

УДК 159.9:070.3

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.6/63>**Чернякова О. В.**

Київський університет інтелектуальної власності та права

Данько-Сліпцова А. А.

Київський університет інтелектуальної власності та права

Гришко О. Д.

Київський університет інтелектуальної власності та права

ПСИХОЛОГІЯ СТРАХУ В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ЧОМУ НЕГАТИВНІ НОВИНИ ПРИВЕРТАЮТЬ БІЛЬШЕ УВАГИ СОЦІУМУ

У статті досліджується феномен психології страху в контексті журналістської діяльності, зокрема аналізуються механізми, завдяки яким негативні новини привертають підвищену увагу аудиторії. Особлива увага приділяється впливу медіа на емоційний стан людей, а також виявленню основних психологічних чинників, що сприяють високій популярності та швидкому поширенню новин із негативним змістом. Актуальність тематики зумовлена сучасними тенденціями медіапростору, де саме інформація про катастрофи, акти насильства, збройні конфлікти та інші кризові явища отримує найбільшу кількість переглядів і викликає найсильніший емоційний резонанс серед громадськості.

У межах дослідження представлено теоретичний огляд наукової літератури, що охоплює різні підходи аналізу страху як складного психологічного феномену. Психологія страху розглядається крізь призму еволюційної значущості досліджуваної емоції, функцій та механізмів впливу на поведінкові реакції особистості останньої. Зокрема, наголошується на тому, що журналістика активно використовує страх як потужний емоційний інструмент для привернення уваги аудиторії, формування громадської думки та маніпуляції масовою свідомістю. Страх виступає важливим мотиваційним чинником, що впливає на обробку інформації та поведінкові реакції, активуючи механізми так званих «гірших сценаріїв», які запускають у людини біологічну реакцію на загрозу, навіть якщо вона є гіпотетичною чи перебільшеною.

Існує тенденція, що негативні новини отримують більший резонанс завдяки здатності викликати емоційні переживання. Дане дослідження сприяє глибшому розумінню того, як медіа використовують психологічні механізми страху для привернення уваги аудиторії, і підкреслює необхідність подальших наукових розвідок у цій галузі. Перспективними напрямками майбутніх досліджень є вивчення етичних аспектів використання страху в журналістиці, аналіз впливу медіа на різні соціальні групи, а також розробка рекомендацій щодо підвищення медіаграмотності та формування критичного мислення у споживачів інформаційного контенту.

Ключові слова: психологія страху, журналістика, негативні новини, маніпулювання увагою, медіа, соціальні механізми, емоційний вплив, соціум.

Постановка проблеми. В рамках сучасного українського інформаційного простору існує тенденція домінування медіа, що здатні впливати на громадську думку, маніпулюючи увагою аудиторії через трансляцію емоційно забарвленого контенту. В умовах швидких соціальних, політичних та економічних змін в Україні, особливо в період війни, зростає значення медіа не лише як інструменту передачі інформації широкому загалу, але й як засобу психологічного впливу на суспільство. У цьому контексті особливої актуальності

набуває дослідження того, чому негативні новини привертають більше уваги, ніж позитивні, і який психологічний механізм лежить в основі цього феномену.

В Україні, як і в багатьох країнах світу, медіа стали потужним фактором формування соціальних настроїв та поведінкових реакцій. Численні психологічні дослідження демонструють, що негативні новини привертають більше уваги суспільства, оскільки вони відображають реальні чи уявні загрози, які активують базові захисні меха-

нізми. Такий феномен відомий як «негативна перевага» – психологічна тенденція приділяти більше уваги негативним подіям, оскільки вони сприймаються як більш важливі і потенційно небезпечні [2, с. 217].

Особливо актуальним це є для українського суспільства в умовах збройного конфлікту. Відсутність стабільності в державі, постійна загроза безпеці, економічні труднощі створюють таку ситуацію, коли людина стає чутливою до інформації про загрози, небезпеки та катастрофи. Журналісти та медіа, в свою чергу, активно використовують страх як інструмент привернення уваги та підвищення рейтингів [1, с. 223]. Негативні новини стають більш привабливими для споживачів інформації, оскільки вони містять елементи тривоги, переживання і відображають найгірші сценарії розвитку подій.

