СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Казун Анастасия Дмитриевна, кандидат социологических наук, старший научный сотрудник лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ, доцент факультета социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Москва, Россия. e-mail: adkazun@hse.ru, ORCID 0000-0002-9633-2776

ИЗБЕГАНИЕ НОВОСТЕЙ В РОССИИ: МАСШТАБЫ И ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ[1]

В статье рассматривается феномен избегания новостей жителями России. Выводы основываются на результатах опроса 6007 респондентов и 67 интервью. Исследование показало, что более 20% россиян сознательно ограничивают потребление новостного контента. Соответственно, избегание новостей затронуло заметную часть населения страны, однако не является настолько массовым, как во многих других государствах. Наиболее часто люди, избегающие новостей, ограничивают потребление информации о политике, международных отношениях, преступлениях и экономике. Основными причинами избегания являются негативное влияние новостей на настроение, усталость от новостей, избыток политического контента и недоверие к медиа. Женщины чаще, чем мужчины, указывают на эмоциональные причины избегания, что может быть связано с гендерными особенностями и различиями в социализации. Способы избегания новостей также являются разнообразными: чаще всего россияне прибегают к сокращению числа используемых источников и времени на их просмотр или переключают свое внимание на другие виды деятельности. Регулирование объема потребления новостей преимущественно происходит посредством самоограничения и сознательной корректировки привычек, а не через управление информационной средой. Хотя избегание новостей часто направлено на поддержание ментального здоровья, люди, ограничивающие потребление такого контента, демонстрируют более высокий уровень эмоционального неблагополучия.

***Ключевые слова**: потребление новостей, медиапотребление, избегание новостей, доверие новостям.*

Как цитировать: *Казун А. Д.* Избегание новостей в России: масштабы и характерные черты // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. № 1. С. 69–93. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.1.2025.6993

Anastasia D. Kazun, PhD in Sociology, Senior Research Fellow at the Laboratory for Studies in Economic Sociology, Associate Professor at the Faculty of Social Sciences, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia. e-mail: adkazun@hse.ru, ORCID 0000-0002-9633-2776

NEWS AVOIDANCE IN RUSSIA: SCOPE AND CHARACTERISTICS

This article explores the phenomenon of news avoidance in Russia during 2023–2024, drawing on data from a survey of 6,007 respondents and 67 interviews. The study reveals that over 20% of Russians consciously limit their news consumption, indicating that a significant portion of the population engages in news avoidance, although it is less widespread than in many other countries. The most commonly avoided topics include politics, international relations, crime, and economics. The primary reasons for avoiding news are its negative impact on mood, an oversaturation of political content, news fatigue, and distrust in the media. Women are more likely than men to cite emotional reasons for avoiding news, which may be linked to gender stereotypes and differences in socialization. News avoidance strategies vary, with the most common approaches including reducing the number of news sources, limiting time spent on news, or redirecting attention to alternative activities. News consumption regulation predominantly occurs through self-restriction and conscious habit adjustment rather than changing of the information environment. Although news avoidance is often aimed at preserving mental health, individuals who limit their news intake tend to experience higher levels of emotional distress.

***Key words**: news consumption, media consumption, news avoidance, trust in news.*

To cite this article: Kazun A. D. (2025) Izbeganie novostey v Rossii: masshtaby i kharakternye cherty [News avoidance in Russia: Scope and characteristics]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 1*: 69–93. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.1.2025.6993

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.1.2025.6993

Введение

На первый взгляд современная медиасреда должна располагать к активному потреблению новостного контента. Новости доступны нам в любой удобный момент, независимо от времени суток и нашего местонахождения, предоставляются по большей части бесплатно, а разнообразие источников информации позволяет выбирать те, которые в наибольшей степени соответствуют индивидуальным интересам и убеждениям (Van Aelst, Strömbäck, Aalberg Esser et al., 2017). Соответственно, мы имеем возможность потреблять информацию в наиболее удобном для себя формате.

Однако в мире наблюдается заметный рост избегания новостей: доля людей, ограничивающих их потребление, увеличилась с 29% в 2017 г. до 39% в 2024 (Newman, Fletcher, Robertson, Arguedas et al., 2024). Выделяют несколько причин возникновения данной тенденции. Во-первых, ограничение потребления информационного контента может выступать средством поддержания ментального благополучия, поскольку новости вызывают негативные эмоции (Mannell, Meese, 2022; Toff, Nielsen, 2022; Villi, Aharoni, Tenenboim-Weinblatt, Boczkowski et al., 2022; Ytre-Arne, Moe, 2021). Во-вторых, избегание новостей может представлять собой способ адаптации (Lor, Oh, Choi, 2022) к ситуации информационной перегрузки (*information overload*) (Villi, Aharoni, Tenenboim-Weinblatt, Boczkowski et al., 2022) и усталости от новостей (*news fatigue*) (Song, Jung, Kim, 2017). Наконец, рассматриваемый феномен может быть связан с низкой релевантностью новостей для части аудитории. Отсутствие интереса к политическим вопросам (Espeland, 2024), недоверие новостям и чувство дезинформированности (Hasell, Halversen, 2024; Schäfer, Betakova, Lecheler, 2024) или низкая новостная самоэффективность (*news self-efficacy*) (Edgerly, 2022) снижают полезность новостей для человека, приводя к ограничению их потребления.

Феномен избегания новостей является крайне неоднородным. Так, исследователи предлагают разделять преднамеренное (*intentional*) избегание, понимаемое как сознательное ограничение потребления соответствующего контента, и непреднамеренное (*unintentional*), скорее обусловленное иными медиапредпочтениями (Skovsgaard, Andersen, 2020). Кроме того, можно говорить как об избегании новостей в целом, непотреблении такого контента (Gorski, Thomas, 2022), так и об избирательном (*selective*) отказе от информации по определенным темам (Andersen, Shehata, Skovsgaard, Strömbäck, 2024; Tunney, Thorson, Chen, 2021). Соответственно, избегание новостей не обязательно означает экстремально низкий уровень их потребления (Damstra, Vliegenthart, Boomgaarden, Glüer et al., 2023; Palmer, Toff, Nielsen, 2023).

Распространенность избегания новостей существенно различается в странах мира. Например, в 2023 г. полное или частичное избегание новостей декларировали 57% респондентов в Греции и только 11% в Японии (Newman, Fletcher, Eddy, Robertson et al., 2023). Вариативность данного показателя объясняется уровнем свободы СМИ и степенью политической стабильности в стране (Kalogeropoulos, Toff, Fletcher, 2024; Toff, Kalogeropoulos, 2020).

Наблюдаемые межстрановые различия делают актуальным рассмотрение ситуации в России. Хотя об избегании новостей уже было написано немало научных работ, в нашей стране исследования, хотя бы отчасти затрагивающие эту тему, немногочисленны и основаны преимущественно на качественных данных (Казун, 2023; 2024а), тогда как количественные оценки феномена (Богомягкова, Попова, 2021) практически не представлены. В данной статье будут описаны масштабы, причины и способы избегания новостей в России, а также эмоциональное неблагополучие людей, избегающих новостей, на основе анализа данных, полученных в 2023–2024 гг.

Методика

Данные

Эмпирической основой статьи являются:

– Результаты опроса взрослого населения РФ «Экономическое поведение домашних хозяйств» (волна 3), проведенного НИУ ВШЭ в период с 15.12.2023 по 08.02.2024. Выборка исследования репрезентирует население РФ по федеральным округам, типу населенного пункта, полу и возрасту. Опрос проводился специально обученными интервьюерами методом *CAPI* (личное формализованное интервью с занесением информации в программу через планшет) по многоступенчатой стратифицированной выборке с маршрутным отбором домохозяйств. Время прохождения опроса варьировалось от 23 минут до 2 часов 10 минут и чаще всего составляло около 40–50 минут. База данных включает 6007 заполненных анкет[2].

Анкета включала 12 блоков вопросов, которые касались различных аспектов деятельности респондентов, в том числе их положения на рынке труда, взглядов на жизнь, эмоционального состояния, финансового и потребительского поведения в разных сферах. Блок по медиапотреблению располагался в середине анкеты и состоял из восьми вопросов, касающихся используемых источников информации, доверия медиаконтенту, избегания новостей и думскроллинга.

