СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

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

«ОНИ ВСЕ РАВНО МЕНЯ НАХОДЯТ»: МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ ЛЮДЕЙ, ИЗБЕГАЮЩИХ НОВОСТЕЙ[1]

В статье анализируется, как рассказывают об эффекте «новости-находят-меня» люди, избегающие новостей. Эмпирическим материалом послужили 44 интервью. Результаты исследования показывают, что люди, сокращающие потребление новостей или вовсе отказывающиеся от них, не чувствуют себя неосведомленными и выражают уверенность, что информация о наиболее важных событиях сама найдет их. Источником новостей для них становятся социальные контакты (офлайн или онлайн), ненамеренное потребление традиционных медиа, а также социальные сети и компьютерные алгоритмы. Оценивается эффект «новости-находят-меня» также поразному. Некоторые информанты отмечают, что этот эффект позволяет им оставаться в курсе основных событий, не прилагая к этому усилий и тем самым экономя временные, когнитивные и эмоциональные ресурсы. Ситуация, когда новости сами находят аудиторию, делает более легитимным игнорирование информационного контента и избавляет людей от чувства вины за неосведомленность в повестке дня. Вместе с тем другие информанты подчеркивают, что эффект «новости-находят-меня» вынуждает потреблять новости, которых они не хотели бы знать.

***Ключевые слова**: избегание новостей, медиапотребление, медиасреда с большим выбором, новости-находят-меня, случайное потребление новостей.*

Anastasia D. Kazun, PhD in Sociology, Senior Researcher at the Laboratory for Studies in Economic Sociology, Senior Lecturer at the Faculty of Social Sciences, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia; e-mail: adkazun@hse.ru

"IT FINDS ME ANYWAY": MEDIA CONSUMPTION OF NEWS AVOIDERS

The article discusses how news avoiders talk about the news-finds-me effect. The empirical materials consist of 44 interviews. The research shows that news avoiders do not feel uninformed. The interviewees express confidence that information about the most important events on the agenda will find them by itself.

The channels of receiving information for news avoiders are social contacts (offline or online), casual consumption of traditional media (for example, the radio in a taxi), as well as social networks and computer algorithms. The effect of news-finds-me can also be evaluated in different ways. Some subjects of the interviews note that this effect allows them to stay on top of major events without effort, thus saving time, cognitive and emotional resources. The situation, when information finds its audience, legitimizes news avoidance and relieves people of the feeling of guilt about their unwillingness to follow the agenda. However, other subjects emphasize that the news-find-me effect does not give them the opportunity to protect themselves from negative information, forcing them to consume news they would like to avoid.

Key words: news avoidance, media consumption, high-choice media environment, news-finds-me, casual news consumption.

DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2023.325

Введение

Во всем мире наблюдается тенденция к избеганию новостей (*news avoidance*). Люди, которые сознательно ограничивают потребление информационного контента, представляют собой весьма многочисленную группу. Например, в 2022 г. в Бразилии таковых было 54% населения (Newman, Fletcher, Robertson et al., 2022). В других странах этот показатель тоже велик – 46% в Великобритании, 42% в США (Newman, Fletcher, Robertson et al., 2022), 41% в России[2] (Радаев (ред.), 2023).

Феномен избегания новостей был описан в ряде исследований, однако требует дальнейшей концептуализации и является очень неоднородным. Выделяют преднамеренное, предполагающее сознательный отказ от контента, и непреднамеренное избегание новостей (Skovsgaard, Andersen, 2020). В некоторых исследованиях к людям, избегающим новостей, относят только тех, кто делает это целенаправленно (Woodstock, 2014). В настоящей статье мы будем следовать этому подходу, оставляя за скобками тех, кто не потребляет новости, например, предпочитая развлекательный контент или из-за нехватки времени, т. е. людей, избегающих новостей непреднамеренно.

Распространение избегания новостей может быть объяснено возникновением медиасреды с большим выбором (*high-choice media environment*) (Karlsen, Beyer, Steen-Johnsen, 2020; Van Aelst, Strömbäck, Aalberg et al., 2017), предполагающей, что погружение в новостную ленту возможно практически в любом временном

и пространственном контексте (Boczkowski, Mitchelstein, Matassi, 2018; Hermida, 2020). Раньше потребление новостей требовало, например, нахождения перед телевизором в определенное время и было ограничено тем объемом контента, который транслировали традиционные медиа с весьма ограниченной пропускной способностью (число колонок в газете, время эфира) (Hilgartner, Bosk, 1988). Сейчас же пользователи сети Интернет имеют возможность взаимодействовать с бесконечным потоком контента, который доступен круглосуточно и может потребляться практически в любом месте. В результате возникает проблема информационной перегрузки (Benkler, 2007), когда объем получаемой информации превышает способность человека к ее обработке (Eppler, Mengis, 2004). Стремясь избежать этого неприятного состояния, люди начинают регулировать свое медиапотребление, порой принимая решение о (практически) полном отказе от новостей. Кроме того, феномен избегания новостей можно объяснить на индивидуальном уровне как отказ от контента, который вызывает негативные эмоции, и стремление поддержать свое эмоциональное благополучие (Mannell, Meese, 2022; Villi, Aharoni et al., 2022; Ytre-Arne, Moe, 2021).

Вместе с тем полностью изолировать себя от новостей в современном мире едва ли возможно. Распространение социальных сетей создало эффект «новости-находят-меня» (*news-finds-me*) (Fletcher, Nielsen, 2018; Gil de Zúñiga, Weeks, Ardèvol-Abreu, 2017). Не потребляя такой контент целенаправленно, человек тем не менее сталкивается с ним через репосты в социальных сетях, посты знакомых, посвященные актуальным проблемам, дискуссии в различных сообществах, заголовки в поисковых системах и т. д. Таким образом, у него не остается выхода за пределы информационного потока. Вероятно, это может вызывать чувство дискомфорта, ведь информационная среда в данном случае начинает препятствовать действиям по поддержанию эмоционального благополучия, которому угрожают новости с негативным уклоном (Leung, Lee, 2015; Soroka, 2006).