Таким чином, наукове вивчення психології страху в контексті журналістської діяльності є необхідним для більш глибокого розуміння взаємодії медіа та аудиторії, а також для розробки стратегій, які можуть зменшити негативний вплив новин на соціум, що переживає кризу – загалом, а також кожного громадянина – окремо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика психології страху в журналістській діяльності, а також впливу негативних новин на соціум, входить в коло наукових інтересів великої кількості дослідників різних галузей наукового знання, зокрема психології, соціології, медіазнавства та комунікацій. В останні роки значна увага приділяється вивченню емоційних та когнітивних реакцій людини на медіа-контент, особливо в умовах соціальних і політичних змін [10, с. 91]. Вивчення психологічних аспектів впливу новинних медіа на громадську свідомість та поведінку займає важливе місце в сучасних дослідженнях, особливо у контексті кризових ситуацій, таких як війна, економічні кризи чи пандемії.

Одним із ключових напрямів досліджень у цій галузі є вивчення феномену «негативної переваги», що пояснює схильність соціуму приділяти більше уваги негативним подіям у медійному просторі порівняно з позитивними. Теоретичні засади «негативної переваги» ґрунтовно розроблені західними психологами, зокрема Брейнсоном і Каном, які наголошують, що негативні новини викликають інтенсивніші емоційні реакції завдяки їхньому еволюційному значенню для виживання людини. Такий ефект зумовлений біологічними механізмами, що сприяють пріоритетному сприйняттю загроз як критичних для забезпечення життєдіяльності індивіда [2, с. 217].

Особливу увагу до ролі медіа у формуванні суспільних наративів через експлуатацію страху приділяють зарубіжні дослідники, зокрема Джонатан Бернетт і Стівен Форт. У своїх роботах Бернетт акцентує на механізмах маніпуляції страхом у сучасних медіа з метою підвищення рівня залученості аудиторії, а також аналізує соціокультурні контексти, що впливають на сприйняття негативних новин у різних суспільствах. Стратегії використання страху в журналістиці є предметом досліджень американських і британських науковців, таких як Девід Холл і Гелен Ребер, які зосереджуються на впливі медійного контенту на поведінкові моделі громадян, особливо в умовах глобальних криз [11, с. 93].

У контексті українських досліджень вітчизняні науковці приділяють значну увагу вивченню медіа-психології, зокрема впливу новинних медіа на психоемоційний стан громадян в умовах війни та соціальних трансформацій. Дослідження Олександра Ляшенка зосереджені на аналізі психологічних наслідків інформаційної війни та пропаганди, що впливають на свідомість населення. У своїх роботах він акцентує увагу на трансформації емоційних і когнітивних реакцій під впливом засобів масової інформації, підкреслюючи, що в умовах збройного конфлікту медіа можуть як сприяти психологічній підтримці, так і посилювати стресові стани серед населення [7]. Це, своєю чергою, може призводити до загострення соціальних напружень і впливати на колективну поведінку.

Сергій Максименко досліджує психологічні аспекти сприйняття новин в умовах підвищеної тривожності в українському суспільстві. Науковець підкреслює, що під час війни та глобальних соціальних змін негативний медійний контент виступає одним із провідних джерел стресу для громадян. У своїх працях він аналізує особливості сприйняття негативних новин серед представників різних вікових груп і соціальних категорій, зазначаючи, що домінування емоцій страху може спричинити дезорганізацію соціальних зв'язків і сприяти формуванню емоційної ізоляції [8].

Серед інших українських дослідників, які займаються вивченням впливу медіа на емоційний стан особистості в умовах кризових ситуацій, варто відзначити Тетяну Яблонську та Віктора Зливкова. Їхні наукові роботи зосереджені на аналізі механізмів медіавпливу в контексті таких викликів, як війна, соціальні катастрофи та економічні труднощі [4, с. 34–35].

