

Психологические аспекты восприятия негативных новостей в сети Интернет

© 2023

Фролов Иван Сергеевич^{*1,3}, магистрант факультета государственного и муниципального управления

Чернов Александр Юрьевич^{1,2,4}, доктор психологических наук,

профессор кафедры социологии, общей и юридической психологии,

профессор кафедры педагогики, психологии и коммуникативных дисциплин

¹Волгоградский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Волгоград (Россия)

²Волгоградская государственная академия физической культуры, Волгоград (Россия)

*E-mail: vlgr.ranepa.ru,
Vanyaafrol88@mail.ru

³ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-5853-7175>

⁴ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3850-3055>

Поступила в редакцию 19.05.2023

Принята к публикации 19.09.2023

Аннотация: Неотъемлемой частью жизни современного человека являются новости. Просмотр новостных источников и социальных медиа стал лидирующим способом проведения людьми свободного времени во многих странах. Некоторые исследователи утверждают, что аудитория целенаправленно выбирает для прочтения негативные новости. Информационное воздействие носит психологический характер. Развитие цифровых технологий одновременно создает и возможности, и угрозы. Цель исследования – определение структурных компонентов восприятия негативных новостей в сети Интернет и фиксация их психологического содержания. В работе применялся метод качественного исследования. С использованием полуструктурированного интервью была опрошена максимально вариативная выборка респондентов. В обработке данных интервью применялся тематический анализ. В исследовании приняли участие 13 человек в возрасте 20–45 лет. Именно эта возрастная категория наиболее активно потребляет новостной контент из сети Интернет. Валидность данных достигалась соблюдением критериев структурной подтверждаемости, согласованности интерпретативных процедур и референтной адекватности. Выявлена многоуровневая модель, состоящая из когнитивных, эмоциональных и психофизиологических аспектов восприятия негативных новостей. Установлено следующее отрицательное воздействие негативных новостей на психическую сферу жизни: интенсивные негативные эмоциональные переживания, подавленное настроение, нарушение сна, астения. При длительном проявлении негативных эмоциональных и психофизиологических симптомов респонденты используют стратегию избегания и отказа от негативных новостей.

Ключевые слова: восприятие негативных новостей; психологические аспекты восприятия негативных новостей; структура восприятия негативных новостей; аффективные аспекты; когнитивные аспекты; негативные новости; психофизиологические аспекты; симптомы влияния негативных новостей.

Для цитирования: Фролов И.С., Чернов А.Ю. Психологические аспекты восприятия негативных новостей в сети Интернет // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. 2023. № 3. С. 76–82. DOI: 10.18323/2221-5662-2023-3-76-82.

ВВЕДЕНИЕ

Новости, распространяемые в сети Интернет, являются эффективным средством вызывания различных эмоций. Интерес к новостям, во-первых, привлекает аудиторию к конкретному содержанию, во-вторых, способствует их распространению и, в-третьих, способствует переживанию вовлеченности в транслируемые события [1]. Необходимо отметить тот факт, что новостные тексты в цифровую эпоху информационной войны представляют собой завуалированный политико-идеологический нарратив. В силу этих причин аудитория склонна формировать аффективное отношение к новостям, поскольку она сталкивается с событиями и их последствиями, на которые надеялась или которых боялась [2]. Влияние эмоциональных реакций может даже выходить за рамки сюжета новости, побудить аудиторию к различным формам постнарративного вза-

имодействия в виде таких процессов, как ретроспективное воображаемое участие в описываемых событиях или парасоциальные отношения с ее персонажами [3]. Кроме этого, эмоциональное возбуждение в целом повышает готовность людей передавать информацию, в том числе и через социальные сети [4].

Новостные нарративы о текущих экономических, политических, социальных событиях, публикуемые в Интернете, характеризуются асимметричностью. В большом количестве исследований констатируется преобладание контекста, способного вызвать негативные эмоциональные переживания – пессимизм, страх, тревогу, даже депрессию. Например, авторы [5] приводят данные о преобладании негативных новостей на российском телевидении по сравнению с положительными. Многие исследователи отмечают, что внедрение информационных технологий создает не только новые возможности, но и новые проблемы и угрозы [6].