Распространение избегания новостей трактуется исследователями как угроза для демократии, поскольку потребление информационного контента связано с более высоким уровнем политической грамотности и вовлеченности (Eveland, Scheufele, 2000; Hayes, Lawless, 2018; Ksiazek, Malthouse, Webster, 2010). Предполагается, что отказ от новостей приводит к снижению осведомленности гра-

ждан и их политического участия. На первый взгляд эффект «новости-находят-меня» должен в некоторой степени смягчать негативные последствия отказа от информации. Тем не менее этого не происходит. Люди, получающие новости эпизодически, из различных неновостных интернет-ресурсов, все же имеют более низкий уровень политической грамотности (Gil de Zúñiga, Weeks, Ardèvol-Abreu et al., 2017), чем активные потребители, а новости в социальных сетях увеличивают предполагаемые, а не фактические знания (Schäfer, 2020). Таким образом, в результате эффекта «новости-находят-меня» люди могут чувствовать себя компетентными в вопросах политики и текущей повестки дня, при этом не обладая соответствующими знаниями в реальности. Похожие выводы были сделаны ранее в исследованиях роли новостей при формировании политических компетенций. В частности, было показано, что использование социальных сетей не компенсирует отказ от традиционных СМИ (Shehata, Strömbäck, 2021), а влияние цифровых медиа на политическую грамотность может быть положительным, но слабым (Dimitrova, Shehata et. al., 2014) или даже отрицательным (Van-Erkel, Van-Aelst, 2020).

Данное исследование основано на интервью с людьми, избегающими новостей. Анализируемые нарративы являются частью рассказа об опыте избегания экономических и политических новостей. Потребление других типов информационных сообщений (новости спорта, новости о знаменитостях и т. д.) в настоящем исследовании не рассматривается. В статье мы остановимся на следующих вопросах:

1) за счет чего происходит случайное столкновение людей, избегающих новостей, с таким контентом;

2) как люди, избегающие новостей, оценивают и воспринимают тот факт, что полностью изолировать себя от текущей повестки дня невозможно.

Методология

База данных настоящего исследования включает 44 полуструктурированных интервью с людьми, избегающими новостей. Данные были собраны в период с 20.11.2022 по 15.02.2023 г., большая часть интервью проведена в Москве (два интервью – в Санкт-Петербурге и два – с информантами, которые релоцировались из России). Поскольку избегание новостей связано с информационной перегруз-

кой, которая возникает в рамках медиасреды с большим выбором, логично, что оно будет более распространено среди активных пользователей сети Интернет. Поэтому наиболее ярко избегание новостей должно проявляться именно в крупных городах.

Выделить группу людей, избегающих новостей, можно различным образом – через вопросы, направленные на самооценку медиапотребления: «Вы ловите себя на том, что активно пытаетесь избегать новостей в эти дни?» (Newman, Fletcher, Robertson et al., 2022), «Я намеренно избегаю новостей о COVID-19» (Tandoc, Kim, 2022), или с опорой на пороговые значения: реже одного раза в месяц (Palmer, Toff, Nielsen и др., 2020) или двух раз в неделю (Shehata, 2016). При отборе информантов мы следовали первому подходу и отталкивались от намерений и установок людей, т. к. просмотр того или иного медиаресурса не обязательно означает его предпочтение, а непросмотр – избегание (Van den Bulck, 2006). Таким образом, избегающими новостей мы будем считать информантов, которые декларируют желание сократить потребление экономического и политического контента или полностью отказаться от него.

Поскольку предыдущие исследования показывают, что медиапотребление различается в зависимости от возраста (Poindexter, 2018; Toff, Kalogeropoulos, 2020), при формировании выборки мы варьируем этот параметр. Самому младшему информанту было 18 лет, самому старшему – 81 год. Поскольку избегание новостей более свойственно молодым людям и женщинам (Радаев (ред.), 2023), данные категории населения более представлены в выборке. Интервью были проведены с 33 женщинами и 11 мужчинами; 30 информантов были младше 40 лет, 14 – старше.

Информанты из старшей возрастной группы практически не высказывали тезисов, имеющих отношение к эффекту «новости-находят-меня». Вероятно, это объясняется тем, что для многих из них основным источником информации остается телевидение, которое в меньшей степени, чем Интернет, способствует случайному контакту с новостями. Эффект «новости-находят-меня» в первую очередь возникает в условиях, когда развлекательный и новостной контент смешивается и представлен на одних и тех же платформах, например в социальных сетях (Boczkowski, Mitchelstein, Matassi, 2018). Соответственно, молодые люди должны сталкиваться с ним чаще в силу специфики их медиапотребления (Черевко, Дунас, Толоконникова, 2018). Кроме того, для каждого из информантов мы

фиксировали уровень его политических знаний, опираясь при этом на разработанную для России шкалу (Климова, Артамонов, Чмель, 2021). Оценки политических знаний информантов меняются в интервале от 2 до 10, где 10 – наилучший возможный балл. Поскольку потребление новостей, в том числе случайное, часто рассматривается именно в контексте вовлеченности в политическую проблематику, было решено учесть данный параметр как дополнительную характеристику информантов.

Прямые вопросы о том, сталкиваются ли люди с ситуациями, когда новости сами находят их, информантам не задавались. Поэтому все выводы сделаны на основании ответов на вопросы о причинах и опыте отказа от новостей, его влиянии на социальные отношения, об оценке информантами своих знаний повестки дня и компетентности в политических и экономических вопросах, а также о причинах, позволяющих им чувствовать себя осведомленными. Решение отказаться от наводящих вопросов было связано с опасением повлиять на позицию информанта.

Невозможность изолировать себя от новостей

Люди, стремящиеся отказаться от новостей или сократить их потребление, отмечают невозможность такого рода изоляции. Новости представляются буквально витающими в воздухе: «Даже при условии, что я избегаю их, они все равно меня находят.» (И9, 20 лет, ПЗ – 5)[3]. Источники информации разнообразны – как следствие, не всякий контент можно заблокировать. Возникают ситуации вынужденного потребления новостей: услышать по радио, когда едешь в такси, случайно увидеть в ленте социальной сети, услышать от знакомых. Контролировать информационный поток в рамках одного типа медиа (не включать телевидение, удалить новостные приложения на телефоне и т. д.) кажется возможным, но даже в этом случае новости просачиваются в повседневность через другие каналы коммуникации. Таким образом, потребление новостей можно легко ограничить, используя различные практики (Vandenplas, Truyens, Vis et. al., 2021), однако его невозможно полностью избежать.

