

УДК 159.922:81'373.73

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-0409.2026.1.13>

Порпуліт О. О.

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри соціальної психології

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

e-mail: porpulit@ukr.net

ORCID ID: 0000-0002-5118-305X

ЕМОЦІЙНИЙ ФРЕЙМІНГ НОВИН І ПАНІЧНІ РЕАКЦІЇ АУДИТОРІЇ: ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

Зростаючий вплив медіа на психоемоційний стан суспільства у контексті соціальної невизначеності робить актуальним дослідження механізмів формування панічних реакцій аудиторії. Метою статті є експериментальне виявлення та аналіз впливу емоційного фреймінгу новинних текстів на панічні реакції реципієнтів з позиції психолінгвістики, шляхом порівняння емоційних реакцій на повідомлення з різним рівнем емоційної інтенсифікації мовлення.

Дослідження передбачало порівняння трьох типів фреймів: загрозливої невизначеності, фактологічної дескрипції та регулятивного контролю. Результати показали статистично значущі відмінності між групами ($F(2, 57) = 18,32$; $p < 0,001$), з максимальними показниками панічної афективної активації у межах фрейму загрозливої невизначеності та мінімальними – у регулятивному фреймі. Компонентний аналіз виявив, що тілесна напруга та інтенсивність страху є найбільш чутливими до мовних маркерів невизначеності. Гендерні відмінності проявляються у різних модусах когнітивно-афективної чутливості до мовних стратегій регуляції.

Отримані дані підтверджують системну роль психолінгвістичної організації новинного тексту у формуванні панічних реакцій аудиторії та відкривають перспективи для подальших досліджень медіаіндукованих емоційних процесів.

Ключові слова: емоційний фреймінг, панічна афективна активація, психолінгвістика, новинний дискурс, медіаіндукована тривога, гендерні відмінності.

Постановка проблеми. Інтенсифікація емоційної складової новинного контенту є характерною ознакою сучасного медіапростору. У процесі конкурентної боротьби за увагу аудиторії новинні повідомлення дедалі частіше структуруються з використанням емоційного фреймінгу, який посилює афективну залученість реципієнтів та впливає на особливості сприйняття інформації. У межах медіапсихологічних досліджень емоційний фреймінг розглядається як один із чинників, здатних модифікувати емоційні реакції аудиторії, зокрема в умовах регулярного споживання інформації про соціально значущі події.

Водночас у сучасній психології та психолінгвістиці відсутнє однозначне розуміння того, які саме мовні параметри новинного тексту зумовлюють інтенсифікацію емоційних реакцій та за яких умов ці реакції набувають ознак панічної афективної активації. Більшість емпіричних досліджень зосереджуються на загальних

показниках тривожності або стресу, що ускладнює диференціацію між фоновною емоційною напругою та короткочасними паніко-орієнтованими реакціями, чутливими до мовної організації повідомлення.

Словом, наявний науковий дефіцит полягає у недостатній експериментальній верифікації психолінгвістичних механізмів емоційного фреймінгу новин, зокрема його впливу на панічні емоційні реакції аудиторії. Це зумовлює потребу в проведенні контрольованого психолінгвістичного експерименту, спрямованого на ізоляцію мовного чинника новинного тексту та аналіз його впливу на емоційні реакції реципієнтів у межах медіапсихологічної парадигми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика впливу новинного медіаконтенту на емоційні реакції аудиторії посідає значне місце в сучасних психологічних дослідженнях, зосереджених на аналізі тривожності, страху та панічних станів. Теоретичні засади аналізу фреймінгу медіатекстів були сформульовані в межах комунікаційних досліджень Р. Ентман, який визначив фрейм як механізм селекції та акцентування аспектів інформації [7]. У подальших психологічних інтерпретаціях, представлених у роботах Д. Тьюксбері, Дитрама А. Шеуфеле, Л. Набі, Пола Д. Боллса, Р. Вебера, Е. Ланг, Роберта Ф. Поттера, фрейми розглядаються як когнітивні структури, що організують сприйняття інформації та модулюють емоційне реагування [11].

