

DOI: [10.14515/monitoring.2024.2.2527](https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.2.2527)



**А. Д. Казун**

## **ПОТРЕБЛЕНИЕ НОВОСТЕЙ В ПОВСЕДНЕВНОЙ РУТИНЕ ДУМСКРОЛЛЕРОВ**

**Правильная ссылка на статью:**

Казун А. Д. Потребление новостей в повседневной рутине думскроллеров // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 2. С. 226—244. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.2.2527>.

**For citation:**

Kazun A. D. (2024) News Consumption in the Daily Routine of Doomscrollers. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 226–244. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.2.2527>. (In Russ.)

Получено: 28.11.2023. Принято к публикации: 05.03.2024.

## ПОТРЕБЛЕНИЕ НОВОСТЕЙ В ПОВСЕДНЕВНОЙ РУТИНЕ ДУМСКРОЛЛЕРОВ

*КАЗУН Анастасия Дмитриевна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований; доцент факультета социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия*

*E-MAIL: [adkazun@hse.ru](mailto:adkazun@hse.ru)*

*<https://orcid.org/0000-0002-9633-2776>*

## NEWS CONSUMPTION IN THE DAILY ROUTINE OF DOOMSCROLLERS

*Anastasia D. KAZUN<sup>1</sup> — Cand. Sci. (Soc.), Senior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology; Associate Professor at the Faculty of Social Sciences*

*E-MAIL: [adkazun@hse.ru](mailto:adkazun@hse.ru)*

*<https://orcid.org/0000-0002-9633-2776>*

<sup>1</sup> HSE University, Moscow, Russia

**Аннотация.** Изменения в медиасреде и ситуационный контекст привели к тому, что в 2022 г. многие россияне существенно увеличили потребление новостей. Часть потребителей информации можно было охарактеризовать как думскроллеров — чрезмерно активных потребителей негативных новостей, несмотря на связанные с ними тревогу и злость. В данной работе рассматривается, как такие медиарепертуары вписываются в рутину, соотносятся с другими повседневными активностями и локализуются во времени и пространстве. Эмпирическую базу исследования составили 47 интервью с думскроллерами, проведенные в период с 20 ноября 2022 г. по 30 марта 2023 г. Делается вывод, что потребление новостей может быть интегрировано в рутину думскроллеров двумя способами. Оно может быть (1) распределенным в течение дня или (2) происходить в выделенное время. В первом случае новости заполняют свободное время человека, в том числе в моменты переключения между разными задачами. Такое распределенное потребление информационного контента может происходить в необычных контекстах: на вечеринке, на выставке, в душе, в состоянии сильного

**Abstract.** Changes in the media environment and the situational context have led to many Russians significantly increasing their news consumption in 2022. Some of them could be described as doomscrollers — overly active consumers of negative news, despite the anxiety and anger associated with it. This article examines how such media repertoires fit into routines, relate to other everyday activities, and are localized in time and space. The empirical basis of the study is 47 interviews with doomscrollers conducted from November 20, 2022 to March 30, 2023. The study shows that news consumption can be integrated into doomscrollers' routines in two different ways. It can be (1) spread out throughout the day or (2) occur at a designated time. In the first case, news fills a person's free time, including when switching between different tasks. Such distributed consumption of information content can occur in unusual contexts: at a party, at an exhibition, in the shower, in a state of strong alcoholic intoxication, etc. In the second case, informants emphasize that they deliberately choose a time and location for viewing news, which allows them to combine several daily activities or consume information content in an environment that is

алкогольного опьянения и т. д. Во втором случае информанты подчеркивают, что они сознательно выбирают время и локацию для просмотра новостей, что позволяет им совмещать несколько повседневных активностей или потреблять информационный контент в среде, которая воспринимается как более безопасная и комфортная. Сделан вывод, что классифицировать интенсивное потребление новостей как проблемное следует не только на основании количественных показателей, но и исходя из того, как оно вписано в распорядок дня и соотносится с другими повседневными активностями. Отдельные практики потребления информации, выделенные для думскроллеров, вероятно, являются следствием технического развития и перехода к медиасреде с большим выбором. Можно предположить, что они свойственны и менее активным потребителям новостей.

**Ключевые слова:** думскроллинг, проблемное медиапотребление, потребление новостей, медиасреда с большим выбором, медиазависимость, исследования аудитории

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

## Введение

Значительная часть совершаемых нами действий обуславливается привычками [Wood et al., 2002; Wood, Neal, 2009]. Это касается и просмотра новостей [Diddi, LaRose, 2006; Groot Kormelink, 2023]. Медиапотребление (1) вписано в рутину пользователя, (2) само по себе является хабиитуализированным, (3) может структурировать повседневность. Выбирая, из каких источников и в каком объеме узнавать новости, люди принимают во внимание свои повседневные активности, которые, в свою очередь, могут влиять на время и место потребления информационного контента. Решение об использовании того или иного ресурса может

perceived as safer and more comfortable. The author concludes that high news consumption should be classified as problematic not only on the basis of quantitative indicators, but also on the basis of how it fits into the daily routine and correlates with other daily activities. The particular practices of information consumption identified for doomscrollers are likely a consequence of the transition to high-choice media environment and technological developments. It can be assumed that they are also typical for less active news consumers.

**Keywords:** doomscrolling, problematic news consumption, news consumption, high-choice media environment, media addiction, audience studies

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

основываться не на его воспринимаемом качестве, а на том, насколько хорошо он вписывается в повседневный распорядок дня [Hill, Gauntlett, 1999]. Со временем практики медиапотребления хабиутализируются. Отдельные исследователи даже обращают внимание на то, что люди могут продолжать оплачивать подписку на новостные ресурсы, которые им уже не нравятся, просто в силу привычки [Swart et al., 2017]. Сформированные таким образом медиарепертуары начинают влиять на распорядок дня. Например, в эпоху традиционных медиа детей в семьях укладывали спать до начала выпуска новостей или после его завершения [Costera Meijer, Groot Kormelink, 2015]. Привычки в отношении потребления информации принято считать устойчивыми, а их изменения — связывать с серьезными переменами в повседневной жизни человека или крупными новостными событиями, которые отражаются на потребности в информации [Diddi, LaRose, 2006; Ghersetti, Westlund, 2018].