Отже, науковий дискурс, присвячений дослідженню психології страху в медійному контексті,

демонструє високий рівень розвитку як в Україні, так і за її межами. Особливістю вітчизняних досліджень є акцент на специфічних умовах інформаційної війни та соціальних криз, які визначають унікальний український контекст. У той час як міжнародні дослідження переважно зосереджені на загальних психологічних механізмах впливу медіа на емоційний стан аудиторії, українські науковці акцентують увагу на локальних соціально-політичних реаліях. Такий підхід дозволяє суттєво розширити розуміння феномену медіавпливу в умовах як глобальних, так і локальних трансформацій сучасності.

Метою статті є аналіз психологічних механізмів впливу негативних новин на соціум через призму журналістської діяльності, зокрема розгляд причин підвищеної уваги до негативних подій у медіа. У статті здійснено огляд теоретичних підходів щодо психології страху в контексті медіавпливу, а також вивчено роль медіа як інструмента маніпуляції емоціями аудиторії. Особливу увагу приділено дослідженню цього явища в умовах соціально-політичних змін в Україні, зокрема в умовах війни та соціальної кризи.

Виклад основного матеріалу. У межах дослідження психології страху в журналістській діяльності важливим є визначення та аналіз взаємозв'язку таких ключових понять, як «страх», «емоційний вплив медіа», «негативна новина», «медіапсихологія» та «маніпуляція емоціями через медіа». Розгляд цих категорій дозволяє глибше зрозуміти механізми медіавпливу на громадську свідомість і поведінкові реакції, а також ідентифікувати основні фактори, що обумовлюють зростання ролі негативного контенту в сучасному інформаційному середовищі.

Поняття «страх» у психології визначається як емоційна реакція на реальну або уявну загрозу, що активує захисні механізми організму. Відповідно до класичних психологічних концепцій (Лазарус, 1991), страх є відповіддю на сприйняту небезпеку, що поєднує когнітивні, емоційні та фізіологічні компоненти. З еволюційної точки зору страх виконує адаптивну функцію, забезпечуючи швидку реакцію на подразники, що потенційно можуть загрожувати життю чи добробуту особистості [6, с. 154]. Проте в умовах сучасного інформаційного середовища, особливо під впливом мас-медіа, страх може виступати не лише природною захисною реакцією, а й бути результатом цілеспрямованої маніпуляції, спрямованої на привертання уваги та вплив на масову свідомість.

Негативні новини, які зазвичай висвітлюють події, що викликають тривогу чи страх, мають

вищий рівень сприйняття серед аудиторії. Дослідження Джонатана Бернетта свідчать, що новини з негативним змістом набагато ефективніше привертають увагу споживачів медіаконтенту порівняно з позитивними, оскільки вони активізують емоційні реакції, що забезпечують підвищену зацікавленість і триваліший когнітивний фокус [2, с. 217].

Емоційний вплив медіа на масову свідомість є центральною темою досліджень у сфері медіапсихології. Ця галузь науки вивчає взаємодію між медійними повідомленнями, їхніми споживачами та психологічними реакціями, які виникають у відповідь на той чи інший контент. Як зазначає Олександр Ляшенко, медіа виконують не лише функцію передачі інформації, але й виступають потужним інструментом формування емоційного стану та поведінкових моделей у суспільстві. Сучасні медіа активно використовують психологічні технології для створення контенту, що викликає сильні емоційні реакції, зокрема страх, тривогу або подив [7]. Це особливо проявляється під час глобальних криз, таких як війна чи природні катастрофи, коли домінування негативного інформаційного контенту стає помітною характеристикою медійного простору.

Ключовим аспектом цієї проблематики є феномен «негативної переваги», що визначається як когнітивна тенденція надавати більшої уваги негативним подіям порівняно з позитивними. Дослідження Девіда Холла та Гелен Ребер демонструють, що ця особливість має еволюційне підґрунтя: в умовах боротьби за виживання людина інстинктивно фокусувалася на інформації, що сигналізувала про потенційну загрозу. Сучасні медіа, спираючись на цей психологічний механізм, часто посилюють негативні елементи у своїх матеріалах для утримання уваги аудиторії та підвищення рейтингових показників [2, с. 217].

