

## НОВЫЕ КНИГИ

А. Д. Казун

# Почему люди избегают новостей и как (не) надо с этим бороться?<sup>1</sup>

Рецензия на книгу: Toff B., Palmer R., Nielsen R. K. 2023. *Avoiding the News: Reluctant Audiences for Journalism*. New York: Columbia University Press. 288 p.



**КАЗУН Анастасия Дмитриевна** — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ), Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ), доцент факультета социальных наук НИУ ВШЭ. Адрес: 101000, Россия, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: [adkazun@hse.ru](mailto:adkazun@hse.ru)

*Информационная перегрузка, фрагментация медиасреды, кризис доверия новостям, негативный уклон при освещении событий повестки дня — все эти характеристики современного информационного потока способствовали возникновению массового избегания новостей. Авторы рецензируемой монографии, опираясь на большой объём эмпирических данных, описывают данный феномен. Книга преимущественно сфокусирована на мотивах и факторах избегания новостей. Отмечается, что женщины, молодые люди и представители низших социальных слоёв общества более склонны избегать новостей. Избегание новостей также может объясняться убеждениями относительно них, политическими взглядами, особенностями новостной социализации и нормами в социальном окружении. Сами люди, избегающие новостей, объясняют свою медиадиету недостатками контента (избыточная негативность, недостоверность, сложность и удалённость от повседневной жизни) и собственными индивидуальными чертами. Рецензия критически оценивает предлагаемые авторами рекомендации для журналистов по борьбе с избеганием новостей, отмечая спорный характер и ограниченную реализуемость таких мер. С одной стороны, необходимость вовлечения аудитории в более активное потребление новостей требует дополнительного обоснования. С другой стороны, отмечается, что некоторые рекомендации авторов могут привести к последствиям, обратным желаемым. Впрочем, монография в любом случае вносит заметный вклад в дискуссию об избегании новостей в современном мире.*

**Ключевые слова:** избегание новостей; вовлечённость в новости; медиапотребление; доверие медиа; новости-находят-меня; массовые коммуникации.

## Введение

Избегание новостей — феномен, который в настоящее время активно изучается и проблематизируется. Плавный рост доли людей, ограничивающих потребление информационного контента, наблюдался в течение дли-

<sup>1</sup> Исследование поддержано Российским научным фондом (РНФ), грант № 23-78-01206 (<https://rscf.ru/project/23-78-01206/>).

тельного времени [Strömbäck, Djerf-Pierre, Shehata 2013; Karlsen, Beyer, Steen-Johnsen 2020]. Однако в последнее десятилетие темпы распространения избегания ускорились: в 2024 г. доля избегающих увеличилась на 10 п. п. по сравнению с 2017 г. [Newman et al. 2024]. Наиболее заметные изменения произошли после начала пандемии COVID-19, которая стала катализатором данного процесса. Кризисная ситуация повысила эмоциональные (увеличение негативности новостей), когнитивные и временные (информационная перегрузка, большое количество взаимопротиворечащих медиасообщений) издержки потребления новостей, сделав отказ от такого контента более привлекательным. Именно в этот период избегание новостей начали изучать особенно активно.

Хотя про уклонение от информационного контента уже было написано немало статей, существует только одна монография по данной теме — «Avoiding the News: Reluctant Audiences for Journalism» («Избегание новостей: нежелающая журналистики аудитория») [Toff, Palmer, Nielsen 2023], — которой и посвящена данная рецензия. Рассматриваемая книга основывается на нескольких масштабных эмпирических исследованиях. Количественная часть работы опирается на опросы общественного мнения, один из которых был проведён в 2022 г. в 46 странах мира и охватывает 93 тыс. человек, другой проходил в США в августе 2020 г. ( $N = 1200$ ). Качественная часть книги базируется на 108 интервью с избегающими новостей людьми, проведённых в Великобритании (2016–2017 гг., после голосования по выходу Великобритании из Европейского союза — *Brexit*), Испании (2017–2018 гг., после референдума об отделении Каталонии) и США (2019–2020 гг., во время президентской предвыборной кампании). При рекрутинге информантов Б. Тофф, Р. Палмер и Р. Нильсен не разделяли избегание новостей на преднамеренное и непреднамеренное, как это предлагают делать некоторые авторы [Skovsgaard, Andersen 2020], поскольку данная классификация оказалась слабо применима в эмпирическом исследовании. В частности, избегание могло начинаться как преднамеренное, а в дальнейшем рутинизировалось. В целом активное сопротивление информационному контенту и его пассивное непотребление способны переплетаться, и разделить их нередко сложно. По этой причине к избегающим новостей было решено относить людей, которые указывали, что они потребляют такой контент не чаще одного раза в месяц<sup>2</sup>. Кроме того, в качестве контрастного кейса были рассмотрены «любители новостей» (*news lovers*), то есть люди, утверждающие, что они просматривают новости чаще 10 раз в день; с представителями данной группы было проведено 25 интервью.

Монография обобщает результаты многолетних исследований авторов, более детально изложенные в их статьях, которые посвящены избеганию новостей или основаны на данных об этой категории населения — о неточностях в концептуализации термина [Palmer, Toff, Nielsen 2023], народных теориях распределённого знания [Toff, Nielsen 2018], случайном потреблении новостей [Palmer, Toff 2024], эмоциональном опыте потребления новостей и роли связанной с ними тревоги [Toff, Nielsen 2022], факторах избегания [Toff, Kalogeropoulos 2020; Kalogeropoulos, Toff, Fletcher 2024], гендерном разрыве в вовлечённости в новости [Toff, Palmer 2019], представлениях о выгодах и издержках потребления новостей, разделяемых теми, кто уклоняется от потребления такого контента [Palmer, Toff 2020]. Книга структурирует полученные ранее результаты, позволяя более оперативно ознакомиться с рассматриваемым вопросом. Однако если какой-то аспект исследования вызовет особый интерес читателя, было бы полезно обратиться также к статьям авторов.