«Тебе приходят уведомления, ты постоянно слушаешь по телевизору, от знакомых, в Интернете, в любом случае, даже пытаясь себя ограничивать. В социальных сетях, в подборках всплывают все новости. К сожалению, это то, что нас окружает.» (И25, 24 года, ПЗ – 2)

Как новости находят меня?

Хотя концепция «новости-находят-меня» используется преимущественно для описания случайного потребления новостей в Интернете, в особенности в социальных сетях (Gil de Zúñiga, Cheng, 2021), в действительности возможности ненамеренно столкнуться с информацией намного разнообразнее. По итогам анализа интервью было выделено четыре основных канала, через которые все же получают новости люди, стремящиеся их избежать: социальные контакты офлайн, социальные контакты онлайн, вынужденное потребление традиционных медиа и алгоритмы рекомендаций.

Социальные контакты офлайн

Личное общение с социальным окружением является одним из каналов, через который люди, избегающие новостей, все же узнают о текущих событиях. Получение новостей от членов семьи, друзей, коллег и знакомых воспринимается информантами как неизбежность. Если от медиаконтента себя можно постараться изолировать, то уклонение от обсуждения событий повестки дня с близкими людьми интерпретируется как угроза отношениям. Отказ от сообщений СМИ трактуется как индивидуальный выбор, в то время как попытка не обсуждать политику или экономику, если кто-то из социального окружения инициирует такой разговор, представляется нарушением социальной нормы, сопряженным с риском обидеть человека. Стремление сохранить отношения с близкими людьми подталкивает к дискуссии о повестке дня, до некоторой степени погружая людей, избегающих новостей, в информационный поток.

«Когда ты сам не читаешь – ты не читаешь и все. Удаляешь этот Telegram-канал, не читаешь этот новостной портал, не заходишь на этот сайт и так далее. А если вопрос именно о том, что мне говорят друзья и близкие, что я слышу от малознакомых людей, то в этом вопросе тяжело сказать стоп. Этот поток идет отовсюду и что-то невозможно заблокировать, чтобы элементарно не потерять теплые отношения с близкими.» (И9, 20 лет, ПЗ – 5)

«Неудобно, конечно, сразу обрывать человека. Это неудобно, это неэтично. Но я в конце как не выдерживаю, говорю давайте не будем об этом (о политических новостях – автор). Давайте перейдем на другую тему.» (И32, 81 год, ПЗ – 6)

Помимо неизбежности, дискуссия о текущих событиях в социальном окружении воспринимается информантами как достаточный источник сведений. Межличностная коммуникация позволяет людям, избегающим новостей, получать основную информацию, за исключением каких-то деталей. Это делает менее актуальным возвращение к активному потреблению новостей.

«Я не читаю политические и экономические новости сейчас от слова «совсем». Но поскольку у меня достаточно большое количество социальных контактов и по работе, и в принципе общаюсь достаточно много, мне хватает той информации, которую я получаю просто из уст окружающих людей.» (И3, 44 года, ПЗ – 9)

«Все обсуждается с друзьями, с коллегами, с родственниками. В принципе в главных моментах они держат меня в курсе. Поэтому я не прямо в полном вакууме, но в каких-то деталях плаваю.» (И8, 21 год, ПЗ – 5)

Социальные контакты онлайн

В некоторых случаях взаимодействие с социальным окружением онлайн выстраивается практически так же, как в офлайне. Информация о событиях повестки дня может быть намеренно направлена именно этому получателю, т. е. речь идет не о трансляции того или иного контента на персональной странице, а об интенции информировать конкретного человека. Однако в отличие от коммуникации *face-to-face* переписка в социальных сетях позволяет игнорировать некоторые сообщения без опасения повредить социальным отношениям.

«У меня мама – политолог, и она присылает мне (новости. – *А.К.*) примерно каждый день, поэтому невозможно не читать. Но сама я стараюсь ничего не добавлять к этому. И иногда не читаю, что она мне прислала.» (И23, 25 лет, ПЗ – 7)

Традиционные медиа

Хотя изначально исследователи не связывали эффект «новости-находят-меня» с вынужденным потреблением традиционных медиа, этот канал коммуникации также в некоторых случаях играет свою роль. Люди, избегающие новостей, могут случайно столкнуться с ними, когда кто-то из их социального окружения смотрит телевизор. Кроме того, местом контакта с информацией о текущих событиях иногда становится личный автомобиль или такси, где может быть включено радио. Таким образом, даже не являясь

намеренным потребителем традиционных медиа, человек имеет шанс столкнуться с ними в повседневной жизни, в том числе в силу социальных отношений.

«Я могу, допустим, не заходить в Интернет, не читать статьи, но, тем не менее, я могу попасть на новости по радио, я могу услышать что-то по телевизору. Мне всё равно в уши что-то прилетает, но глаза хотя бы я берегу.» (И3, 44 года, ПЗ – 9)

«Скажем так, я новости узнаю постольку-поскольку. Постольку-поскольку мама, предположим, включает телевизор, какие-то новостные каналы, ту же «Москва-24». Это её любимый фон. Ну что-то ещё такое. Говорят, предположим, по радио иногда. Я редко включаю в машине, но бывает. Либо же ну просто мама, дети что-то такое рассказывают, приносят или на работе какое-то обсуждение затевается, я во что-то такое тоже вникаю, даже что-то где-то иногда специально смотрю, если интересно.» (И22, 46 лет, ПЗ – 6)

Алгоритмы рекомендаций и социальные сети

Новости в лентах друзей игнорировать может быть затруднительно, поскольку нельзя заранее знать, какую информацию разместили близкие. Фильтры, позволяющие оградить себя от определенных тем и типов контента, в социальных сетях также не предлагаются. Это не позволяет избежать случайного контакта с новостями. Полный отказ от использования социальных сетей, вероятно, мог бы стать выходом. Однако такое решение слишком радикально: оно сильно меняет повседневную жизнь человека, кроме того, такой отказ не для всех возможен. Так, люди, у которых работа или учеба предполагают активную коммуникацию, могут не иметь возможности перестать использовать социальные сети.