Тем не менее существует ряд тенденций, существенно меняющих процесс потребления новостей. Наиболее глобальные перемены связаны с переходом к медиасреде с большим выбором (*high-choice media environment*) [Van Aelst et al., 2017]. Резкое увеличение доступности информации способствовало замене преимущественно домашнего потребления [Schrøder, 2015] в утренние и вечерние часы просмотром новостей в рабочее время [Boczkowski, 2010]. Массовый характер приобрело поверхностное ознакомление с новостями в ходе коротких часто повторяющихся проверок — «перекусывание новостями» (*news snacking*) [Barnes et al., 2023; Ohme, Mothes, 2023]. Таким образом, технологическое развитие способствовало изменениям места, времени, регулярности и продолжительности потребления информационного контента.

Одновременно с этим привычки в отношении просмотра новостей трансформировались под влиянием кризисных ситуаций. Например, изменение распорядка дня и увеличение потребности в ориентации на медиаконтент<sup>1</sup> (*need for orientation*) во время пандемии COVID-19 способствовали чрезмерному вниманию к информационному контенту [Broersma, Swart, 2022; Максименко и др., 2022]. В целом переход к избыточному потреблению новостей проблематизируется и описывается в терминах зависимости (*addiction*) [Tang et al., 2020], запоя (*binge-watching*) [Wojcieszak et al., 2022], наркомании (*news junkies*) [Broersma, Swart, 2022; Mourão et al., 2018] или думскроллинга [Mannell, Meese, 2022; Ytre-Arne, Мое, 2021]. В данном исследовании мы оперируем последним термином, поскольку он носит наименее оценочный и нормативно нагруженный характер. Под думскроллингом будем понимать избыточное и болезненное внимание к негативным новостям, сохраняющееся, несмотря на вызываемые ими тревогу или злость.

Хотя исследования чрезмерного потребления информационного контента отнюдь не многочисленны, они посвящены лишь отдельным аспектам данного

<sup>1</sup> Согласно концепции потребности в ориентации, люди в ситуациях, которые представляются им важными, но недостаточно понятными, активнее ищут информацию, а медиасообщения становятся основой для выработки позиции [Matthes, 2008]. Пандемия коронавируса оказалась именно такой — релевантной, но связанной с высокой неопределенностью — проблемой. Желание преодолеть неопределенность должно было подтолкнуть людей к более активному потреблению новостей по данной теме. Таким образом, если события понятны или незначимы для человека, его желание ориентироваться на медиасообщения невелико, тогда как актуальные вопросы, в отношении которых наблюдается высокая неопределенность (как это и бывает в кризисных ситуациях), способствуют поведению, направленному на поиск информации.

явления. Прежде всего, избыточное внимание к новостям обычно анализируется с опорой на количественные показатели. В частности, таким образом классифицируется просмотр новостей более четырех [Silver et al., 2013] или более шести часов в день [Holman et al., 2014]. Авторы обращают особое внимание на последствия такого активного медиапотребления для физического и ментального здоровья [Boukes, Vliegenthart, 2017; McLaughlin et al., 2022; Szabo, Hopkinson, 2007]. Тогда как практики, свойственные думскроллингу, и то, как они вписываются в повседневную рутину пользователей, обычно остаются за рамками исследований. Мы предполагаем, что рассматриваемый феномен не является гомогенным и нуждается не только в количественной оценке, но и в более детальном описании. В частности, часы просмотра новостей могут различным образом распределяться в течение дня, сочетаясь с другими повседневными активностями. От того, как организовано потребление информационного контента, могут зависеть последствия думскроллинга.

Современный российский контекст позволяет изучать практики и привычки, связанные с проявлениями думскроллинга. Осенью 2022 г. практически половина россиян (47,3%) декларировала возросшее по сравнению с началом года потребление экономических и политических новостей [Радаев, ред., 2023]. Тревожное настроение в обществе<sup>2</sup> способствовало повышению внимания к такой информации. Новости стали средством преодоления (чувства) неопределенности, а кризисная ситуация могла как увеличить роль новостей в повседневности россиян, так и способствовать пересмотру или расширению списка используемых источников информации. Сами думскроллеры приводили широкий спектр обоснований для повышенного внимания к новостям [Казун, 2024]. Одновременно с этим трансформировалась медиасреда. В частности, отдельные медиа и социальные сети были заблокированы, их использование без VPN оказалось недоступно. Опросы общественного мнения показывают, что роль некоторых источников информации существенно возросла. Так, в январе 2022 г. «Телеграм» был основным новостным ресурсом для 6% россиян, а в сентябре 2022 г. — уже для 18%<sup>3</sup>. Активная публичная дискуссия о проблеме фейковых новостей, которая началась в этот же период, могла подрывать доверие в том числе и к корректной информации [Duyn, Collier, 2019; Hameleers et al., 2022], подталкивая россиян к изменениям в своем медиарационе.

Таким образом, трансформацию медиапривычек россиян можно связать с несколькими причинами: (1) технологическим развитием и повышенной доступностью новостей, (2) кризисной ситуацией и увеличением потребности в ориентации на медиаконтент, (3) изменениями медиаландшафта (блокировкой ресурсов, появлением новых источников информации, например, телеграм-каналов «военкоров»), (4) публичной дискуссией о фейковых новостях и растущей поляризацией общества, которые могли способствовать изменению списка используемых ис-

<sup>2</sup> Доминанты. Поле мнений // Социологический бюллетень. Фонд «Общественное мнение». 2022. 10 ноября. URL: <https://media.fom.ru/fom-bd/d442022.pdf> (дата обращения: 22.04.2024).

<sup>3</sup> Основные источники информации россиян // Левада-Центр. 2022. 3 ноября. URL: <https://www.levada.ru/2022/11/03/osnovnye-istochniki-informatsii-rossiyan> (дата обращения: 22.04.2024) (материал создан и распространен российским юридическим лицом, признанным выполняющим функции иностранного агента).