Информационное воздействие имеет психологический характер, влияет на поведение человека и достигает эффекта, изменяя психологические свойства, состояния и модели поведения личности [7]. Можно предположить, что воздействие негативно окрашенной информационной ленты испытывают также люди, имеющие нехимические зависимости, в частности зависимость от социальных сетей и смартфонов [8]. Таким образом, выполняя информационную функцию, СМИ и социальные сети способны оказывать негативное влияние на общественное сознание и настроение, поддерживать пассивное отношение к личной жизни, прямо и косвенно снижая потенциал субъектности у большей части общества [9].

Вместе с тем исследователями фиксируется два феномена: один из них получил название “doomscrolling” – бесконечное пролистывание ленты в поисках плохих новостей¹, другой – “information pollution” – «информационное загрязнение» социума [10]. СМИ и Интернет можно назвать основными источниками информационного загрязнения [11]. Стоит отметить, что активный думскроллинг может снижать способность головного мозга воспринимать позитивные новости, приводя к акцентированию сознания лишь на негативе [12].

Оказывается, что плохие новости читаются и продаются. Исследователи из Университета Макгилла в Канаде провели эксперимент, результаты которого показали, что его участники предпочитали читать новостные истории с негативным оттенком (например, связанные с коррупцией, неудачами и лицемерием), нежели нейтральные или позитивные истории. Исследователями предлагаются различные объяснения причин, по которым негативные новости пользуются популярностью².

Результаты вышеприведенного эксперимента можно интерпретировать с точки зрения когнитивной психологии. Утверждается, что люди обращают внимание на плохие новости не потому, что те сигнализируют о потенциально опасной для жизни ситуации, а по причине склонности переоценивать положительные качества в себе (феномен, известный как «когнитивное предубеждение» или «иллюзорное превосходство»). Другое объяснение предпочтения негативных новостей сводится к тому, что они в большей мере, чем позитивные новости, удовлетворяют стремление к новизне, позволяют преодолеть чувство социальной депривации [13]. В литературе, посвященной теории формирования впечатлений, указывается, что предпочтение негативных новостей обусловлено «когнитивным взвешиванием»: больше внимания уделяется информации, рассматриваемой как уникальная или новая, которая в большинстве случаев является экстремальной [14]. Подчеркивается также, что постоянное воздействие плохих новостей не вызывает посттравматического стрессового расстройства или тревожного расстройства и депрессии, если человек не предрасположен к этим состояниям. Воз-

можно, депрессивные или тревожные люди чаще, чем население в целом, ищут плохие новости, что, в свою очередь, может усугубить их симптомы [15].

Учитывая сказанное, можно утверждать, что проблематика, связанная с восприятием негативных новостей в СМИ и сети Интернет, остается актуальной. Более того, подходы к ее решению будут неполными, если игнорировать важность выявления психологической структуры восприятия негативных новостей в сети Интернет, определения основных компонентов, которые наполняют его психологическим содержанием.

Цель работы – определение структурных компонентов восприятия негативных новостей в сети Интернет и фиксация их психологического содержания.

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В нашей работе реализован качественный исследовательский подход, использование которого обеспечивает глубокое понимание разных сторон содержания изучаемых феноменов. Качественное исследование представляет собой комплексное изучение психологических явлений, основанное на полевой форме работы, предполагающее сбор подробных описаний переживаний и смыслов, обработку данных с помощью специальных процедур анализа текста, интерпретацию его с учетом социокультурного контекста, отсутствие жесткой стандартизации, внимание к единичным случаям, опору на точку зрения обследуемых людей и рефлексии самого исследователя [16].