Емпіричні психологічні дослідження, представлені у роботах Е. А. Холман, Д. Р. Гарфін, Р. С. Сільвер, засвідчують стійкий зв'язок між експозицією до емоційно насиченого новинного контенту та підвищенням рівня афективної активності, що проявляється у формах тривожності, очікування загрози та симптомів стресової реакції. Автори підкреслюють, що інтенсивність емоційної відповіді зумовлюється не лише змістом події, а й характером її медійного представлення, зокрема повторюваністю, емоційною насиченістю повідомлень і акцентуацією ризику [8]. У цьому контексті методологічно значущим є підхід до аналізу медіафреймів Дж. Маттес та М. Корінг, який спрямований на підвищення надійності та валідності ідентифікації фреймів у медіатекстах. Розроблена авторами операціоналізація фреймінгу забезпечує можливість співвіднесення структурних характеристик новинних повідомлень із показниками афективної активації аудиторії [10], що є необхідною умовою для експериментальних психолінгвістичних досліджень емоційного впливу новинного контенту.

В українському науковому середовищі питання медійного впливу на емоційний стан аудиторії розглядається у межах соціальних комунікацій і медіапсихології. Дослідження І. Головської, Д. Почепцової [2], О. Ромах [4], Т. Ковальнової, Ю. Токаря, Ю. Колодич [3], Р. Величковського [1], В. Шевченко, А. Тульчій [5] та інших авторів засвідчують, що новинні повідомлення впливають на афективний стан реципієнтів через селекцію фактів, дискурсивне акцентування ризику та повторюваність емоційно забарвлених повідомлень, що, у свою чергу, загалом сприяє зростанню тривожності та емоційної реактивності аудиторії.

Водночас аналіз наявних публікацій свідчить про відсутність систематичних психолінгвістичних експериментів, спрямованих на безпосереднє вимірювання зв'язку між лексико-синтаксичною організацією новинного тексту та короткочасною панічною афективною активацією. Переважання досліджень, орієнтованих на загальні показники тривожності або стресу, ускладнює диференціацію між фоновною емоційною напругою та реакціями, чутливими до мовного фреймінгу. Зазначений науковий дефіцит зумовлює актуальність проведення контрольованого психолінгвістичного експерименту, спрямованого на ізоляцію мовного чинника новинного повідомлення та аналіз його впливу на афективні реакції реципієнтів.

Метою статті є експериментально виявити та проаналізувати вплив емоційного фреймінгу новинних текстів на панічні реакції аудиторії з позицій психолінгвістики, зокрема шляхом зіставлення емоційних реакцій реципієнтів на новинні повідомлення з різним рівнем емоційної інтенсифікації мовлення. З метою досягнення визначеної мети дослідження в роботі окреслено такі дослідницькі завдання: виокремити та описати психолінгвістичні характеристики емоційного фреймінгу новинних текстів, що потенційно зумовлюють панічні емоційні реакції аудиторії; експериментально перевірити вплив різних типів емоційного фреймінгу новин (негативного, нейтрального та регулятивного) на рівень панічної афективної активації реципієнтів.

Результати дослідження. Дослідження проводилося в онлайн-форматі як контрольований міжгруповий психолінгвістичний експеримент, спрямований на виявлення впливу емоційного фреймінгу новинних текстів на панічні афективні реакції аудиторії. До участі в емпіричному дослідженні було залучено 60 респондентів вікової категорії 18–25 років, з яких 36,7% становили юнаки, а 63,3% – дівчата. Формування вибірки здійснювалося за принципом добровільної участі з подальшою рандомізованою дистрибуцією учасників до експериментальних умов.

Експериментальний дизайн передбачав міжгрупове порівняння трьох типів емоційного фреймінгу новинних текстів: негативного, нейтрального та регулятивного. Учасники довільно розподілялися на відповідні групи, кожна з яких отримувала новинні повідомлення, ідентичні за інформаційним змістом, тематикою та обсягом (приблизно 100 слів), але відмінні за лексико-синтаксичною організацією, що реалізувала відповідний тип фрейму. Такий підхід забезпечував ізоляцію мовного чинника як незалежної змінної дослідження.

Процедура експерименту відбувалася з використанням стандартизованої інструкції. Перед початком участі респонденти отримували коротке повідомлення з описом загальної дослідницької процедури без розкриття її цільових гіпотез, що дало змогу мінімізувати ефект очікування. На першому етапі учасникам пропонувалося уважно ознайомитися з одним новинним текстом, відповідним їхній експериментальній групі. Час читання не обмежувався жорстко, однак

автоматично фіксувався онлайн-платформою з метою контролю крайніх значень; у більшості випадків він становив від 2 до 3 хвилин.