Кроме того, в социальных сетях можно столкнуться не только с контентом, который размещают знакомые, но и с сообщениями блогеров, которые, по-видимому, выступают в этом случае лидерами мнений (Katz, Lazarsfeld, 1957), донося информацию до тех, кто изначально не являлся ее аудиторией.

«Я довольно активный потребитель информации в соцсетях. К примеру, Instagram*[4], у меня мало там подписок очень, я подписана в основном на людей, которые мои близкие, знакомые, либо какие-то медийные личности, которые мне интересны. Вот как раз таки эти медийные личности (они могут у себя опубликовать какую-то информацию) как-то меня неосознанно осведомляют.

Допустим, я даже не хочу получить (информацию. – *А.К.*) вроде, но захожу в историю к кому-то и вижу там такой-то пост или такую-то информацию. И это, в каком-то плане, позволяет мне остаться информированной.» (И20, 21 год, ПЗ – 9)

«В последний месяц я точно не следила за новостями специально, только если это были какие-то отдельные посты ВКонтакте, например. Обычно оттуда приходят новости, которые я специально не ищу, а они просто вот появляются.» (И6, 19 лет, ПЗ –6)

Также люди, избегающие новостей, могут невольно становиться их потребителями, когда заходят в браузеры для поиска интересующей их (и, вероятно, не относящейся к политическим и экономическим новостям) информации или входа в почту и сталкиваются с заголовками в агрегаторе новостей. В целом не обращать на них внимания вполне возможно, однако легкость доступа к контенту (он уже перед глазами, нужно только потратить пару минут и прочитать) может подтолкнуть к ознакомлению с ним.

«Ну либо же ещё как вариант – почту открываю, mail, там всегда новостные эти строчечки.» (И22, 46 лет, ПЗ – 6)

Следует отметить, что различные каналы, через которые люди, избегающие новостей, получают информацию о текущих событиях, не являются взаимоисключающими. С наиболее значимыми вопросами повестки дня информанты сталкиваются как в социальных сетях, так и в межличностном общении. Разнообразие каналов, через которые поступает новость, делает ознакомление с ней, хотя бы поверхностное, почти неизбежным.

«Какие-то ключевые моменты, самые яркие, даже в негативном плане яркие, я узнаю через социальные сети. Скорее всего кто-то из знакомых выложит что-то в историю и так далее и тому подобное. Плюс опять же, наверное, семья, которая тоже, скорее всего, захочет это обсудить внутри себя. Плюс, когда происходит что-то экстраординарное, то абсолютно все начинают об этом говорить, и уже из какого-то источника до тебя это точно дойдет.» (И16, 18 лет, ПЗ – 9)

Как люди, избегающие новостей, оценивают эффект «новости-находят-меня»

Люди, избегающие новостей, неоднозначно высказывались о случаях, когда уклониться от потребления информационного контента было невозможно. С одной стороны, эффект «новости-

находят-меня» поддерживает и легитимирует отказ от новостей. При этом возможность ненамеренного получения информации не становится причиной избегания. Решение об отказе от новостей мотивируется преимущественно негативными эмоциями, которые вызывает такой контент.

«Это был какой-то пик нервозности. И когда ты один раз попробовал, что можешь не читать, и один день у тебя будет спокойный, потом проще следовать этому правилу. И еще проще следовать этому правилу, если ты понимаешь, что если будут какие-то супер-важные новости, от которых будет зависеть твоя жизнь или жизнь твоей семьи, или какие-то еще важные вещи, ты в любом случае их узнаешь от друзей, семьи или блогеров, на которых ты подписан, но которые не так часто распространяют политические новости.» (И14, 20 лет, ПЗ – 9)

Эффект «новости-находят-меня» делает отказ от информационного контента более комфортным, поскольку создает у человека ощущение, что он остается в курсе основных событий. Опасения пропустить что-то важное сильно снижаются, а раз новости всегда рядом, независимо от нашего намерения их увидеть, «нет необходимости ещё и догоняться самостоятельно» (И22, 46 лет, ПЗ – 6). Социальные контакты в этом случае начинают выполнять функцию привратника: «Три человека репостнули, на третьем я открою прочитаю» (И13, 21 год, ПЗ – 7). В результате контент, который находит человека в Интернете, воспринимается как наиболее значимый. Возникает чувство, что алгоритмы и подписки в социальных сетях изолируют нас, во-первых, от лишней информации (т. к. внимание привлекают только самые важные события), а во-вторых, от недостоверного контента (поскольку информацию транслирует кто-то из социального окружения человека). В частности, ранее отмечалось, что рекомендации в социальных сетях повышают доверие к новостным ресурсам (Turcotte, Chance, Irving et. al., 2015). Таким образом, люди, избегающие новостей, чувствуют, что они немного потеряли в информированности. При этом сокращение намеренного потребления новостей или отказ от него существенно экономит их ресурсы – эмоциональные (а избегание часто связано именно с их нехваткой), временные (позволяя переключиться на активности, которые воспринимаются как более полезные и приятные) и когнитивные (избавляя от необходимости отбирать и критически оценивать источники и сообщения). Кроме того, эффект «новости-находят-меня» легитимирует их избегание, снижая чувство вины за недо-

статочное отслеживание повестки дня и невыполнение гражданского долга по поддержанию информированности.

«Просто в ленте смотришь какие-то события, которые происходят, серьезные. Они, конечно же, будут людьми обсуждаемы. И хочешь не хочешь, ты это читаешь. Таким образом, все равно получается, что я в курсе событий каких-то серьезных. Вот как сейчас была беда в Турции, там и так далее. То есть такие вещи хочешь не хочешь – узнаешь. Ну и мне этого хватает в принципе. Потому что где-то, если я посчитаю нужным, я зайду в обсуждение, почитаю, что люди думают, а где-то – нет. Это уже от меня зависит. А если ты смотришь новости по телевизору, то ты все подряд и смотришь. В шок приходишь.» (И43, 51 год, ПЗ – 6)

Вместе с тем люди, избегающие новостей, сознают, что получают не полную информацию о событиях повестки дня, однако считают ее достаточной. Предполагается, что эффект «новости-находят-меня» обеспечивает хорошую фильтрацию контента, в результате которой до людей добираются наиболее важные сведения, а недостоверные и избыточно сенсационные отсеиваются.