Сбор эмпирических (лингвистических) данных проводился с помощью полуструктурированного интервью. Время беседы в среднем составляло 50 минут. Количество опорных вопросов составляло 15, среди которых можно выделить следующие: «Откуда вы получаете информацию?», «Как часто вы читаете новости?», «Что для вас негативная новость?», «Приходилось ли вам сталкиваться с негативными новостями?», «Какие эмоции вы испытываете при прочтении негативных новостей?», «Был ли у вас опыт избегания негативных новостей?», «Обсуждаете ли вы с кем-то негативные новости?», «Возвращались ли вы к прочтению негативных новостей?» и т. д. Для исследования использовалась максимально вариативная и специфическая выборка, которая составила 13 человек: женщины 22 лет (2 человека), 30, 32, 36, 40, 42 и 45 лет – всего 8 человек, мужчины 20, 22, 31, 33 и 43 лет – всего 5 человек. Сбор данных закончился, как только ответы респондентов начали повторяться.

Максимально вариативная выборка предполагает, что к участию в исследовании привлекаются респонденты с максимально различным опытом. В нашем случае это были респонденты, интересующиеся новостями и регулярно получающие информацию из СМИ или посредством социальных сетей. Специфический характер выборки позволил вскрыть границы различий внутри опыта, выявить респондентов с наиболее позитивным или наиболее негативным опытом восприятия новостей.

Особое внимание в ходе сбора и анализа лингвистических данных уделялось обеспечению валидности результатов исследования. Она достигалась соблюдением нескольких критериев, специфических для качественного

¹ Леонтьева Т.В., Щетинина А.В. *Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века*. Екатеринбург: Ажур, 2021. 424 с.

² Stafford T. *Why bad news dominates the headlines*. URL: <http://www.bbc.com/future/story/20140728-why-is-all-the-news-bad>.

исследования: структурной подтверждаемости, референтной адекватности и согласованности интерпретативных процедур.

Для обработки эмпирических (лингвистических) данных использовался тематический анализ (ТА), так как применение тематического анализа позволяет организовать качественные данные [17]. Цель тематического анализа состоит в такой организации данных, которая позволяет распознать в них темы разного уровня обобщения и на этой основе идентифицировать целостный смысл интерпретируемого текста. Посредством тематического анализа темы, встречающиеся в текстах ответов респондентов, систематизируются на трех уровнях:

1) базовые темы – это темы наиболее низкого уровня, вычлняемые непосредственно из реакций респондентов. Они являются наиболее простыми характеристиками данных и сами по себе не могут выступать в качестве значимых обобщений. Они приобретают какое-либо значение только в контексте других базовых тем. Несколько смежных базовых тем образуют единство, называемое «организующие темь»;

2) организующие темы – это темы среднего уровня, представляющие собой кластеры, состоящие из базовых тем, касающихся одной и той же проблемы или смежных проблем. Таким образом, они являются абстракцией более высокого уровня и с большей точностью позволяют обращаться к скрытым смыслам высказываний. Их функция – прояснять значения, содержащиеся в базовых темах. В них концентрируются идеи, общие для нескольких базовых тем. В то же вре-

мя организующие темы образуют совокупности, на основе которых появляется возможность выявить еще более широкие значения текста как целого. Такие совокупности обозначаются как генеральная тема;

3) генеральная тема – является суперординативной по отношению к двум предшествующим. Она сообщает нам, о чем, собственно, идет речь в анализируемом тексте. Генеральная тема одновременно является суммой всех других тем текста и его интерпретацией. Важно, что текст может содержать несколько генеральных тем. Составление тематических сетей облегчает структурирование и описание этих тем [18].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В результате обработки лингвистических данных нами была получена следующая структура психологических аспектов восприятия негативных новостей в сети Интернет (рис. 1).

При проведении тематического анализа базовыми темами выступили разнообразные высказывания респондентов. Интерпретация и обобщение этих высказываний позволили выявить организующие темы первого уровня, которые обобщены в три группы: аффективные аспекты восприятия негативных новостей, психофизиологические аспекты восприятия негативных новостей и когнитивные аспекты восприятия негативных новостей. Каждая из этих организующих тем имеет собственную структуру, компонентами которой являются организующие темы второго уровня: ригидные и лабильные аспекты восприятия негативных новостей;



Рис. 1. Психологические аспекты восприятия негативных новостей в сети Интернет

Fig. 1. Psychological aspects of perception of negative news on the Internet

длительные и краткосрочные психофизиологические аспекты восприятия негативных новостей; вовлеченность и блокировка когнитивных аспектов восприятия негативных новостей.