– Полуструктурированные интервью с людьми, избегающими новостей (44 интервью), а также теми, кто периодически переходит к избеганию новостей после периодов их активного потребления (23 интервью). Полевой этап проводился в период с 20.11.2022 по 30.03.2023. Выборка включает информантов разного возраста (18–81 год) и пола, поскольку эти параметры влияют на медиапо-

требление (Полуэхтова 2023; Benesch, 2012; Gur-Ze'ev, Aharoni, Kligler-Vilenchik, Tenenboim-Weinblatt, 2024; Hopmann, Stępińska, Stanyer, Halagiera et al., 2024). Материалы интервью выполняют в данном исследовании двойную функцию. С одной стороны, поскольку качественные данные были собраны ранее проведения опроса, их результаты использовались при формулировании отдельных вопросов анкеты. С другой стороны, цитаты из интервью были использованы (без полноценного анализа качественных данных) как иллюстративный материал, который может содержательно обогатить результаты количественного анализа.

Инструментарий

В количественной части исследования в фокусе внимания оказывается сознательное ограничение потребления информационного контента, которое, впрочем, не предполагает полного отказа от него. Для оценивания распространения преднамеренного избегания новостей респондентов просили выразить степень согласия с тезисом «В последние три месяца я намеренно пытался(-ась) избегать новостей». Помимо этого, анкета включала вопросы о мотивах и способах ограничения потребления информационного контента. Варианты ответов для этих вопросов были сформулированы по итогам качественного этапа исследования. Кроме того, в статье используются данные о том, как часто респонденты потребляют новости по тем или иным темам. Список тем формировался с опорой на исследования *Reuters Institute* (Newman, Fletcher, Robertson, Arguedas et al., 2024) с целью обеспечения сопоставимости результатов. Наконец, поскольку избегание новостей часто интерпретируется как практика, направленная на поддержание ментального здоровья, в статье будут рассмотрены неблагоприятные эмоциональные состояния, названные респондентами, которым свойственно или не свойственно избегание новостей.

Гайд интервью включал вопросы о практиках потребления новостей и способах их избегания, причинах ограничения потребления такого контента и оценках его последствий. Целью интервью было получение развернутых и детализированных описаний того, как происходит избегание новостей. Вопросы формулировались нейтрально, чтобы снизить вероятность получения социально одобряемых ответов. В целом, информанты свободно рассказывали о своем опыте избегания новостей и открыто выражали эмоции, связанные с потреблением общественно-политического контента.

Результаты

Масштабы избегания новостей

Избегание новостей в России в рассматриваемый период является заметным, но не драматичным явлением. Более 20% россиян говорят о том, что они намеренно стараются ограничить свое внимание к такому контенту (см. табл. 1). Однако в сравнении с международным опытом данный показатель не очень велик. При этом гендерный разрыв в потреблении новостей, который был выявлен ранее для разных стран (Benesch, 2012; Gur-Ze'ev, Aharoni, Kligler-Vilenchik, Tenenboim-Weinblatt, 2024; Toff, Palmer, 2019), в том числе и для России (Радаев (ред), 2023), сохраняется. Женщины говорят об избегании новостей чаще, чем мужчины (23,9% против 16,3%).

Таблица 1

Распространенность избегания
В последние три месяца я намеренно пытался(-ась) избегать новостей, в %)

Вариант ответа	Всего	Мужчины	Женщины
Абсолютно согласен(-на)	8,2	6,6	9,6
Скорее согласен(-на)	12,2	9,7	14,3
Скорее не согласен(-на)	34,6	34,2	34,9
Абсолютно не согласен(-на)	41,9	46,3	38,3
Затрудняюсь ответить	3,0	3,3	2,8

Избегание новостей в России, по-видимому, снизилось по сравнению с осенью 2022 г., когда более 41,2% россиян выражали полное или частичное согласие с тезисом «Вы стараетесь реже слушать новости, чтобы избегать негативных эмоций» (Радаев (ред), 2023). Отчасти значительное расхождения между результатами этих опросов может быть связано с использованием разных формулировок. Однако возможны и иные интерпретации. Избегание новостей часто является ситуативным. Люди стараются ограничить потребление информационного контента по конкретным темам, а не в целом. Соответственно, масштабное избегание новостей возникает в кризисных ситуациях, как реакция на негативный уклон контента и связанные с ним эмоциональные издержки потребления информации. При этом, если кризисная ситуация

сохраняется в повестке дня в течение длительного времени, возможны два варианта развития событий. Во-первых, может происходить рутинизация происходящего, в ходе которой интенсивность эмоциональной реакции на новости будет снижаться, делая возможным возвращение к мониторингу новостей[3]. Во-вторых, само избегание новостей может хабитуализироваться: человек, который длительное время ограничивал свое внимание к информационному контенту, продолжает потреблять его в ограниченном количестве просто по привычке. Поскольку в этом случае речь о сознательном и целенаправленном регулировании информационного потока не идет, субъект не может быть классифицирован как преднамеренно избегающий новостей. Следовательно, меньший масштаб избегания новостей может быть результатом адаптации к негативному информационному потоку или следствием того, что практики ограничения потребления информации перестают восприниматься как избегание, становясь частью рутины.

Причины избегания новостей

Наиболее распространенными причинами избегания новостей являются их негативное влияние на настроение (36,4% от всех избегающих), избыток контента о политике (26,5%), усталость от новостей (26,1%) и недоверие к медиасообщениям (25,3%). Эмоциональные издержки потребления новостей многократно упоминаются и в материалах интервью. При этом ограничение просмотра информационного контента позиционируется как форма заботы о себе, действие, направленное на поддержание ментального здоровья. Сам эмоциональный опыт потребления негативных новостей часто описывается в духе терапевтической культуры как нуждающееся в «ремонте» отклонение, которое можно воспринимать как болезнь. Информанты говорят о своих чувствах не как о грусти, печали или тревоге, а используя психотерапевтическую лексику и специализированные термины: тревожность, депрессия, стресс, психика, психологическое благополучие, ментальное здоровье, панические атаки, а также указывают на физические последствия проживаемых эмоций (например, расстройство сна, отсутствие аппетита). Поскольку потребление негативных новостей осмысляется в терминах болезни, закономерно, что возникают также попытки рефлексии о способах ее «лечения», которые могут быть описаны как «терапия» и «дозирование».

«Мне было физически плохо. Я смотрела это все и плакала. У меня еще и родственники были в каком-то шоке, и это на меня передалось. Мне было лучше дистанцироваться на время, но получилось, что до сих пор я не смотрю новости целенаправленно» (жен., 21 год).

«Это <ограничить потребление новостей> получилось где-то весной, наверное в апреле. Во-первых, я тогда пошла в терапию, начала осознавать как-то свои проблемы, типа тревоги и более осознано к ним подходить и понимать, что за ощущения я испытываю» (жен., 25 лет).

При этом наблюдается значительный гендерный разрыв в обосновании избегания новостей через указание на их влияние на настроение. Женщины прибегают к такому аргументу в два раза чаще, чем мужчины (см. рис. 1). Отчасти это может быть связано с тем, что гендерные стереотипы и социализация (Oransky, Marecek, 2009) делают выражение эмоций, ассоциируемых со слабостью и уязвимостью, менее приемлемым для мужчин и менее распространенным у них (Chaplin, Cole, Zahn-Waxler, 2005; Fischer, Rodriguez Mosquera, van Vianen, Manstea, 2004; Simon, Nath, 2004). В отношении других причин избегания новостей статистически значимых различий по полу не наблюдается.



Рисунок 1. Причины избегания новостей мужчинами и женщинами (в % от людей, избегающих новостей)[4]

Избегание новостей по темам

Избегание новостей связано со снижением ежедневного потребления медиаконтента по всем темам, однако в наибольшей степени оно затрагивает серьезные новости (*hard news*). Так, люди, которые выражали полное или частичное согласие с тезисом об избегании, ежедневно смотрят международные или политические новости в 2,3 раза реже, а деловые новости в 2 раза реже (см. рис. 2). В наименьшей степени избегание новостей затрагивает такие темы, как культура и здоровье, а также забавные новости и сатира.