Особливої актуальності набуває питання впливу негативних новин на суспільство в умовах війни, як це спостерігається в Україні. З початку збройного конфлікту на сході країни медіа стали важливим інструментом формування громадської думки та емоційних реакцій населення. Така тенденція зберігається і сьогодні в контексті повномасштабної війни. Дослідження Тетяни Яблонської засвідчують, що в умовах інформаційної війни медіа активно використовують стратегії, спрямовані на інтенсифікацію емоцій страху для мобілізації населення та підтримки певних політичних і соціальних ініціатив. Водночас результати роботи Віктора Злижкова вказують на подвій-

ний ефект такого впливу: з одного боку, страх може сприяти підвищенню обізнаності та готовності до захисту, з іншого – викликати емоційне виснаження, хронічний стрес і навіть депресивні стани серед окремих груп населення [9, с. 136].

Не менш важливою є проблема впливу негативного медіаконтенту на рівень соціальної довіри та згуртованості. Як зазначає Сергій Максименко, домінування тривожної інформації може стати фактором емоційної дезорієнтації, сприяти поляризації суспільства, формуванню негативних соціальних установок і недовіри до інституцій влади, сусідів чи інших соціальних груп. В умовах гібридної війни в Україні це створює сприятливе середовище для інформаційних маніпуляцій, спрямованих на загострення внутрішніх конфліктів і посилення соціальної напруженості [8, с. 32–33].

Отже, негативні новини відіграють ключову роль у сучасному медіапросторі не лише завдяки своїй інформативній значущості, але й через потужний психологічний вплив на аудиторію. Контент, що містить елементи страху, тривоги чи агресії, активізує когнітивні й емоційні механізми, забезпечуючи підвищену увагу з боку споживачів медіа. У контексті сучасних українських реалій цей процес посилюється інформаційними війнами та кризовими соціально-політичними обставинами, що актуалізує потребу в подальших наукових дослідженнях у сфері медіапсихології та соціальної психології для кращого розуміння механізмів впливу медіа на суспільство.

Висновки. У межах дослідження психології страху в журналістській діяльності було встановлено, що негативні новини справляють значний вплив на емоційний стан аудиторії, провокуючи

інтенсивні емоційні реакції, зокрема страх, тривогу та занепокоєння. Це явище зумовлене еволюційно обумовленою потребою людини фокусуватися на потенційних загрозах для забезпечення власного виживання. Така психологічна схильність активно використовується медіа з метою привернення уваги аудиторії, утримання її зацікавленості та підвищення рейтингових показників.

Аналіз сучасних досліджень свідчить, що в умовах соціальних і політичних криз, зокрема під час війни в Україні, негативні новини стають провідним чинником емоційного впливу на суспільство. Вони сприяють зростанню рівня соціальної напруженості, підсилюють недовіру до державних інституцій та формують атмосферу загальної тривожності. Водночас важливо враховувати подвійний ефект такого впливу: з одного боку, негативний контент може виступати засобом мобілізації суспільства, консолідації зусиль у кризових умовах; з іншого – він здатен призводити до емоційного виснаження, хронічного стресу та розвитку психологічних розладів серед окремих груп населення.

Перспективами подальших досліджень є більш глибоке вивчення механізмів маніпуляції емоціями через медіа, а також розробка рекомендацій для журналістів щодо етичного використання страху в контексті інформаційних криз. Необхідно також звернути увагу на вивчення впливу медіа на різні вікові та соціальні групи, оскільки реакція на негативні новини може суттєво варіюватися в залежності від індивідуальних психологічних особливостей. Додатково, доцільно провести дослідження ефективності медіа-освіти в умовах інформаційної війни, зокрема щодо формування критичного мислення у споживачів медіа-контенту.