Особую значимость при изучении данной темы респонденты уделяли аффективным аспектам, возникающим при получении негативной информации. Данный вид реакций удалось разделить на два блока, которые являются организующими темами второго уровня: 1) ригидные – устойчивые, длительно действующие (от нескольких часов до нескольких дней) эмоциональные состояния и 2) лабильные – эмоциональные состояния, которые имеют менее длительный период проявления. Ригидные эмоциональные состояния характеризуются низкоинтенсивной силой проявления и отрицательно окрашенным фоном: «...после прочтения негативных новостей мое настроение может испортиться на весь день, если эта новость очень сильно меня затронула, то настроения нет несколько дней», «...если я прочитала негативную новость утром, она будет волновать меня целый день». Для лабильных проявлений типичными являются показатели высокой интенсивности переживания с отрицательным и амбивалентным эмоциональным фоном: «...я испытала просто шок от просмотренного», «...увидев заголовок, я сразу начала тревожиться, когда прочитала новость полностью, то почувствовала страх и ужас», «...большое удивление вызвало это событие, что такое может происходить в современном обществе». Стоит отметить и то, что лабильные проявления могут иметь и положительно окрашенный фон: «...стараюсь не терять надежду на благополучный исход события», «...всегда сочувствую людям, попавшим в тяжелую ситуацию».

Следующей темой первого организующего уровня восприятия негативных новостей являются психофизиологические аспекты, которые мы разделили на две группы организующих тем второго уровня: длительные и краткосрочные. Длительные реакции могут проявляться до нескольких недель: «...я подолгу не могла уснуть, а утром просыпалась рано, еще до звонка будильника», «...начались проблемы со сном, часто просыпалась по ночам», «...близкие люди стали замечать мою раздражительность», «...постоянно хотелось прилечь, силы как будто покинули меня». Отличительной чертой краткосрочных реакций являются непродолжительные психофизиологические симптомы: «...в горле как будто ком стал, когда я узнала об этом», «...чем подробнее я вчитывалась, тем чаще билось мое сердце, я как будто бежала, но при этом сидела с телефоном в руках», «...тело ломило, а дыхание было сперто».

Третьим важным элементом первого организующего уровня восприятия негативных новостей является когнитивный аспект. В ходе анализа были выявлены две основные стратегии, относящиеся к организующим темам второго уровня: вовлеченность и блокировка. Вовлеченность подразумевает опосредованность и проявление интереса. В свою очередь, проявление интереса можно обозначить как постоянное и спонтанное. Постоянный интерес – необходимость быть в курсе происходящих событий и мониторинг новостных лент: «...мне важно следить, как разворачиваются те или иные события», «...если утром я прочитала какую-то заинтересовавшую меня негативную новость, то буду

искать информацию об этом в течение всего дня», «...я всегда слежу за новостями». При спонтанном интересе люди не занимаются целенаправленным поиском происшествий и негативных новостей, он возникает при случайном контакте с информацией. Опосредованная вовлеченность предполагает, что при прочтении негативных новостей индивид представляет себя либо своих близких участниками инцидента. Респонденты утверждали, что при комбинированном (текстовом, аудиальном и визуальном) восприятии новостей испытывали ощущение «присутствия»: «...когда я смотрела это видео с крушением самолета, то как будто сама находилась в нем», «...этот ролик с аварией очень меня впечатлил, я либо кто-то из моих родных могли быть на месте этих людей».

Блокировка подразумевает такие формы поведения, как избегание и переключение. Избегание информации осуществляется несколькими вариантами: избегание обсуждения («...больше на эту тему ни с кем не разговариваю»), избегание получения информации («...решила для себя, что не буду читать и смотреть новости, связанные с этими событиями», «...отписалась от всех новостных платформ, на которых публикуют негативные новости»). Переключение используется как один из способов саморегуляции: «...после прочтения этой новости мне захотелось посмотреть что-то позитивное, чтобы не думать о плохом», «...как только коллеги начинают обсуждать эту новость, я сосредотачиваюсь на рабочих делах», «...стараюсь не думать о плохом, в конце концов все наладится, я верю в положительный исход».