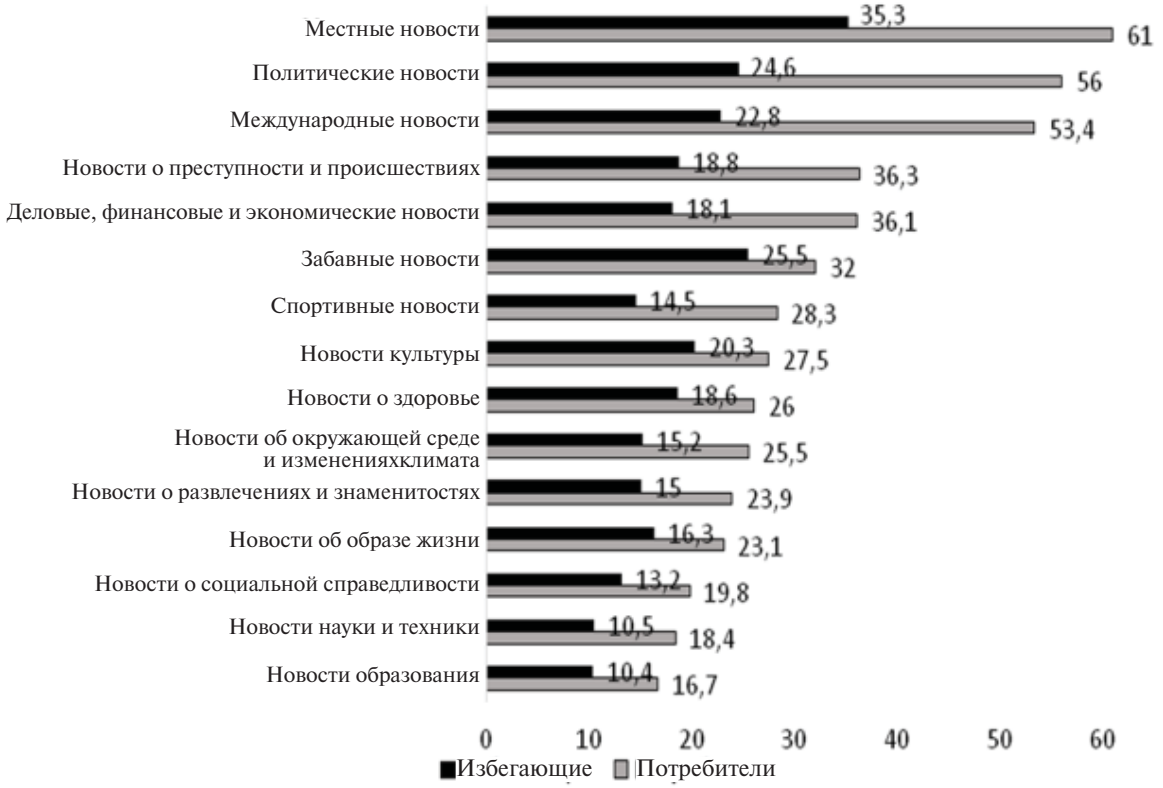


Рисунок 2. Ежедневное потребление новостного контента по темам среди избегающих новостей и потребителей новостей, % опрошенных в группе

Похожие результаты мы получим, сравнив доли потребителей новостей и избегающих такого контента, никогда не смотрящих новости по различным темам (см. рис. 3). Наибольшие различия между этими группами можно зафиксировать в отношении политических (в 2,7 раза), международных (в 2,6 раза), местных (в 2,5 раза) новостей, экономических новостей (в 1,8 раза), а также сообщений о преступлениях и происшествиях (в 1,9 раза).

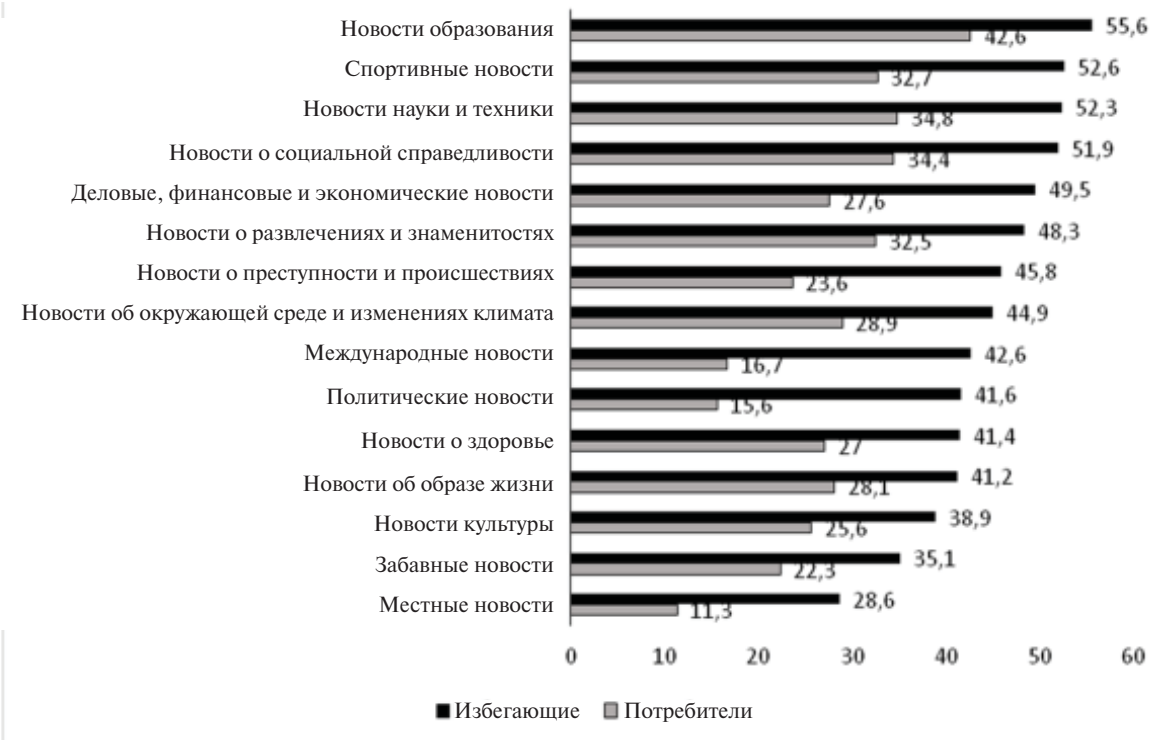


Рисунок 3. Непотребление новостного контента по темам среди избегающих новостей и потребителей новостей, % опрошенных в группе

Отказ от потребления новостей по определенным темам может иметь разные причины. С одной стороны, поскольку избегание новостей часто связывается с негативными эмоциями, которые вызывает такой контент, россияне могут отказываться от наиболее травмирующей информации. Избегание в этом случае представляет собой способ снижения эмоциональных издержек и поддержания индивидуального благополучия.

«Если по заголовку понимала, что внутри новости будет какой-то контент с взрывами, убийствами <...> бывают новостные каналы, где тоже про убийства рассказывают, такого рода ужасы. Я поняла, что мне опасно проваливаться внутрь и читать, потому что мне становится... ну, как сказать, наплывал очень сильный страх парализующий, и не получалось ни о чем другом думать» (жен., 42 года).

Отдельные темы также могут игнорироваться потому, что они воспринимаются слишком сложными для понимания, требующими значительных временных затрат и когнитивных усилий.

«Мне не особо нравится смотреть как политические, так и экономические новости, потому что обычно они либо очень печаль-

ные, либо они достаточно сложные, и нужно прямо вчитываться в них. Не люблю, если честно, это делать» (жен., 19 лет).

Наконец, избегание новостей по отдельным темам может быть связано с их избыточной сенсационностью, которая подрывает доверие к информации.

«Три года назад я избегала новостей о коронавирусе. Когда-то там избегала новостей о кризисе. То, что горит, то, о чем куча споров, то, о чем не найти истины – то ты избегаешь. А люди всегда умирают, и я не буду избегать этой новости. Нельзя сказать, что я избегаю новостей по какой-то конкретной тематике, я избегаю то, чем тебе могут промыть мозг» (жен., 20 лет).