<sup>2</sup> Это решение является спорным. Проведённый нами анализ избегания новостей (полное или частичное согласие с тезисом «В последние три месяца я намеренно пытался(ась) избегать новостей») и новостного минимализма (потребление деловых, политических, международных новостей и новостей про преступления и происшествия не чаще одного раза в месяц) показал, что названные группы пересекаются только на 25%. Соответственно, вопреки названию, в рецензируемой книге речь во многом идёт именно о новостном минимализме, а не об избегании новостей. Тем не менее в рецензии я буду оперировать теми же терминами, что и авторы рецензируемой монографии.

## Кто и почему избегает новостей?

Б. Тофф, Р. Палмер и К. Нильсен выделяют широкий спектр причин избегания новостей. Прежде всего, акцентируется внимание на роли социально-демографических факторов. Авторы отмечают, что уклонение от информационного контента более свойственно женщинам, молодёжи и представителям низших социально-экономических слоёв общества.

Роль этих факторов связывается с характеристиками медиасреды, представлениями о новостях, образом жизни, возможностями для потребления новостей и социальным окружением индивида. Так, меньшая вовлечённость молодёжи в потребление новостей приписывается расширению предложения разнообразного медиаконтента в Интернете. Предшествующие исследования подтверждают, что, выбирая из большего числа альтернатив, люди скорее предпочтут развлекательный контент [Panek 2016]. Поскольку молодёжь наиболее активно использует онлайн-ресурсы, предлагающие широкий диапазон неностных медиапродуктов, именно они делают выбор не в пользу информационного контента. Влияние пола и социального класса на избегание новостей приписывается, с одной стороны, приобретаемым в ходе социализации представлениям о том, для кого предназначены новости, с другой — наличию возможностей для потребления такого контента. Так, женщины могут уделять меньшее внимание новостям, считая, что подобная информация ориентирована на мужчин, или же в силу загруженности домашними делами — «второй сменой» — в дополнение к оплачиваемой занятости [Hochschild, Machung 2012]. Представители низших слоёв общества могут полагать, что новости не релевантны для них, или же не иметь возможность уделять им существенное внимание, в силу, например, специфики профессиональной деятельности.

Привычки (не)потребления новостей формируются под влиянием социума. В частности, авторы подчёркивают роль социализации, социального окружения и «новостных сообществ». Воспоминания избегающих новостей о детстве делятся на два типа: (1) отсутствие новостей дома и отказ от обсуждения политики как норма, позволяющая избегать конфликтов; (2) принудительный просмотр информационного контента, вызывающего неприятные эмоции или связанного с травмирующими событиями (похищения детей в Великобритании, теракты по всему миру, особенно 11 сентября 2001 г.). В первом случае люди не приобретали опыт взаимодействия с новостной средой и не формировали соответствующие привычки, во втором испытывали негативное отношение к новостям и ассоциировали их с неприятными переживаниями. Впрочем, медиапредпочтения могли быть скорректированы в дальнейшем под влиянием социального окружения. Избегающие новостей, по-видимому, не относятся к сообществам, где обсуждение информационного контента является нормой, поэтому не испытывают социального давления, подталкивающего к его потреблению, и не чувствуют беспокойства из-за «исключённости из разговоров» на такие темы. Наконец, «избегаторы» не рассматривают поддержание информированности как гражданский долг и способ участия в общественной жизни. Они склонны определять «хорошего гражданина» через заботу об окружающих и добрые дела (например, «помочь своему соседу полоть сорняки на его газоне» [Toff, Palmer, Nielsen 2023: 98]), а не через погружённость в повестку дня.

Кроме того, рассматриваемый феномен связывается с политическими взглядами людей. Авторы рецензируемой книги указывают, что люди, избегающие новостей, испытывают отчуждение от политики, часто не идентифицируют себя ни с одной партией, сомневаются в своей способности повлиять на текущие события и политические решения (низкая политическая эффективность — *political efficacy*) и считают новости бесполезными или даже вредными. Такие люди часто воспринимают информационные ресурсы как предвзятые. При этом критика в отношении медиаресурсов различается в рассматриваемых странах. Так, в Великобритании недовольство вызывают сенсационность и коммерциализация новостей, в Испании — коррупция и политическая ангажированность, в США — поляризация и доминирование мнений над фактами.

Люди, избегающие новостей, могут разделять убеждения, не способствующие вовлечённости в информационный поток, им свойственно восприятие «новости-находят-меня» (*news-finds-me*). Предполагается, что важная информация в любом случае достигнет человека в результате случайного столкновения с ней, например в социальных сетях, что (отчасти) обесценивает её активный поиск. Кроме того, избегающие новостей полагают, что информация легко доступна, и, следовательно, не испытывают потребности в регулярном мониторинге новостей, ведь при необходимости все интересующие сведения можно просто «погуглить». Наконец, некоторые «избегаторы» испытывали по отношению к информационному контенту генерализованный скептицизм, указывая на неготовность полагаться на какие-либо медиаресурсы. Уверенность в том, что доступная информация противоречива и ненадёжна, также способствует избеганию новостей.

Сами люди могут приписывать ответственность за избегание новостей их недостаткам либо принимать такую ответственность на себя. В первом случае подчёркиваются негативные характеристики информационного потока: новости воспринимаются как подавляющие и тревожащие; предполагается, что они отрицательно сказываются на эмоциональном состоянии потребителей. Кроме того, и качественные, и количественные данные подтверждают, что избегание связано с недоверием новостям. Невозможность полагаться на информационный контент рассматривалась информантами как нечто самоочевидное и понятное всем разумным людям. Наконец, люди, избегающие новостей, подчёркивали, что новости слишком сложны для понимания, неинтересны, абстрактны и удалены от их повседневной жизни. Во втором случае акцент делается на недостатке времени для потребления новостей<sup>3</sup> и индивидуальных личностных чертах (например, интроверт, не интересующийся политикой и общественной жизнью). Разумеется, все эти обоснования не являются взаимоисключающими и могут использоваться людьми одновременно. Наиболее важный вывод состоит в том, что избегание новостей — это не только про новости (и их недостатки), но и про избегающих. Даже если бы транслируемый медиаресурсами информационный контент был идеален, часть аудитории продолжила бы уклоняться от него в силу индивидуальных характеристик, предпочтений и образа жизни.