точников (например, отказу от идеологически чуждых информационных ресурсов даже при повышенном потреблении новостей в целом [Казун, 2023]). В данном исследовании мы рассмотрим, как в условиях такой турбулентности думскроллеры интегрировали повышенное потребление новостей в свою повседневную жизнь.

## Методология

Эмпирическая база исследования состоит из 47 полуструктурированных интервью, проведенных в период с 20 ноября 2022 г. по 30 марта 2023 г. с россиянами, идентифицирующими себя как думскроллеров. При отборе информантов мы учитывали, что привычки в отношении потребления новостей зависят от медиасреды, в рамках которой происходила социализация индивида, а значит, имеют поколенческие различия [Bolin, 2017; Westlund, Weibull, 2013]. Исследователи также отмечают наличие гендерного разрыва в количестве и тематике просматриваемых новостей [Benesch, 2012; Rosentiel, 2008]. Соответственно, для обеспечения гетерогенности выборки важно варьировать такие параметры, как пол и возраст информантов. В итоге интервью были проведены с 21 мужчиной и 26 женщинами. Возраст информантов варьируется от 18 до 74 лет. Вместе с тем выборка смещена в сторону более молодых возрастных групп, поскольку для них более свойственно потребление новостей в интернете, которое обычно способствует возникновению думскроллинга. Список информантов представлен в таблице 1 приложения.

В рамках исследования мы относили информантов к думскроллерам на основании самооценки их потребления новостей как избыточного, болезненного, сфокусированного на негативном контенте. В выборку не были включены люди, которые просматривают большое количество новостей вынужденно, например в силу своей профессии. Также за рамками исследования остались те россияне, которым свойственно активное потребление новостей, не являющихся негативными или не относящихся к сферам политики, экономики или происшествий. Медиапотребление таких людей может в некоторых случаях быть классифицировано как зависимое, однако оно не является думскроллингом.

Анализируя свойственные думскроллерам режимы потребления новостей, мы обращаем особое внимание на локацию и контекст, в которых происходит ознакомление с информацией, а также на временной аспект ее просмотра (время суток, регулярность, продолжительность).

## Думскроллинг: режимы медиапотребления

Думскроллинг является неоднородным феноменом и может предполагать различные способы потребления информации. На основании анализа интервью были выделены два режима потребления новостей: распределенное в течение дня и просмотра в выделенное время.

### *Распределенное в течение дня потребление новостей*

В современном мире люди имеют доступ к новостям практически в любом месте и в любое время. Поэтому многие информанты ожидаемо рассказывают, что проверяют новости многократно в течение дня. Фактически информация о собы-

тиях повестки дня заполняет все паузы между повседневными активностями — рабочими задачами, домашним хозяйством и т. д. Новости просачиваются через рутинные практики и выступают своеобразными переходами между ними. Анна (39)<sup>4</sup> описывает потребление информационного контента следующим образом:

*Обычно я делаю это с утра, чтобы узнать, что за ночь произошло, и в моменты, когда на работе появляется свободная минутка и нужно на что-то переключиться. Я почему-то считаю, что на новости переключиться это будет хороший вариант, в какой-то момент, когда ты не знаешь, куда деть свое внимание.*

Думскроллеры просматривают новости, когда у них появляется «свободная минута» (Михаил, 9; Михаил, 14; Андрей, 25; Яна, 26; Мария, 27; Даниил, 41; Алексей, 44), «свободные пять минут» (Анастасия, 4; Дарья, 47), «свободное время» (Татьяна, 2; Александр, 12; Анна, 31; Никита, 35), когда возникают «промежутки между работой и учебой» (Анастасия, 5) или когда «ничего делать» (Сеймур, 8; Александр, 30). Таким образом, в рассказах информантов ярко выражен нарратив о том, что «когда появляется пустое место, туда залезают новости» (Татьяна, 2). Новости позволяют заполнить свободное время, по-видимому, выполняя также развлекательную функцию и выступая формой эскапизма. При этом утренний цикл проверки может предполагать более детальное и длительное ознакомление с информацией по повестке дня, тогда как просмотры в течение дня выглядят отчасти похожими на «перекусывание новостями» [Molunex, 2018; Schäfer, 2020]. Впрочем, «перекусывание» предполагает поверхностное и краткое ознакомление с информацией, тогда как интервьюируемые упоминают, что такая проверка может занимать у них продолжительное время (например, около получаса).

При этом потребление информации о повестке дня может становиться еще более избыточным в случае небольшой загруженности информанта. Александр (30) отмечает:

*Был период такой, когда нас работодатель отправил в оплачиваемый отпуск весной, в апреле прошлого [2022] года. Соответственно, делать нечего, освободившееся время заполнили новости.*

Арина (13) описывает похожую ситуацию:

*Когда я переехала в другой город, у меня резко снизилось количество активности вне вуза. И, мне кажется, я почти все свое свободное время теперь посвящаю этому [просмотру новостей]. Это такой способ уйти от реальности и просто трата времени впустую.*

Современные исследователи нередко рассматривают внимание как ограниченный ресурс, борьбу за который ведут СМИ, политики, компании [Pedersen et al., 2021]. В случае отсутствия у человека альтернатив, между которыми распределя-

<sup>4</sup> Здесь и далее в скобках после имени указан номер интервью, согласно таблице 1 в приложении. Таблица со списком информантов включает основную информацию, релевантную для исследования, которая, однако, не позволяет идентифицировать проинтервьюированных людей.

ется внимание, фокус интереса может быть смещен. Таким образом, повышенное внимание к новостям в некоторых случаях связано не только с информационной функцией СМИ, но и с возросшим количеством свободного времени, которое перераспределяется в пользу потребления такого контента.