Так или иначе наиболее часто избегаемые темы новостей тесно связаны с причинами избегания: негативным уклоном новостей, нежеланием инвестировать время в их потребление, усталостью от новостей и недоверием к медиаресурсам.

Способы избегания новостей

В современном мире избегание новостей может требовать от человека дополнительных усилий. Во-первых, это связано с переплетением развлекательного и новостного контента (Boczkowski, Mitchelstein, Matassi, 2018), которое делает практически неизбежным случайное потребление соответствующей информации. Во-вторых, новости могут достигать людей через социальные контакты офлайн, от которых сложно уклониться даже при отсутствии желания обсуждать такие вопросы (Казун, 2023). Наконец, если потребление новостей является привычным для человека поведением и интегрировано в его повседневную рутину, то переход к избеганию требует изменения сложившегося распорядка дня.

Наиболее распространенным способом ограничить свое внимание к новостям является сокращение числа используемых источников (см. табл. 2). Причем такие действия могут быть направлены не только на снижение объема просматриваемого контента, но и на регулирование его эмоциональной окрашенности:

«Я была не настолько разборчива в источниках... Я была подписана на телеграм-канал [название ресурса], который прям очень жесткий, пишет про репрессивные штуки, преступления в очень эмоциональных тонах, прям про всякую жесть. В какой-то момент я почувствовала, что на меня это сильно психологически давит. Я решила отписаться» (жен., 21 год).

Другой тактикой избегания новостей является ограничение времени, уделяемого такому контенту, которое может происходить сразу или постепенно.

«Каких-то определенных “лайфхаков” у меня нет. Я просто начал засекать время, которое я провожу в соцсетях, время, которое я уделяю новостям, и когда я провел для себя анализ, то выяснил, что я трачу на это существенную часть дня. Более того, телефон часто предоставляет статистику о пользовании им и там есть ряд разделов: пользование соцсетями, прослушивание музыки. И он дает тебе краткую сводку, статистику. Из такой статистики я понял, сколько своего времени я трачу на соцсети, читая новости, и часть общего времени, которое я посвящал этим вещам, я решил сначала урезать в 2 раза, потом выбрал для себя оптимальное время, которое мне позволяет комфортно просматривать основные новости. И так я пришел к тому, что я немного смотрю новости, сводку, утром, а потом перед сном чуть больше, более тщательно и углубленно, но недолго» (муж., 32 года).

Таблица 2

Способы избегания новостей
(в % от людей, избегающих новостей)

Сокращаю число источников новостей	27,5
Переключаюсь на другие виды деятельности	26,3
Стараюсь ограничить время, которое трачу на просмотр новостей	20,5
Реже использую социальные сети	17,7
Стараюсь не обсуждать новости с семьей, друзьями, знакомыми	16,8
Отключаю уведомления новостных приложений и/или телеграм-каналов	10,4
Удалил новостные приложения на своих цифровых устройствах	5,3
Пользуюсь агрегаторами новостей или читаю в основном новостные заголовки	4,1
Удалил из друзей в соцсетях тех, кто часто обсуждает политические новости	3,1
Использую блокировщики, которые позволяют мне не посещать новостные сайты	3,0

Значительная часть россиян (26,3%) для ограничения потребления новостей также прибегают к переключению внимания на другие активности. Просмотр информационного контента имеет также досуговую функцию (Дунас, Вартанов, Кульчицкая, Салихова и др., 2019) и может быть вписан в повседневность людей. Поэтому ограничение времени, уделяемого новостям, требует его перераспределения в пользу других занятий.

«Я либо выходила на улицу, себе придумывала какое-то дело, прогуляться. Либо я шла слушать аудиорассказы, чего я раньше никогда не делала. Причем, аудиорассказы какие-нибудь, знаешь, такие какие-нибудь спокойные. Я могу послушать Чехова, хотя говорят, что это очень такой человек... очень рассказы такие для пессимистичных людей. Но я, кстати, и отношусь к таким людям. Я обожаю такого типа рассказы, вот чеховские, я их вообще читаю и учитываюсь в книги очень часто. Потом Дина Рубина. Я на нее немножко подсела, тоже мне, кстати, нравится. И вообще, иногда бывает даже просто каких-то незнакомых авторов. Начала смотреть очень много про поэтов Серебряного века. Я не знаю, чем меня вынесло на это, но как-то вот цеплялось друг за друга, то есть я себя отвлекала [от новостей. – *А.К.*]» (жен., 51 год).

Россияне несколько реже указывают на управление своей интернет-активностью (более редкие посещения социальных сетей, отключение оповещений, удаление приложений) как способ избегания новостей. Тем не менее данные практики также играют заметную роль в изменении медиарепертуаров пользователей. Их меньшая статистическая представленность отчасти связана с нерелевантностью для людей, которые получают новости из других источников (например, для телезрителей). Вероятно, именно поэтому на подобные способы избегания новостей реже указывают представители старших возрастных групп, чья медиадиета преимущественно состоит из традиционных СМИ.

Эмоциональные состояния людей, избегающих новостей

Хотя ограничение потребления информационного контента часто связывается с поддержанием эмоционального благополучия, именно представители данной группы чаще говорят о различных негативных переживаниях. Так, люди, избегающие новостей, отмечали, что они часто, практически каждый день, испытывали нежелание что-либо делать (21,4%), жаловались на плохое настроение и подавленность (17,9%), сильную тревогу (17%), чувство одиночест-

ва (15,3%) и неспособность контролировать свои эмоции (9,5%). Все эти проявления эмоционального неблагополучия у них выражены значимо сильнее, чем у тех, кто не избегает новостей.

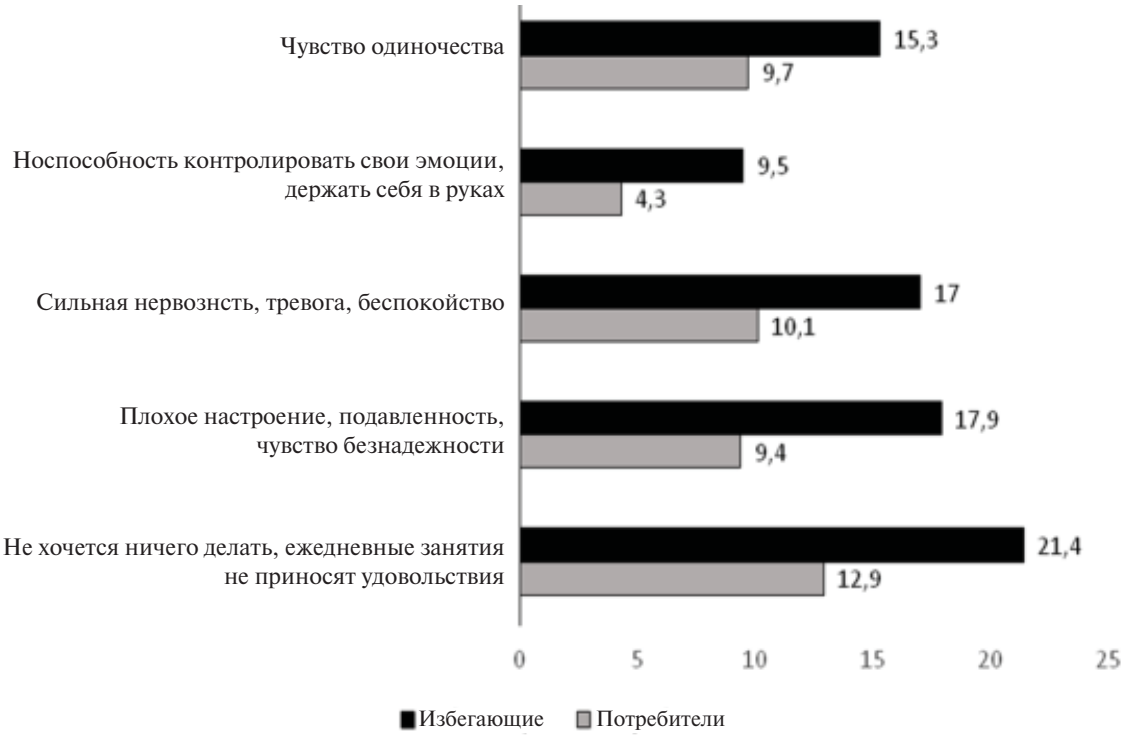


Рисунок 4. Эмоциональное неблагополучие среди избегающих новостей и потребителей новостей, % опрошенных в группе

Тем не менее нельзя сделать однозначного вывода о неэффективности избегания негативных новостей для поддержания эмоционального благополучия. Возможно, к ограничению потребления информационного контента прибегают более уязвимые люди, которые испытали его сильное влияние на ментальное здоровье. Избегание могло несколько улучшить их состояние, но не привело к его полной нормализации.