## Что делать?

Завершая книгу, авторы не только формулируют выводы для исследователей, но и предлагают пять направленных на решение проблемы избегания новостей рекомендаций для журналистов.

Прежде всего, поскольку избегание новостей часто ассоциируется с их негативным воздействием и низкой релевантностью для людей, исследователи предлагают поработать с категорией издержек потребления новостей, сделав информационный контент менее депрессивным, более понятным и лучше соотносящимся с индивидуальной жизнью. Это предполагается достигать как через усиление внимания к вопросам, приближенным к личному опыту представителей аудитории, так и через более явное указание в новостных сообщениях на то, как они могут повлиять на жизнь потребителей.

Также подчёркивается необходимость «уважать группы, которые исторически плохо обслуживались новостями» [Toff, Palmer, Nielsen 2023: 166], а именно женщин, молодёжь и наименее привилегированные слои населения. Авторы книги отмечают, что образ жизни и убеждения данных групп нуждаются в дополнительном изучении, которое позволит понять, как сделать информационный контент более релевантным для них. Одновременно с этим рекомендуется подчёркивать социальные преимущества потребления новостей и формировать новостные сообщества, поскольку чувство общности повышает

<sup>3</sup> Это не очень сочетается с другим результатом исследования, согласно которому избегающие новостей гораздо чаще были безработными (28%) по сравнению с любителями новостей (8%). Вероятно, в данном случае правильнее говорить об относительной, а не об абсолютной нехватке времени. Избегающие новостей могут не быть более загружены, но для них приоритетны другие активности.

ценность почти любой медиапрактики. Идеалом видится ситуация, когда все люди чувствуют, что их идентичность отражается в новостях, которые позволяют им совершать значимые действия<sup>4</sup>.

Для преодоления проблемы, связанной с тем, что просмотр новостей требует слишком больших временных затрат и плохо соотносится с другими повседневными активностями, предлагается изменить способ представления новостей, снабдив соответствующие сообщения короткими простыми резюме<sup>5</sup>. Кроме того, подчёркивается важность увеличения присутствия новостных ресурсов в социальных сетях, поскольку оно способствует случайному потреблению<sup>6</sup> информационного контента. Предполагается, что люди, избегающие новостей, могут не заходить на новостные сайты намеренно, однако если новости будут сами их находить (*news-finds-me*), они смогут поддерживать определённый уровень информированности.

Следующей задачей, которую выделяют авторы книги, является повышение информационной грамотности аудитории. Люди, избегающие новостей, могут иметь ограниченный опыт взаимодействия с информационным контентом и из-за этого испытывать трудности в различении профессиональных журналистских материалов и предвзятых или недостоверных сообщений. Исследования авторов показали, что люди, постоянно избегающие новостей, часто чувствовали, что они мало знают о производстве новостей, испытывая в их отношении неопределённость и приписывая соответствующему контенту высокий субъективизм. Ожидается, что лучшее понимание медиасферы могло бы повысить воспринимаемую информационную ценность новостей и снизить когнитивные издержки их потребления.

Наконец, авторы ассоциируют избегание новостей с антижурналистским общественным дискурсом<sup>7</sup> и распространением различных форм недостоверного контента, которые «портят» репутацию отрасли. Соответственно, подчёркивается, что необходимо восстанавливать социальный статус журналистики и доносить до людей информацию о её ценности для общества.

## Какие недостатки и ограничения есть у предложенных рекомендаций?

Авторы стремятся к тому, чтобы их исследования внесли практический вклад в функционирование современной медиасреды. Однако раздел с рекомендациями является наиболее спорной и противоречивой частью книги.

Прежде всего, возникают сомнения относительно необходимости борьбы с избеганием информационного контента. С какой именно целью предполагается возвращать людей в лоно новостей? Если для демократических государств ответ на этот вопрос традиционно основывается на нормативном идеале информированного гражданина, то в странах с ограниченными возможностями политического участия он как будто теряет смысл. В целом непонятно, на чём именно зиждется убеждённость в том, что отслеживать новости необходимо всем людям. Более того, рассуждая о том, что информационный контент важен для каждого, мы упускаем из виду, что современная медиасреда является фрагментированной и поляризированной, содержит большое количество предвзятых и недостоверных материалов.

<sup>4</sup> По-видимому, авторы подразумевают гражданский активизм, так как в качестве примеров указаны феминистское движение и движение за гражданские права.

<sup>5</sup> Именно так и представлены новости, например, в Телеграм, что, однако, не решает проблему избегания.

<sup>6</sup> Под случайным потреблением новостей понимается столкновение с информационным контентом без его намеренного поиска. Обычно подобный эффект ассоциируется с использованием социальных сетей [Schäfer 2023], однако он может также быть связан с социальными контактами онлайн или офлайн [Казун 2023].

<sup>7</sup> В англоязычных публикациях обычно используются термины *anti-press* или *anti-media*, иногда в сочетании с концептом *populism* [Bhat, Chadha 2020; Shin, Kim, Joo 2020].

Соответственно, люди, которых мы вовлекаем в новости, совсем не обязательно будут получать качественную информацию.

Однако даже если предположить, что избегание новостей представляет собой проблему, требующую решения, предлагаемые меры вызывают сомнения с точки зрения реализуемости и эффективности. Одну из трудностей подчёркивают и сами авторы, описывая так называемую устричную проблему [Toff, Palmer, Nielsen 2023: 3–4]. Многие люди могут быть уверены в том, что они не любят устриц, им неприятны их вкус и текстура. Однако если попытаться детализировать их опыт в отношении данного продукта, мы узнаем, что часть из них никогда не пробовали устрицы, а часть имеет минимальный негативный опыт (возможно, просто не повезло?). Эти люди не будут потреблять устрицы и едва ли заинтересуются их повторной дегустацией. Можно принимать меры, направленные на повышение стандартов качества устриц, обеспечивать более удобную доставку до потребителя, снижать цены на продукцию, но люди, которые *знают*, что продукт им не по вкусу, его не купят. Применительно к избеганию новостей это означает, что уклонение от информационного контента не обязательно связано с его характеристиками — содержанием, форматом подачи и т. д., а повышение качества новостей может не привести к росту вовлеченности. Люди, которые *знают*, что новости не для них, продолжают уклоняться от их потребления. Соответственно, корректировка уже сформированных привычек может быть затруднена.