Распределенное в течение дня потребление новостей нередко сопровождается необычными практиками. Например, Вероника (3), Анастасия (5), Екатерина (37) и Давид (46) слушали и читали новости в душе или в ванной, а Мария (27) — во время чистки зубов. Анастасия (5) описывает этот опыт следующим образом:

*Я не успевала просмотреть одно интервью с главой Центробанка России, а мне было прямо очень интересно. В общем, я пошла в душ и просто на фоне в ванной включила его на громкую связь.*

Для Анастасии просмотр новостей в такой нестандартной обстановке был однократным, вызванным высоким интересом к конкретному медиапродукту. При этом другие информанты, например Екатерина (37), описывают такую практику как регулярную:

*Стою в душе и, если телефон разблокирован, я вижу какое-то уведомление из новостного канала, я могу пролистать в душе, открыть какое-то уведомление, посмотреть, что там такого произошло.*

Существуют и другие примеры, как информанты потребляют новости в необычных обстоятельствах. Так, Яна (26) и Никита (35) рассказывают, что просматривают новости, находясь на вечеринках, а Даниил (41) — на выставке изобразительного искусства. Михаил (9) отмечает:

*Я в состоянии алкогольного опьянения все равно пытаюсь мониторить новости. Потом иногда оказывается, что я ничего не запомнил, и с утра я перечитываю все как в первый раз.*

При этом подобное поведение иногда вызывает непонимание и осуждение социального окружения, в частности друзей информантов, которые присутствуют с ними на вечеринке. Более того, сами интервьюируемые могут воспринимать свое повышенное внимание к новостям как нарушение социальной нормы. Кристина (19) рассказывает:

*Когда я летела в самолете домой, то первым делом, когда у меня появилась связь, у меня сразу же начали приходить какие-то политические уведомления, и я сразу же начала их читать. Я даже не написала маме о том, что я приземлилась, — я сразу начала их читать.*

Кристина считает правильным сообщить о прилете родственникам, однако пауза в потреблении новостей и приходящие на смартфон push-уведомления подталкивают сначала уделить внимание их обновлением.

Такой диссонанс между социальными нормами, потреблением новостей и разнообразными рутинными задачами можно описать как аритмию в терминах Анри Лефевра [Lefebvre, 2013]. Стремление к постоянному мониторингу информации по повестке дня начинает нарушать другие повседневные активности: «Как-то шла по улице, читала новости, ну, и споткнулась, и чуть не упала» (Мария, 27). Таким образом, избыточное потребление новостей в данном случае можно интерпретировать как, по крайней мере отчасти, деструктивное, причем не исходя из его негативно-го влияния на ментальное и физическое здоровье как это делалось неоднократно, а в связи с тем, что оно препятствует повседневной жизни думскроллеров.

### *Потребление в выделенное время*

Альтернативой распределенному в течение дня вниманию к новостям является их просмотр в выделенное время. Если в первом случае потребление информации выглядит как многократные, но нередко непродолжительные посещения соответствующих ресурсов, то во втором речь идет о более длительных периодах просмотра новостей, которые при этом происходят, как правило, в определенное время. Объем контента, с которым знакомятся представители этих двух групп, может существенно не различаться.

Потребление новостей в выделенное время может быть направлено на оптимизацию режима дня, более эффективное распределение времени, например посредством совмещения нескольких активностей. Вероника (3) отмечает: «обычно смотрю новости и занимаюсь параллельно каким-то другим делом», при этом «делаю это ближе к вечеру, когда готовлю или принимаю пищу, потому что обычно ближе к вечеру и появляется новостная сводка всего того, что произошло за день, утром еще может быть неизвестно ни о чем, а вечером уже почти во всех источниках появляется полный разбор событий». Другим примером экономии времени, которое тратится на новости, может служить опыт Елены (21), которая проводит продолжительное время, перемещаясь между домом и работой, совмещая дорогу с ознакомлением с повесткой дня:

*В связи с моим образом жизни у меня не очень много свободного времени — я всегда смотрю новости по дороге на работу. Дорога занимает около полутора часов, и времени хватает, чтобы все, что интересует, посмотреть. И по дороге с работы, как правило, тоже.*

Резкое увеличение уделяемого информационному контенту времени возможно либо за счет его заимствования у других активностей (начал меньше времени уделять работе, прогулкам, домашнему хозяйству и за счет этого стал больше смотреть новости), либо через совмещение потребления новостей с типичными повседневными делами. Последнее представляется более конструктивным, поскольку не заставляет жертвовать другими задачами. В данном случае мы можем говорить о полиритмии [Lefebvre, 2013], которая возникает в процессе потребления новостей. Просмотр информационного контента совмещается с другими повседневными делами, при этом такое совмещение не наносит ущерб ни одной из активностей<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Например, одновременное приготовление ужина и просмотр новостей не приводят ни к снижению качества пищи, ни к недостаточной погруженности в новости. Данные активности сосуществуют в расписании дня, не вступая в конфликт.

Впрочем, решения думскроллеров не обязательно будут направлены на экономию времени. Люди могут также выбирать наиболее комфортные для них условия потребления новостей. Хотя просмотр информационного контента в дороге часто упоминается информантами (Александр, 16; Елена, 21; Валерия, 22; Яна, 26; Анна, 31; Екатерина, 32), Татьяна (2) приняла решение от него отказаться, аргументировав это так:

*Я обычно читаю дома, где я точно знаю, что я в безопасности. Потому что я видела случай в метро, где человек поругался с соседом, потому что он увидел, что он в «Телеграме» открыл. Я не то чтобы боюсь, что то же самое будет со мной, но как будто я себя не чувствую в безопасности, потому что я не знаю, что за люди вокруг едут<sup>6</sup>.*

Формируя привычки в отношении медиапотребления, думскроллеры могут прикладывать усилия, чтобы сделать этот процесс комфортным. Информанты говорят о сознательном выборе контекста для просмотра информационного контента. Подобные попытки встраивания потребления новостей в рутину демонстрируют, что думскроллинг не всегда следует интерпретировать как проблемное поведение или зависимость от информации.