Після ознайомлення з текстом учасники переходили до заповнення психодіагностичних інструментів. Основною залежною змінною виступала інтенсивність панічної афективної активації, яка концептуалізувалася як короткочасний емоційний стан, пов'язаний із суб'єктивним відчуттям загрози, зниженням відчуття контролю та тілесним напруженням, що виникає у відповідь на мовну організацію новинного повідомлення. Для вимірювання зазначеної змінної використовувалася панічно-афективна шкала, адаптована для цілей дослідження на основі підшкाल панічних реакцій та тривожного збудження. Шкала мала формат Лайкерта з п'ятибальною градацією відповідей (від 1 – «зовсім не згоден/не згодна» до 5 – «повністю згоден/згодна») і включала твердження, згруповані за чотирма афективними компонентами.

Інтенсивність страху оцінювалася за допомогою тверджень, що відображали суб'єктивне переживання емоційної загрози, зокрема: *«Під час читання тексту я відчував(ла) страх»*; *«Інформація викликала у мене емоційне напруження, близьке до страху»*. Відчуття загрози операціоналізувалося через твердження, спрямовані на оцінку когнітивної інтерпретації ситуації як небезпечної, наприклад: *«Інформація сприймалася мною як потенційно загрозлива»*; *«Після прочитання тексту з'явилося відчуття можливої небезпеки»*. Тілесна напруга вимірювалася за допомогою тверджень, що фіксували соматичні прояви афективної активації: *«Під час читання тексту я відчував(ла) фізичну напругу»*; *«У процесі ознайомлення з повідомленням з'явилося відчуття тілесного дискомфорту або скутості»*. Імпульс уникання з'ясовувався через твердження, що відображали тенденцію до припинення контакту з інформацією або психологічного дистанціювання від неї: *«Після прочитання тексту виникло бажання уникнути подальшого ознайомлення з подібними новинами»*; *«Хотілося відволіктися або припинити взаємодію з цією інформацією»*.

Сумарний бал за всіма пунктами шкали інтерпретувався як інтегральний показник рівня панічної афективної активації, що дало змогу кількісно зіставляти реакції респондентів у різних умовах емоційного фреймінгу.

У межах дослідження емоційний фреймінг новинних текстів конкретизується як сукупність лінгвістично реалізованих механізмів, що структурують когнітивну інтерпретацію події та зумовлюють рівень панічної афективної активації реципієнтів. З метою експериментального контролю було розроблено три типи фреймів: фрейм загрозливої невизначеності, фрейм фактологічної дескрипції, фрейм регуляції та відновлення контролю.

Фрейм загрозливої невизначеності характеризується мовною організацією, що актуалізує епістемічну невизначеність та дифузну агентність. Епістемічна невизначеність реалізується через модальні лексеми та конструкції з невизначеним ступенем імовірності (*«не виключено»*, *«імовірно»*, *«може відбутися»*), узагаль-

нені темпоральні маркери («найближчим часом», «у будь-який момент»), а також відсутність чітких просторово-часових меж події. Дифузна агентність виражається за допомогою безособових та пасивних конструкцій («повідомляється», «фіксуються ознаки», «надходять сигнали»), що унеможлиблюють ідентифікацію суб'єкта дії. Поєднання зазначених механізмів знижує прогнозованість ситуації та ускладнює когнітивну обробку інформації, активуючи схеми неконтрольованої загрози. У психолінгвістичному вимірі це асоціюється з підвищенням рівня панічної афективної активації, що проявляється у зростанні інтенсивності страху, тілесної напруги та імпульсу уникання.

Фрейм фактологічної дескрипції ґрунтується на мінімізації емоційної інтенсифікації шляхом нейтрального, описового подання інформації. Його мовна організація передбачає домінування індикативних форм дієслів («зафіксовано», «сталось», «проведено»), використання точних часових і просторових маркерів, кількісних показників та чітко окреслених агентів дії. У цьому фреймі відсутні модальні, оцінні та експресивні лексеми. З психолінгвістичного погляду такий тип фреймінгу орієнтований на когнітивну обробку повідомлення без активації механізмів загрози, що забезпечує відносно низький рівень панічної афективної активації. Фрейм фактологічної дескрипції використовується в дослідженні як базова умова для порівняльного аналізу впливу інших типів фреймів.