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты исследования показывают, что негативные новости оказывают сильное влияние на психологические аспекты личности. Принимая во внимание такие реакции респондентов, как «тревога», «страх», «паника», «ужас», «усиленное сердцебиение», «затрудненное дыхание», «проблемы со сном» и т. п., можно говорить о негативном воздействии таких новостей на личность. Эмоциональный отклик на негативные новости может обладать несколькими характеристиками: интенсивностью воздействия, длительностью проявления и окраской; как правило, преобладают кратковременные, отрицательные, высокоинтенсивные эмоции. Респонденты указывали на «нехватку острых ощущений» в повседневной жизни, которую они восполняют чтением негативных новостей. Психофизиологические реакции, напротив, в большинстве случаев имеют длительный период проявления и завершаются тогда, когда индивид использует стратегию избегания негативных новостей. Те респонденты, которые характеризовали себя как «тревожных», чаще вовлекаются в поиск новых негативных новостей, что может говорить об их желании держать под контролем происходящее. Комбинированный способ восприятия информации оказывает наибольшее воздействие на воспринимающего, человек испытывает весь спектр ощущений, как если бы он сам находился на месте происшествия. Отсутствие навыков по переработке получаемой информации создает либо бесконтрольную вовлеченность в поиск негативной информации, либо полную блокировку ее поступления.

Эти результаты не противоречат выводам, полученным исследователями, изучавшими сходные проблемы. Например, авторы [19] отмечают, что величина потребности человека в аффекте связана с его убежденностью в корректности предоставляемой информации, а негативно нагруженная информация воспринимается как более достоверная. В исследовании, посвященном взаимосвязи между эмоциями и распространением информации в социальных сетях, связывают настроения, возникающие в контексте социальных сетей, с поведением пользователя при распространении информации [20]. Стремление людей читать негативные новости связано с их стремлением быть в курсе происходящего и интуитивно подготовить себя к каким-либо угрозам. Неудовлетворенная потребность в безопасности заставляет людей отслеживать происходящие события для создания ложного ощущения контроля над ситуацией. Для снижения негативного влияния плохих новостей необходимо: критично оценивать и перепроверять получаемую информацию; не читать новостные ленты в утренние и вечерние часы; выбирать текстовые новости без аудио- и видеосопровождения; не аккумулировать в себе негативные эмоции после прочтения, желая обсудить полученную информацию с близким окружением; читать только проверенные источники; отдавать предпочтение познавательному и развлекательному контенту.

Таким образом, использованная в качественном исследовании эмоциональная ретроспекция позволила выявить согласованные аспекты изучаемого опыта, а качественный исследовательский подход является жизнеспособным. Мы считаем, что он может сыграть ключевую роль в будущих исследованиях. Следует отметить, что при данном типе исследования существуют ограничения, которые связаны с маленьким размером выборки, ее репрезентативностью для более широкой совокупности, а также субъективизмом интерпретаций.

ВЫВОДЫ

1. Восприятие негативных новостей имеет сложную, многоуровневую структуру. Ее компонентами являются аффективные, психофизиологические и когнитивные аспекты.

2. Негативные новости оказывают отрицательное воздействие на психическую сферу жизни, вызывая интенсивные эмоциональные переживания, подавленное настроение, нарушение сна, астению.