«Тревожность фоном и эти “панички” – да, они пропали. Кошмары иногда, конечно, есть еще, но – ладно, с кем не бывает. По крайней мере, вот реально того ужасного состояния уже нет» (жен., 22 года).

Кроме того, при избегании новостей тот контент, с которым люди сталкиваются ненамеренно, может казаться еще более травмирующим. Активное потребление информации, по-видимому, позволяет приобрести некоторый иммунитет к негативным новостям, научиться эмоционально от них отстраняться.

«Мне кажется, я стала реагировать на новости, которые я вижу, острее. Потому что после какого-то периода, когда ты провел в новостном поле довольно долго и активно, все притупляется. А потом, когда убираешь большое количество источников и для тебя это не ежедневная рутина в этом всем находиться, вещи, которые попадаются неожиданно, выбивают меня из колеи гораздо сильнее» (жен., 21 год).

Заключение

Исследование показало, что более 20% россиян сознательно ограничивают потребление новостного контента. Соответственно, избегание новостей затронуло заметную часть населения страны, однако не является настолько массовым, как во многих других странах. Меньшая распространенность избегания по сравнению с опросом 2022 г. в России и исследованиями зарубежных стран имеет несколько возможных объяснений. Во-первых, ее можно связать с относительной стабилизацией ситуации в стране и медиапространстве на момент проведения опроса. Поскольку избегание часто оказывается следствием кризиса, отсутствие в повестке дня новых драматических событий, которые тревожат людей и которые еще не рутинизировались, не стали привычными, может сделать этот феномен менее массовым. Во-вторых, имеет значение хабитуализация избегания новостей. Когда избегание становится привычным, оно уже не требует сознательных действий, так как укоренилось в рутине. Соответственно, люди, длительное время ограничивавшие потребление подобного контента, перестают воспринимать это ограничение как мотивированное преднамеренное действие и классифицируют себя как непотребителей, а не как избегающих. Наконец, на результаты исследования мог повлиять период сбора данных, который охватывает новогодние праздники и подготовку к ним. Это могло способствовать улучшению эмоционального состояния людей, а также снизать негативный уклон информационного потока.

Избегание новостей обычно не предполагает полной изоляции от информационного контента, а выражается в избирательном отказе от новостей по определенным темам. Наиболее часто люди, избегающие новостей, ограничивают потребление информации о политике, международных отношениях, преступлениях и экономике. Это объясняется большими эмоциональными и когнитив-

ными издержками просмотра такого контента. В то же время новости о культуре, здоровье и развлекательный контент менее подвержены избеганию. Впрочем, люди, избегающие новостей, реже потребляют новости по любым темам.

Наиболее распространенными причинами избегания новостей являются их негативное влияние на настроение, избыток политического контента, усталость от новостей и недоверие к медиа. Женщины чаще, чем мужчины, указывают на эмоциональные причины избегания, что может быть связано с гендерными стереотипами (приемлемость выражения эмоций, ассоциируемых со слабостью и уязвимостью) и различиями в социализации (Chaplin, Cole, Zahn-Waxler, 2005; Fischer, Rodriguez Mosquera, van Vianen, Manstea, 2004; Simon, Nath, 2004).

Способы избегания новостей также разнообразны. Чаще всего россияне прибегают к сокращению числа используемых источников новостей и времени на их просмотр или переключаются на другие виды деятельности. Самые радикальные способы регулирования потребления новостей, такие как использование блокировщиков и удаление из друзей в социальных сетях тех, кто часто размещает политический контент, встречаются редко. В целом управление потреблением новостей чаще всего производится вручную (как сознательное самоограничение), а не с помощью технологий (как управление информационной средой).

Рассмотрение феномена избегания новостей невозможно в отрыве от эмоционального состояния людей: негативное влияние новостей на настроение называют в качестве основной причины ограничения их потребления, меньшее внимание к определенным темам также связывается с их воздействием на эмоциональное состояние (Казун, 2024а), кроме того, люди, избегающие новостей, демонстрируют более высокое эмоциональное неблагополучие. В целом избегание новостей можно вписать в более широкую теоретическую рамку психотерапевтической культуры, понимаемой как способ мышления, которому свойственно использование идей психологии и психотерапии для решения проблем в повседневной жизни и саморазвития (Симонова, 2024). Феномен избегания часто описывается в интервью с использованием специализированной лексики и воспринимается как способ управления индивидуальными эмоциями, направленный на достижение более благоприятного состояния. Вместе с тем отдельные исследования не подтверждают, что связанные с новостями негативные эмоции

приводят к снижению внимания к такому контенту (Edgerly, 2022). Вероятно, это отчасти объясняется разнонаправленным влиянием: воздействие негативных новостей может как мотивировать к их избеганию (Carbone Soroka, Dunaway, 2024), так и вызывать желание просматривать такой контент (здесь уместно говорить о думскроллинге, понимаемом как тенденция потреблять большое количество негативных новостей, несмотря на вызываемые ими эмоции (Казун, 2024б)).

В отличие от масштабов избегания новостей, которые оказываются относительно невысокими по сравнению с другими странами Восточной Европы (Польша – 39%, Чехия – 31%, Словакия – 25% (Newman, Fletcher, Robertson, Arguedas et al., 2024)), многие другие выявленные тренды не уникальны для России. В частности, общими являются следующие тенденции: избегание новостей как способ поддержания индивидуального благополучия (Mannell, Meese, 2022), практики избегания новостей (Aharoni, Kligler-Vilenchik, Tenenboim-Weinblatt, 2021), наличие гендерного разрыва (Benesch, 2012; Gur-Ze'ev, Aharoni, Kligler-Vilenchik, Tenenboim-Weinblatt, 2024; Toff, Palmer, 2019), роль эмоций (Toff, Nielsen, 2022), доверия новостям (Li., Liang, Zhu, 2024; Schäfer, Aaldering, Lecheler, 2023; Toff, Kalogeropoulos, 2020) и усталости от новостей (Tandoc, Kim, 2023). Соответственно, в настоящее время феномен имеет смысл рассматривать скорее как следствие общего тренда к цифровизации медиапотребления, а не как явление, обусловленное специфическим культурным или ситуационным контекстом.

Распространение избегания новостей создает определенные трудности для медиаиндустрии и, вероятно, осознается профессионалами в данной области. В частности, способы вовлечения людей в потребление новостей, предлагаемые журналистами, во многом созвучны причинам перехода к избеганию и отвечают на них. В числе прочего речь идет о необходимости делать информационный контент более позитивным и релевантным для аудитории, а также ограничивать его сенсационность (Palmer, Edgerly, 2024). Впрочем, возникают сомнения, что эти предложения, во-первых, возможно учесть в полной мере и что, во-вторых, они могут существенно повлиять на вовлеченность аудитории в потребление информации. В частности, отмечается, что избегание новостей обусловлено не только тем, что представляет собой соответствующий контент, но и тем, что представляют собой контактирующие с ним люди (Toff, Palmer, Nielsen, 2023). Изменение

характера подачи информации не обязательно будет замечено частью аудитории, избегающей новостей, и может не отразиться на ее медиапредпочтениях. Так или иначе ответ на вопрос, что могло бы вовлечь «избегаторов» в потребление новостей (и нужно ли к этому стремиться), еще не найден.