«Основные события... Ты никак не избегнешь того, чтобы узнать о них, потому что, если что-то большое и важное происходит, до тебя это донесут в любом случае, это тебя коснется. А те детали и новости, которые преподносят как сенсации, на самом-то деле, фактически не меняют ничего. То есть, какую-то структуру миропорядка они никак не изменяют.» (И19, 20 лет, ПЗ – 10)

Помимо случайного потребления новостного контента в Интернете, избегание новостей поддерживается за счет уверенности, что информация доступна всегда (Toff, Nielsen, 2018). Следовательно, нет необходимости быть осведомленным о текущих событиях постоянно, ведь при появлении потребности в такого рода новостях, их можно оперативно обнаружить.

«Не возникает сложностей, что я что-то не знаю, потому что, Интернет – это то, что доступно 24/7, и информация – далеко не вся, но необходимая – в открытом или полуоткрытом доступе, в любом случае ей можно воспользоваться. Т. е. такой ограниченности в информации я не чувствую, что доставляло бы проблемы.» (И14, 20 лет, ПЗ – 9)

Таким образом, люди, избегающие новостей, не чувствуют себя находящимися в информационном вакууме за счет рассматриваемого эффекта. Именно это позволяет некоторым из них продолжать отказываться от новостного контента.

Вместе с тем встречаются и негативные оценки данного эффекта. Они связаны с невозможностью полностью изолировать себя от информации. В условиях, когда новости вызывают сильный стресс, люди могут принимать осознанное решение оставаться неинформированными. Ситуация, когда новости сами находят их, не позволяет успешно реализовать его, полностью избежав негативных новостей.

«Интернет — это такая глобальная паутина, из которой не выпутаться вообще никаким образом. Ты в любом случае повязан, если ты имеешь телефон, если ты зарегистрирован в различных аккаунтах. Соответственно, бывают такие истории, когда ты попадаешься на ненужную рекламу, когда тебя это начинает преследовать, когда тебе друзья или знакомые присылают определенные посты, какую-то информацию, ты не хочешь быть ее потребителем, но ты являешься им в любом случае. Вот это все пересылается, этим все делятся, это все обсуждают, даже учась в университете. Ты в любом случае не обходишь это мимо. Это в любом случае будет тебя преследовать. Тебе нужно об этом говорить, тебе нужно делиться своим мнением, любые твои диалоги со знакомыми этого касаются. Вот мы живем в таком мире, поэтому от этого не уйти. Конечно, возникают сложности, когда ты не хочешь быть потребителем этой информации, но эта информация тебя сама находит.» (И25, 24 года, ПЗ – 2)

Особенно негативно информанты высказываются о невозможности контролировать информационный поток. Отдельные социальные сети и информационные ресурсы позволяют управлять тем контентом, который человек получает. Люди, избегающие новостей, отписываются от информационных каналов в *Telegram*, удаляют новостные приложения и т. д. Однако алгоритмы рекомендаций и сети друзей оказываются не в их власти. Просмотр одной заинтересовавшей новости влечет за собой рекомендации большого количества аналогичного контента, который может быть не востребован, но продолжает преследовать пользователя.

«Эти<...>алгоритмы, которые пытаются пропихнуть тебе новость, которую ты не просил. Бывает такое, что смотришь случайно одну фигню, потом вторую и третью... И вот всё! Потом уже вся лента заполнена этими новостями.» (И21, 30 лет, ПЗ – 4)

«Сейчас этого стало меньше, например, в Инстаграме*, но одно время... Вот я не хотела это знать. Я не хотела это смотреть, потому что я уже не могла. А в Инстаграме, например, ты не можешь

этого не смотреть, потому что ты просто листаешь истории, и они (новости) появляются<...>И ты не можешь этого избежать.» (И26, 22 года, ПЗ – 5)

«Было сложно в основном потому, что не все мои знакомые и друзья, например в чатах, выбрали такой же путь. Много информации, которую я предпочла бы не видеть и не читать, приходило именно из групповых чатов. В этом плане было непросто.» (И19, 20 лет, ПЗ – 10)

Таким образом, роль эффекта «новости-находят-меня» амбивалентна. Некоторые люди, избегающие новостей, могут оценивать ее позитивно, поскольку случайное потребление информации позволяет им поддерживать определенный уровень осведомленности, не прилагая для этого усилий, и легитимирует отказ от намеренного просмотра новостей. Тогда как другие испытывают стресс из-за невозможности полностью обезопасить себя от травмирующего контента.

Заключение

Люди, избегающие новостей, осознают невозможность полностью изолировать себя от информации о текущих событиях. Они могут не ощущать себя неинформированными, поскольку верят, что наиболее важные новости найдут их сами. Отказ от новостей в этой связи может восприниматься как избегание лишних деталей, которые вызывают негативные эмоции, но не приносят особой пользы. Ранее было отмечено, что такое желание дистанцироваться от информационного контента преобладает в ситуации информационной перегрузки (Чумакова, 2017). При этом эффект «новости-находят-меня» не является причиной избегания сообщений СМИ. Это логично, поскольку он становится очевидным людям, которые уже отказались от информации такого рода, и его сложно заметить регулярным активным потребителям новостных ресурсов. Избегание информационного контента связано в первую очередь с его негативным уклоном (Mannell, Meese, 2022; Villi, Aharoni, Tenenboim-Weinblatt et al., 2022; Ytre-Arne, Moe, 2021), который неблагоприятно влияет на настроение и ментальное здоровье, вызывая «усталость сострадать» (Богомягкова, Попова, 2021), или с недоверием СМИ (Aharoni, Kligler-Vilenchik, Tenenboim-Weinblatt et. al., 2021) в целом. Впрочем, эффект «новости-находят-меня» может способствовать тому, чтобы люди, избегающие новостей, не

меняли своей модели медиапотребления, поскольку он позволяет не испытывать чувства вины из-за собственной неосведомленности. Таким образом, рассматриваемый эффект не становится причиной избегания новостей, но может способствовать его устойчивости, например формируя привычку пассивного потребления информации (Lee, Xenos, 2019).

