

УДК 316

Груднева В.В.

студент

Петрова Т.В.,

преподаватель кафедры «медиакоммуникации»

НИУ ВШЭ

**«ДОМСТИКАЦИЯ ИНТЕРНЕТА КАК СОЦИАЛЬНЫЙ
ФЕНОМЕН»**

Аннотация: В статье подробно рассмотрен феномен домстикации интернета. Проведен анализ российских и зарубежных исследований домстикации. На основе эмпирического материала выделены основные практики, связанные домстикацией и стили использования интернета.

Ключевые слова: домстикация интернета, интернет, интернет-технологии, социальные сети, одомашнивание интернета

Grudneva V.V.

student

Petrova T.V.,

lecturer of the Department of Media Communications

HSE

"INTERNET DOMESTICATION AS A SOCIAL PHENOMENON".

Abstract: The article deals in detail with the phenomenon of Internet domestication. An analysis of Russian and foreign studies of domestication is

carried out. On the basis of empirical material the main practices associated with the domestication and styles of Internet use are highlighted.

Keywords: domestication of the Internet, Internet, Internet technologies, social networks, domestication of the Internet

Введение.

Актуальность темы исследования обусловлена рядом факторов. В последнее время Интернет проникает во все сферы жизни: от организации быта до получения образования. Согласно статистике за 2022 год более 70 процентов населения России имеет доступ к широкополосному интернету¹. Таким образом, можно сделать вывод о повсеместной доступности интернета и его распространении. Доместикация — процесс одомашнивания, внедрения в быт, домашнее хозяйство. Доместикация интернета влияет на социальные связи и взаимоотношения людей, изменяет их повседневные практики и стили поведения.

Кроме того, в связи с пандемией COVID-19 мир был вынужден осваивать онлайн-практики и переходить в пространство интернета в условиях локдауна. Многие из них стали частью новой реальности и продолжают встраиваться в жизнедеятельность населения. Цифровой этикет, новые способы ведения быта, получения знаний и общения являются результатами доместикации интернета. Именно поэтому ценность данного исследования заключается в том, что оно рассматривает важные и актуальные процессы в обществе, которые происходят и трансформируют жизнь уже сейчас.

Объект исследования: Доместикация интернета

¹ <https://fedstat.ru/indicator/58465> (дата обращения 09.12.2021)

Предмет исследования: Социальные и бытовые практики доместикации интернета

Цель исследования: проанализировать процесс доместикации интернета среди российского сообщества и его эффекты на общество

Степень изученности темы и теоретическая база исследования

Практики, связанные с интернетом, прочно встроились в жизнь пользователей, что позволяет говорить об интернете не только как о технологии, но как о части повседневного мира. Такой поворот в восприятии технологии интернета позволяет говорить о процессе доместикации — процессе освоения, одомашнивания интернета.

Научные работы зарубежных авторов Р. Сильверстоуна², Э. Хирша³, Л. Хэддона⁴, рассматривают стадии процесса доместикации, формируя теоретическую концепцию. Отечественные исследователи Сергеева О. В., Полуэхтова⁵ И.А., Глухов⁶ А.П., Е.В. Овчинская⁷ исследуют процессы одомашнивания технологии, изменения в повседневности, практики, связанные с доместикацией.

Гипотезы исследования:

1. Доместикация интернета влечет за собой появление новых способов коммуникации, социального взаимодействия
2. Вследствие доместикации интернета меняются повседневные практики

² Silverstone, R., & Hirsch, E. (Eds.). (1994). *Consuming technologies*. Taylor & Francis.

³ Silverstone, R., & Hirsch, E. (Eds.). (1994). *Consuming technologies*. Taylor & Francis.

⁴ Haddon, L. (2007). Roger Silverstone's legacies: domestication. *New media & society*, 9(1), 25-32.

⁵ Полуэхтова, И. А. (2013). «Умный телевизор» в контексте повседневности. *Знание. Понимание. Умение*, (3), 169-174.

⁶ Глухов Андрей Петрович (2019). Доместикация социальных медиа и ресоциализация межличностных отношений. *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*, (47), 149-157.

