна. Результаты исследования могут быть использованы при разработке контент-стратегий для

молодёжных медиа, особенно ориентированных на женскую аудиторию. Материалы работы представляют ценность для образовательных программ по журналистике и digital-маркетингу, демонстрируя успешные практики работы с современной аудиторией. Кроме того, выявленные закономерности могут помочь в прогнозировании дальнейшего развития молодёжных СМИ в условиях цифровизации.

Основное содержание работы

Первая глава посвящена теоретическому анализу молодёжных медиа, их истории и современному состоянию. Вторая глава содержит практическое исследование проекта «theGirl», включая анализ его контента, дизайна, работы в социальных сетях и влияния на аудиторию. В заключении подводятся итоги исследования и формулируются перспективы дальнейшего развития проекта.

В главе **«Молодёжные СМИ: история и современность»** проведено исследование, которое позволило проследить историческую эволюцию молодёжных СМИ от первых печатных изданий («Детское чтение для сердца и разума», «Комсомольская правда», «Ровесник») к современным цифровым платформам. Этот анализ показал, что ключевыми тенденциями развития стали переход к мультимедийности, усиление интерактивности и персонализация контента. «theGirl» полностью соответствует этим тенденциям, предлагая своей аудитории разнообразные форматы взаимодействия.

Вторая глава выпускной квалификационной работы **«Интернет-издание «theGirl» в современном медиaprостранстве»** включает в себя семь параграфов подробного анализа издания. Анализ проекта «theGirl» выявил его уникальные характеристики, например такие как:

✧ Целевая аудитория издания - девушки в возрасте 16-30 лет, интересующиеся модой, красотой, поп-культурой (особенно k-pop), психологией и саморазвитием;

✧ Контентная стратегия строится вокруг 12 тематических рубрик¹, среди которых можно выделить #ALL*К (посвящённую корейской культуре), #ФЭШН (модные тренды), #БЬЮТИ (уход за собой), #ТЕСТЫ (интерактивные опросы) и другие. Такое тематическое разнообразие позволяет охватывать широкий спектр интересов молодёжной аудитории.

¹ theGirl - онлайн-журнал для девушек // theGirl [Электронный ресурс] URL: <https://thegirl.ru/> (дата обращения 25.04.25)

Особого внимания заслуживает мультиформатность контента «theGirl». Издание успешно сочетает традиционные статьи с интерактивными тестами, подкастами («It's All*К» и «theGirl Talk») и визуальными материалами. При этом используется современный дизайн с пастельной цветовой палитрой, адаптивным интерфейсом и AI-графикой, что делает платформу визуально привлекательной для целевой аудитории.

Важным аспектом исследования стал анализ влияния «theGirl» на молодёжную аудиторию. Издание активно формирует эстетические предпочтения своих читательниц, популяризируя определённые стили (например, утилитарный стиль в моде) и beauty-тренды. Особенно заметна роль проекта в распространении корейской поп-культуры (к-поп, дорамы) среди российской молодёжи. Через интерактивные форматы (опросы, челленджи, комментарии) «theGirl» создаёт устойчивое комьюнити, объединённое общими интересами.

Социальные сети играют ключевую роль в стратегии «theGirl». Проект представлен на основных платформах: ВКонтакте, Telegram, Одноклассники и других. Контент для каждой платформы адаптируется с учётом её специфики - от коротких визуальных постов до развёрнутых статей. Средний охват публикаций в Telegram составляет 2082 просмотра при 103 лайках и 14 репостах², что свидетельствует о высокой вовлечённости аудитории.

Эффективность медиастратегии «theGirl» подтверждается статистическими данными. В месяц насчитывается 23.2 млн. просмотров страниц, а среднее время пребывания на сайте - 2 минуты 44 секунды, что является отличным показателем для молодёжного медиа. Демографический анализ показывает, что 25% аудитории составляют пользователи 18-24 лет, 23% - 25-34 лет, при этом 79% посетителей - женского пола³, что полностью соответствует целевой аудитории проекта.

² Данные сервиса Popsters, апрель 2025 г. // Сервис аналитики постов и страниц конкурентов в социальных сетях Popsters [Электронный ресурс] URL: <https://popsters.ru/app/dashboard> (дата обращения 07.04.25)

³ Данные сайта shkulevholding.ru, апрель 2025 г. // Shkulev Holding [Электронный ресурс] URL: <https://shkulevholding.ru/structure/mediakits/projects/thegirl/> (дата обращения 25.04.25)

Вывод

Проведённое исследование интернет-издания «theGirl» позволило сделать ряд значимых выводов о его роли в современном медиaprостранстве, особенностях контент-стратегии и влиянии на молодёжную аудиторию.

Во-первых, проект «theGirl» успешно адаптировал традиционные форматы молодёжных СМИ к цифровой среде, сохранив преемственность с брендом «Elle Girl», но при этом выработав собственную идентичность. Издание функционирует как мультиплатформенный медиапроект, объединяющий сайт, социальные сети (ВКонтакте, Telegram, Одноклассники и др) и подкасты, что обеспечивает максимальный охват аудитории.

Во-вторых, контент-стратегия издания строится на балансе развлекательного, образовательного и коммерческого контента. Ключевыми тематическими направлениями стали мода, красота, психология, субкультуры (к-рор, дорамы, турецкие сериалы) и саморазвитие. Эти темы являются наиболее популярными и привлекающими аудиторию.

В-третьих, визуальная составляющая играет важную роль в формировании стиля издания. Использование AI-графики, пастельной цветовой палитры и адаптивного дизайна делает контент узнаваемым и привлекательным для молодёжи. Интерактивные форматы (тесты, опросы, квизы) повышают вовлечённость, а подкасты («It's All*K», «theGirl Talk») расширяют аудиторию за счёт любителей аудиоконтента.

В-четвёртых, анализ работы в социальных сетях показал, что Telegram и ВКонтакте являются ключевыми платформами для взаимодействия с аудиторией. Ежедневные публикации, истории, челленджи и прямые эфиры помогают поддерживать интерес подписчиков. При этом 79% аудитории — девушки 18–34 лет, что соответствует целевой группе проекта.

В-пятых, «theGirl» оказывает заметное влияние на формирование молодёжных трендов, от модных стилей до субкультурных предпочтений. Издание не только отражает актуальные тенденции, но и участвует в их

создании, например, через поддержку локальных брендов и интеграцию социально значимых тем (бодипозитив, ментальное здоровье).

Перспективы развития проекта связаны с углублением персонализации контента, внедрением новых технологий (AI, VR) и усилением UGC (пользовательского контента). В целом, «theGirl» демонстрирует успешную модель современного медиа, которое сочетает традиционные функции СМИ с инновационными подходами к взаимодействию с аудиторией.

Таким образом, исследование подтвердило, что будущее молодёжных медиа лежит в гибкости, мультиформатности и глубокой интеграции с цифровой средой, а «theGirl» служит ярким примером такой трансформации.

Список основных источников

1. theGirl - онлайн-журнал для девушек // theGirl [Электронный ресурс] URL: <https://thegirl.ru/> (дата обращения 25.04.25)
2. Данные сайта shkulevholding.ru, апрель 2025 г. // Shkulev Holding [Электронный ресурс] URL: <https://shkulevholding.ru/structure/mediakits/projects/thegirl/> (дата обращения 25.04.25)
3. Данные сервиса Popsters, апрель 2025 г. // Сервис аналитики постов и страниц конкурентов в социальных сетях Popsters [Электронный ресурс] URL: <https://popsters.ru/app/dashboard> (дата обращения 07.04.25)