Феномен «новости-находят-меня» менее однороден и более разнообразен, чем можно было бы ожидать исходя из предшествующих исследований, преимущественно обращавших внимание на социальные сети и компьютерные алгоритмы. Новости находят людей не только в цифровой среде, но и офлайн – в ходе межличностной коммуникации или ненамеренного потребления контента традиционных медиа. Причем недооценивать роль межличностной офлайн-коммуникации было бы неправильно, поскольку именно она обладает принудительной силой. Новости в социальных сетях человек может пролистывать, просматривая по диагонали, ссылки на сообщения СМИ – не открывать, но в разговорах с близкими вынужден участвовать, чтобы «не потерять теплые отношения» (И9, 20 лет, ПЗ – 5). Таким образом, предложенная П. Лазарсфельдом и Э. Катцем модель двухступенчатой коммуникации (Katz, Lazarsfeld, 1957) сохраняет свою актуальность в условиях медиасреды с большим выбором. Персональные контакты играют заметную роль в распространении информации в обществе.

Эффект «новости-находят-меня» неоднозначно оценивается людьми, избегающими сообщений о текущей повестке дня. С одной стороны, он может восприниматься позитивно, поскольку позволяет поддерживать некоторый уровень информированности без особенных усилий и расходования эмоциональных, когнитивных и временных ресурсов. Рассматриваемый эффект удобен для людей, которые не готовы существовать в информационном вакууме, но хотели бы сократить издержки потребления информационного контента. С другой стороны, некоторые люди воспринимают новостной поток как чрезвычайно травмирующий и хотели бы сократить его до минимума. Для них эффект «новости-находят-меня» будет негативным, поскольку вынуждает погружаться в повестку дня, от которой они предпочли бы дистанцироваться.

Наличие эффекта «новости-находят-меня», о котором активно рассказывают информанты, даже в ситуации, когда в исследовательский гайд не закладывалось специальных вопросов для его выявления, не означает, что не-потребители новостей хорошо

информированы. Исследователи, отмечавшие, что избегание информационного контента угрожает политической осведомленности граждан, а значит, и демократическим процессам, не могут быть успокоены тем, что люди эпизодически, случайно потребляют какие-то новости. Такая модель медиапотребления, во-первых, не предоставляет людям полной информации; во-вторых, может поставлять искаженные сведения (например, новости, полученные из кликбейтных заголовков, или слухи, распространяемые через межличностную коммуникацию); в-третьих, вероятно, не позволяет людям критически оценивать источник информации, способствуя большему доверию к фейковым новостям (Tandoc, Kim, 2022). Таким образом, ненамеренно получаемая информация о политических и экономических процессах, по-видимому, несовершенна. Однако вопрос об уровне политической грамотности и осведомленности потребителей новостей и людей, которые их избегают, нуждается в дополнительном изучении и количественной оценке.

Примечания

[1] Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2023 г.

[2] Полное согласие с тезисом «Вы стараетесь реже слушать новости, чтобы избегать негативных эмоций» выражают 30,3%, частичное – еще 10,9%. Опрос проведен в октябре 2022 г. исследовательской группой ЦИРКОН по заказу ЛЭСИ НИУ ВШЭ. Данные опроса репрезентируют взрослое население России (18 лет и старше) по таким параметрам, как пол, возраст, тип населенного пункта и география. Выборка составляет 2 000 человек.

[3] Здесь и далее пояснения после цитат следует читать следующим образом: И9 – интервью 9, 20 лет – возраст информанта, ПЗ – оценка политических знаний, измеряемая в интервале от 0 до 10.

[4] Здесь и далее * обозначены ресурсы компании Meta, признанной в РФ экстремистской организацией.

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

Климова А. М., Артамонов Г. А., Чмель К. Ш. Измерение политического знания: разработка и апробация шкалы в России. Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2021. № 52. С. 61–94.

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

Черевко Т. С., Дунас Д. В., Толоконникова А. В. Новости в условиях интернетизации: анализ новостного потребления студентов. Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2018. № 1. С. 3–25. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2018.325

Чумакова В. П. Представления современных российских студентов об информационной перегрузке в социальных медиа. Информационное Общество. 2017. № 4–5. С. 63–70.

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

Benkler Y. (2007) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, Conn: Yale University Press.

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.

Dimitrova D., Shehata A., Strömbäck J., Nord L. W. (2014) The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence from Panel Data. *Communication Research* 41 (1): 95–118. DOI: 10.1177/0093650211426004

Eppler M. J., Mengis J. (2004) The Concept of Information Overload: A Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and Related Disciplines. *The Information Society* 20 (5): 325–344. DOI: 10.1080/01972240490507974.

Eveland W. P., Scheufele D. A. 2000. Connecting News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation. *Political Communication* 17 (3): 215–237. DOI: 10.1080/105846000414250.

Fletcher R., Nielsen R. K. (2018) Are People Incidentally Exposed to News on Social Media? A Comparative Analysis. *New Media & Society* 20 (7): 2450–2468. DOI: 10.1177/1461444817724170.

Gil de Zúñiga H., Cheng Z. (2021) Origin and evolution of the News Finds Me perception: Review of theory and effects. *Profesional De La información* 30 (3). DOI: 10.3145/epi.2021.may.21

Gil de Zúñiga H., Weeks B., Ardèvol-Abreu A. (2017) Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics. *Journal of Computer-Mediated Communication* 22 (3): 105–123. DOI: 10.1111/jcc4.12185.

Hayes D., Lawless J. L. 2018. The Decline of Local News and Its Effects: New Evidence from Longitudinal Data. *The Journal of Politics* 80 (1): 332–336. DOI: 10.1086/694105.