Примечания

[1] Работа выполнена в Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ ВШЭ в рамках проекта «Экономическое поведение домашних хозяйств» при поддержке Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

[2] Полученная по итогам опроса база данных зарегистрирована как РИД. Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=69583553 (дата обращения: 20.08.2024).

[3] Например, люди могли начать избегать новостей о *COVID-19* в начале пандемии, но отказаться от избегания по прошествии некоторого времени (еще до того, как коронавирус вышел из повестки дня), когда ситуация перестала вызывать слишком сильную тревогу.

[4] Здесь и далее к избегающим новостей будут отнесены респонденты, выразившие полное или частичное согласие с тезисом об избегании.

Библиография

Богомягкова Е. С., Попова Е. Е. «Усталость сострадать» в практиках медиапотребления (на примере отношения к проблематизации распространения *COVID-19*) // Социологические исследования. 2021. № 6. С. 46–56. DOI: 10.31857/S013216250012269-8

Дунас Д. В., Вартанов С. А., Кульчицкая Д. Ю., Салихова Е. А. и др. Теоретические аспекты изучения медиапотребления российской молодежи: к пересмотру теории использования и удовлетворения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 2. С. 3–28. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2019.328

Казун А. Д. «Они все равно меня находят»: медиапотребление людей, избегающих новостей // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 3. С. 3–25. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2023.325

Казун А. Д. (б) «Обложиться информацией, чтобы хоть что-то понимать»: индивидуальные и социальные основания думскроллинга // Мир России: Социология, этнология. 2024. Т. 33. № 2. С. 77–94. DOI: 10.17323/1811-038X-2024-33-2-77-94

Казун А. Д. (а) Смотреть нельзя игнорировать: Какому контенту (не) готовы уделять внимание люди, избегающие новостей? // Журнал социологии и социальной антропологии. 2024. Т. 27. № 3. С. 146–167.

Как россияне справляются с новым кризисом: социально-экономические практики населения // Научные доклады факультета социальных наук НИУ ВШЭ. Вып. 1 (1) / под ред. *В. В. Радаева*. Режим доступа:

https:// id.hse.ru/books/818258101.html (дата обращения: 14.06.2023). DOI: 10.17323/ 978-5-7598-2756-6

Полуэхтова И. А. Медиапотребление различных возрастных групп // Социологические исследования. 2023. № 11. С. 127–132. DOI: 10.31857/S013216250028539-5

Симонова О. «Эмоциональная разметка» психотерапевтической культуры: Императивы, идейные противоречия и линии анализа // Журнал исследований социальной политики. 2024. № 1. С. 7–24. DOI: 10.17323/727-0634-2024-22-1-7-24

Aharoni T., Kligler-Vilenchik N., Tenenboim-Weinblatt K. (2021) 'Be Less of a Slave to the News': A Texto-Material Perspective on News Avoidance among Young Adults. *Journalism Studies* 22 (1): 42–59. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1852885.

Andersen K., Shehata A., Skovsgaard M., Strömbäck J. (2024) Selective News Avoidance: Consistency and Temporality. *Communication Research*. DOI: 10.1177/00936502231221689

Benesch C. (2012) An Empirical Analysis of the Gender Gap in News Consumption. *Journal of Media Economics* 25 (3): 147–167. DOI: 10.1080/08997764.2012.700976

Boczkowski P. J., Mitchelstein E., Matassi M. (2018) 'News Comes across When I'm in a Moment of Leisure': Understanding the Practices of Incidental News Consumption on Social Media. *New Media & Society* 20 (10): 3523–3539. DOI: 10.1177/1461444817750396

Carbone, M., Soroka, S., Dunaway, J. (2024) The Psychophysiology of News Avoidance: Does Negative Affect Drive Both Attention and Inattention to News? *Journalism Studies*. DOI: 10.1080/1461670X.2024.2310672

Chaplin T. M., Cole P. M., Zahn-Waxler C. (2005) Parental Socialization of Emotion Expression: Gender Differences and Relations to Child Adjustment. *Emotion* 5 (1): 80–88. DOI: 10.1037/1528-3542.5.1.80

Damstra A., Vliegenthart R., Boomgaarden H., Glüer K., Lindgren E., Strömbäck J., Tsfati Y. (2023) Knowledge and the News: An Investigation of the Relation Between News Use, News Avoidance, and the Presence of (Mis)beliefs. *International Journal of Press/Politics* 28 (1): 29–48. DOI: 10.1177/19401612211031457

Edgerly S. (2022) The head and heart of news avoidance: How attitudes about the news media relate to levels of news consumption. *Journalism* 23 (9): 1828–1845. DOI: 10.1177/14648849211012922

Espeland E. (2024) The Dynamics of Political Interest and News Media Avoidance: A Generational and Longitudinal Perspective. *Journalism Studies* 25 (12): 1476–1497. DOI: 10.1080/1461670X.2024.2366338

Fischer A. H., Rodriguez Mosquera P. M., van Vianen A. E. M., Manstead A. S. R. (2004) Gender and Culture Differences in Emotion. *Emotion* 4 (1): 87–94. DOI: 10.1037/1528-3542.4.1.87

Gorski L. C., Thomas F. (2022) Staying tuned or tuning out? A longitudinal analysis of news-avoiders on the micro and macro-level. *Communication Research* 49 (7): 942–965. DOI: 10.1177/00936502211025907

Gur-Ze'ev H., Aharoni T., Kligler-Vilenchik N., Tenenboim-Weinblatt K. (2024) "I Hope my Partner Will Keep me up-to-date": How Couples Navigate News Consumption and Avoidance. *Journalism Studies* 25 (12): 1535–1554. DOI: 10.1080/1461670X.2023.2299451

Hasell A., Halversen A. (2024) Feeling Misinformed? The Role of Perceived Difficulty in Evaluating Information Online in News Avoidance and News Fatigue. *Journalism Studies* 25 (12): 1441–1459. DOI: 10.1080/1461670X.2024.2345676

Hopmann D. N., Stępińska A., Stanyer J., Halagiera D., Terren L., Gehle L., Meltzer C. E., Buturoiu R., Corbu N., Cardenal A. S., Schemer C. (2024) A Qualitative Examination of (Political) Media Diets across Age Cohorts in Five Countries. *Communications*. DOI: 10.1515/commun-2023-0014

Kalogeropoulos A., Toff B., Fletcher R. (2024) The Watchdog Press in the Doghouse: A Comparative Study of Attitudes about Accountability Journalism, Trust in News, and News Avoidance. *The International Journal of Press/Politics* 29 (2): 485–506. DOI: 10.1177/19401612221112572

Li G. M., Liang F., Zhu Q. (2024) Examining Active News Avoidance Across Countries: A Multilevel Moderation Analysis of News Interests, News Trust, and Press Freedom. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. DOI: 10.1177/10776990241232083

Lor Z., Oh H. J., Choi J. (2022) Excluding and Including: News Tailoring Strategies in an Era of News Overload. *Digital Journalism* 11 (6): 943–961. DOI: 10.1080/21670811.2022.2048187

Mannell K., Meese J. (2022) From Doom-Scrolling to News Avoidance: Limiting News as a Wellbeing Strategy During COVID Lockdown. *Journalism Studies* 23 (3): 302–319. DOI: 10.1080/1461670X.2021.2021105

Newman N., Fletcher R., Eddy K., Robertson C. T., Nielsen R. K. (2023) *Reuters Institute Digital News Report*. Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf (accessed: 19.08.2024).

Newman N., Fletcher R., Robertson C. T., Arguedas A. R., Nielsen R. K. (2024) *Reuters Institute Digital News Report*. Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf (accessed: 19.08.2024).