Сложности возникают и в отношении повышения релевантности новостей для потребителей. Сделать информационный контент более соответствующим опыту и повседневной жизни людей, вероятно, возможно. Однако кризис доверия новостям, распространение медиацинизма и медиаскептицизма существенно снижают их воспринимаемую информационную ценность. Согласно исследованию Института Reuters по изучению журналистики (Reuters Institute for the Study of Journalism), в значительной части стран доля людей, утверждающих, что они могут доверять большей части новостей большую часть времени, не достигает и 40% [Newman et al. 2024]. В России люди также декларируют недоверие информационному контенту [Петрова 2024] и выражают априорное сомнение в его качестве [Вырковский, Шамсутдинова 2024]. Распространение убеждений, что новости манипулятивны, ангажированы и неточны, делает такую информацию нерелевантной для аудитории. Кажется, что именно преодоление недоверия является более важным, чем «заземление» новостей, их приближение к повседневному опыту людей.

Кризис доверия журналистике выглядит как неизбежное следствие более общих трендов современной медиасреды, вследствие чего проблема едва ли может быть эффективно решена в обозримом будущем. Так, медиасреда в настоящее время становится всё более фрагментированной [Heiberger et al. 2022] и поляризованной, поэтому, просматривая новости, нередко можно увидеть диаметрально противоположные интерпретации одних и тех же фактов и событий. Сталкиваясь с такой высокой разнородностью и противоречивостью информационного потока, люди не чувствуют себя готовыми полагаться на него. В результате они либо отказываются от новостей как от ненадёжных, либо принимают решение об ограниченном доверии каким-либо ресурсам (*pragmatic trust*) [Schwarzenegger 2020]. Ситуация усугубляется также активной публичной дискуссией о проблеме фейковых новостей, которая приобретает характер моральной паники [Carlson 2020; Miró-Llinares, Aguerri 2023] и подрывает готовность полагаться в том числе и на корректную информацию [Meer, Nameleers, Ohme 2023]. Возникает печальная цепь связей: без существенного преобразования медиасреды невозможно повысить доверие к новостям, а без доверия к новостям бессмысленно говорить об их релевантности для аудитории.

Предложенная авторами книги идея учёта интересов аудитории и адаптации к ним новостного контента на первый взгляд выглядит логично. Однако в действительности она несёт в себе и определённые риски. Если предлагаемый учёт интересов аудитории усилит фрагментацию медиа, вместо информир-

рованных граждан мы рискуем получить по-разному информированных граждан, которые осведомлены о разных фактах и имеют принципиально различные позиции в их отношении. И хотя плюрализм и представленность различных точек зрения являются нормативным идеалом, фрагментация медиапространства и общества может начать угрожать нашей способности договариваться о тех или иных вещах. Хотя бы потому, что для диалога требуется, как минимум, согласие относительно того, какие вопросы заслуживают обсуждения. Избыточная фрагментация общества может не позволять сформировать спектр проблем для общественных дебатов [Moeller et al. 2016], тем самым угрожая социальной интеграции и демократии, для поддержания которой, по мнению авторов, и требуется потребление новостей.

Спорной является также идея расширения присутствия новостных ресурсов в социальных сетях, чтобы информация «находила» людей, не желающих отслеживать ее добровольно. Так, случайное потребление новостей повышает уверенность в своих политических знаниях [Feezell, Ortiz 2021], однако на реальные знания не влияет либо способствует их снижению [Erkel, Aelst 2021; Borah et al. 2022; Lee, Nanz, Heiss 2022]. Отчасти это может быть связано с некритичным восприятием новостей, которые сами находят своего потребителя. Столкнувшись с информационным сообщением в ленте социальной сети, «избегатор», вероятнее всего, не будет детально вникать в написанное и верифицировать информацию и в результате может оказаться не информированным, а дезинформированным<sup>8</sup>. Кроме того, отдельные исследования указывают, что случайное потребление новостей может негативно влиять на общий уровень их использования, поскольку люди уверяются в том, что новости их найдут сами (соответственно, нет смысла в их преднамеренном поиске) [Park, Kaye 2020], или в силу реактивного сопротивления «преследованию» информационного контента [Marcinkowski, Došenović 2021]. Таким образом, расширение присутствия в социальных сетях для обеспечения случайного потребления новостей является очень сомнительным способом возвращения людей в информационный поток хотя бы потому, что может, напротив, способствовать избеганию.

Предлагаемая авторами идея создания новостных сообществ, в которых новости будут выполнять не только информационную, но и социальную функцию, становясь сюжетами для коммуникации и средством формирования социальных связей, выиграла бы от детализации. В настоящее время едва ли не каждый хоть сколько-то заметный медиаресурс имеет аккаунты в разнообразных социальных сетях, во многих из которых открыта возможность комментирования новостей. Однако это не способствует вовлечению «избегаторов» в информационный поток. Что же принципиально нового предлагает нам данная книга? Этот вопрос нуждается в уточнении. Кроме того, само представление о новостных сообществах, в которых люди комфортно общаются, в том числе вырабатывая общие смыслы, выглядит несколько идеалистической. В действительности, обсуждение новостей в Интернете нередко имеет агрессивную тональность и содержит элементы языка ненависти (*hate speech*) [Стукал, Ахременко, Петров 2022]. Будет ли подобная негативно окрашенная дискуссия способствовать вниманию к информационному контенту тех людей, которые ограничили его потребление во многом из-за неблагоприятного влияния на эмоциональное состояние? В отношении отдельных категорий «избегаторов» данный вопрос стоит даже более остро. Из литературы мы знаем, что женщины реже комментируют новости онлайн [Peacock, Duyn 2023], и это отчасти объясняется враждебностью коммуникаций в Интернете [Abendschön, García-Albacete 2021]. Нуждаются ли они в новостных сообществах? Сомнительно... Равно как и тот факт, что можно добиться корректности и конструктивности подобных обсуждений.