В целом у информантов сложился определенный стиль потребления новостей, который включает в себя временной (когда происходит просмотр новостей, с какой продолжительностью и регулярностью) и пространственный аспекты. При этом могут предприниматься попытки корректировки соответствующих привычек, если они воспринимаются как нежелательные в целом или в конкретный момент времени. Управление такими привычками может осуществляться через периодическое проведение цифрового детокса либо посредством приоритизации других активностей. Яна (26) описывает свои попытки соблюдать цифровую гигиену следующим образом:

*Да вот я как раз ранее говорила о том, что я специально себе устраивала такие «дни детокса», но вот меня хватало максимум на один день, потом я все равно волей-неволей залезала в интернет, смотрела, че ж я такого пропустила там интересного.*

Андрей (25) отмечает:

*На выходных я занимаюсь своими делами. Если грядки копаю, например, то вообще могу не смотреть новости. Вечером приходится наверстывать, смотрю, что произошло.*

Таким образом, хотя просмотр новостей становится частью повседневности думскроллеров, он не воспринимается как неконтролируемый. Вместе с тем информанты указывают на потребность в дальнейшем компенсировать периоды эпизодического непотребления новостей и ознакомиться с пропущенной инфор-

<sup>6</sup> Через четыре месяца с момента этого интервью в Москве после жалобы пассажира на дискредитирующий российскую армию контент в смартфоне был задержан и арестован на 14 суток мужчина. Подробнее об этом см.: Павленко О. Мужчина в Москве арестован на 14 суток по доносу пассажира метро о дискредитирующем контенте в телефоне // Коммерсантъ. 2023. 18 марта. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5886539> (дата обращения: 22.04.2024).

мацией. Регулирование внимания к повестке дня представляет собой попытки перераспределения когнитивных, эмоциональных и временных ресурсов в конкретный момент и не нацелено на изменение привычек в целом.

### Обсуждение результатов

Медиапотребление может быть интегрировано в рутину думскроллеров различными способами. *Распределенное в течение дня* потребление новостей выглядит как заполнение информационным контентом свободного времени, в том числе при переключении между разными задачами. Информанты используют возможность просматривать новости в любом месте и в любой момент времени. Поэтому потребление информации начинается происходить в необычных обстоятельствах — на вечеринке, в душе и т. д. Подобные практики не всегда соответствуют социальным нормам и ожиданиям окружающих и могут негативно сказываться на выполнении повседневных задач. В случае *потребления новостей в выделенное время* информанты демонстрируют саморегуляцию соответствующего поведения. Просмотр информации по повестке дня происходит в пространственно-временном контексте, который представляется для этого наиболее подходящим, поскольку позволяет оптимизировать распорядок дня или же в силу воспринимаемого комфорта и безопасности. Таким образом, в первом случае мы можем говорить о наличии аритмии между просмотром новостей и другими повседневными активностями, тогда как во втором случае наблюдается скорее полиритмия [Lefebvre, 2013].

Классифицировать интенсивное потребление новостей как проблемное [McLaughlin et al., 2022] следует не только на основании количественных показателей, но и исходя из того, как оно вписано в распорядок дня и соотносится с другими повседневными активностями. *Распределенное в течение дня* потребление новостей может принимать деструктивную форму, отвлекая от других важных дел. Тогда как потребление новостей в выделенное время при сопоставимом объеме просматриваемого контента выглядит управляемым и не кажется угрожающим повседневной жизни людей. Впрочем, попытки управления потреблением новостей обычно направлены на освобождение ресурсов для выполнения тех или иных задач в конкретный момент времени и не нацелены на корректировку сложившихся привычек в целом. Следует также отметить, что последствия выявленных режимов думскроллинга для физического и ментального здоровья, для продуктивности и успешности выполнения повседневных задач нуждаются в дальнейшей количественной оценке. На данных интервью нельзя однозначно оценить их конструктивность или деструктивность.

Ряд выделенных тенденций, по-видимому, являются общими и присущими не только думскроллерам — например, многократные короткие проверки обновлений, которые обычно описываются в терминах «перекусывания новостями» [Barnes et al., 2023; Ohme, Mothes, 2023]. Информация в этом случае потребляется в промежутках (interstices) в распорядке дня между запланированными действиями [Dimmick et al., 2011]. Исходя из имеющейся литературы, можно предположить, что такой режим просмотра новостей связан в первую очередь с влиянием мобильных устройств на медиарепертуары пользователей [Molunex, 2018], с появ-

лением бесконечных лент, способствующих пролистыванию большого числа заголовков (scrollability) [Searles, Feezell, 2023], или предпочтением определенных источников информации, например телеграм-каналов [Lou et al., 2021]. Таким образом, режимы потребления информации думскроллеров, вероятно, сформировались в результате одновременного влияния различных факторов — как развития технологий и перехода к медиасреде с большим выбором, так и кризисной ситуации, способствовавшей повышенному вниманию к новостям.

Следует отметить, что данное исследование не свободно от ряда ограничений. Прежде всего, категория думскроллеров выделялась на основании самооценок, которые не всегда тождественны фактическому объему потребляемого контента. В качестве попытки контролировать возможные расхождения в гайд были добавлены вопросы о частоте и продолжительности потребления новостей. В большинстве интервью количественные оценки информантов не вступают в противоречие с идентификацией себя как думскроллера. То есть люди, отмечающие, что они уделяют слишком большое внимание негативным новостям, также декларируют значительные временные затраты на потребление новостей (например, несколько часов в день). Другое ограничение исследования связано с потенциальной сенситивностью вопросов о внимании к новостям. Для снижения вероятности получения социально одобряемых ответов в инструментарии исследования использовались нейтральные формулировки. Такие термины, как проблемное потребление новостей или зависимость, не были задействованы. Наконец, рассуждения на такие темы, как внимание к информационному контенту, требуют от информантов достаточно высокой степени рефлексивности. Если человек ранее не задумывался о стиле своего медиапотребления, он может давать ответы, которые будут сформулированы в общем виде без достаточной детализации. Поэтому было важно задавать информантам уточняющие вопросы. Кроме того, внимание уделялось опыту и практикам в отношении информационного контента, то есть обсуждалось не только то, что люди думают, но и как они действуют.