3. Стратегия блокировки и отказа от плохих новостей возникает при длительном проявлении негативных эмоциональных и психофизиологических симптомов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Zinreich E. Mass Communication: Understanding the Power of Media in Today's World // *Journal of Mass Communication & Journalism*. 2023. Vol. 13. № 3. P. 1–2. DOI: [10.37421/2165-7912.2023.13.518](https://doi.org/10.37421/2165-7912.2023.13.518).
- Appel M., Gnambs T., Maio G.R. A short measure of the need for affect // *Journal of Personality Assessment*. 2012. Vol. 94. № 4. P. 418–426. DOI: [10.1080/00223891.2012.666921](https://doi.org/10.1080/00223891.2012.666921).
- Winkler J.R., Appel M., Schmidt M.-L.C.R., Richter T. The Experience of Emotional Shifts in Narrative Persuasion // *Media Psychology*. 2022. Vol. 26. № 2. P. 141–171. DOI: [10.1080/15213269.2022.2103711](https://doi.org/10.1080/15213269.2022.2103711).
- Lewandowsky S., Ecker U.K.H., Seifert C.M., Schwarz N., Cook J. “Misinformation and its Correction: Continued Influence and successful Debiasing” // *Psychological Science in the Public Interest*. 2012. Vol. 13. № 3. P. 106–131. DOI: [10.1177/1529100612451018](https://doi.org/10.1177/1529100612451018).
- Маркелов К.В., Громова Е.Б., Нафиева Н.Р. Негативная новость на центральных телеканалах России и Украины: общее и специфическое // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*. 2019. Т. 24. № 3. С. 521–532. DOI: [10.22363/2312-9220-2019-24-3-521-532](https://doi.org/10.22363/2312-9220-2019-24-3-521-532).
- Урсул А.Д. Информатизация общества: введение в социальную информатику. М.: Академия общественных наук при ЦК КПСС, 1990. 191 с.
- Ежевская Т.И. Психологическое воздействие информационной среды на современного человека // *Психопедагогика в правоохранительных органах*. 2009. № 2. С. 38–41. EDN: [JTJGFD](https://www.edn.ru/jtjgfn/).
- Максименко А.А., Дейнека О.С., Духанина Л.Н., Сапоровская М.В. Фаббинг: особенности аддиктивного поведения молодежи // *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. 2021. № 4. С. 345–362. DOI: [10.14515/monitoring.2021.4.1822](https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.4.1822).
- Куликов Л.В. Социально-психологические аспекты влияния СМИ на сознание // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика*. 2011. № 1. С. 3–12. EDN: [NSAIEL](https://www.edn.ru/nsaiel/).
- Burton J.W., Harris A.J.L., Shah P., Hahn U. Optimism Where There is None: Asymmetric Belief Updating Observed with Valence-Neutral Life Events // *Cognition*. 2022. Vol. 218. Article number 104939. DOI: [10.1016/j.cognition.2021.104939](https://doi.org/10.1016/j.cognition.2021.104939).
- Pandita R. Information Pollution, a Mounting Threat: Internet a Major Causality // *Journal of Information Science Theory and Practice*. 2014. Vol. 2. № 4. P. 49–60. DOI: [10.1633/jistap.2014.2.4.4](https://doi.org/10.1633/jistap.2014.2.4.4).
- Sestir M.A. This is the Way the World “Friends”: Social Network Site Usage and Cultivation Effects // *The Journal of social media in Society*. 2020. Vol. 9. № 1. P. 1–21.
- Grady S.M., Tamborini R., Eden A., Van Der Heide D. The social factors and functions of media use // *Journal of Communication*. 2022. Vol. 72. № 5. P. 523–539. DOI: [10.1093/joc/jqac026](https://doi.org/10.1093/joc/jqac026).
- Fiske S.T. Attention and Weight in Person Perception: The Impact of Negative and Extreme Behavior // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1980. Vol. 38. P. 889–906. DOI: [10.1037/0022-3514.38.6.889](https://doi.org/10.1037/0022-3514.38.6.889).
- Шматова Ю.Е. Влияние COVID-19 на психическое здоровье населения (как показатель человеческого потенциала): опыт зарубежных исследований // *Проблемы развития территории*. 2020. № 4. С. 88–108. DOI: [10.15838/ptd.2020.4.108.6](https://doi.org/10.15838/ptd.2020.4.108.6).
- Улановский А.М. Качественные исследования: подходы, стратегии, методы // *Психологический журнал*. 2009. Т. 30. № 2. С. 18–28. EDN: [JWIUZZ](https://www.edn.ru/jwiuzz/).

17. Хорошилов Д.А., Мельникова О.Т. Метод тематического анализа в изучении представлений о женском лидерстве // Организационная психология. 2020. Т. 10. № 3. С. 85–99. EDN: [OGFAYJ](#).
 18. Курьшева О.В. Особенности отношения молодежи к собственному возрасту // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 11: Естественные науки. 2011. № 1. С. 90–99. EDN: [RTPLMZ](#).
 19. Appel M., Richter T. Transportation and need for affect in narrative persuasion: A mediated moderation model // *Media Psychology*. 2010. Vol. 13. № 2. P. 101–135. DOI: [10.1080/15213261003799847](#).
 20. Stieglitz S., Dang-Xuan L. Emotions and information diffusion in social media – sentiment of microblogs and sharing behavior // *Journal of Management Information Systems*. 2013. Vol. 29. № 4. P. 217–248. DOI: [10.2753/MIS0742-1222290408](#).
- REFERENCES**
1. Zinreich E. Mass Communication: Understanding the Power of Media in Today's World. *Journal of Mass Communication & Journalism*, 2023, vol. 13, no. 3, pp. 1–2. DOI: [10.37421/2165-7912.2023.13.518](#).
 2. Appel M., Gnams T., Maio G.R. A short measure of the need for affect. *Journal of Personality Assessment*, 2012, vol. 94, no. 4, pp. 418–426. DOI: [10.1080/00223891.2012.666921](#).
 3. Winkler J.R., Appel M., Schmidt M.-L.C.R., Richter T. The Experience of Emotional Shifts in Narrative Persuasion. *Media Psychology*, 2022, vol. 26, no. 2, pp. 141–171. DOI: [10.1080/15213269.2022.2103711](#).
 4. Lewandowsky S., Ecker U.K.H., Seifert C.M., Schwarz N., Cook J. “Misinformation and its Correction: Continued Influence and successful Debiasing”. *Psychological Science in the Public Interest*, 2012, vol. 13, no. 3, pp. 106–131. DOI: [10.1177/1529100612451018](#).
 5. Markelov K.V., Gromova E.B., Nafieva N.R. Negative news on the central TV channels of Russia and Ukraine: general and specific. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistsika*, 2019, vol. 24, no. 3, pp. 521–532. DOI: [10.22363/2312-9220-2019-24-3-521-532](#).
 6. Ursul A.D. *Informatizatsiya obshchestva: vvedenie v sotsialnyuyu informatiku* [Informatization of Society: Introduction to Social Informatics]. Moscow, Akademiya obshchestvennykh nauk pri TsK KPSS Publ., 1990. 191 p.
 7. Ezhevskaya T.I. Psychological influence of information environment on modern person. *Psikhopedagogika v pravookhranitelnykh organakh*, 2009, no. 2, pp. 38–41. EDN: [JTGEND](#).
 8. Maksimenko A.A., Deyneka O.S., Dukhanina L.N., Saporovskaya M.V. Phubbing: peculiarities of addictive behavior of the youth. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsialnye peremeny*, 2021, no. 4, pp. 345–362. DOI: [10.14515/monitoring.2021.4.1822](#).
 9. Kulikov L.V. Socio-psychological aspects of the influence of media on the mind. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 12. Psikhologiya. Sotsiologiya. Pedagogika*, 2011, no. 1, pp. 3–12. EDN: [NSAIEL](#).
 10. Burton J.W., Harris A.J.L., Shah P., Hahn U. Optimism Where There is None: Asymmetric Belief Updating Observed with Valence-Neutral Life Events. *Cognition*, 2022, vol. 218, article number 104939. DOI: [10.1016/j.cognition.2021.104939](#).
 11. Pandita R. Information Pollution, a Mounting Threat: Internet a Major Causality. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 2014, vol. 2, no. 4, pp. 49–60. DOI: [10.1633/jistap.2014.2.4.4](#).
 12. Sestir M.A. This is the Way the World “Friends”: Social Network Site Usage and Cultivation Effects. *The Journal of social media in Society*, 2020, vol. 9, no. 1, pp. 1–21.
 13. Grady S.M., Tamborini R., Eden A., Van Der Heide D. The social factors and functions of media use. *Journal of Communication*, 2022, vol. 72, no. 5, pp. 523–539. DOI: [10.1093/joc/jqac026](#).
 14. Fiske S.T. Attention and Weight in Person Perception: The Impact of Negative and Extreme Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1980, vol. 38, pp. 889–906. DOI: [10.1037/0022-3514.38.6.889](#).
 15. Shmatova Yu.E. Impact of COVID-19 on mental health of population (as an indicator of human potential): experience of foreign studies. *Problemy razvitiya territorii*, 2020, no. 4, pp. 88–108. DOI: [10.15838/ptd.2020.4.108.6](#).
 16. Ulanovskiy A.M. Qualitative researches: approaches, strategies, methods. *Psikhologicheskii zhurnal*, 2009, vol. 30, no. 2, pp. 18–28. EDN: [JWIUZZ](#).
 17. Khoroshilov D.A., Melnikova O.T. Thematic analysis method in the study of ideas about women's leadership. *Organizatsionnaya psikhologiya*, 2020, vol. 10, no. 3, pp. 85–99. EDN: [OGFAYJ](#).
 18. Kuryshcheva O.V. Features of the relation of youth to own age. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 11: Estestvennye nauki*, 2011, no. 1, pp. 90–99. EDN: [RTPLMZ](#).
 19. Appel M., Richter T. Transportation and need for affect in narrative persuasion: A mediated moderation model. *Media Psychology*, 2010, vol. 13, no. 2, pp. 101–135. DOI: [10.1080/15213261003799847](#).
 20. Stieglitz S., Dang-Xuan L. Emotions and information diffusion in social media – sentiment of microblogs and sharing behavior. *Journal of Management Information Systems*, 2013, vol. 29, no. 4, pp. 217–248. DOI: [10.2753/MIS0742-1222290408](#).