⁷ Овчинская, Е. В. (2013). Телевизионные практики мужчин и женщин: эволюция, состояние, тенденции. *Знание. Понимание. Умение*, (1), 238-244.

Методы исследования:

Данное исследование проведено на базе качественного исследования — основным методом являются глубинные интервью

Эмпирическую базу составляют глубинные интервью, проведенные с участниками исследования

Теория доместикации медиа в российских и зарубежных источниках

В основе исследования лежит термин «доместикация» интернета — процесс «одомашнивания», «приручения» технологии, под которым понимается ее освоение, применение и интеграция в повседневную жизнь как отдельным человеком, так и обществом. Аналогично приручению диких животных, человек подчиняет технологию, поселяя ее в своем жилище. Рассматривая понятие доместикации в более узком смысле, можно сказать, что доместикация — это процесс ежедневного использования технологии в быту, хозяйстве, общении, работе, обучении и повседневных практиках.

Для понимания этого процесса стоит обратиться к историческим фактам: широкое распространение интернет начинает приобретать, когда в конце 90-х, начале нулевых персональные компьютеры становятся доступными для массового потребителя. В то время активно развивается компьютерная индустрия и технологии, поэтому все больше домохозяйств приобретают компьютеры для личных целей: общения, поиска информации и развлечения. Соответственно, интернет появляется в домах для обеспечения этих функций. Как итог: интернет сейчас — неотъемлемая часть жизни большинства жителей планеты, он продолжает распространяться на многие сферы и области повседневности.

Еще в конце 20го века исследователей начинают интересовать процессы проникновения массовых медиа технологий в домохозяйства и их дальнейшее потребление. Основная часть работ исследует телевидение как

социальный феномен, но в последствии распространяется на все медиа технологии, в частности на Интернет, компьютеры, мобильные устройства. Так, Р. Сильверстоун и его последователи развивают теорию доместикации и разрабатывают ее стадии.⁸ Как технология располагается в доме, как используется в рутине, как воспринимается хозяином и другими. На основе этого Сильверстоун и Хирш выделяют четыре процесса доместикации: присвоение, объективация, инкорпорация и преобразование.

Присвоение рассматривает, как технология интегрируется в хозяйство, появляется в пространстве дома. Приобретение является целым процессом, а не одномоментным действием. Сначала человек представляет новую жизнь с устройством, фантазирует о ней, мотивируя покупку. Затем взвешивает финансовую сторону вопроса, ищет наиболее подходящий вариант, осуществляет покупку и, наконец, получает эмоции из-за обладания новинкой.⁹ Нередко приобретение компьютера или телефона приурочено к особенному событию — дню рождения, Новому году, началу школы. Таким образом, приобретение девайса символизирует новый жизненный этап. Для устройств появляются специально отведенные места, обустраиваются целые «островки» для их потребления. Здесь также начинают формироваться договоренности между членами семьи, определенные правила использования девайса и конфликты, которые могут возникнуть на этой почве.¹⁰ Примечательно, что компьютеры, мобильные телефоны, интернет начинают осознаться как вещи, которые всегда должны быть «под рукой», чтобы не отставать от современности. Теперь, чтобы оставаться актуальными, люди приобретают новые девайсы.

⁸ Silverstone, R., & Hirsch, E. (Eds.). (1994). *Consuming technologies*. Taylor & Francis.

⁹ Сергеева, О. В. (2011). *Медиакультура в практиках повседневности* (Doctoral dissertation, Санкт-Петербургский государственный университет).

¹⁰ Haddon, L. (2006). The contribution of domestication research to in-home computing and media consumption. *The information society*, 22(4), 195-203.

Объективация — процесс восприятия технологии и ее дальнейшего присутствия в доме как в физическом, так и символическом смыслах. Р. Сильверстоун утверждает, что все технологии имеют потенциал быть встроенными в окружающую среду из-за эстетических соображений.¹¹ Поэтому многие из них приобретаются не только из функциональных соображений, но и из эстетических. Так, сменяются модели телевизоров на более плоские и большие несмотря на то, что функциональность — транслировать информацию, остается та же. На стадии объективации можно говорить о выстраивании «географии дома»: как и где технология располагается в нем, является ли общей или индивидуальной, доступна ли всем возрастным категориям в семье, является ли сугубо мужской или женской. Чаще всего девайс обрастает вокруг предметами, улучшениями или украшениями, что показывает особое отношение членов семьи к технологии и подтверждает, что в доме создается специальная среда для потребления медиа. Например, оформление рабочего пространства вокруг компьютера или оборудование специальной зоны в гостиной для просмотра телевидения.

