

Специализированные журналы в условиях медиатизации сферы психологических знаний (на примере журнала Psychologies)

Научный руководитель – Жилякова Наталья Вениаминовна

Нипомнящая Валерия Андреевна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Факультет журналистики, Томск, Россия

E-mail: vara21@mail.ru

В начале XXI века среди массовой аудитории увеличивается интерес к психологической науке, и на этот запрос откликнулись СМИ. Сегодня люди имеют доступ к максимальному количеству информации о психологии через различные медиаканалы, транслирующие психологические знания доступным для массовой аудитории языком.

Как известно психология — это наука, изучающая закономерности возникновения, развития и функционирования психики и психической деятельности человека и групп людей. Она включает гуманитарный и естественно-научный подходы. Психология выделяется своей нематериальностью, некоторой субъективностью, поэтому сложно определять психологические явления и толково преподносить их.

Популяризация психологии как науки ведет к повышению психологической культуры граждан и, следовательно, к улучшению качества жизни.

Периодические издания, связанные с проблемами психологии, начали зарождаться еще в конце XIX в. Они отображали переход психологии к самостоятельной науке. В XX в. стали появляться первые специализированные психологические журналы, а в настоящее время можно говорить о целом медиасегменте, посвященном популяризации психологических знаний.

В настоящем исследовании мы обращаемся к специализированным психологическим изданиям, типичным представителем которых является журнал «Psychologies».

Специализированная пресса направлена на удовлетворение интересов аудитории в дополнительной информации, она учитывает особенности пола, возраста, различных интересов их аудитории. По этой причине в мировой практике специализированная пресса в основном представлена в изданиях журнального типах.

«Psychologies» - международный медиа-бренд, объединяющий журнал, сайт, мобильные приложения. Он был создан как ежемесячный журнал во Франции в 1970 году. За последнее десятилетие «Psychologies» стал самым успешным и динамичным издательским проектом Европы, сегодня выходит в восьми странах мира, в том числе - с 2005 года - и в России. Аудитория одного номера журнала в России - 813 100 человек (по данным TNS Россия). Тираж - 163 000 экземпляров. Главный редактор журнала — Ксения Киселева. В журнале представлен опыт ведущих экспертов в области психологии, психотерапии, психоанализа, социологии и философии.

В условиях медиатизации сферы психологических знаний журнал вынужден был искать свою собственную нишу, свое «лицо», которое отличало бы его от других медиа, посвященных психологии. «Psychologies» обратился к женщинам, заинтересованным прежде всего в нормализации отношений с окружающими их людьми. Эта особенность журнала отражается как на его рубрикации, так и в рекламной сфере, определяет его уникальное место в ряду психологических изданий.

Исследование «Psychologies» дает возможность определить методы воздействия на целевую аудиторию, выявить приемы популяризации психологических знаний в массовом издании, определить темы постоянные и «сезонные», находящиеся в сфере внимания читателя журнала. Одним из перспективных направлений научного поиска является изучение разницы между онлайн-версией и печатным вариантом журнала «Psychologies», что может дать ответ на вопрос о разнице восприятия новых и традиционных СМИ, о возможностях, которые дает классическому глянцевого, гендерно ориентированному журналу выход в интернет-пространство.