Фрейм регуляції та відновлення контролю реалізується через мовні засоби, що актуалізують процедурний контроль та завершеність дій. Його психолінгвістичними маркерами є безособові форми дієслова доконаного виду («локалізовано», «забезпечено», «організовано»), чітка номінація інституційних агентів («служби», «фахівці», «підрозділи»), а також фокус на процедурах реагування та на доступних ресурсах. Процедурний контроль сприяє формуванню когнітивної схеми контрольованої ситуації, у межах якої подія інтерпретується як така, що перебуває під управлінням. У результаті спостерігається зниження інтенсивності панічних емоційних реакцій та зростання суб'єктивного відчуття безпеки.

Таким чином, запропонована типологія фреймів поєднує експериментально валідні типи новинного фреймінгу з їх психолінгвістичними механізмами, що забезпечує відтворюваність дослідження та концептуальну узгодженість аналізу.

Для перевірки гіпотези щодо наявності статистично значущих відмінностей у рівні панічної афективної активації залежно від типу фреймінгу новинного тексту було застосовано однофакторний дисперсійний аналіз (one-way ANOVA). Незалежною змінною виступав тип фрейму, представлений трьома рівнями: фрейм загрозливої невизначеності, фрейм фактологічної дескрипції та фрейм регуляції й відновлення контролю. Залежною змінною визначено середній показник панічної афективної активації, розрахований як інтегральний індекс інтенсивності страху, суб'єктивного переживання загрози, тілесної напруги та імпульсу до унікальної поведінки. Рівень статистичної значущості було встановлено на рівні $p < 0,05$.

Результати дисперсійного аналізу засвідчили наявність статистично значущих міжгрупових відмінностей за рівнем панічної афективної активації ($F(2, 57) = 18,32; p < 0,001$), що вказує на системний вплив психолінгвістичної організації новинного повідомлення на емоційний стан реципієнтів. Середні значення показників та стандартні відхилення для досліджуваних груп подано в таблиці 1.

Отримані дані демонструють монотонне зниження рівня панічної афективної активації від фрейму загрозливої невизначеності до регулятивного фрейму, що підтверджує роль невизначеності та відсутності контролю як ключових чинників афективної дестабілізації.

Найвищі показники панічної активації зафіксовано у межах фрейму загрозливої невизначеності, що вказує на активізацію когнітивних сценаріїв очікування небезпеки та емоційної реактивності. Фрейм фактологічної дескрипції, навпаки, знижує рівень афективної активації, що свідчить про переважну задіяність когнітивних механізмів обробки інформації при описовому, нефреймованому мовленні. Найнижчий рівень панічної активації спостерігається у регулятивному фреймі, де структуроване та процедурно впорядковане мовне подання сприяє зменшенню суб'єктивного відчуття загрози.

Описовий аналіз результатів за статтю дав змогу зафіксувати тенденційні відмінності у межах окремих фреймів (табл. 2).

За умов загрозливої невизначеності юнаки демонструють тенденційно вищий рівень панічної активації, тоді як у регулятивному фреймі відносно вищі значення спостерігаються у дівчат, що може свідчити про різні модуси емоційної чутливості до мовних стратегій контролю.

Хоча окремі однофакторні перевірки не виявили статистично значущих гендерних відмінностей у межах кожного фрейму (для всіх порівнянь $p > 0,05$),

Таблиця 1

Середні значення панічної афективної активації залежно від типу фрейму

Тип фрейму	М	SD
Фрейм загрозливої невизначеності	5,37	0,82
Фрейм фактологічної дескрипції	3,21	0,75
Фрейм регуляції та відновлення контролю	2,48	0,70

Таблиця 2

Середні значення (М) та стандартні відхилення (SD) панічної афективної активації залежно від типу фрейму та статі

	Фрейм загрозливої невизначеності М (SD)	Фрейм фактологічної дескрипції М (SD)	Фрейм регуляції та відновлення контролю М (SD)
Дівчата (n = 38)	5,25 (0,79)	3,35 (0,72)	2,60 (0,65)
Юнаки (n = 22)	5,50 (0,85)	3,00 (0,80)	2,35 (0,73)