Инкорпорация показывает, как технология встраивается в повседневную рутину и практики, как используется и меняет привычный уклад жизни. Отличие инкорпорации от объективации в том, что объективация связана в большей степени с пространством, в то время как инкорпорация с использованием. Каждое устройство имеет набор функций, вложенных в нее маркетологами и дизайнерами, но в процессе инкорпорации эти функции могут трансформироваться, адаптироваться или вовсе исчезать в зависимости от стиля использования конкретного пользователя или семьи.¹² Самый распространенный пример —

¹¹ Silverstone, R., & Hirsch, E. (Eds.). (1994). *Consuming technologies*. Taylor & Francis.

¹² Silverstone, R., & Hirsch, E. (Eds.). (1994). *Consuming technologies*. Taylor & Francis.

компьютеры, приобретенные для обучения, которые впоследствии используются для видеоигр. Медиа технологии проникают в быт членов семьи, вплетаются в их рутину и формируют новые нормы. Например, фоновый шум от телевизора становится привычным при общении. Так и интернет сопровождает человека на протяжении дня: просмотр соц сетей за завтраком, прослушивание музыки в душе или уведомления, которые постоянно приходят в фоновом режиме. Интернет становится сопровождением к другим активностям и воспринимается как «само с собой разумеющееся явление». Любопытно, что то, как технология обосновывается в семье, определяет стили ее потребления: это зависит от расположения устройства в доме, возраста, пола членов семьи. С одной стороны, человек устанавливает технологию в дом и предполагает определенное потребление, но с другой, технология и формирует это потребление внутри семьи. Так, в семьях возникают конфликты на почве использования компьютера, времени пребывания за ним, доступности к потреблению в зависимости от возраста («Ты еще слишком маленький для этого...», «В твоём возрасте я интересовался другим...»). Если объективация формирует «географию дома», то инкорпорация «политику дома» и отношения, которые устанавливаются вокруг технологии.

Преобразование же отражает, как презентуется технология, как о ней говорят и как она воспринимается другими. Преобразование устанавливает отношения между технологией и внешним миром, в отличие от присвоения и инкорпорации, которые существуют внутри домашней среды.¹³ Технология начинает осознаваться как часть семейного уклада, становится предметом для разговоров. Здесь происходит поворот от простого потребления к особенному отношению, формирующегося вокруг устройства, которое распространяется на всех членов семьи. Устройство

¹³ Silverstone, R., & Hirsch, E. (Eds.). (1994). *Consuming technologies*. Taylor & Francis.

начинает осознаваться как часть домашнего пространства, помощник, иногда даже как член семьи. Приобретая устройство, человек приобретает и его «культуру». Пользователь встраивается в определенное общество, которое объединено обладанием устройством. Например, коллекционирование компьютерных игр или пластинок связано с приобретением компьютера или плеера. Это формирует группы по интересам, создает коммуникацию на основе таких приобретений. Преобразование несет под собой значимость приобретения не только для себя, но и для других. Она отражает статус семьи, ее культуру дома. Л. Хэддон приводит пример отказа от использования плоских телевизоров и спутниковых тарелок семьями среднего класса, чтобы никто не смог подумать, что «они из тех, кто смотрит телевизор днями напролет».¹⁴ То есть в процессе доместикации некоторые устройства могут быть не освоены из-за социальных предубеждений. Преобразование — конечная стадия доместикации, благодаря которой устройство прочно укореняется в хозяйстве и социальной рамке семьи. По мнению Р. Сильверстоуна и С. Ливингстон, устройство, которое прошло доместикацию, должно рассматриваться как особый коммуникативный предмет — носитель информации и бытовая вещь, которая встраивается в повседневный мир пользователя.¹⁵

Подводя итог, доместикация — сложный, комплексный процесс, протекающий внутри домохозяйства. Он охватывает несколько сфер: от пространственной до социальной, преобразуя отношения и нормы внутри семьи.

