

ПОТРЕБЛЕНИЕ И ИЗБЕГАНИЕ НОВОСТЕЙ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: ЭВОЛЮЦИЯ ЗАПРОСОВ АУДИТОРИИ

А. А. Градюшко

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
webjourn@gmail.com*

Рассмотрена проблема избегания новостей в цифровой среде. Приводятся данные о том, что аудитория становится все более зависимой от социальных платформ. Показано снижение интереса к новостям, связанное с широким освещением определенных тем и обусловленное новостной перегрузкой. Сделан вывод о том, что концепция избегания новостей нуждается в систематической концептуализации и дальнейшем эмпирическом изучении.

Ключевые слова: цифровая журналистика; потребление новостей; избегание новостей; социальные медиа; аудитория.

NEWS CONSUMPTION AND AVOIDANCE IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: EVOLUTION OF AUDIENCE DEMANDS

A. A. Hradziushka

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. A. Hradziushka (webjourn@gmail.com)*

The problem of news avoidance in the digital environment is examined. The data is presented that the audience is becoming more and more dependent on social platforms. It shows the decline in interest in news due to the wide coverage of certain topics and due to news overload. It is concluded that the concept of news avoidance needs systematic conceptualization and further empirical study.

Key words: digital journalism; news consumption; news avoidance; social media; audiences.

Дистрибуция контента в цифровой журналистике с каждым годом становится все более сложной задачей. Редакции фрагментируют аудитории и организуют различные каналы для распространения новостей и привлечения трафика на свои площадки. По данным отчета Global Digital 2024, сегодня в соцсетях насчитывается более 5 млрд активных учетных записей. Более того, темпы роста аудитории социальных платформ ускоряются. Мы продолжаем тратить огромное количество времени на соцсети. Средний пользователь теперь проводит в них 2 часа 23 минуты в день. В Республике Беларусь насчитывается 5,63 млн пользователей социальных платформ (59,4 % населения). Всего за год эта цифра выросла на 1,4 млн, наибольший приток аудитории показал TikTok [1]. Соответственно, кратно увеличивается количество медиатекстов в социальных сетях.

Переход новостной индустрии к цифровой, мобильной и платформенной модели дистрибуции контента характеризуется нарастанием ряда негативных тенденций. В последние годы в научном сообществе активно обсуждается концепция явления, которое можно определить как «избегание новостей» [2]. В частности, в докладе Reuters Institute Digital News Report 2023 отмечается тенденция «снижения еженедельного потребления новостей из различных источников за последний год и снижения интереса к новостям в целом» [3, с. 21]. Респондентам из десяти стран был задан вопрос «Насколько, по вашему мнению, вы интересуетесь новостями?». Доля тех, кто ответил, что очень интересуется новостями, за период с 2015 по 2023 г. снизилась в Испании с 85 до 51 %, в Великобритании – с 70 до 43 %, в Германии – с 74 до 52 %. Общая выборка в каждой стране составила 2000 респондентов.

Можно утверждать, что снижение интереса к новостям отражается в сокращении потребления как традиционных, так и цифровых СМИ. Проблеме избегания новостей в цифровую эпоху посвящена научная статья «Taking a Break from News: A Five-nation Study of News Avoidance in the Digital Era», получившая ряд международных премий за лучшее исследование в области цифровой журналистики [4]. Статья основана на результатах 488 глубинных интервью с потребителями СМИ в Аргентине, Финляндии, Израиле, Японии и США. Как отмечается в этом исследовании, с помощью мобильных устройств и социальных медиаплатформ потребление новостей происходит в течение дня без той предсказуемости, которая характеризовала доступ к СМИ во времена печатных газет и вещательных новостей. Ученые обнаружили, что аудитория может

не только потреблять новости, но и стремиться избегать их. Проведенное исследование позволило выделить два фактора намеренного избегания новостей: когнитивный и эмоциональный.