зафіксовані розбіжності мають інтерпретаційне значення. Зокрема, у межах фрейму загрозливої невизначеності спостерігається тенденційно вищий рівень панічної афективної активації у юнаків, тоді як у межах фрейму регуляції та відновлення контролю відносно вищі показники характерні для дівчат. З психолінгвістичної перспективи це може бути пов'язано з різною чутливістю до мовних маркерів агентності, контролю та відкритої перспективи. Фрейм загрозливої невизначеності активує когнітивні сценарії очікування небезпеки за відсутності чітко окреслених механізмів її подолання, що, за даними психологічних досліджень, частіше корелює з підвищеною реактивністю на загрозливі стимули у чоловіків [9]. Водночас регулятивний фрейм, який структурує подію через мовні сигнали завершеності та процедурного контролю, може бути більш значущим для жінок, оскільки, як зазначають Тара М. Чаплін та А. Альдо, жінки загалом демонструють вищу чутливість до контекстуальних чинників емоційної регуляції [6]. Додамо, що важливим контекстуальним чинником інтерпретації результатів є соціальна ситуація тривалої невизначеності в Україні. За умов підвищеного фонового стресу новинні повідомлення з відкритою перспективою та латентною загрозою мають потенціал підсилювати афективну активацію незалежно від гендеру, однак спосіб мовної регуляції цієї загрози може по-різному модулювати емоційні реакції окремих груп: «Інтенсивність емоційної відповіді на новинний контент значною мірою визначається не самим фактом події, а формою її медійного подання в умовах хронічної невизначеності» [8, с. 3].

З метою уточнення внутрішньої структури панічної афективної активації було проаналізовано окремі компоненти емоційної реакції з урахуванням типу фрейму та статі (табл. 3).

Компонентний аналіз засвідчує, що тілесна напруга та інтенсивність страху є найбільш чутливими до мовних маркерів невизначеності. В умовах українського соціального контексту тривалої небезпеки тілесна напруга виступає ключовим індикатором афективної реакції на новинний дискурс, оскільки поєднує когні-

Таблиця 3

Гендерний розподіл середніх значень (M) та стандартних відхилень (SD) компонентів панічної афективної активації залежно від типу фрейму

Компонент	Фрейм загрозливої невизначеності		Фрейм фактологічної дескрипції		Фрейм регуляції та відновлення контролю	
	Дівчата (n = 38) M (SD)	Юнаки (n = 22) M (SD)	Дівчата (n = 38) M (SD)	Юнаки (n = 22) M (SD)	Дівчата (n = 38) M (SD)	Юнаки (n = 22) M (SD)
Інтенсивність страху	4,10 (0,92)	4,30 (0,95)	2,95 (0,85)	2,80 (0,88)	2,40 (0,75)	2,20 (0,78)
Суб'єктивне відчуття загрози	4,25 (0,88)	4,45 (0,90)	3,10 (0,82)	2,95 (0,86)	2,55 (0,70)	2,30 (0,74)
Тілесна напруга	4,05 (0,90)	4,30 (0,93)	2,90 (0,80)	2,85 (0,83)	2,60 (0,72)	2,35 (0,76)
Імпульс уникання	4,00 (0,94)	4,20 (0,96)	2,85 (0,84)	2,75 (0,87)	2,45 (0,74)	2,25 (0,77)

тивну оцінку загрози з соматичними проявами хронічного стресу. У фреймі загрозливої невизначеності для обох гендерів фіксуються найвищі середні показники всіх компонентів панічної активації, що підтверджує системний вплив латентної загрози та відкритої перспективи на афективне реагування. Юнаки демонструють тенденційно вищі показники інтенсивності страху, тілесної напруги та суб'єктивного відчуття загрози, що свідчить про специфіку чоловічої реактивності у відсутності контрольованих сценаріїв розвитку події. У межах фрейму фактологічної дескрипції показники компонентів панічної активації істотно знижуються для обох груп, а гендерні відмінності є мінімальними, що підтверджує домінування когнітивних механізмів обробки інформації над афективними сценаріями. У фреймі регуляції та відновлення контролю спостерігається тенденційно вищий рівень тілесної напруги та суб'єктивного відчуття загрози у дівчат, що вказує на підвищену чутливість жіночої аудиторії до сигналів завершеності та контрольованості події. Загалом, гендерні відмінності не суперечать загальному ефекту фрейму, а демонструють різні модуси когнітивно-афективної чутливості до мовних стратегій інтерпретації новинного тексту. Результати підтверджують, що панічна афективна активація формується не лише як реакція на зміст повідомлення, а як інтегрований результат взаємодії психолінгвістичних параметрів тексту, індивідуальних особливостей емоційної регуляції та контексту хронічної невизначеності.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Дослідження засвідчило системний вплив психолінгвістичної організації новинного тексту на рівень панічної афективної активації аудиторії. Найвищий рівень активації спостерігається у межах фрейму загрозливої невизначеності, середній – у фактологічній дескрипції, найнижчий – у регулятивному фреймі, що підкреслює роль структурованості та контролю у модулюванні емоційних реакцій. Гендерні відмінності проявляються як різні модуси чутливості: чоловіки більш реактивні на невизначені загрозливі фрейми, жінки – на регулятивні, структуровані повідомлення.