¹⁴ Haddon, L. (2006). The contribution of domestication research to in-home computing and media consumption. *The information society*, 22(4), 195-203.

¹⁵ Livingstone, S. (2007). On the material and the symbolic: Silverstone's double articulation of research traditions in new media studies. *New media & society*, 9(1), 16-24.

Развитие идей доместикации интернета в контексте актуальных тенденций.

Последние пару лет существует тенденция диджитализации общества — увеличения процента онлайн-технологий в повседневной жизни, которые помогают решать разнообразные задачи. В этом контексте наиболее актуально говорить о доместикации интернета как социальном феномене. Доместикация медиа технологий сегодня напрямую связана с интернетом, так как с каждым днем все сложнее представить устройства без доступа к сети: компьютеры, смартфоны, умные колонки, пылесосы, телевизоры, которые теперь выполняют не только свои изначальные функции. Такое внимание к доместикации объясняется ростом мобильных устройств, что позволяет применять теоретическую рамку доместикации не только в контексте домашней среды, но и вне ее.

В процессе повсеместной доместикации интернета он становится не просто чем-то новым, а значимым явлением в жизни человека, его потребностью.¹⁶ Интернет базируется на принципе трех «А»: Any content, Any time, Any where).¹⁷ Такая возможность постоянного потребления контента меняет привычный быт, общение, досуг, работу. С ростом численности портативных устройств (смартфоны, планшеты, умные часы) можно проецировать теорию доместикации интернета за пределы домохозяйства для анализа пользовательского опыта.¹⁸ Они всегда под рукой, поэтому работа, досуг, хобби зачастую связаны с технологиями сети, что говорит о стирании границ доместикации. Развивая тему влияния пандемии COVID-19, можно говорить о том, что изменился процесс медиа

¹⁶ Сергеева, О. В. (2011). Медиакультура в практиках повседневности (Doctoral dissertation, Санкт-Петербургский государственный университет).

¹⁷ Полуэхтова, И. А. (2013). «Умный телевизор» в контексте повседневности. Знание. Понимание. Умение, (3), 169-174.

¹⁸ Haddon, L. (2006). The contribution of domestication research to in-home computing and media consumption. The information society, 22(4), 195-203.

потребления: оставаясь большую часть времени дома, люди начали осваивать и интегрировать в свою жизнь новые технологии и практики, связанные с интернетом. Например, посещение культурных мероприятий, музеев, конференций стало возможно онлайн. Прием врача, тренировки, общение, шоппинг, прогулки — все это можно осуществить, не покидая домашнее пространство. Домашний компьютер стал аккумулировать большинство сфер жизни человека: от здоровья до социальных связей. Это форсирует доместикацию интернета, который проникает в самые привычные сферы жизни. Пандемия коронавируса также изменила рынок труда: многие сотрудники стали работать удаленно или в гибридном формате, появляется все больше вакансий в таком формате. Происходит смешение домашней и рабочей среды, в которой компьютер и интернет играют ключевую роль. Человек пытается разграничить эти две сферы, но это не всегда удается. Домашний компьютер позволяет концентрироваться на работе в своей «приватной сфере», в отличие от посещения офиса — публичной. Но тем не менее дом начинает перенимать на себя черты жизни профессиональных организаций.¹⁹ Так, устройства могут приобретать новые характеристики, которые изначально не подразумевались при покупке. Например, компьютер, приобретенный для игр и развлечений, становится источником заработка или образования. Это перемещает и поглощает часть опыта, который человек приобретал ранее, делая эти действия оффлайн. Теперь дом с компьютером соединяет в себе несколько социальных институтов, что полностью меняет уклад жизни пользователя, его привычки и практики. На физическом уровне изменяется пространство внутри дома: может быть организован своеобразный кабинет с рабочим местом, чтобы ничего не отвлекало от процесса. Или же создаются

¹⁹ Сергеева, О. В. (2010). Персональный компьютер в повседневных практиках (опыт эмпирического исследования) 1. *Logos et Praxis*, (1), 75-84.

