

Тема ментального благополучия в современных российских СМИ

Научный руководитель – Ершов Юрий Михайлович

Выцына Александра Николаевна

Студент (бакалавр)

Филиал МГУ имени М.В.Ломоносова в г. Севастополе, Историко-филологический факультет, Кафедра журналистики, Севастополь, Россия

E-mail: vycynaaleksandra@gmail.com

Тотальная цифровизация влияет на поведенческие модели и восприятие мира, особенно в условиях ускоренного ритма жизни, характерного для крупных городов. Исследователи отмечают, что для молодого поколения приоритетами становятся общение, личностное развитие и психологическое благополучие [1]. Важным фактором этого процесса является психологическая осведомлённость и внимание к ментальному здоровью.

Возросший интерес общества к психологии отразился и в медиапространстве. СМИ не только создают контент, но и взаимодействуют с профессиональным сообществом. Примером является холдинг Shkulev Media: в 2024 году компания приобрела 30% сервиса «Поговорим.online», прогнозируя десятикратный рост рынка онлайн-психологии – с имеющихся на данный момент 40 млрд рублей в год [2]. Заметим, что Виктор Шкулев уже 20 лет издает научно-популярный журнал «Psychologies».

Методология исследования. Целью контент-аналитического исследования было изучение медиариторики по теме ментального здоровья. Анализу подверглись три российских издания: федеральное – «Российская газета», официальный печатный орган Правительства Российской Федерации, деловое – «РБК» и региональное – «Крымская газета».

Результаты анализа. Исследование показало рост публикаций о психологии. На портале «РБК» число материалов под соответствующим тегом увеличилось почти в шесть раз – со 140 в 2015 году до 810 в 2024. В «Российской газете» коэффициент прироста составил 1,5 (с 257 до 376 публикаций в среднем за последние три года). В «Крымской газете» за год после появления тега «психология» (2022) количество материалов выросло с 65 до 127.

При анализе содержания выяснилось, что СМИ чаще всего рассматривают проблемы психики, а также ментальные нарушения, достаточно распространёнными можно считать публикации о расстройстве аутистического спектра. В «Российской газете» из 133 рассмотренных статей 33,83% затрагивают ограничения возможностей здоровья, на региональном уровне (в «Крымской газете») схожий показатель – 27% публикаций посвящены психическим нарушениям, преимущественно у детей.

Также выявлена тенденция сотрудничества СМИ с экспертами и исследовательскими центрами. В статьях используются статистические данные, отчеты ВЦИОМ и других социологических центров, инфографика. Помимо медицинских аспектов, психология освещается через темы осознанного потребления, тайм-менеджмента, спорта, работы и межличностных отношений.

На региональном уровне преобладают рекомендательные материалы: в «Крымской газете» 21% публикаций (64 из 305) – это инструкции с заголовками типа «Как помочь ребенку завести друзей?» или «Как справиться с чувством неопределённости?».

Выводы. Психологические знания становятся неотъемлемой частью массовой культуры, выходя за рамки науки и медицины. Согласно теории установления повестки дня, СМИ не только удовлетворяют общественный интерес, но и формируют его. Осведомлённость о ментальном здоровье растёт, а обращение за профессиональной помощью становится менее стигматизированным. СМИ способствуют распространению психологических знаний и их закреплению в массовом сознании.

Источники и литература

- 1) Почему так резко все стали интересоваться психологией? // B17.ru URL: <https://www.b17.ru/article/419921/> (дата обращения: 26.02.2025).
- 2) Shkulev Media купил долю в онлайн-сервисе психологии // РБК URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/18/04/2024/6620f8779a7947c8c42ba336 (дата обращения: 26.02.2025).