Отримані результати підтверджують, що рівень панічної афективної активації є функцією психолінгвістичних параметрів тексту, індивідуальних особливостей емоційної регуляції та контексту соціальної невизначеності. Це дає підстави стверджувати, що системна організація мовного подання новин має ключове значення для модулювання емоційних реакцій аудиторії.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з поглибленим аналізом впливу психолінгвістичних параметрів новинного дискурсу на динаміку панічної афективної активації. Зокрема, доцільним є залучення психофізіологічних індикаторів, вивчення відстроченого ефекту різних типів фреймінгу, а також урахування вікових, соціокультурних і гендерних характеристик аудиторії. Окремого наукового інтересу потребує дослідження взаємодії мовних стратегій емоційної регуляції та їхніх комбінацій у процесі формування афективних реакцій на новинні повідомлення.

Список використаних джерел і літератури

1. Величковський Р. Війна в Україні: порівняльний аналіз емоційної то нальності Telegram-каналів і традиційних ЗМІ. *Науково-теоретичний альманах Грані*. 2024. Т. 27. № 6. С. 79–89. URL: <https://doi.org/10.15421/1724115>
2. Головська І., Почепцова Д. Психологічні особливості впливу медіа на емоційну сферу та організаційну поведінку військовослужбовців. *Габітус*. 2021. Вип. 27. С. 59–63. DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2021.27.9>
3. Ковальова Т., Токар Ю., Колодич Ю. Емоційний вплив медіаповідомлень: уникнення інформаційних загроз. *Обрії друкарства*. 2025. Вип. 2 (18). С. 135–147. URL: DOI: 10.20535/2522-1078.2025.2(18).343704
4. Ромах О. Продукування негативних емоційних станів засобами медіа (на прикладі інтернет-видань та теленовін). *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2016. IV (12). Issue: 76. С. 63–67. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Suggestion-negative-emotions-by-means-of-media-based-on-online-publications-and-TV-O.V.-Romakh.pdf> (дата звернення: 25.10.2025.)
5. Шевченко В., Тульчій А. Динаміка емоційності під час повномасштабного вторгнення у телеграм-каналах професійних та аматорських медіа. *Public networks and communications*. 2024. Грудень. С. 53–58. <https://doi.org/10.31558/3083-5895.2024.2.8>
6. Chaplin T. M., Aldao A. Gender differences in emotion expression: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*. 2013. 139 (4), 735–765. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0030737>.
7. Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 1993. 43(4), 51–58.
8. Holman E. A., Garfin D. R., Silver R. C. Media exposure to collective trauma, mental health, and functioning: Does it matter what you see? *Clinical Psychological Science*. 2019. 2(1), 1–14. URL: <https://bpb-us-e2.wpmucdn.com/faculty.sites.uci.edu/dist/0/590/files/2024/01/Holman-et-al-Clinical-Psych-Science-Online-First-87ecc6f394ba3586.pdf> (дата звернення: 25.10.2025.)
9. Kring A. M., Gordon A. H. Sex differences in emotion: Expression, experience, and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1998. 74(3), 686–703. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.3.68>
10. Matthes J., Kohring M. The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of Communication*. 2008. 58(2). 258–279 URL: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x>
11. Media Effects Advances in Theory and Research. 4th Edition Edited by Mary Beth Oliver, Arthur A. Raney, and Jennings Bryant. New York-London: Routledge, 2020. 455 p.