специальные помещения, места хранения роутеров, проводов для обеспечения функционирования интернета.

Любая технология подразумевается, как инновация, со вложенными в нее смыслами, идеями, маркетинговыми и дизайнерскими ценностями. Дизайн технологии и доместикация — две стороны одной медали. Одомашнивание предполагается в самом дизайне, а дизайн завершается одомашниванием²⁰. В этом контексте инноваций можно рассмотреть тренд на экосистемы внутри хозяйства, тренд на коннективити (от англ. *connectivity* — способность компьютеров и других электронных устройств соединяться с Интернетом или другими компьютерами и программами).²¹ Коннективити предполагает, что все устройства будут иметь доступ к интернету и возможность управляться пользователем через него. Умные часы, лампочки, колонки, смарт-ТВ, роботы-пылесосы — примеры таких технологий, которые упрощают бытовую жизнь человека каждый день. Это изменяет ритм повседневности современного человека. Так инновации форсируют процесс доместикации, создавая новые пути одомашнивания.

Доместикация напрямую влияет на социальные взаимоотношения в обществе. Интернет предоставляет возможность поддержания дальних связей, знакомств, обмена информацией в режиме онлайн. Видео-встречи, звонки, мессенджеры заменяют традиционные способы коммуникации в оффлайн пространстве. Формируется цифровой этикет — определенные правила для онлайн-общения, которые регулируют взаимодействия пользователей в сети. Также внутри семей и сообществ создаются собственные традиции, например, присылание мемов, обсуждение

²⁰ Silverstone, R. and Haddon, L. (1996) 'Design and the Domestication of Information and Communication Technologies: Technical Change and Everyday Life', in Silverstone, R. and Mansell, R (eds) *Communication by Design. The Politics of Information and Communication Technologies*, Oxford University Press, Oxford, pp. 44-74

²¹ Полуэхтова, И. А. (2013). «Умный телевизор» в контексте повседневности. *Знание. Понимание. Умение*, (3), 169-174.

новостей, поздравление с праздниками. Такой тип общения интегрируется в жизнь людей и способствует возникновению новых паттернов взаимодействия.

Рост медиа технологий в домах привел к «плюрализации практик потребления и их сопутствующей индивидуализации»²², которые будут рассмотрены в следующей части.

Практики и стили доместикации.

Доместикация как процесс создает определенные практики и индивидуальные стили одомашнивания. Этот процесс включает в себя формирование как функциональных, так и социальных практик внутри семьи.

Доместикация и процесс освоение технологии могут иметь различные основания: подарок, потребность, интерес, а также различную степень вовлеченности и погружения. Это зависит от образа жизни пользователя, его убеждений, среды. Маркетинговые исследования занимаются вопросами изучения процесса доместикации для того, чтобы компании создавали наиболее удобные способы освоение технологий пользователями.²³

Функциональные практики основываются на изменении быта внутри домохозяйства: устройства перенимают на себя задачи пользователя, помогают организовывать работу и досуг, изменяют привычный уклад. Смешиваются различные сферы повседневности: развлечение и быт, работа и досуг, общение и работа. Это возможно благодаря мощностям интернета сегодня — открытие нескольких вкладок, использование мобильного и

²² Овчинская, Е. В. (2013). Телевизионные практики мужчин и женщин: эволюция, состояние, тенденции. Знание. Понимание. Умение, (1), 238-244.

²³ Haddon, L. (2006). The contribution of domestication research to in-home computing and media consumption. The information society, 22(4), 195-203.