Hermida A. (2020) Post-Publication Gatekeeping: The Interplay of Publics, Platforms, Paraphernalia, and Practices in the Circulation of News. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 97 (2): 469–491. DOI: 10.1177/10776 99020911882.

Hilgartner S., Bosk Ch. L. (1988) The Rise and Fall of Social Problems: a Public Arenas Model. *American Journal of Sociology* 94 (1): 53–78.

Karlsen R., Beyer A., Steen-Johnsen K. (2020) Do High-Choice Media Environments Facilitate News Avoidance? A Longitudinal Study 1997–2016. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 64 (5): 794–814. DOI: 10.1080/ 08838151.2020.1835428.

Katz E., Lazarsfeld P. (1957) *Personal Influence*. New York: Free Press.

Ksiazek T. B., Malthouse E. C., Webster J. G. (2010) News-Seekers and Avoiders: Exploring Patterns of Total News Consumption Across Media and the Relationship to Civic Participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54 (4): 551–568. DOI: 10.1080/08838151.2010.519808.

Lee S., Xenos M. (2019) Social distraction? Social media use and political knowledge in two US Presidential elections. *Computers in Human Behavior* 90: 18–25. DOI: 10.1016/j.chb.2018.08.006

Leung D., Lee F. (2015) How Journalists Value Positive News. *Journalism Studies* 16 (2): 289–304. DOI: 10.1080/1461670X.2013.869062

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., Robertson C. T., Eddy K., Nielsen R. K. (2022) Reuters Institute Digital News Report. Available at: https://reutersinstitute. politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf (accessed: 14.06.2023).

Palmer R., Toff B., Nielsen R. K. (2020). "The Media Covers Up a Lot of Things": Watchdog Ideals Meet Folk Theories of Journalism. *Journalism Studies* 21 (14): 1973–1989. DOI: https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1808516

Poindexter P. M. (2018) *Millennials, News, and Social Media: Is News Engagement a Thing of the Past? Revised and Updated 2nd Edition. New edition*. New York: Peter Lang Inc., International Academic Publishers.

Schäfer S. (2020) Illusion of knowledge through Facebook news? Effects of snack news in a news feed on perceived knowledge, attitude strength, and willingness for discussions. *Computers in Human Behavior* 103: 1–12. DOI: https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.031

Shehata A. (2016) News Habits Among Adolescents: The Influence of Family Communication on Adolescents' News Media Use—Evidence From a Three-Wave Panel Study. *Mass Communication and Society* 19 (6): 758–781. DOI: https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1199705

Shehata A., Strömbäck J. (2021) Learning Political News From Social Media: Network Media Logic and Current Affairs News Learning in a High-Choice Media Environment. *Communication Research* 48 (1): 125–147. DOI: https://doi.org/10.1177/0093650217749354

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: https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410

Soroka S. (2006) Good News and Bad News: Asymmetric Responses to Economic Information. *Journal of Politics* 68 (2): 372–385. DOI: 10.1111/j.1468-2508.2006.00413.x

Tandoc E. C., Kim H. K. (2022) 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., Nielsen R. K. (2018) "I Just Google It": Folk Theories of Distributed Discovery. *Journal of Communication* 68 (3): 636–657. DOI: 10.1093/joc/jqy009.

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): 366–90. DOI: 10.1093/poq/nfaa016.

Turcotte J., Chance Y., Irving J.; Scholl R. M., Pingree R. J. (2015) News recommendations from social media opinion leaders: Effects on media trust and information seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication* 20 (5): 520–535. DOI: https://doi.org/10.1111/jcc4.12127

Van Aelst P., Strömbäck J., Aalberg T., Esser F., de Vreese C. et al. (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

Van den Bulck J. (2006) Television News Avoidance: Exploratory Results From a One-Year Follow-Up Study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 50 (2): 231–252. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5002_4

Vandenplas R., Truyens P., Vis S., Picone I. (2021) Tuning Out the News. A Cross-Media Perspective on News Avoidance Practices of Young News Users in Flanders During the COVID-19 Pandemic. *Journalism Studies* 22 (16): 2197–2217. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1990788.

Van-Erkel P. F. A., Van-Aelst P. (2020) Why Don't We Learn from Social Media? Studying Effects of and Mechanisms behind Social Media News Use on General Surveillance Political Knowledge. *Political Communication* 38 (4): 407–425. DOI: 10.1080/10584609.2020.1784328

Villi M., Aharoni T., Tenenboim-Weinblatt K., Boczkowski P. J., et. al. (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.

Woodstock L. (2014) The News-Democracy Narrative and the Unexpected Benefits of Limited News Consumption: The Case of News Resisters. *Journalism* 15 (7): 834–849. https://doi.org/10.1177/1464884913504260

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

The study was implemented in the framework of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE University) in 2023.

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

Benkler Y. (2007) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, Conn: Yale University Press.

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 praktikah mediapotrebleniya (na primere otnosheniya k problematizacii 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)

Cherevko T.S., Dunas D.V., Tolokonnikova A.V. (2018) Novosti v usloviyah internetizacii: Analiz novostnogo potrebleniya studentov [News in the Networked Era: an Analysis of Students' News Consumption]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 3–25. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2018.325 (In Russian)

Chumakova V. P. (2017) Predstavleniya sovremennyh rossijskih studentov ob informacionnoj peregruzke v social'nyh media [Contemporary Russian Students' Perceptions of Information Overload in Social Media]. *Information Society* 4-5: 63–70. (In Russian)

Dimitrova D., Shehata A., Str mb ck J., Nord L. W. (2014) The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence from Panel Data. *Communication Research* 41 (1): 95–118. DOI: 10.1177/0093650211426004

Eppler M. J., Mengis J. (2004) The Concept of Information Overload: A Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and Related Disciplines. *The Information Society* 20 (5): 325–344. DOI: 10.1080/01972240490507974.

Eveland W. P., Scheufele D. A. 2000. Connecting News Media Use with Gaps in Knowledge and Participation. *Political Communication* 17 (3): 215–237. DOI: 10.1080/105846000414250.

Fletcher R., Nielsen R. K. (2018) Are People Incidentally Exposed to News on Social Media? A Comparative Analysis. *New Media & Society* 20 (7): 2450–2468. DOI: 10.1177/1461444817724170.