<sup>8</sup> В целом соблюдение нормативных рекомендаций в отношении потребления новостей не обязательно приводит к результатам, которые хотели бы получить рекомендуемые. Ярким примером является случай, когда человек, следуя совету просматривать несколько источников информации, использовал конспирологические ролики YouTube для проверки новостей из мейнстримных качественных медиа, поверив в результате в широкий спектр теорий заговора и антинаучных теорий [Nelson, Lewis 2021]. Не всякое потребление новостей и не любая «проверка» информации функциональны.

## Заключение

Безусловно положительной чертой книги является попытка частичного отказа от нормативности, которая присуща медиаисследованиям. Значительная часть работ в данной области обосновывают свою актуальность через указание на значимость потребления новостей для демократии, нуждающейся в информированных гражданах. Авторы книги не отказываются от такого обоснования, но готовы допустить, что временное ограничение потребления новостей может иметь позитивные эффекты. Тем не менее полное избегание новостей, понимаемое как потребление новостей реже, чем раз в месяц, продолжает проблематизироваться. Впрочем, проблема выглядит существенно менее острой, поскольку в среднем в 46 рассматриваемых авторами странах данный показатель составляет только 3%, хотя и растёт. По сравнению с 39% людей, которые говорят о периодическом избегании новостей, это очень скромное значение.

Избегание новостей возникло в контексте медиасреды с большим выбором, из-за информационной перегрузки и сложности в ориентации в огромном новостном потоке. Однако катализатором распространения избегания новостей стала пандемия COVID-19. Именно коронавирус и последовавшие за ним кризисы (например, вооружённые конфликты в разных частях мира) сделали рассматриваемый феномен по-настоящему массовым, и очень жаль, что все используемые авторами эмпирические данные относятся к более раннему периоду времени. Возможно, проведение дополнительных интервью после 2020 г. позволило бы ярче подсветить отдельные аспекты избегания новостей.

Монография сфокусирована преимущественно на мотивах и факторах избегания. Это оправданно, учитывая, что одной из основных задач своего исследования авторы видели разработку рекомендаций по решению «проблемы» избегания и по вовлечению людей в новости. Для противодействия какому-либо явлению необходимо понять причины его возникновения, что и стало ключевым вопросом книги. Однако при этом за рамками рассмотрения оказываются многие другие вопросы. Как именно выглядит новостной рацион людей, избегающих новостей? Как они оценивают свой опыт? Отражается ли уклонение от информационного контента на социальных отношениях? Эти вопросы также нуждаются в ответах.

Авторы преуспели в описании феномена избегания новостей, но их рекомендации по изменению ситуации выглядят спорными и нуждаются, как минимум, в дополнительном обсуждении. Впрочем, если рассматривать ограниченное внимание населения к новостям как проблему, действительно, очень сложно предложить для неё конструктивное решение. Возможно, в перспективе свою роль сыграет искусственный интеллект, который сможет адаптировать медиасообщения к потребностям отдельных людей. Однако вопрос о необходимости и способах вовлечения населения в новости остаётся дискуссионным.

Избегание новостей в настоящее время практически не изучается в России. В последние годы разными исследователями был сделан ряд докладов на конференциях по данной теме, что, однако, не увенчалось публикацией (за исключением тезисов). Немногочисленные русскоязычные статьи, посвящённые обсуждаемому феномену, уделяют внимание таким его аспектам, как «усталость сострадать» и массовый характер избегания на фоне пандемии COVID-19 [Богомякова, Попова 2021], случайное потребление новостей «избегателями» [Казун 2023], тематические предпочтения избегающих новостей [Казун 2024b], взаимное восприятие людей, избегающих новостей, и думскроллеров [Казун, Петрова 2024]. Кроме того, по данной теме была опубликована обзорная статья [Казун 2024a]. Однако очень многие аспекты избегания новостей остаются неизученными на российских данных. Хочется верить, что в будущем исследования избегания новостей будут продолжены и это направление расширится.

## Литература

- Богомягкова Е. С., Попова Е. Е. 2021. «Усталость сострадать» в практиках медиапотребления (на примере отношения к проблематизации распространения COVID-19). *Социологические исследования*. 6: 46–56.
- Вырковский А. В., Шамсутдинова Ю. Ф. 2024. Категория доверия к массмедиа в условиях информационной турбулентности: время обновлять концепции? *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 6: 182–203.
- Казун А. Д. 2023. «Они все равно меня находят»: медиапотребление людей, избегающих новостей. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. 3: 3–25.
- Казун А. Д. 2024а. Избегание новостей: понятие, причины и факторы распространения. *Коммуникации. Медиа. Дизайн*. 9 (3): 28–55.
- Казун А. Д. 2024б. Смотреть нельзя игнорировать: Какому контенту (не)готовы уделять внимание люди, избегающие новостей? *Журнал социологии и социальной антропологии*. 27 (3): 146–167.
- Казун А. Д., Петрова Д. В. 2024. Понимаю, но не одобряю: как люди, избегающие новостей, и думскроллеры воспринимают друг друга? *Социология власти*. 36 (2): 78–96.
- Петрова Д. В. 2024. Потребление новостей в сельской местности: (не)доверие и стратегии верификации информации. *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. 4: 91–114.
- Стукал Д. К., Ахременко А. С., Петров А. П. 2022. Аффективная политическая поляризация и язык ненависти: созданы друг для друга? *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. 24 (3): 480–498.
- Abendschön S., García-Albacete G. 2021. It's a Man's (Online) World. Personality Traits and the Gender Gap in Online Political Discussion. *Information, Communication & Society*. 24 (14): 2054–2074. URL: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1962944>
- Bhat P., Chadha K. 2020. Anti-Media Populism: Expressions of Media Distrust by Right-Wing Media in India. *Journal of International and Intercultural Communication*. 13 (2): 166–182. URL: <https://doi.org/10.1080/17513057.2020.1739320>
- Borah P. et al. 2022. Incidental News Exposure and COVID-19 Misperceptions: A Moderated-Mediation Model. *Computers in Human Behavior*. 129: 107173. URL: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107173>
- Carlson M. 2020. Fake News as an Informational Moral Panic: The Symbolic Deviancy of Social Media During the 2016 US Presidential Election. *Information, Communication & Society*. 23 (3): 374–388. URL: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1505934>
- Erkel P. F. A. van, Aelst P. van. 2021. 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. URL: <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1784328>