компьютерного трафика одновременно, экосистемы устройств. Таким образом, формируется несколько типов практик: бытовые, рабочие, развлекательные. Социальные же практики основываются на взаимоотношениях пользователей или пользователя с технологией. Располагая устройством в доме, некоторые могут ориентироваться на эстетические соображения, в то время как другие — на существующие взаимоотношения членов семьи. Например, расположение телевизора в доме может изменяться со временем взросления детей: если он ранее был расположен в их комнате, то с взрослением они могут требовать больше собственного пространства и телевизор «мигрирует» в другое место.²⁴ Часто родители помещают устройства в пространство с возможностью контролировать время их использования детьми. На этой почве возникают определенные правила, ограничения, которые могут повлечь за собой конфликты. Родители также могут иметь опасения, предубеждения насчет технологий, поэтому устанавливают контроль не только на время, но и контент внутри них. Это формирует некий разрыв между поколениями вследствие степени готовности к принятию новой цифровой реальности. В семьях формируются гендерные и возрастные установки вокруг устройств — так, принято считать взрослых ответственными за содержание гаджетов, оплату интернета и их обновление. Этим преимущественно занимается глава семьи, обычно мужского пола, потому что существует мнение о том, что это сугубо «мужское занятие». Мужчины в целом чаще увлекаются технологиями, являются новаторами в домохозяйствах, поэтому для них домостикация может быть более активной.²⁵ Развивая тему социальных практик, ежедневное взаимодействие с устройствами позволяет говорить о феномене их «очеловечивания» — когда технология начинает

²⁴ Haddon, L. (2006). The contribution of domestication research to in-home computing and media consumption. *The information society*, 22(4), 195-203.

²⁵ Овчинская, Е. В. (2013). Телевизионные практики мужчин и женщин: эволюция, состояние, тенденции. *Знание. Понимание. Умение*, (1), 238-244.

восприниматься как нечто одушевленное.²⁶ Во многом это применимо к умным колонкам, которые созданы наподобие человека и имеют определенные черты, характер. Возникают особые способы общения с технологией, что распространяется и на членов семьи.

Интернет из-за обилия контента и возможностей позволяет пользователю формировать собственный стиль потребления и комфортные ограничения. Нередко человек устанавливает ограничения на свое потребление для поддержания ментального и физического здоровья. Это осознанный шаг для предотвращения негативных эмоций, вызываемых интернетом. Например, удаление социальных сетей или отказ от просмотра новостной повестки.

Как было упомянуто выше, не все домохозяйства готовы впускать новые технологии в свое пространство. Это может быть связано с недоверием к технологии, с низким уровнем цифровой грамотности или негативным опытом использования. Основные практики и индивидуальные способы доместикации будут подробно рассмотрены далее.

Основные практики пользователей.

После анализа проведенных интервью были выявлены основные практики пользователей, связанные с интернетом. В начале каждого интервью респонденты должны были вспомнить, когда в их жизни появился интернет. Для некоторых это оказалось затруднительно, так как интернет стал настолько привычным в повседневности, что стало невозможно представить времена его отсутствия: *«Ну, это, честно, очень сложно вспомнить, когда он вообще появился. Сейчас уже ощущение, что он был всегда» (Наталья, 3)*. Однако, большинство респондентов соотносят

²⁶ Сергеева, О. В. (2011). *Медиакультура в практиках повседневности* (Doctoral dissertation, Санкт-Петербургский государственный университет).

появление в доме интернета с появлением стационарного компьютера или ноутбука в семье:

«Это был 2004 год. Папа купил самый дорогой компьютер, который мог быть в нашем городе. По тем временам, он стоил что-то около пятисот долларов. И вот тогда, сразу, все и появилось – это и компьютер, и интернет.» (Валерия, 5)

Покупка компьютера или мобильного телефона обычно была приурочена к какому-то важному событию, дню рождения, поход в школу: *«Он появился как подарок на день рождения, потому что я переходила в новый лицей, и родители посчитали, что это будет полезная инвестиция в школе и в университете. Да, это был 10–11 класс. И мне подарили ноутбук.» (Александра, 6)* Компьютеры и ноутбуки также могут переходить по наследству, передаваться из поколения в поколение: *«Ноутбук сыну перешел ему по наследству от отца.» (Наталья, 3)* Таким образом, формируется традиция передачи техники от старшего к младшему.