Oransky M., Marecek J. (2009) «I'm not going to be a girl»: Masculinity and emotions in boys' friendships and peer groups. *Journal of Adolescent Research* 24 (2): 218–241. DOI: 10.1177/0743558408329951

Palmer R., Edgerly S. (2024) How Journalists Perceive News Avoidance: Reactions and Solutions to the Missing Audience as Boundary Work. *Journalism Studies* 25 (12): 1555–1572. DOI: 10.1080/1461670X.2024.2345672

Palmer R., Toff B., Nielsen R. K. (2023) Examining Assumptions Around How News Avoidance Gets Defined: The Importance of Overall News Consumption, Intention, and Structural Inequalities. *Journalism Studies* 24 (6): 697–714. DOI: 10.1080/1461670X.2023.2183058

Schäfer S., Aaldering L., Lecheler S. (2023) "Give Me a Break!" Prevalence and Predictors of Intentional News Avoidance During the COVID-19 Pandem-

ic. *Mass Communication and Society* 26 (4): 671–694. DOI: 10.1080/15205436.2022.2125406

Schäfer S., Betakova D., Lecheler S. (2024) Zooming in on Topics: An Investigation of the Prevalence and Motives for Selective News Avoidance. *Journalism Studies* 25 (12): 1423–*1440*. DOI: 10.1080/1461670X.2024.2338114

Simon R. W., Nath L. E. (2004) Gender and Emotion in the United States: Do Men and Women Differ in Self Reports of Feelings and Expressive Behavior? *American Journal of Sociology* 109 (5): 1137–1176. DOI: 10.1086/382111

Skovsgaard M., Andersen K. (2020) Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies* 21 (4): 459–476. DOI: 10.1080/1461670X.2019.1686410

Song, H., Jung, J., & Kim, Y. (2017) Perceived News Overload and Its Cognitive and Attitudinal Consequences for News Usage in South Korea. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 94 (4), 1172–1190. DOI: 10.1177/1077699016679975

Tandoc E. C., Kim H. K. (2023) Avoiding real news, believing in fake news? Investigating pathways from information overload to misbelief. *Journalism* 24 (6): 1174–1192. DOI: 10.1177/14648849221090744.

Toff B., Kalogeropoulos A. (2020) All the News That's Fit to Ignore: How the Information Environment Does and Does Not Shape News Avoidance. *Public Opinion Quarterly* 84 (S1): 366–390. DOI: 10.1093/poq/nfaa016

Toff B., Nielsen R. K. (2022) How News Feels: Anticipated Anxiety as a Factor in News Avoidance and a Barrier to Political Engagement. *Political Communication* 39 (6): 697–714. DOI: 10.1080/10584609.2022.2123073

Toff B., Palmer R. A. (2019) Explaining the Gender Gap in News Avoidance: "News-Is-for-Men" Perceptions and the Burdens of Caretaking. *Journalism Studies* 20 (11): 1563–1579. DOI: 10.1080/1461670X.2018.1528882

Toff B., Palmer R., Nielsen R. K. (2023) *Avoiding the News: Reluctant Audiences for Journalism*. Columbia University Press.

Tunney C., Thorson E., Chen W. (2021) Following and Avoiding Fear-Inducing News Topics: Fear Intensity, Perceived News Topic Importance, Self-Efficacy, and News Overload. *Journalism Studies* 22 (5): 614–632. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1890636

Van Aelst P., Strömbäck, J., Aalberg T., Esser F., de Vreese C., Matthes J., Hopmann D., Salgado S., Hubé N., Stępińska A., Papathanassopoulos S., Berganza R., Legnante G., Reinemann C., Sheafer T., Stanyer J. (2017) Political communication in a high-choice media environment: A challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association* 41 (1): 3–27. DOI: 10.1080/23808985.2017.1288551

Villi M., Aharoni T., Tenenboim-Weinblatt K., Boczkowski P. J., Hayashi K., Mitchelstein E., Tanaka A., Kligler-Vilenchik N. (2022) Taking a Break from News: A Five-nation Study of News Avoidance in the Digital Era. *Digital Journalism* 10 (1): 148–164. DOI: 10.1080/21670811.2021.1904266

Ytre-Arne B., Moe H. (2021) Doomscrolling, Monitoring and Avoiding: News Use in COVID-19 Pandemic Lockdown. *Journalism Studies* 22 (13): 1739–1755. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1952475

Notes

Available at: https://elibrary.ru/item.asp?id=69583553 (accessed: 20.08.2024).

References

Aharoni T., Kligler-Vilenchik N., Tenenboim-Weinblatt K. (2021) 'Be Less of a Slave to the News': A Texto-Material Perspective on News Avoidance among Young Adults. *Journalism Studies* 22 (1): 42–59. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1852885.

Andersen K., Shehata A., Skovsgaard M., Strömbäck J. (2024) Selective News Avoidance: Consistency and Temporality. *Communication Research*. DOI: 10.1177/00936502231221689

Benesch C. (2012) An Empirical Analysis of the Gender Gap in News Consumption. *Journal of Media Economics* 25 (3): 147–167. DOI: 10.1080/08997764.2012.700976

Boczkowski P. J., Mitchelstein E., Matassi M. (2018) 'News Comes across When I'm in a Moment of Leisure': Understanding the Practices of Incidental News Consumption on Social Media. *New Media & Society* 20 (10): 3523–3539. DOI: 10.1177/1461444817750396.

Bogomiagkova E. S., Popova E. E. (2021) «Ustalost' sostradat'» v praktikakh mediapotrebleniya (na primere otnosheniya k problematizatsii rasprostraneniya COVID-19) ["Compassion fatigue" in practices of media consumption (a case study of the attitude to the covid-19 problematization of dissemination)]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* 6: 46–56. DOI: 10.31857/ S013216250012269-8 (In Russian)

Carbone, M., Soroka, S., Dunaway, J. (2024) The Psychophysiology of News Avoidance: Does Negative Affect Drive Both Attention and Inattention to News? *Journalism Studies*. DOI: 10.1080/1461670X.2024.2310672

Chaplin T. M., Cole P. M., Zahn-Waxler C. (2005) Parental Socialization of Emotion Expression: Gender Differences and Relations to Child Adjustment. *Emotion* 5 (1): 80–88. DOI: 10.1037/1528-3542.5.1.80

Damstra A., Vliegenthart R., Boomgaarden H., Glüer K., Lindgren E., Strömbäck J., Tsfati Y. (2023) Knowledge and the News: An Investigation of the Relation Between News Use, News Avoidance, and the Presence of (Mis)beliefs. *International Journal of Press/Politics* 28 (1): 29–48. DOI: 10.1177/19401612211031457

Dunas D. V., Vartanov S. A., Kulchitskaya D. Y., Salikhova E. A., Tolokonnikova A. V. (2020) Motivatsionnye faktory mediapotrebleniya «tsifrovoy molodezhi» v Rossii: rezul'taty pilotnogo issledovaniya [Motivation Factors in media consumption of "digital youth" in Russia: Results of a pilot study]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 2: 3–27. (In Russian)

Edgerly S. (2022) The head and heart of news avoidance: How attitudes about the news media relate to levels of news consumption. *Journalism* 23 (9): 1828–1845. DOI: 10.1177/14648849211012922

Espeland E. (2024) The Dynamics of Political Interest and News Media Avoidance: A Generational and Longitudinal Perspective. *Journalism Studies* 25 (12): 1476–1497. DOI: 10.1080/1461670X.2024.2366338

Fischer A. H., Rodriguez Mosquera P. M., van Vianen A. E. M., Manstead A. S. R. (2004) Gender and Culture Differences in Emotion. *Emotion* 4 (1): 87–94. DOI: 10.1037/1528-3542.4.1.87

Gorski L. C., Thomas F. (2022) Staying tuned or tuning out? A longitudinal analysis of news-avoiders on the micro and macro-level. *Communication Research* 49 (7): 942–965. DOI: 10.1177/00936502211025907

Gur-Ze'ev H., Aharoni T., Kligler-Vilenchik N., Tenenboim-Weinblatt K. (2024) "I Hope my Partner Will Keep me up-to-date": How Couples Navigate News Consumption and Avoidance. *Journalism Studies* 25 (12): 1535–1554. DOI: 10.1080/1461670X.2023.2299451

Hasell A., Halversen A. (2024) Feeling Misinformed? The Role of Perceived Difficulty in Evaluating Information Online in News Avoidance and News Fatigue. *Journalism Studies* 25 (12): 1441–1459. DOI: 10.1080/1461670X.2024.2345676

