

Секция «11.10 Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций»

## Молодёжные журналы России в эпоху цифровизации: особенности перехода в онлайн-среду и внедрения медиатехнологий

Научный руководитель – Кухаренко Екатерина Анатольевна

*Романова Кристина Игоревна*

*Студент (бакалавр)*

Донецкий государственный университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики, Донецк, Россия  
*E-mail: kristi-r0-06@yandex.ru*

Российский рынок журнальной периодики переживает фундаментальную трансформацию. Согласно данным аналитических исследований, печатные версии изданий сталкиваются с серьёзными вызовами: снижение тиражей, падение рекламных доходов и изменение моделей потребления контента молодёжной аудиторией. Цифровизация стала не просто трендом, а условием выживания для молодёжных журналов, целевая аудитория которых – «цифровые аборигены» – проводит большую часть времени в онлайн-среде.

Актуальность темы обусловлена необходимостью осмысления успешных практик перехода молодёжных изданий в цифровую среду и выработки эффективных стратегий, учитывающих как технологические инновации, так и психологические особенности восприятия контента современной молодёжью. Начнем с рассмотрения трансформаций моделей потребления контента молодой аудиторией. Исследователи отмечают, что для молодых пользователей характерна клиповость мышления, предпочтение коротких форматов и визуального контента. При этом, вопреки стереотипам, молодые люди проявляют интерес не только к развлекательному, но и к образовательному, научно-популярному контенту. Показателен опыт издания «Аргументы и факты», которое, несмотря на свое позиционирование «классической прессы», активно работает с молодёжной аудиторией. Ежемесячно сайт издания посещают 45 миллионов человек, из которых 19,5 миллиона – молодёжь. Печатную версию читают 100 тысяч молодых людей, причём за последний период этот сегмент вырос более чем на 3%. [1] Этот факт опровергает тезис о полном исчезновении интереса к печатным изданиям и указывает на необходимость гибридных стратегий.

Выделим ключевые технологические тренды в развитии молодёжных журналов. Первый – это тренд на интерактивность, мультимедийность и гипертекстуальность. Эти характеристики позволяют трансформировать линейное чтение в многомерный пользовательский опыт, где читатель становится соавтором и активным участником коммуникации. Исследователи выделяют три формата присутствия изданий в цифровой среде: полноценные оригинальные веб-сайты, электронные версии печатных изданий и интернет-приложения. Наиболее перспективным представляется третий путь, предполагающий создание уникального цифрового продукта, не дублирующего печатную версию. Второй – переход в цифровое пространство. Например, инновационным решением стал проект журнала «Москвичка», запустивший первое в России медиа в формате Telegram-приложения. Telegram остаётся лидером по среднесуточному охвату в России, и редакция приняла решение адаптироваться к новым привычкам потребления информации. [3] Третий тренд – это визуальное стратегирование и брендинг. В условиях цифровой среды визуальная составляющая выходит на первый план. Качественный, эстетически привлекательный дизайн становится инструментом построения доверия и формирования комьюнити. Задача современного журнала – стать «модным аксессуаром», частью идентичности молодого человека. Практика создания контента для социальных сетей с использованием печатной

версии (фотосессии, видео с журналом) позволяет поддерживать интерес и визуальное присутствие бренда в цифровом пространстве.

Прогноз динамики развития молодёжной журнальной периодики в России на ближайшие годы связан с дальнейшей структурной трансформацией отрасли в направлении гибридных моделей, предполагающих одновременное функционирование печатных и цифровых каналов распространения. С высокой вероятностью печатная версия будет закрепляться в качестве имиджевого и коллекционного продукта, тогда как цифровая среда станет базовой платформой для оперативной коммуникации, персонализированного потребления контента и расширения спектра сервисов, связанных с брендом издания. Устойчивость молодёжных журналов в условиях цифровизации определяется совокупностью управленческих, технологических и контентных решений. Ключевым условием конкурентоспособности выступает технологическая гибкость редакций, выражающаяся в готовности осваивать новые платформы дистрибуции и форматы производства медиаконтента (видеоконтент, подкасты, короткие вертикальные материалы, интерактивные спецпроекты, инструменты персонализации). Стратегически значимым направлением становится переход от модели «аудитория как потребитель» к модели «сообщество как участник», предполагающей развитие устойчивых коммуникационных связей, вовлечённости и совместного производства смыслов (UGC, интерактивные механики, мероприятия, клубные форматы и подписные экосистемы). В условиях высокой конкуренции цифрового медиарынка решающим фактором становится производство уникального, ценностно дифференцированного контента, ориентированного на конкретные сегменты молодёжной аудитории и поддерживающего узнаваемость бренда издания в разных средах.

Цифровая трансформация молодёжных журналов России представляет собой многофакторный процесс, требующий пересмотра традиционных редакционных моделей, редакционного планирования и логики монетизации. Наиболее результативные стратегии включают разработку самостоятельных цифровых продуктов, системное использование социальных сетей как каналов дистрибуции и обратной связи, развитие партнёрских проектов с брендами и институциями, а также реализацию медиаобразовательной функции, способствующей формированию медиаграмотности и поддержанию доверия аудитории.

### Источники и литература

- 1) Виноградова Н. Будущее медиаиндустрии. Молодёжь открыта новым технологиям [Электронный ресурс] // Аргументы и факты. – 2025. – 26 сент. – URL: <https://aif.ru/society/media/budushchee-mediaindustrii-molodyozh-otkryta-novym-tehnologiyam> (дата обращения: 01.02.2026).
- 2) Павлушкина Н. Научно-популярные медиа для детей: адаптация в цифровой среде / Н. Павлушкина, А. Тепляшина // Динамика медиасистем. – 2023. – Т. 3, № 1. – С. 226–236. – URL: <https://dynamicsmedia.ru/index.php/dm/article/view/232> (дата обращения: 14.02.2026).
- 3) Кейс журнала «Москвичка»: как запустить уникальное диджитал-направление [Электронный ресурс] // Sostav.ru. – 2024. – 19 дек. – URL: <https://www.sostav.ru/publication/kejs-zhurnala-moskvichka-kak-zapustit-unikalnoe-didzhitall-napravlenie-72130.html> (дата обращения: 14.02.2026).