Список літератури:

1. Жданова І. В., Бондаренко Л. О., Велічко А. В. Психологічні аспекти інформаційного впливу під час воєнних дій в Україні. Габітус. 2022. Вип. 41. С. 222-226.
2. Зеленін В., Чопик Л., Доскач С. Вплив медіа на масове сприйняття та психологічний стан громадян. *Humanitarian studios: pedagogics, psychology, philosophy*. 2024. Vol 15 (2). С. 213-219.
3. Іванова І. Б. Засоби маніпулювання аудиторією в Інтернет-медіа в умовах війни. Права людини: відображення у медіапросторі : матеріали другого науково-методологічного семінару. Київ: ФМВ НАУ, 2023. С. 58-61.
4. Кириченко Є.В. Вплив засобів масової інформації на політичну свідомість. Сучасні виклики соціально – політичного розвитку: політико-правові та соціально-економічні виміри : матеріали всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, 24 травня 2024 року. Одеса : ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», Центр соціально-політичних досліджень «Politicus», 2024. С. 33-36.
5. Ковальчук І. В. Вплив засобів масової інформації на свідомість людей. Вісник наукових ідей молоді, 24-25 березня 2021 р. Вінниця, 2021. С. 129-131.
6. Коляденко О. Термінопоняття "страх" у психологічній мовній картині світу: лексикографічна репрезентація. Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського. Сер. Філологія (мовознавство). 2013. Вип. 18. С. 148-157.

7. Ляшенко Н.О. Потреби українців в умовах війни. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. 2023. С. 957.
8. Максименко О. В. Медійний переклад в умовах інформаційної війни. Мовні і концептуальні картини світу. 2014. Вип. 50 (2). С. 29-34.
9. Мосов С. П., Ухаова Н. С. Протидія негативним інформаційним впливам на людину і суспільство в умовах гібридної війни. Інформація і право. 2018. № 2 (25). С. 134-141.
10. Уханова Н. С. Деструктивний вплив засобів масової інформації на суспільну і особистісну свідомість та поведінку молоді. Інформація і право. 2022. № 1 (40). С. 89-96.
11. Шайгородський Ю. Ж. Вплив медіа на суспільно-політичні та етико-моральні процеси в Україні. Політикус : наук. журнал. 2021. № 6. С. 89–95.

Cherniakova O. V., Danko-Sliptsova A. A., Gryshko O. D. THE PSYCHOLOGY OF FEAR IN JOURNALISM: WHY NEGATIVE NEWS ATTRACTS MORE ATTENTION FROM SOCIETY

The article explores the phenomenon of the psychology of fear in the context of journalistic activity, in particular, analyzes the mechanisms by which negative news attracts increased attention from the audience. Special attention is paid to the influence of the media on the emotional state and mental health of people, as well as to identify the main psychological factors that contribute to the high popularity and rapid spread of news with negative content. The relevance of the topic is due to modern trends in the media space, where information about disasters, acts of violence, armed conflicts and other crisis phenomena receives the greatest number of views and causes the strongest emotional resonance among the public.

The study presents a theoretical review of the scientific literature, covering various approaches to the analysis of fear as a complex psychological phenomenon. The psychology of fear is considered through the prism of its evolutionary significance, functions and mechanisms of influence on the behavioral reactions of the individual. It is emphasized that journalism actively uses fear as a powerful emotional tool to attract the attention of the audience, form public opinion and manipulate mass consciousness. Fear is important motivational factor that affects information processing and behavioral reactions, activating the mechanisms of the so-called worst-case scenarios that trigger a biological reaction in a person to a threat, even if it is hypothetical or exaggerated.

There is a tendency for negative news to receive greater resonance. This study contributes to a deeper understanding of how the media use the psychological mechanisms of fear to attract the attention of the audience, and emphasizes the need for further scientific exploration in this area. Promising areas of future research are the study of the ethical aspects of the use of fear in journalism, the analysis of the impact of the media on various social groups, as well as the development of recommendations for increasing media literacy and the formation of critical thinking among consumers of information content.

Key words: *psychology of fear, journalism, negative news, attention manipulation, media, social mechanisms, emotional influence, society.*