

**Безыформационный пузырь: к проблеме стремления изоляции от новостного контента (на примере возрастной группы 18-25 лет)**

**Научный руководитель – Конкина Ксения Михайловна**

***Нисимова Милана Геннадьевна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
*E-mail: nisimova.m@mail.ru*

Современное общество — постиндустриальное — также принято называть информационным (Ф.Махлуп, 1962). Из чего следует, что информация — главный и движущий общество ресурс.

Анализируя потребление информации, исследователи выделяют такое явление, как думскролинг — склонность к бесконтрольному, продолжительному чтению плохих новостей. В нашем исследовании мы хотим обратить внимание на обратную проблему: стремление к изоляции от информации и сознательный отказ от потребления новостей. В качестве гипотезы мы выделяем идею о том, что в попытке избежать новостной контент и создать вокруг себя некий “безыформационный пузырь”, люди, так или иначе, остаются в информационном поле. Но это поле формируют не медиа, а окружение и лидеры общественного мнения. Что, в свою очередь, приводит к искажению информации и субъективной репрезентации.

Задачи нашего исследования:

- определить масштаб выделенного явления
- выявить причины сознательной изоляции от информации
- доказать, что отказ от потребления новостного контента не приводит к тотальной изоляции от информации
- определить из чего складывается информационная картина мира у тех, кто стремится изолироваться от новостей

В ходе нашего исследования был проведен опрос среди студентов МГУ им. Ломоносова в возрасте от 18 до 25 лет на предмет потребления ими новостного контента. Опрос показал, что идея изоляции от новостей популярна среди респондентов. При этом часть из них не достигает тотальной изоляции и формирует свою картину мира через окружение (друзей, родственников), что также допускает вероятность искажения этой информации, эффект “сломанного телефона”.

**Источники и литература**

- 1) Казун А. Д. «Они все равно меня находят»: медиапотребление людей, избегающих новостей // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2023(а).
- 2) Казун А. Д. Перспективные направления исследований потребления новостей в контексте медиасреды с большим выбором // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2024.
- 3) Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США. М., 1966.

- 4) Медиапотребление «цифровой молодежи» в России: моногр. / под ред. Д.В. Дунаса. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2021.
- 5) Ткачева Н. В., Вартанов С.А., Дунас Д.В., Гуреева А. Н. К вопросу о теоретическом понимании новостей в цифровую эпоху: трансформация структуры, сил влияния, «жизненного цикла» // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2016. № 3. С. 3–16.
- 6) Ускова Е.В. Думскроллинг, или бесконтрольное изучение «плохих новостей» в подростковой среде // Общество: социология, психология, педагогика. 2022. N 10. С. 82-86.
- 7) Bandura A. (2006) Social Cognitive Theory of Mass Communication. In: Bryant J., Zillmann D. (eds.) Media Effects: Advances in Theory and Research. Hillsdale: Erlbaum, pp. 61-63.