Gil de Zúñiga H., Cheng Z. (2021) Origin and Evolution of the News-Finds-Me Perception: Review of Theory and Effects. *Profesional De La información* 30 (3). DOI: 10.3145/epi.2021.may.21

Gil de Zúñiga H., Weeks B., Ard vol-Abreu A. (2017) Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics. *Journal of Computer-Mediated Communication* 22 (3): 105–123. DOI: 10.1111/jcc4.12185.

Hayes D., Lawless J. L. 2018. The Decline of Local News and Its Effects: New Evidence from Longitudinal Data. *The Journal of Politics* 80 (1): 332–336. DOI: 10.1086/694105.

Hermida A. (2020) Post-Publication Gatekeeping: The Interplay of Publics, Platforms, Paraphernalia, and Practices in the Circulation of News. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 97 (2): 469–491. DOI: 10.1177/10776 99020911882.

Hilgartner S., Bosk Ch. L. (1988) The Rise and Fall of Social Problems: a Public Arenas Model. *American Journal of Sociology* 94 (1): 53–78.

Karlsen R., Beyer A., Steen-Johnsen K. (2020) Do High-Choice Media Environments Facilitate News Avoidance? A Longitudinal Study 1997–2016. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 64 (5): 794–814. DOI: 10.1080/ 08838151.2020.1835428.

Katz E., Lazarsfeld P. (1957) *Personal Influence*. New York: Free Press.

Klimova A. M., Artamonov G. A., Chmel K. S. (2021) Izmerenie politicheskogo znaniya: razrabotka i aprobaciya shkaly v Rossii [Measuring Political Knowledge: Developing and Testing the Scale in Russia]. *Sociologiya: Metodologiya, Metody, Matematicheskoe Modelirovanie* 52: 61–94. (In Russian)

Ksiazek T. B., Malthouse E. C., Webster J. G. (2010) News-Seekers and Avoiders: Exploring Patterns of Total News Consumption Across Media and the Relationship to Civic Participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54 (4): 551–568. DOI: 10.1080/08838151.2010.519808.

Lee S., Xenos M. (2019) Social Distraction? Social Media Use and Political Knowledge in Two US Presidential Elections. *Computers in Human Behavior* 90: 18–25. DOI: 10.1016/j.chb.2018.08.006

Leung D., Lee F. (2015) How Journalists Value Positive News. *Journalism Studies* 16 (2): 289–304. DOI: 10.1080/1461670X.2013.869062

Mannell K., Meese J. (2022) From Doomscrolling 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., Robertson C. T., Eddy K., Nielsen R. K. (2022) Reuters Institute Digital News Report. Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf (accessed: 14.06.2023).

Palmer R., Toff B., Nielsen R. K. (2020). "The Media Covers Up a Lot of Things": Watchdog Ideals Meet Folk Theories of Journalism. *Journalism Studies* 21 (14): 1973–1989. DOI: https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1808516

Poindexter P. M. (2018) *Millennials, News, and Social Media: Is News Engagement a Thing of the Past? Revised and Updated 2nd Edition. New edition*. New York: Peter Lang Inc., International Academic Publishers.

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. Vyp. 1 (1)* [Research Reports of the HSE Faculty of Social Sciences. 1 (1)]. (In Russian). Available at: https://id.hse.ru/books/818258101.html (accessed: 14.06.2023). DOI: 10.17323/978-5-7598-2756-6

Schäfer S. (2020) Illusion of Knowledge Through Facebook News? Effects of Snack News in a News Feed on Perceived Knowledge, Attitude Strength, and Willingness for Discussions. *Computers in Human Behavior* 103: 1–12. DOI: https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.031

Shehata A. (2016) News Habits Among Adolescents: The Influence of Family Communication on Adolescents' News Media Use—Evidence From a Three-Wave Panel Study. *Mass Communication and Society* 19 (6): 758–781. DOI: https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1199705

Shehata A., Strömbäck J. (2021) Learning Political News From Social Media: Network Media Logic and Current Affairs News Learning in a High-Choice Media Environment. *Communication Research* 48 (1): 125–147. DOI: https://doi.org/10.1177/0093650217749354

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: https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410

Soroka S. (2006) Good News and Bad News: Asymmetric Responses to Economic Information. *Journal of Politics* 68 (2): 372–385. DOI: 10.1111/j.1468-2508.2006.00413.x

Tandoc E. C., Kim H. K. (2022) 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., Nielsen R. K. (2018) "I Just Google It": Folk Theories of Distributed Discovery. *Journal of Communication* 68 (3): 636–657. DOI: 10.1093/joc/jqy009.

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): 366–90. DOI: 10.1093/poq/nfaa016.

Turcotte J., Chance Y., Irving J.; Scholl R. M., Pingree R. J. (2015) News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication* 20 (5): 520–535. DOI: https://doi.org/10.1111/jcc4.12127

Van Aelst P., Strömbäck J., Aalberg T., Esser F., de Vreese C. et al. (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

Van den Bulck J. (2006) Television News Avoidance: Exploratory Results From a One-Year Follow-Up Study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 50 (2): 231–252. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5002_4

Vandenplas R., Truyens P., Vis S., Picone I. (2021) Tuning Out the News. A Cross-Media Perspective on News Avoidance Practices of Young News Users in Flanders During the COVID-19 Pandemic. *Journalism Studies* 22 (16): 2197–2217. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1990788.

Van-Erkel P. F. A., Van-Aelst P. (2020) Why Don't We Learn from Social Media? Studying Effects of and Mechanisms behind Social Media News Use on General Surveillance Political Knowledge. *Political Communication* 38 (4): 407–425. DOI: 10.1080/10584609.2020.1784328

Villi M., Aharoni T., Tenenboim-Weinblatt K., Boczkowski P. J., et. al. (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.

Woodstock L. (2014) The News-Democracy Narrative and the Unexpected Benefits of Limited News Consumption: The Case of News Resisters. *Journalism* 15 (7): 834–849. https://doi.org/10.1177/1464884913504260

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
02.02.2023