- Feezell J. T., Ortiz B. 2021. 'I Saw it on Facebook': An Experimental Analysis of Political Learning Through Social Media. *Information, Communication & Society*. 24 (9): 1283–1302. URL: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1697340>
- Heiberger R. et al. 2022. Do Not Blame the Media! The Role of Politicians and Parties in Fragmenting Online Political Debate. *The International Journal of Press/Politics*. 27 (4): 910–941. URL: <https://doi.org/10.1177/19401612211015122>
- Hochschild A., Machung A. 2012. *The Second Shift: Working Families and the Revolution at Home*. London: Penguin Books.
- 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. URL: <https://doi.org/10.1177/19401612221112572>
- 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. URL: <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1835428>
- Lee S., Nanz A., Heiss R. 2022. Platform-Dependent Effects of Incidental Exposure to Political News on Political Knowledge and Political Participation. *Computers in Human Behavior*. 127: 107048. URL: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107048>
- Marcinkowski F., Došenović P. 2021. From Incidental Exposure to Intentional Avoidance: Psychological Reactance to Political Communication During the 2017 German National Election Campaign. *New Media & Society*. 23 (3): 457–478. URL: <https://doi.org/10.1177/1461444820902104>
- Meer T. G. L. A. van der, Hamelers M., Ohme J. 2023. Can Fighting Misinformation Have a Negative Spillover Effect? How Warnings for the Threat of Misinformation Can Decrease General News Credibility. *Journalism Studies*. 24 (6): 803–823. URL: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2187652>
- Miró-Llinares F., Aguerri J. C. 2023. Misinformation about Fake News: A Systematic Critical Review of Empirical Studies on the Phenomenon and its Status as a 'Threat'. *European Journal of Criminology*. 20 (1): 356–374. URL: <https://doi.org/10.1177/1477370821994059>
- Moeller J. et al. 2016. Shrinking Core? Exploring the Differential Agenda Setting Power of Traditional and Personalized News Media. *Info*. 18 (6): 26–41. URL: <https://doi.org/10.1108/info-05-2016-0020>
- Nelson J. L., Lewis S. C. 2021. Only "Sheep" Trust Journalists? How Citizens' Self-Perceptions Shape Their Approach to News. *New Media & Society*. 25 (7): 1522–1541. URL: <https://doi.org/10.1177/14614448211018160>
- Newman N. et al. 2024. *Reuters Institute Digital News Report*. URL: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ\\_DNR\\_2024\\_Digital\\_v10%20lr.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf)
- Palmer R., Toff B. 2020. What Does It Take to Sustain a News Habit? The Role of Civic Duty Norms and a Connection to a "News Community" Among News Avoiders in the UK and Spain. *International Journal of Communication*. 14: 1634–1653.

- Palmer R., Toff B. 2024. Neither Absent nor Ambient: Incidental News Exposure from the Perspective of News Avoiders in the UK, United States, and Spain. *The International Journal of Press/Politics*. 29 (3): 755–773. URL: <https://doi.org/10.1177/19401612221103144>
- 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. URL: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2183058>
- Panek E. 2016. High-Choice Revisited: An Experimental Analysis of the Dynamics of News Selection Behavior in High-Choice Media Environments. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 93 (4): 836–856. URL: <https://doi.org/10.1177/1077699016630251>
- Park C. S., Kaye B. K. 2020. What's This? Incidental Exposure to News on Social Media, News-Finds-Me Perception, News Efficacy, and News Consumption. *Mass Communication and Society*. 23 (2): 157–180. URL: <https://doi.org/10.1080/15205436.2019.1702216>
- Peacock C., Duyn E. van. 2023. Monitoring and Correcting: Why Women Read and Men Comment Online. *Information, Communication & Society*. 26 (6): 1106–1121. URL: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1993957>
- Schäfer S. 2023. Incidental News Exposure in a Digital Media Environment: A Scoping Review of Recent Research. *Annals of the International Communication Association*. 47 (2): 242–260. URL: <https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2169953>
- Schwarzenegger C. 2020. Personal Epistemologies of the Media: Selective Criticality, Pragmatic Trust, and Competence–Confidence in Navigating Media Repertoires in the Digital Age. *New Media & Society*. 22 (2): 361–377. URL: <https://doi.org/10.1177/1461444819856919>
- Shin W., Kim C., Joo J. 2020. Hating Journalism: Anti-Press Discourse and Negative Emotions Toward Journalism in Korea. *Journalism*. 22 (5): 1239–1255. URL: <https://doi.org/10.1177/1464884920985729>
- Skovsgaard M., Andersen K. 2020. Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies*. 21 (4): 459–476. URL: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410>
- Strömbäck J., Djerf-Pierre M., Shehata A. 2013. The Dynamics of Political Interest and News Media Consumption: A Longitudinal Perspective. *International Journal of Public Opinion Research*. 25 (4): 414–435. URL: <https://doi.org/10.1093/ijpor/eds018>
- 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. URL: <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa016>
- Toff B., Nielsen R. K. 2018. “I Just Google It”: Folk Theories of Distributed Discovery. *Journal of Communication*. 68 (3): 636–657. URL: <https://doi.org/10.1093/joc/jqy009>
- 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. URL: <https://doi.org/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. URL: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1528882>

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

## NEW BOOKS

Anastasia Kazun

# Why People Avoid the News and How (Not) to Combat It

**Book review:** Toff B., Palmer R., Nielsen R. K. (2023) *Avoiding the News: Reluctant Audiences for Journalism*, New York: Columbia University Press. 288 p.

**KAZUN, Anastasia** — PhD, **Abstract**

Senior Research Fellow,  
Laboratory for Studies  
in Economic Sociology;  
Associate Professor,  
Department of Economic  
Sociology, HSE University.  
Address: 20 Myasnienskaya  
str., 101000, Moscow,  
Russian Federation.