Исследование демонстрирует, что феномен думскроллинга не является гомогенным, а формы, которые принимает избыточное внимание к негативным новостям, требуют дальнейшего изучения. Аналогичная работа была проведена, например, в отношении другой крайности в потреблении информационного контента — избегания новостей, которое было разделено на преднамеренное и непреднамеренное [Skovsgaard, Andersen, 2020], а также на постоянное и периодическое [Toff et al., 2023]. Выделенные на основании анализа интервью режимы потребления новостей думскроллеров могут в дальнейшем быть изучены на количественных данных, что позволит, например, оценивать последствия избыточного внимания к негативным новостям (для здоровья, эмоционального состояния, решения повседневных задач, социальных связей и уровня информированности).

Помимо возможности продолжить изучение думскроллинга на количественных данных, следует выделить еще ряд актуальных для дальнейшего изучения вопросов, которые не были затронуты в статье. В частности, внимания заслуживает эмоциональный опыт активного потребления негативных новостей. Представляется важным рассмотреть, какие чувства вызывает у аудитории такой контент и в каких терминах описываются переживания. Далее, феномен думскроллинга вызы-

вает интерес в разрезе социальных отношений. Потребление новостей обычно рассматривается как индивидуальное действие, однако в действительности просмотр информационного контента может осуществляться совместно, а обязанности по поддержанию осведомленности могут распределяться в семьях [Gur-Ze'ev et al., 2024] (например, новости может активно отслеживать только один из членов семьи, передавая близким основную информацию в межличностной коммуникации). Наконец, важный сюжет — трансформация практик потребления новостей со временем. В частности, наше исследование показывает, что для некоторых думскроллеров активное потребление новостей становится частью повседневной рутины, тогда как ряд работ, посвященных пандемии COVID-19, фиксирует тенденцию переходить от избыточного потребления новостей к их избеганию [Mannell, Meese, 2022]. Можно предположить, что степень легкости, с которой новый режим потребления новостей вписывается в повседневную рутину, зависит от предыдущего опыта взаимодействия с информационным контентом [Edgerly, 2023] и от того, насколько комфортными воспринимаются те или иные практики [Coleman, 2013]. Таким образом, феномен думскроллинга нуждается в дальнейшем изучении и может быть рассмотрен с позиции разнообразных теорий, подходов и даже дисциплин.

### Список литературы (References)

- Казун А. Д. Есть ли выход из пузыря? Мотивы потребления идеологически чуждой информации думскроллерами // Полис. Политические исследования. 2023. № 4. С. 168—181. <https://doi.org/10.17976/jpps/2023.04.12>.
- Kazun A. D. (2023) Is There a Way Out of the “Bubble”? Motives for the Consumption of Ideologically Diverse News by Doomscrollers. *Polis. Political Studies*. No. 4. P. 168—181. <https://doi.org/10.17976/jpps/2023.04.12>. (In Russ.)
- Казун А. Д. «Обложиться информацией, чтобы хоть что-то понимать»: индивидуальные и социальные основания думскроллинга // Мир России. 2024. № 2. С. 77—94. <https://doi.org/10.17323/1811-038X-2024-33-2-77-94>.
- Kazun A. D. (2024) ‘Surround Myself with Information to Understand at Least Something’: Individual and Social Reasons for Doomscrolling. *Universe of Russia*. No. 2. P. 77—94. <https://doi.org/10.17323/1811-038X-2024-33-2-77-94>. (In Russ.)
- Максименко А. А., Дейнека О. С., Мортикова И. А. Инфодемический думскроллинг и психологическое благополучие россиян // Общество: социология, психология, педагогика. 2022. № 12. С. 129—136. <https://doi.org/10.24158/spp.2022.12.20>.
- Maksimenko A. A., Deyneka O. S., Mortikova I. A. (2022) Infodemic Doomscrolling and the Psychological Well-Being of Russians. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*. No. 12. P. 129—136. <https://doi.org/10.24158/spp.2022.12.20>. (In Russ.)
- Как россияне справляются с новым кризисом: Социально-экономические практики населения / под ред. Радаева В. В. Научные доклады факультета социальных наук НИУ ВШЭ. М.: НИУ ВШЭ, 2023. Вып. 1 (1). URL: <https://id.hse.ru/books/818258101.html> (дата обращения: 21.04.2024).

- Radaev V. V. (ed). (2023) Coping with a New Crisis: Socio-Economic Practices of the Russian Population. Research Reports of the HSE Faculty of Social Sciences. Moscow: HSE University. Issue 1 (1). URL: <https://id.hse.ru/books/818258101.html> (accessed: 21.04.2024). (In Russ.)
- Barnes R., Mulcahy R., Riedel A. (2023) Push Notifications and News Snacking: The Impact of Mobile News Alert Framing on Reader Engagement. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448231196580>.
- Benesch C. (2012) An Empirical Analysis of the Gender Gap in News Consumption. *Journal of Media Economics*. Vol. 25. No. 3. P. 147—167. <https://doi.org/10.1080/08997764.2012.700976>.
- Boczkowski P.J. (2010) The Consumption of Online News at Work. *Information, Communication & Society*. Vol. 13. No. 4. P. 470—484. <https://doi.org/10.1080/13691181003639841>.
- Bolin G. (2017) Media Generations. Experience, Identity and Meditised Social Change. London: Routledge.
- Boukes M., Vliegenthart R. (2017) News Consumption and its Unpleasant Side Effect: Studying the Effect of Hard and Soft News Exposure on Mental Well-Being Over Time. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*. Vol. 29. P. 137—147. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000224>.
- Broersma M., Swart J. (2022) Do Novel Routines Stick After the Pandemic? The Formation of News Habits During COVID-19. *Journalism Studies*. Vol. 23. No. 5—6. P. 551—568. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1932561>.
- Coleman S. (2013) How Voters Feel. Cambridge: Cambridge University Press.
- Costera Meijer I., Groot Kormelink T. (2015) Checking, Sharing, Clicking and Linking. Changing Patterns of News Use between 2004 and 2014. *Digital Journalism*. Vol. 3. No. 5. P. 664—679. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.937149>.
- Diddi A., LaRose R. (2006) Getting Hooked on News: Uses and Gratifications and the Formation of News Habits Among College Students in an Internet Environment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Vol. 50. No. 2. P. 193—210. [https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5002\\_2](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5002_2).
- Dimmick J., Feaster J. C., Hoplamazian G. J. (2011) News in the Interstices: The Niches of Mobile Media in Space and Time. *New Media & Society*. Vol. 13. No. 1. P. 23—39. <https://doi.org/10.1177/1461444810363452>.
- Duyn E. V., Collier J. (2019) Priming and Fake News: The Effects of Elite Discourse on Evaluations of News Media. *Mass Communication and Society*. Vol. 22. No. 1. P. 29—48. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1511807>.
- Edgerly S. (2023) Avoiding News is Hard Work, or Is It? A Closer Look at the Work of News Avoidance among Frequent and Infrequent Consumers of News. *Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2293834>.

- Ghersetti M., Westlund O. (2018) Habits and Generational Media Use. *Journalism Studies*. Vol. 19. No. 7. P. 1039—1058. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1254061>.
- Groot Kormelink T. (2023) How People Integrate News into Their Everyday Routines: A Context-Centered Approach to News Habits. *Digital Journalism*. Vol. 11. No. 1. P. 19—38. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2112519>.
- Gur-Ze'ev H., Aharoni T., Kligler-Vilenchik N., Tenenboim-Weinblatt K. (2024) “I Hope my Partner Will Keep me up-to-date”: How Couples Navigate News Consumption and Avoidance. *Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2299451>.
- Hameleers M., Brosius A., Marquart F., Goldberg A. C., van Elsas E., de Vreese C. H. (2022) Mistake or Manipulation? Conceptualizing Perceived Mis- and Disinformation among News Consumers in 10 European Countries. *Communication Research*. Vol. 49. No. 7. P. 919—941. <https://doi.org/10.1177/0093650221997719>.
- Hill A., Gauntlett D. (1999) *TV Living: Television, Culture and Everyday Life*. Routledge.
- Holman E. A., Garfin D. R., Silver R. C. (2014) Media's Role in Broadcasting Acute Stress Following the Boston Marathon Bombings. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. Vol. 111. No. 1. P. 93—98. <https://doi.org/10.1073/pnas.1316265110>.
- Lefebvre H. (2013) *Rhythmanalysis: Space, Time and Everyday Life*. Bloomsbury Academic.
- Lou C., Tandoc Jr. E. C., Hong L. X., Pong X. Y. (Brenda), Lye W. X. (Rachelle), Sng N. G. (Tri-sha). (2021) When Motivations Meet Affordances: News Consumption on Telegram. *Journalism Studies*. Vol. 22. No. 7. P. 934—952. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1906299>.
- Mannell K., Meese J. (2022) From Doom-Scrolling to News Avoidance: Limiting News as a Wellbeing Strategy During COVID Lockdown. *Journalism Studies*. Vol. 23. No. 3. P. 302—319. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.2021105>.
- Matthes J. (2008) Need for Orientation as a Predictor of Agenda-Setting Effects: Causal Evidence from a Two-Wave Panel Study. *International Journal of Public Opinion Research*. Vol. 20. No. 4. P. 440—453. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edh118>.
- McLaughlin B., Gotlieb M. R., Mills D. J. (2023) Caught in a Dangerous World: Problematic News Consumption and Its Relationship to Mental and Physical Ill-Being. *Health Communication*. Vol. 38. No. 12. P. 2687—2697. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2106086>.
- Molyneux L. (2018) Mobile News Consumption. *Digital Journalism*. Vol. 6. No. 5. P. 634—650. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1334567>.
- Mourão R. R., Thorson E., Chen W., Tham S. M. (2018) Media Repertoires and News Trust During the Early Trump Administration. *Journalism Studies*. Vol. 19. No. 13. P. 1945—1956. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1500492>.

Ohme J., Mothes C. (2023) News Snacking and Political Learning: Changing Opportunity Structures of Digital Platform News Use and Political Knowledge. *Journal of Information Technology & Politics*. <https://doi.org/10.1080/19331681.2023.2193579>.

Pedersen M. A., Albris K., Seaver N. (2021) The Political Economy of Attention. *Annual Review of Anthropology*. Vol. 50. No. 1. P. 309—325. <https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-101819-110356>.

Rosentiel T. (2008) Where Men and Women Differ in Following the News. *Pew Research Center*. URL: <https://www.pewresearch.org/2008/02/06/where-men-and-women-differ-in-following-the-news/> (accessed: 30.03.2024).

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*. No. 103. P. 1—12. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.031>.

Schrøder K. C. (2015) News Media Old and New: Fluctuating Audiences, News Repertoires and Locations of Consumption. *Journalism Studies*. Vol. 16. No. 1. P. 60—78. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.890332>.

Searles K., Feezell J. T. (2023) Scrollability: A New Digital News Affordance. *Political Communication*. Vol. 40. No. 5. P. 670—675. <https://doi.org/10.1080/10584609.2023.2208083>.

Silver R. C., Holman E. A., Andersen J. P., Poulin M., McIntosh D. N., Gil-Rivas V. (2013) Mental- and Physical-Health Effects of Acute Exposure to Media Images of the September 11, 2001, Attacks and the Iraq War. *Psychological Science*. Vol. 24. No. 9. P. 1623—1634. <https://doi.org/10.1177/0956797612460406>.

Skovsgaard M., Andersen K. (2020) Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies*. Vol. 21. No. 4. P. 459—476. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410>.

Swart J., Peters C., Broersma M. (2017) Navigating Cross-Media News Use. *Journalism Studies*. Vol. 18. No. 11. P. 1343—1362. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1129285>.

Szabo A., Hopkinson K. L. (2007) Negative Psychological Effects of Watching the News in the Television: Relaxation or Another Intervention May Be Needed to Buffer Them! *International Journal of Behavioral Medicine*. Vol. 14. No. 2. P. 57—62. <https://doi.org/10.1007/BF03004169>.

Tang G., Hung E. P.W., Au-Yeung H.-K.C., Yuen S. (2020) Politically Motivated Internet Addiction: Relationships among Online Information Exposure, Internet Addiction, FOMO, Psychological Well-being, and Radicalism in Massive Political Turbulence. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Vol. 17. No. 2. Art. 2. <https://doi.org/10.3390/ijerph17020633>.

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

Van Aelst P., Strömbäck J., Aalberg T., Esser F., de Vreese C., Matthes J., Hopmann D., Salgado S., Hubé N., Stępińska A., Papathanassopoulos S., Berganza R., Legnante G., Reinemann C., Sheaffer T., Stanyer J. (2017) Political Communication in a High-Choice Media Environment: A Challenge for Democracy? *Annals of the International Communication Association*. Vol. 41. No. 1. P. 3—27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>.

Westlund O., Weibull L. (2013) Generation, Life Course and News Media Use in Sweden 1986—2011. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*. Vol. 11. No. 1. P. 147—173.

Wojcieszak M., Clemm von Hohenberg B., Casas A., Menchen-Trevino E., de Leeuw S., Gonçalves A., Boon M. (2022) Null Effects of News Exposure: A Test of the (Un)Desirable Effects of a ‘News Vacation’ and ‘News Binging’. *Humanities and Social Sciences Communications*. Vol. 9. No. 1. Art. 1. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01423-x>.

Wood W., Neal D. T. (2009) The Habitual Consumer. *Journal of Consumer Psychology*. Vol. 19. No. 4. P. 579—592. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2009.08.003>.

Wood W., Quinn J. M., Kashy D. A. (2002) Habits in Everyday Life: Thought, Emotion, and Action. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 83. No. 6. P. 1281—1297.

Ytre-Arne B., Moe H. (2021) Doomscrolling, Monitoring and Avoiding: News Use in COVID-19 Pandemic Lockdown. *Journalism Studies*. Vol. 22. No. 13. P. 1739—1755. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1952475>.

## Приложение

Таблица 1. Список информантов

|    | <b>Информант</b> | <b>Продолжительность интервью</b> | <b>Пол</b> | <b>Возраст</b> |
|----|------------------|-----------------------------------|------------|----------------|
| 1  | Олеся            | 48 мин                            | Жен        | 21             |
| 2  | Татьяна          | 1 ч 40 мин                        | Жен        | 20             |
| 3  | Вероника         | 40 мин                            | Жен        | 19             |
| 4  | Анастасия        | 34 мин                            | Жен        | 21             |
| 5  | Анастасия        | 44 мин                            | Жен        | 22             |
| 6  | Михаил           | 39 мин                            | Муж        | 22             |
| 7  | Ольга            | 1 час 13 мин                      | Жен        | 62             |
| 8  | Сеймур           | 29 мин                            | Муж        | 23             |
| 9  | Михаил           | 29 мин                            | Муж        | 20             |
| 10 | Александр        | 23 мин                            | Муж        | 22             |
| 11 | Лариса           | 38 мин                            | Жен        | 57             |
| 12 | Александр        | 46 мин                            | Муж        | 21             |
| 13 | Арина            | 36 мин                            | Жен        | 18             |
| 14 | Михаил           | 55 мин                            | Муж        | 25             |
| 15 | Максим           | 64 мин                            | Муж        | 22             |
| 16 | Александр        | 21 мин                            | Муж        | 57             |
| 17 | Анастасия        | 50 мин                            | Жен        | 20             |
| 18 | Анжелика         | 42 мин                            | Жен        | 43             |
| 19 | Кристина         | 51 мин                            | Жен        | 24             |
| 20 | Мария            | 60 мин                            | Жен        | 32             |
| 21 | Елена            | 29 мин                            | Жен        | 56             |
| 22 | Валерия          | 60 мин                            | Жен        | 21             |
| 23 | Анна             | 40 мин                            | Жен        | 45             |
| 24 | Валера           | 58 мин                            | Муж        | 24             |
| 25 | Андрей           | 1 час 14 мин                      | Муж        | 29             |
| 26 | Яна              | 1 ч                               | Жен        | 20             |
| 27 | Мария            | 42 мин                            | Жен        | 58             |
| 28 | Михаил           | 56 мин                            | Муж        | 19             |
| 29 | Михаил           | 44 мин                            | Муж        | 18             |
| 30 | Александр        | 48 мин                            | Муж        | 41             |
| 31 | Анна             | 45 мин                            | Жен        | 21             |
| 32 | Екатерина        | 48 мин                            | Жен        | 47             |
| 33 | Анатолий         | 42 мин                            | Муж        | 21             |
| 34 | Матвей           | 59 мин                            | Муж        | 19             |

|    | <b>Информант</b> | <b>Продолжительность интервью</b> | <b>Пол</b> | <b>Возраст</b> |
|----|------------------|-----------------------------------|------------|----------------|
| 35 | Никита           | 49 мин                            | Муж        | 20             |
| 36 | Евгений          | 37 мин                            | Муж        | 55             |
| 37 | Екатерина        | 45 мин                            | Жен        | 23             |
| 38 | Галина           | 55 минут                          | Жен        | 57             |
| 39 | Анна             | 32 минуты                         | Жен        | 20             |
| 40 | Мария            | 41 мин                            | Жен        | 74             |
| 41 | Даниил           | 37 мин                            | Муж        | 20             |
| 42 | Елена            | 39 мин                            | Жен        | 44             |
| 43 | Елена            | 29 мин                            | Жен        | 53             |
| 44 | Алексей          | 42 минуты                         | Муж        | 43             |
| 45 | Андрей           | 35 мин                            | Муж        | 60             |
| 46 | Давид            | 1 час                             | Муж        | 21             |
| 47 | Дарья            | 45 мин                            | Жен        | 25             |