Первый из них связан с широким освещением определенных тем и обусловлен последующим ощущением новостного перенасыщения, перегрузки или усталости. Скорость новостного цикла и повсеместное распространение новостей может привести к ощущению их избыточности, отмечено в исследовании. «Раньше мы читали о том, что произошло, раз в день. Сейчас мы читаем о том, что произошло, много раз в день, и нет времени сделать паузу», – отметил один из респондентов [4, с. 155]. Согласно данным исследования, когнитивное избегание новостей также может быть связано с обилием новостного контента, поступающего через мобильные устройства и социальные сети.

Второй фактор, который приводит к намеренному избеганию новостей, оказался связан с эмоциональными реакциями. Как выяснилось, многие респонденты испытывали дистресс, когда просматривали негативные материалы, например, новости о природных катастрофах или несчастных случаях со смертельным исходом. «Авиакатастрофа, теракт, жестокое обращение с детьми, убийство. У любого человека начинается плохой день, когда он читает о таких вещах. Я бросила это сознательно. Я больше не читаю новости, потому что там так много негатива. Я хочу читать радостные новости: ребенок выиграл золотую медаль на соревнованиях, что-нибудь о собаках-героях, или о милых детенышах панды. Об этом гораздо интереснее читать, чем о терактах», – такое мнение высказала одна из респондентов [4, с. 157.].

По мнению авторов этого исследования, одной из причин избегания новостей является огромное количество информации, циркулирующей в наши дни, в основном в интернете. Даже если основной целью посещения социальных сетей является исключительно общение с друзьями, каждый из нас может случайно встретить негативный контент в новостных лентах, сформированных алгоритмами социальных сетей. Проблема снижения интереса к новостям в цифровой среде активно поднимается как учеными из дальнего зарубежья, так и российскими исследователями. В одной из статей, в частности, отмечено, что «избегание информационного контента связано в первую очередь с его негативным уклоном, который неблагоприятно влияет на настроение и ментальное здоровье, вызывая «усталость сострадать», или с недоверием СМИ» [5, с. 16].

Белорусских научных работ на эту тему недостаточно, однако эмпирические исследования говорят об актуальности проблемы. В частности, в нашей стране за последние годы отмечен значительный рост числа новостных Telegram-каналов. Однако нередко они наполняются не оригинальным контентом, а пересланными сообщениями (репостами) из более крупных и влиятельных каналов. Наряду с отпиской от таких ресурсов, аудитория склонна избегать новостей, предпринимая такие действия, как менее частая проверка обновлений ленты, отключение уведомлений, отказ от чтения новостей в вечернее время или игнорирование определенных тем.

Таким образом, концепция избегания новостей нуждается в систематической концептуализации и дальнейшем эмпирическом изучении. Ближайшие годы будут отмечены усилением конкуренции в механизмах доставки контента. Редакциям белорусских медиа необходимо учесть, что явление, называемое «усталостью от новостей», становится все более явным в условиях нарастающей зависимости от алгоритмических и рекомендательных социальных платформ.

Библиографические ссылки

1. Digital 2024: Global Overview Report [Electronic resource]. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> (date of access: 15.02.2024).
2. Skovsgaard M., Andersen K. Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions // *Journalism Studies*. 2020. Vol. 1. Issue 4. Pp. 459–176. DOI: 10.1080/1461670X.2019.1686410.
3. Reuters Institute Digital News Report 2023 [Electronic resource]. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023> (date of access: 15.02.2024).
4. Villi M., Aharoni T., Tenenboim-Weinblatt K., Boczkowski P. J., Hayashi K., Mitchelstein E., Tanaka A., Kligler-Vilenchik N. Taking a Break from News: A Five-nation Study of News Avoidance in the Digital Era // *Digital Journalism*. 2022. Vol. 10. Issue 1. P. 148–164. DOI: 10.1080/21670811.2021.1904266.
5. Казун А. Д. «Они все равно меня находят»: медиапотребление людей, избегающих новостей // *Вестник МГУ. Сер. 10, Журналистика*. 2023. №3. С. 3–25.