References

1. Velychkovskyi, R. (2024). Viina v Ukraini: porivnialnyi analiz emotsiinoi to nalnosti Telegram-kanaliv i tradytiinykh ZMI [War in Ukraine: Comparative Analysis of the Emotional Tone of Telegram Channels and Traditional Media.]. *Naukovo-teoretychnyi almanakh Hrani*, 27 (6), 79–89. <https://doi.org/10.15421/1724115> [in Ukrainian].
2. Holovska, I., Pocheptsova, D. (2021). Psykholohichni osoblyvosti vplyvu media na emotsiinu sferu ta orhanizatsiinu povedinku viiskovosluzhbovtiv [Psychological features of the influence of the media on the emotional sphere and organizational behavior of military personnel]. *Habitus*, 27, 59–63. <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2021.27.9> [in Ukrainian].
3. Kovalova, T., Tokar, Yu., Kolodych, Yu. (2025). Emotsiinyi vplyv mediapovidomlen: unykennia informatsiinykh zahroz [The emotional impact of media messages: avoiding information threats.]. *Obrii drukarstva*, 2 (18), 135–147. DOI: 10.20535/2522-1078.2025.2(18).343704 [in Ukrainian].

4. Romakh, O. (2016). Produktuvannya nehatyvnykh emotsiinykh staniv zasobamy media (na prykladi internet-vydan ta telenovyn) [Production of negative emotional states by means of media (on the example of online publications and TV news)]. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, IV (12), Issue: 76, 63–67. Retrieved from: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Suggestion-negative-emotions-by-means-of-media-based-on-online-publications-and-TV-O.V.-Romakh.pdf> [in Ukrainian].
5. Shevchenko, V., & Tulchii, A. (2024). Dynamika emotsiinosti pid chas povnomasshtab noho vtorhnnennia u telehram-kanalakh profesiinykh ta amatorskykh media [Dynamics of emotionality during a full-scale invasion in telegram channels of professional and amateur media]. *Public networks and communications*, Hrudn, 53–58. DOI: <https://doi.org/10.31558/3083-5895.2024.2.8> [in Ukrainian].
6. Chaplin, T. M., & Aldao, A. (2013). Gender differences in emotion expression: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 139(4), 735–765. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0030737> [in English].
7. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. [in English].
8. Holman, E. A., Garfin, D. R., & Silver, R. C. (2019). Media exposure to collective trauma, mental health, and functioning: Does it matter what you see? *Clinical Psychological Science*, 2(1), 1–14. Retrieved from: <https://bpb-us-e2.wpmucdn.com/faculty.sites.uci.edu/dist/0/590/files/2024/01/Holman-et-al-Clinical-Psych-Science-Online-First-87ecc6f394ba3586.pdf> [in English].
9. Kring, A. M., & Gordon, A. H. (1998). Sex differences in emotion: Expression, experience, and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(3), 686–703. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.3.686> [in English].
10. Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of Communication*, 58(2), 258–279. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x> [in English].
11. Media Effects Advances in Theory and Research. 4th Edition Edited by Mary Beth Oliver, Arthur A. Raney, and Jennings Bryant. New York-London: Routledge, (2020). 455 p. [in English].

Porpult O. O.

Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of Social Psychology
Odesa I.I. Mechnikov National University

EMOTIONAL FRAMING IN NEWS DISCOURSE AND ITS IMPACT ON PANIC REACTIONS: A PSYCHOLINGUISTIC STUDY

The increasing impact of contemporary media discourse on the psycho-emotional state of society in conditions of social uncertainty necessitates a deeper examination of the mechanisms through which panic responses are formed in audiences. The present study seeks to empirically investigate the effects of emotional framing in news texts on recipients' panic reactions from a psycholinguistic standpoint, focusing on differences in emotional responses to messages characterized by varying degrees of linguistic emotional intensification.

The experimental design involved a comparison of three framing types: threat-based uncertainty framing, factual-descriptive framing, and regulatory framing aimed at restoring a sense of control. Statistical analysis demonstrated significant differences in panic affective activation across the groups ($F(2, 57) = 18.32$; $p < 0.001$). The highest levels of panic activation were associated

with threat-based uncertainty frames, whereas the lowest values were observed in the regulatory framing condition. Component-level analysis revealed that bodily tension and fear intensity were the most sensitive indicators of linguistic uncertainty. Gender-related differences were identified in patterns of cognitive-affective responsiveness to regulatory linguistic strategies.

The findings substantiate the systemic influence of psycholinguistic structuring of news discourse on the formation of audience panic reactions and outline promising directions for further research into media-induced emotional processes.

Key words: emotional framing, panic affective activation, psycholinguistics, news discourse, media-induced anxiety, gender differences.

Дата першого надходження статті до видання: 26.11.2025

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 05.01.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 18.03.2026



Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY)