

## Комунікаційні технології в мас-медіа



### **Юрій ГАВРИЛЕЦЬ**

кандидат наук із соціальних комунікацій,  
молодий науковий співробітник  
Інституту журналістики  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка



### **Володимир РІЗУН**

доктор філологічних наук, професор,  
директор Інституту журналістики  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка



### **Сергій ТУКАЄВ**

кандидат біологічних наук,  
старший науковий співробітник  
ННЦ «Інститут біології»  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка



### **Микола МАКАРЧУК**

доктор біологічних наук, професор,  
завідувач кафедри фізіології людини і тварин  
ННЦ «Інститут біології»  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка

УДК 007: 304: 659.3

### **ТРИВОЖНІСТЬ ЯК ЕФЕКТ НЕГАТИВНОГО ЕМОЦІОГЕННОГО КОНТЕНТУ ТЕЛЕНОВИ**

*Тривожність розглядається психологами впливів засобів масової комунікації як один із найсильніших психоемоційних медіаефектів. У статті розглядається феномен тривоги як наслідок впливу телевізійних новин на глядачів, етапи переживання тривоги у телеглядачів, а також аналізуються загрози тривожних станів психічному здоров'ю реципієнтів новинних випусків телебачення.*

**Ключові слова:** тривожність, короткотривалий медіаефект, теленовини, психоемоційний стан,

Протягом останнього десятиліття обсяг інформації, що оточує людину у будь-якій момент її життя, неухильно зростає. В таких умовах індивід нерідко відчуває стрес. Які чинники є ключовими в цьому процесі? Чи власне кількість інформації, яка сприймається цілеспрямовано чи мимоволі (краєм вуха)? Чи її неналежна якість, коли реципієнт дивиться те, що йому завдає шкоди? Які ефекти можуть спричинити ті чи інші телевізійні програми у своїх глядачів? Якщо негативний телевізійний контент може викликати стрес, тривогу, страх перед майбутнім, то чи

може сама людина обмежувати негативний вплив? На ці та багато інших питань наука шукає відповіді вже не перше десятиліття. Чому саме тривожність? Згідно з дослідженням «Короткотривалі медіаефекти в молодіжних студентських групах (на матеріалі теленовін)» [7, с. 123], негативні новини викликають удвічі сильнішу тривожність, ніж нейтральні сюжети. Це наштовхнуло нас на потребу глибокого вивчення особливостей цього явища в контексті медіаефектів.

Загалом проблеми тривожності досліджували російські вчені О. Прохоров [10], А. Прихожан [9]. Серед американських дослідників симптомів тривожності у медіавпливах варто виокремити праці А. Шабо [5], Б. Вілсон [6], В. Джонстон [2].

Нині назріла необхідність експериментального вивчення медіаефектів. Це ті результати впливу мас-медіа, які можна оцінити, виміряти й систематизувати. З цього випливає необхідність вивчення оцінок переживання тривоги за допомогою спеціальних опитувальників. З огляду на це **мета** цієї статті – визначити міру впливовості переживання тривоги у загальній структурі психоемоційних медіаефектів. Для досягнення цієї мети поставлено такі **завдання**:

- визначити поняття тривоги та ідентифікувати його у структурі короткотривалих медіаефектів;
- простежити основні етапи формування тривоги у глядачів телевізійного контенту;
- окреслити загрози, які потенційно можуть завдавати шкоду психічному здоров'ю глядачів унаслідок переживання тривоги.

Загалом медіаефекти можна оцінювати у двох загальних контекстах: довготривалому та короткотривалому. Якщо довготривалі ефекти впливу медіа потрібно вивчати за допомогою лонгітюдних досліджень, які потребують значних часу, коштів і людських ресурсів, то короткотривалі – набагато простіші для пізнання. Проте справа не лише у легкості. «Під короткотривалими медіаефектами слід розуміти такі реакції людського організму на медіаповідомлення, які не усвідомлюються мовцем, є прихованими і тимчасовими, але які від частого повторення можуть «запускати» довготривалі усвідомлювані реакції в людському організмі» [7, с. 74]. Такі медіавпливи можуть слугувати своєрідною базою досліджень довготривалих через концентрованість на певних зразках медіаконтенту (перегляд новинного випуску або кількох теленовінних сюжетів), на відміну від довготривалих, які засновані на впливі мають більш розмитий (скажімо, перегляд телевізора понад 3 години щодня). Для довготривалих ефектів впливу більш характерний кумулятивний ефект і складно ідентифікувати першопричину формування певних рис і характеристик особистості. Та й загалом ефекти впливу засобів масової комунікації (ЗМК) в короткій перспективі – це базовий тренд сучасної психології ЗМК у світовому контексті.

Не є таємницею, що особливо інтенсивний потік інформації продукується і поширюється в соціумі масовокомунікаційними джерелами. Це – рекламні ролики, інші комерційні інформаційні продукти, кінофільми, різного виду ток-шоу та ін. Провідне ж місце в палітрі телепрограм посідають новини, оскільки є журналістикою в найбільш «чистому» вигляді як сфера продукування повідомлень про факти. І на найближчу перспективу саме дослідження впливу новин повинне мати пріоритет у вивченні короткотривалих медіаефектів. Згідно з дослідженням Б. Пфедфенбаум, глядачі, які дивилися новини про теракт в Оклахома-сіті у 1995 р. та перебували на відстані понад 100 км від місця події, відчували посттравматичний стресовий розлад, наче безпосередні учасники події [3].

Власне тривога становить собою тривалий і невиразний страх щодо майбутніх

подій. Вона виникає в ситуаціях, коли ще немає (і може не бути) реальної небезпеки але людина, чекає її, причому не уявляє, як з нею впоратися. На думку К. Ізарда, тривога – це поєднання кількох емоцій: страху, печалі, сорому і почуття провини [8].

Варто також розрізнити тривогу і тривожність. Якщо тривога – це почуття невизначеності й страху перед майбутнім, то тривожність – це індивідуальна риса особистості, яка полягає у частоті переживання тривоги. Проте тривожність стає значною тільки за умови частого «програвання» людиною почуття тривоги. Процес появи стійкої тривожності проходить у кілька етапів. На першому відбувається її зародження, пов'язане з формуванням так званого «динамічного опорного ядра», що складається з психічних процесів, у яких тривожність проявляється. Другий етап характеризується закріпленням у конкретній діяльності й поведінці. На останньому етапі сформоване новоутворення, набуваючи характеру стійкої особистісної тривожності, відтворює психічні стани, завдяки яким цей стан з'явився.

Щоби зрозуміти масштаб і небезпеку переживання тривоги, зокрема через перегляд негативного емоціогенного контенту в теленовинах, варто звернути увагу на думки американських психологів, які наголошують: значна частка порушень психіки виникає під впливом стійкого переживання тривоги [1]. За спостереженнями Національного інституту розумового здоров'я (США), тривалі стани тривоги часто можуть спричинити шість психічних розладів: 1) напади паніки; 2) розлад загальної тривоги; 3) obsesивно-компульсивний розлад; 4) розлад соціальної тривоги (соціальна фобія); 5) інші фобії; 6) посттравматичний стресовий розлад.

У контексті реакцій реципієнтів на медіаконтент варто зупинитися на останньому виді розладів. Саме посттравматичний стресовий розлад може бути викликаним частим переглядом негативних новин, що підтверджує дослідження Р. Коен-Сілвер [4]. На думку вченої, у людей, які дивилися теленовини понад 4 години на день під час терактів 11 вересня, а також початку війни США в Іраку, через кілька тижнів фіксувалися симптоми цього розладу: емоційна притупленість, сновидіння з елементами жахів, в окремих випадках мали місце гострі спалахи страху, паніки та агресії. За словами дослідниці, сприйняття інформації в інтернеті позбавлене таких побічних ефектів, бо реципієнти можуть самі обирати, що їм дивитися. Натомість частий перегляд телевізійних новин «не сприяє психологічному здоров'ю» [4].

Підсумовуючи, наголосимо, що почуття тривоги від теленовин може завдавати найбільшої шкоди глядачам за умови тривалості і частоти перегляду. В наступних дослідженнях було б цікаво встановити, який ступінь тривоги може викликати будь-який показаний у телеэфірі контент, незалежно від жанру. Також доцільно поглибити вивчення впливу телевізійного новинного контенту на формування посттравматичного стресового розладу у глядачів. Адже доволі цікавими є результати минулих праць: такий розлад виникає і має схожі риси як в учасників негативних подій (вбивства, катастрофи, війни), так і в телеглядачів.