**Email:** [adkazun@hse.ru](mailto:adkazun@hse.ru)

The reviewed monograph examines the growing phenomenon of news avoidance, which arises from information overload, media fragmentation, declining trust in news sources, and the pervasive negativity of contemporary news coverage. Drawing on extensive empirical data, the authors provide a thorough analysis of the motivations and factors driving this trend. Their findings indicate a higher likelihood of news avoidance among women, younger individuals, and those from lower socioeconomic backgrounds. Additionally, the study underscores the impact of beliefs about news, political affiliations, experiences of news socialization, and social norms on patterns of news consumption. Individuals who avoid news frequently attribute their behavior to content-related issues—such as excessive negativity, perceived inaccuracy, complexity, and irrelevance to daily life—as well as personal characteristics.

The review critically evaluates the authors' recommendations for journalists seeking to mitigate news avoidance, questioning their feasibility and effectiveness. The monograph's call for greater audience engagement in news consumption is deemed insufficiently justified, while certain proposed strategies are argued to potentially produce counterproductive outcomes. Despite these concerns, the monograph represents a valuable contribution to the ongoing scholarly discourse on news avoidance within the contemporary information landscape.

**Keywords:** news avoidance; news engagement; media consumption; news trust; news-finds-me; mass communication.

## Acknowledgements

The study is supported by the Russian Science Foundation, grant No. 23-78-01206 (<https://rscf.ru/project/23-78-01206/>).

## References

- Abendschön S., García-Albacete G. (2021) It's a Man's (Online) World. Personality Traits and the Gender Gap in Online Political Discussion. *Information, Communication & Society*, vol. 24, no 14, pp. 2054–2074. Available at: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1962944> (accessed 21 February 2025).
- Bhat P., Chadha K. (2020) Anti-Media Populism: Expressions of Media Distrust by Right-Wing Media in India. *Journal of International and Intercultural Communication*, vol. 13, no 2, pp. 166–182. Available at: <https://doi.org/10.1080/17513057.2020.1739320> (accessed 21 February 2025).

- Bogomyagkova E. S., Popova E. E. (2021) “Uсталost’ sostradat” v praktikakh mediapotrebleniya (na primere otnosheniya k problematizatsii rasprostraneniya COVID-19) [The Effect of “Compassion Fatigue” in Practices of Media Consumption (on the Case of the Attitude to the COVID-19 Problematization)]. *Sociological Studies = Sociologicheskie issledovaniia*, no 6, pp. 46–56 (in Russian).
- Borah P., Su Y., Xiao X., Lai Lee D. K. (2022) Incidental News Exposure and COVID-19 Misperceptions: A Moderated-Mediation Model. *Computers in Human Behavior*, vol. 129, art. 107173. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107173> (accessed 21 February 2025).
- Carlson M. (2020) Fake News as an Informational Moral Panic: The Symbolic Deviancy of Social Media During the 2016 US Presidential Election. *Information, Communication & Society*, vol. 23, no 3, pp. 374–388. Available at: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1505934> (accessed 21 February 2025).
- Erkel P. F. A. van, Aelst P. van. (2021) 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*, vol. 38, no 4, pp. 407–425. Available at: <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1784328> (accessed 21 February 2025).
- Feezell J. T., Ortiz B. (2021) ‘I Saw it on Facebook’: An Experimental Analysis of Political Learning Through Social Media. *Information, Communication & Society*, vol. 24, no 9, pp. 1283–1302. Available at: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1697340> (accessed 21 February 2025).
- Heiberger R., Majó-Vázquez S., Castro Herrero L., Nielsen R. K., Esser F. (2022) Do Not Blame the Media! The Role of Politicians and Parties in Fragmenting Online Political Debate. *The International Journal of Press/Politics*, vol. 27, no 4, pp. 910–941. Available at: <https://doi.org/10.1177/19401612211015122> (accessed 21 February 2025).
- Hochschild A., Machung A. (2012) *The Second Shift: Working Families and the Revolution at Home*, London: Penguin Books.
- 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*, vol. 29, no 2, pp. 485–506. URL: Available at: <https://doi.org/10.1177/19401612221112572> (accessed 21 February 2025).
- 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*, vol. 64, no 5, pp. 794–814. Available at: <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1835428> (accessed 21 February 2025).
- Kazun A. D. (2023) “Oni vse ravno menya nakhodyat”: mediapotreblenie lyudey, izbegayushchikh novostey [“It Finds Me Anyway”: Media Consumption of News Avoiders]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, no 3, pp. 3–25 (in Russian).
- Kazun A. D. (2024a) Izbeganie novostey: ponyatie, prichiny i faktory rasprostraneniya [News Avoidance: Concept, Causes and Factors]. *Communications. Media. Design = Kommunikatsii. Media. Dizayn*, vol. 9, no 3, pp. 28–55 (in Russian).
- Kazun A. D. (2024b) Smotret nelzya ignorirovat: Kakomu kontentu (ne)gotovy udelya’ vnimanie lyudi, izbegayushchie novostey? [To Watch or to Ignore: What Kind of Content are News Avoiders (Un)Ready to

Consume?]. *The Journal of Sociology and Social Anthropology = Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii*, vol. 27, no 3, pp. 146–167 (in Russian).

Kazun A. D., Petrova D. V. (2024) Ponimayu, no ne odobryayu: kak lyudi, izbegayushchie novostey, i dumskrollery vosprinimayut drug druga? [May Understand, but Cannot Relate: How Do News Avoiders and Doomscrollers Perceive Each Other?]. *Sociology of Power = Sotsiologiya vlasti*, vol. 36, no 2, pp. 78–96 (in Russian).

Lee S., Nanz A., Heiss R. (2022) Platform-Dependent Effects of Incidental Exposure to Political News on Political Knowledge and Political Participation. *Computers in Human Behavior*, vol. 127, art. 107048. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107048> (accessed 21 February 2025).

Marcinkowski F., Došenović P. (2021) From Incidental Exposure to Intentional Avoidance: Psychological Reactance to Political Communication During the 2017 German National Election Campaign. *New Media & Society*, vol. 23, no 3, pp. 457–478. Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444820902104> (accessed 21 February 2025).