Hopmann D. N., Stępińska A., Stanyer J., Halagiera D., Terren L., Gehle L., Meltzer C. E., Buturoiu R., Corbu N., Cardenal A. S., Schemer C. (2024) A Qualitative Examination of (Political) Media Diets across Age Cohorts in Five Countries. *Communications*. DOI: 10.1515/commun-2023-0014

Kalogeropoulos A., Toff B., Fletcher R. (2024) The Watchdog Press in the Doghouse: A Comparative Study of Attitudes about Accountability Journalism, Trust in News, and News Avoidance. *The International Journal of Press/Politics* 29 (2): 485–506. DOI: 10.1177/19401612221112572

Kazun A. D. (2023). «Oni vse ravno menya nahodyat»: mediapotreblenie lyudey, izbegayushchikh novostey ["It finds me anyway": Media consumption of news avoiders]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 3: 3–25. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2023.325 (In Russian)

Kazun A. D. (2024 b) «Oblozhit'sya informatsiey, chtoby hot' chto-to ponimat'»: individual'nye i sotsial'nye osnovaniya dumskrollinga ['Surround myself with information to understand at least something': individual and social reasons for doomscrolling]. *Mir Rossii* 33 (2): 77–94. DOI: 10.17323/1811-038X-2024-33-2-77-94 (In Russian)

Kazun A. D. (2024a) Smotret' nel'zya ignorirovat': Kakomu kontentu (ne)gotovy udelyat' vnimanie lyudi, izbegayushchie novostey? [To watch or to ignore: what kind of content are news avoiders (un)ready to consume?]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* 27 (3): 146–167. DOI: 10.31119/jssa.2024.27.3.5 (In Russian)

Li G. M., Liang F., Zhu Q. (2024) Examining Active News Avoidance Across Countries: A Multilevel Moderation Analysis of News Interests, News Trust, and Press Freedom. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. DOI: 10.1177/10776990241232083

Lor Z., Oh H. J., Choi J. (2022) Excluding and Including: News Tailoring Strategies in an Era of News Overload. *Digital Journalism* 11 (6): 943–961. DOI: 10.1080/21670811.2022.2048187

Mannell K., Meese J. (2022) From Doom-Scrolling to News Avoidance: Limiting News as a Wellbeing Strategy During COVID Lockdown. *Journalism Studies* 23 (3): 302–319. DOI: 10.1080/1461670X.2021.2021105

Newman N., Fletcher R., Eddy K., Robertson C. T., Nielsen R. K. (2023) *Reuters Institute Digital News Report*. Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf (accessed: 19.08.2024).

Newman N., Fletcher R., Robertson C. T., Arguedas A. R., Nielsen R. K. (2024) *Reuters Institute Digital News Report*. Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf (accessed: 19.08.2024).

Oransky M., Marecek J. (2009) «I'm not going to be a girl»: Masculinity and emotions in boys' friendships and peer groups. *Journal of Adolescent Research* 24 (2): 218–241. DOI: 10.1177/0743558408329951

Palmer R., Edgerly S. (2024) How Journalists Perceive News Avoidance: Reactions and Solutions to the Missing Audience as Boundary Work. *Journalism Studies* 25 (12): 1555–1572. DOI: 10.1080/1461670X.2024.2345672

Palmer R., Toff B., Nielsen R. K. (2023) Examining Assumptions Around How News Avoidance Gets Defined: The Importance of Overall News Consumption, Intention, and Structural Inequalities. *Journalism Studies* 24 (6): 697–714. DOI: 10.1080/1461670X.2023.2183058

Poluekhtova I. A. (2023) Mediapotreblenie razlichnykh vozrastnykh grupp [Media consumption by different age groups]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* 11: 127–132. (In Russian)

Radaev V. V. (ed.) (2023) Kak rossiyane spravlyayutsya s novym krizisom: Social'no-ekonomicheskie praktiki naseleniya [The Way Russians Cope with a New Crisis: Socio-Economic Practices of the Russian Population]. In *Nauchnye doklady fakul'teta sotsial'nykh nauk NIU VShE* [Research Reports of the HSE Faculty of Social Sciences. 1 (1)]. *Issue* 1 (1) Available at: https://id.hse.ru/books/818258101.html (accessed: 14.06.2023). DOI: 10.17323/978-5-7598-2756-6 (In Russian)

Schäfer S., Aaldering L., Lecheler S. (2023) "Give Me a Break!" Prevalence and Predictors of Intentional News Avoidance During the COVID-19 Pandemic. *Mass Communication and Society* 26 (4): 671–694. DOI: 10.1080/15205436.2022.2125406

Schäfer S., Betakova D., Lecheler S. (2024) Zooming in on Topics: An Investigation of the Prevalence and Motives for Selective News Avoidance. *Journalism Studies* 25 (12): 1423–1440. DOI: 10.1080/1461670X.2024.2338114

Simon R. W., Nath L. E. (2004) Gender and Emotion in the United States: Do Men and Women Differ in Self Reports of Feelings and Expressive Behavior? *American Journal of Sociology* 109 (5): 1137–1176. DOI: 10.1086/382111

Simonova O. (2024) «Emotsional'naya razmetka» psikhoterapevticheskoy kul'tury: Imperativy, ideynye protivorechiya i linii analiza [The 'Emotional Markup' of Psychotherapeutic Culture: Imperatives, Ideational Contradictions, and Lines of Analysis]. *The Journal of Social Policy Studies* 22 (1): 7–24. DOI: 10.17323/727-0634-2024-22-1-7-24 (In Russian)

Skovsgaard M., Andersen K. (2020) Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies* 21 (4): 459–476. DOI: 10.1080/1461670X.2019.1686410

Song, H., Jung, J., & Kim, Y. (2017) Perceived News Overload and Its Cognitive and Attitudinal Consequences for News Usage in South Korea. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 94 (4), 1172–1190. DOI: 10.1177/1077699016679975

Tandoc E. C., Kim H. K. (2023) Avoiding real news, believing in fake news? Investigating pathways from information overload to misbelief. *Journalism* 24 (6): 1174–1192. DOI: 10.1177/14648849221090744

Toff B., Kalogeropoulos A. (2020) All the News That's Fit to Ignore: How the Information Environment Does and Does Not Shape News Avoidance. *Public Opinion Quarterly* 84 (S1): 366–390. DOI: 10.1093/poq/nfaa016

Toff B., Nielsen R. K. (2022) How News Feels: Anticipated Anxiety as a Factor in News Avoidance and a Barrier to Political Engagement. *Political Communication* 39 (6): 697–714. DOI: 10.1080/10584609.2022.2123073

Toff B., Palmer R. A. (2019) Explaining the Gender Gap in News Avoidance: "News-Is-for-Men" Perceptions and the Burdens of Caretaking. *Journalism Studies* 20 (11): 1563–1579. DOI: 10.1080/1461670X.2018.1528882

Toff B., Palmer R., Nielsen R. K. (2023) *Avoiding the News: Reluctant Audiences for Journalism*. Columbia University Press.

Tunney C., Thorson E., Chen W. (2021) Following and Avoiding Fear-Inducing News Topics: Fear Intensity, Perceived News Topic Importance, Self-Efficacy, and News Overload. *Journalism Studies* 22 (5): 614–632. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1890636

Van Aelst P., Strömbäck, J., Aalberg T., Esser F., de Vreese C., Matthes J., Hopmann D., Salgado S., Hubé N., Stępińska A., Papathanassopoulos S., Berganza R., Legnante G., Reinemann C., Sheafer T., Stanyer J. (2017) Political communication in a high-choice media environment: A challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association* 41 (1): 3–27. DOI: 10.1080/23808985.2017.1288551

Villi M., Aharoni T., Tene nboim-Weinblatt K., Boczkowski P. J., Hayashi K., Mitchelstein E., Tanaka A., Kligler-Vilenchik N. (2022) Taking a Break from News: A Five-nation Study of News Avoidance in the Digital Era. *Digital Journalism* 10 (1): 148–164. DOI: 10.1080/21670811.2021.1904266

Ytre-Arne B., Moe H. (2021) Doomscrolling, Monitoring and Avoiding: News Use in COVID-19 Pandemic Lockdown. *Journalism Studies* 22 (13): 1739–1755. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1952475

Поступила в редакцию
21.08.2024