Щодо підтримки власного психічного здоров'я глядачами, висновок може бути тільки один: набагато простіше вчасно обмежувати тривалість сидіння перед телевізором, ніж потім лікувати власні психічні розлади.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Anxietycentre.com. Freedom. Confidence. Success. Anxiety disorders [Electronic resource]. – Mode of access : URL : <http://www.anxietycentre.com/anxiety-disorders.shtml>. – Title from the screen.
2. Johnston W. M., Davey. The psychological impact of negative TV news bulletins: The

catastrophizing of personal worries // *British Journal of Psychology*. – 1997. № 88(1). – P. 85–91.

3. Pfefferbaum B. et al. Post-traumatic Stress Two Years after the Oklahoma City Bombing in Youths Geographically Distant from the Explosion // *Psychiatry* 63, no. 4 (2000): 358–70.

4. Repeated exposure to traumatic images may be unhealthy [Electronic resource]. – Mode of access : URL : <http://news.uci.edu/press-releases/repeated-exposure-to-traumatic-images-may-be-unhealthy>. – Title from the screen.

5. Szabo, Attila, Hopkinson, Katey, L. Negative Psychological Effects of Watching the News in the Television: Relaxation or Another Intervention May Be Needed to Buffer Them! *International Journal of Behavioral Medicine*, 2007, Vol. 14, No. 2, 57–62 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : [libgen.org/scimag2/10.1007/BF03004169.pdf](http://libgen.org/scimag2/10.1007/BF03004169.pdf). – Title from the screen.

6. Wilson, Barbara. Media and Children's Aggression, Fear, and Altruism. *The Future of Children*, 18, no. 1 (Spring 2008), 87–118 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : [http://futureofchildren.org/futureofchildren/publications/docs/18\\_01\\_05.pdf](http://futureofchildren.org/futureofchildren/publications/docs/18_01_05.pdf). – Title from the screen.

7. Гаврилец Ю. Д. Короткотривалі медіаефекти в молодіжних студентських групах (на матеріалі теленовін): 27.00.01 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка / Гаврилец Юрій Дмитрович. – К., 2013. – 265 арк.

8. Изард К. Э. Психология эмоций / К. Э. Изард ; перев. с англ. – СПб : Издательство «Питер», 1999. – 464 с.

9. Прихожан А. М. Причины, профилактика и преодоление тревожности // *Психологическая наука и образование*. – 1998. С.11–17 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL : <http://psychlib.ru/mgppu/periodica/PNIO021998/PPP-011.HTM>. – Название с экрана.

10. Прохоров А. О. Психология неравновесных состояний / А. Прохоров. – М.: Изд-во Института психологии РАН, 1998. – 149 с.

**Yuri Havrylets, Vladimir Rizun, Sergey Tekayev, Nicholay Makarchuk  
Anxiety as a Negative Effect Emotiogenic TV News Content**

Anxiety is considered by media psychologists as one of the most powerful psycho-emotional media effects. In this paper the phenomenon of anxiety as a result of exposure of people to television news. Various stages of anxiety emergence in viewers, and formulated recommendations on how people can reduce the harmful effects of anxious states of the psyche.

**Keywords:** anxiety, short-term media effects, TV news, psycho-emotional state, content.

**Юрий Гаврилец, Владимир Резун, Сергей Текаев, Николай Макарчук  
Тревожность как эффект негативного эмоциогенного контента теленовостей**

Тревожность рассматривается медиапсихологами как один из сильнейших психоэмоциональных медиаэффектов. В данной статье рассматривается феномен тревоги как следствие воздействия телевизионных новостей на их зрителей. Анализируются этапы появления чувства тревоги у телезрителей, а также формулируются рекомендации относительно того, каким образом человек может уменьшить пагубное воздействие тревожных состояний психики.

**Ключевые слова:** тревожность, кратковременный медиаэффект, телевизионные новости, психоэмоциональное состояние, контент.