Meer T. G. L. A. van der, Hameleers M., Ohme J. (2023) Can Fighting Misinformation Have a Negative Spillover Effect? How Warnings for the Threat of Misinformation Can Decrease General News Credibility. *Journalism Studies*, vol. 24, no 6, pp. 803–823. Available at: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2187652> (accessed 21 February 2025).

Miró-Llinares F., Aguerri J. C. (2023) Misinformation about Fake News: A Systematic Critical Review of Empirical Studies on the Phenomenon and its Status as a ‘Threat’. *European Journal of Criminology*, vol. 20, no 1, pp. 356–374. Available at: <https://doi.org/10.1177/1477370821994059> (accessed 21 February 2025).

Moeller J., Trilling D., Helberger N., Irion K., Vreese C. de. (2016) Shrinking Core? Exploring the Differential Agenda Setting Power of Traditional and Personalized News Media. *Info*, vol. 18, no 6, pp. 26–41. Available at: <https://doi.org/10.1108/info-05-2016-0020> (accessed 21 February 2025).

Nelson J. L., Lewis S. C. (2021) Only “Sheep” Trust Journalists? How Citizens’ Self-Perceptions Shape Their Approach to News. *New Media & Society*, vol. 25, no 7, pp. 1522–1541. Available at: <https://doi.org/10.1177/14614448211018160> (accessed 21 February 2025).

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](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf) (accessed 21 February 2025).

Palmer R., Toff B. (2020) What Does It Take to Sustain a News Habit? The Role of Civic Duty Norms and a Connection to a “News Community” Among News Avoiders in the UK and Spain. *International Journal of Communication*, no 14, pp. 1634–1653.

Palmer R., Toff B. (2024) Neither Absent nor Ambient: Incidental News Exposure from the Perspective of News Avoiders in the UK, United States, and Spain. *The International Journal of Press/Politics*, vol. 29, no 3, pp. 755–773. Available at: <https://doi.org/10.1177/19401612221103144> (accessed 21 February 2025).

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*, vol. 24, no 6, pp. 697–714. Available at: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2183058> (accessed 21 February 2025).
- Panek E. (2016) High-Choice Revisited: An Experimental Analysis of the Dynamics of News Selection Behavior in High-Choice Media Environments. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 93, no 4, pp. 836–856. Available at: <https://doi.org/10.1177/1077699016630251> (accessed 21 February 2025).
- Park C. S., Kaye B. K. (2020) What's This? Incidental Exposure to News on Social Media, News-Finds-Me Perception, News Efficacy, and News Consumption. *Mass Communication and Society*, vol. 23, no 2, pp. 157–180. Available at: <https://doi.org/10.1080/15205436.2019.1702216> (accessed 21 February 2025).
- Petrova D. V. (2024) Potreblenie novostey v selskoy mestnosti: (ne)doverie i strategii verifikatsii informatsii [News Consumption in Rural Area: (Dis)Trust and Verification Strategies]. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes = Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i socialnye peremeny*, no 4, pp. 91–114 (in Russian).
- Schäfer S. (2023) Incidental News Exposure in a Digital Media Environment: A Scoping Review of Recent Research. *Annals of the International Communication Association*, vol. 47, no 2, pp. 242–260. Available at: <https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2169953> (accessed 21 February 2025).
- Schwarzenegger C. (2020) Personal Epistemologies of The Media: Selective Criticality, Pragmatic Trust, and Competence–Confidence in Navigating Media Repertoires in the Digital Age. *New Media & Society*, vol. 22, no 2, pp. 361–377. Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444819856919> (accessed 21 February 2025).
- Shin W., Kim C., Joo J. (2020) Hating Journalism: Anti-Press Discourse and Negative Emotions Toward Journalism in Korea. *Journalism*, vol. 22, no 5, pp. 1239–1255. Available at: <https://doi.org/10.1177/1464884920985729> (accessed 21 February 2025).
- Skovsgaard M., Andersen K. (2020) Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies*, vol. 21, no 4, pp. 459–476. Available at: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410> (accessed 21 February 2025).
- Strömbäck J., Djerf-Pierre M., Shehata A. (2013) The Dynamics of Political Interest and News Media Consumption: A Longitudinal Perspective. *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 25, no 4, pp. 414–435. Available at: <https://doi.org/10.1093/ijpor/eds018> (accessed 21 February 2025).
- Stukal D. K., Akhremenko A. S., Petrov A. P. (2022) Affektivnaya politicheskaya polyarizatsiya i yazyk nenavisti: sozdany drug dlya druga? [Affective Political Polarization and Hate Speech: Made for Each Other?]. *RUDN Journal of Political Science = Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Politologiya*, vol. 24, no 3, pp. 480–498 (in Russian).
- 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*, vol. 84, no S1, pp. 366–390. Available at: <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa016> (accessed 21 February 2025).
- Toff B., Nielsen R. K. (2018) “I Just Google It”: Folk Theories of Distributed Discovery. *Journal of Communication*, vol. 68, no 3, pp. 636–657. Available at: <https://doi.org/10.1093/joc/jqy009> (accessed 21 February 2025).

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*, vol. 39, no 6, pp. 697–714. Available at: <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2123073> (accessed 21 February 2025).

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*, vol. 20, no 11, pp. 1563–1579. Available at: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1528882> (accessed 21 February 2025).

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

Vyrkovsky A. V., Shamsutdinova Y. F. (2024) Kategoriya doveriya k massmedia v usloviyakh inphormatsionnoy turbulentnosti: vremya obnovlyat' kontseptsii? [The Category of Trust in Mass Media in the Conditions of Information Turbulence: Time to Update the Concepts?]. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes = Monitoring obschestvennogo mneniya: ekonomicheskie i socialnye peremeny*, no 6, pp. 182–203 (in Russian).

**Received:** February 24, 2025

**Citation:** Kazun A, (2025) Pochemu lyudi izbegayut novostey i kak (ne) nado s etim borotsya? [Why People Avoid the News and How (Not) to Combat It. Book review: Toff B., Palmer R., Nielsen R. K. (2023) *Avoiding the News: Reluctant Audiences for Journalism*, New York: Columbia University Press. 288 p.]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 26, no 2, pp. 162–178. doi: [10.17323/1726-3247-2025-2-162-178](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2025-2-162-178) (in Russian).