С приобретением компьютера и интернета они использовались респондентами в основном в качестве инструмента для обучения, поиска информации, так как их функционал был ограничен: *«...году в 2003 появился интернет. Это было здорово, можно было там какие-нибудь школьные доклады печатать, а не от руки, там, писать, рисовать» (Анастасия, 1).* Но в то же время начинается освоение не только информационной части интернета, но и развлекательной, например, онлайн-игры:

«В то время, когда мне было двенадцать лет, я в основном использовал интернет для того, чтобы делать доклады в школу: по географии, по окружающему миру, и тогда распечатывать их. И чтобы играть в браузерные игры» (Владимир, 4)

Так, компьютер и интернет начинают постепенно проникать в сферы жизни пользователей, вытесняя предшествующие СМИ. Большинство функций, которые сейчас выполняет интернет, были закреплены за телевидением, поэтому ранее сообщения об отказе от просмотра телевизора вызывали шок:

«Какое-то время назад, мне мой преподаватель сказал, что он не смотрит телевизор. И сначала... Это существенное время назад было, лет 15 назад. И я подумала, что он ненормальный. А потом я сама отказалась от телевизора, в прямом смысле слова.» (Наталья, 3)

Интернет заместил телевидение как основной источник информации: *«Я не смотрю там ОРТ, Россию и прочие телеканалы. Я использую интернет» (Наталья, 3)* То, что раньше казалось невыносимым, стало привычной частью медиа потребления.

В контексте новых технологий, приобретаемых пользователями, также интересно отметить набирающие популярность «умные колонки» для дома — русские версии Алиса и Маруся. Примечательно, что 5 из 6 респондентов сообщили, что колонки были получены или приобретены в подарок. Здесь можно проследить некий тренд на дарение колонок — сегодня они начинают восприниматься как универсальный, полезный и актуальный подарок: *«Мне так понравилось, и я, вот, решила на 23 февраля подарить мужу колонку. И мы теперь ею пользуемся все» (Анастасия, 1)*

Жизнь респондентов тесно взаимосвязана с интернетом: для большинства это возможность учиться и работать, вести быт, поддерживать общение. Далее будут рассмотрены основные практики, связанные с интернетом и устройствами.

Из проведенных интервью становится ясно, что первое действие после пробуждения респондентов — это взять устройство в руки, проверить соцсети:

«Ну, конечно, все берут первым делом телефон в руки, чтобы посмотреть, кто там что написал.» (Анастасия, 1)

Некоторые в принципе используют и приобретают устройства для пробуждения вместо будильника: *«Я покупала ее молодому человеку, потому что тогда он устроился на работу, и я знала, что она очень громкая, я знала, что с ней можно ставить будильники. Потому что он у меня будильники вообще не слышит, а она орет так, что он точно услышит.» (Валерия, 5).* — так пользователь доверяет свое пробуждение технологии.

Привычная утренняя рутина также сопровождается использованием интернета: *«Я просыпаюсь, смотрю уведомления, которые пришли, как-то приоритизирую их, оставляю что-то после завтрака. Потом во время завтрака я использую интернет в качестве включить видео, посмотреть новости, включить музыку.» (Александра, 6)* Появляется потребность в приоритизации информации, чтобы первоначально удовлетворить базовые потребности с утра (завтрак, душ, гигиена). В связи с этим возникают собственные ограничения, правила для поддержания физического и ментального здоровья:

«У меня есть правило, что я, до того, как зарядку с утра не сделаю, не по завтракаю, не помою посуду, не почищу зубы, я не сяду за ноутбук, не открываю никакие социальные сети, новости. Ну, спустя час после пробуждения первый раз захожу в интернет.» (Владимир, 4)

Ограничение просмотра интернета с утра и за завтраком стало привычкой респондента, которая, по его мнению, делает его жизнь лучше. Однако, иногда она нарушается из-за тревожной информационной повестки, что влияет на качество жизни: *«Вот тут мне нужно было усилие, потому что я понимал, что мне, на моё ментальное состояние и на моё ощущение в течение дня очень сильно влияет то, что я не придерживаюсь этой*

привычки. Поэтому она мне вот нужна.» (Владимир, 4). Практика отказа от социальных сетей во время еды также распространена в семьях:

«У нас есть такой момент, что мы запрещаем друг другу использовать гаджеты во время еды. То есть, завтрак, обед, ужин, перекус – это все без гаджетов. И мы, конечно, стремимся, чтобы все это было одной семьей. Поэтому нет» (Наталья, 3).