Psychological aspects of perception of negative news on the Internet

© 2023

Ivan S. Frolov^{*1,3}, graduate student of Faculty of State and Municipal Administration
Aleksandr Yu. Chernov^{1,2,4}, Doctor of Sciences (Psychology),
professor of Chair of Sociology, General and Legal Psychology,
professor of Chair of Pedagogy, Psychology and Communications

¹*Volgograd Institute of Management – Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Volgograd (Russia)*

²*Volgograd State Physical Education Academy, Volgograd (Russia)*

*E-mail: vlgr.ranepa.ru,
VanyaFrol88@mail.ru

³ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-5853-7175>

⁴ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3850-3055>

Received 19.05.2023

Accepted 19.09.2023

Abstract: News is an integral part of the life of a modern human. Viewing news sources and social media became the leading way people spend their free time in many countries. Some researchers state that audiences deliberately choose to read negative news. The information influence is psychological in nature. The development of digital technologies creates both opportunities and threats. The purpose of the study is to determine the structural components of the perception of negative news on the Internet and record their psychological content. The authors used a qualitative research method. Using a semi-structured interview, a maximally variable sample of respondents was surveyed. To process the interview data, thematic analysis was used. The study involved 13 people aged 20–45 years. This age category most actively consumes news content from the Internet. Data validity was achieved by meeting the criteria of structural justifiability, consistency of interpretive procedures, and referent adequacy. The study identified a multi-level model consisting of cognitive, emotional and psychophysiological aspects of the perception of negative news. The following negative impact of negative news on the mental sphere of life was established: intense negative emotional sufferings, depressed mood, disturbance of sleep, asthenia. When experiencing long-term negative emotional and psychophysiological symptoms, the respondents use the strategy of avoiding and rejecting negative news.

Keywords: perception of negative news; psychological aspects of perception of negative news; the structure of perception of negative news; affective aspects; cognitive aspects; negative news; psychophysiological aspects; symptoms of influence of negative news.

For citation: Frolov I.S., Chernov A.Yu. Psychological aspects of perception of negative news on the Internet. *Vektor nauki Tolyattinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pedagogika, psikhologiya*, 2023, no. 3, pp. 76–82. DOI: 10.18323/2221-5662-2023-3-76-82.