Введение такого правила позволяет не отвлекаться от еды и качественно проводить время в кругу семьи. Пользователи сознательно интегрируют такие привычки в свою жизнь, чтобы ограничивать сферу интернета и концентрироваться на процессе: *«Ну это вот тоже у меня привычка, которую я как-то легко сформировал, которой тоже дорожу. Когда я кушаю, я не смотрю ни интернет, ни телевизор. Ничего не делаю, просто спокойно кушаю» (Владимир, 4).* Для некоторых, наоборот, просмотр видео из интернета за едой — некая традиция, без которой не проходит ни один прием пищи. *«Ну что-нибудь посмотреть за едой. Не могу есть, и не смотреть какой-то видос» (Олег, 2).* Таким образом, интернет проникает в базовые процессы жизнедеятельности, изменяя их.

Интернет, как паутина, охватывает все домашнее пространство, включая даже интимные сферы: *«Так, ну у меня в квартире везде ловит интернет. То есть могу хоть на туалете сидеть работать» (Александра, б)* Происходит слияние базовых потребностей и интернета, это становится чем-то привычным и удобным: *«Мужа мне сложно обратить в эту веру, потому что, на самом деле, он практически везде со своим телефоном, даже в туалете» (Наталья, 3)* Стирается граница между сферами личной жизни, которые не подразумевают использование интернета.

В процессе domestikации интернет во многом улучшает быт пользователей позволяет существовать в режиме многозадачности, сочетая занятия из разных сфер. Например, умные колонки облегчают

приготовление еды: *«Когда я готовлю, очень удобно там ставить таймер, например, там, не знаю, макароны варятся условно 10 минут, поставить таймер. Ещё она у нас подключена к телевизору, соответственно, можно, там, всякие ей давать команды «включи телевизор», «переключи», там, вот это все.»* (Анастасия, 1). Они как бы заменяют роль домработницы, обеспечивая качественный сервис изнутри. Их особенность в том, что они реагируют на голос — это снижает потребность в дополнительных перемещениях по дому. Возможность управлять голосом или с мобильного телефона существенно экономит время и повышает мобильность пользователя. Это применимо и к умным розеткам, бытовым предметам, которые синхронизируются с колонками:

«Вместе с Алисой, мне подарили комплект для умного дома: две умных лампочки и умную розетку, поэтому, когда я ложусь спать, я уже не хожу в другой конец комнаты выключать свет, а лежу на кровати, и говорю: «Алиса, я ложусь спать». И всё, она мне желает спокойной ночи, всё выключает и вообще не приходится напрягаться» (Олег, 2)

Физическое присутствие технологии в доме требует ее размещения и содержания, поэтому в квартирах появляются отдельные островки для роутеров и гаджетов. Человек заботится о них, чтобы они продолжали выполнять свои функции и обеспечивали комфорт: *«Пришел мастер, и говорит: «ой, а вы с него даже еще пыль стираете.»* (Анастасия, 1)

Возвращаясь к бытовым практикам, которые упоминали респонденты, это уборка, заказ продуктов, шоппинг. Так, во время уборки респонденты слушают музыку или просят Алису поставить что-то энергичное: *«Единственное, что мы просим ее – какую-то музыку включить. Ну, условно, там, подборка для уборки, или для настроения, или для готовки, или для танцев что-то еще.»* (Наталья, 3). С помощью интернета устройства, которые изначально не подразумевались для

совместного использования с ним, входят в быт людей. Например, робот-пылесос с возможностью выхода в интернет: *«Как минимум к интернету подключен робот-пылесос и есть возможность связки интернета я могу включать его не физически, а с телефона, не знаю, принимать доставки, заказывать что-то из интернета»* (Александра, 6)

Физическая покупка продуктов для кого-то осталась в прошлом — ее заменили сервисы по доставке товаров на дом: *«Только онлайн. Вообще в магазин не помню, когда ходил последний раз. С середины двадцатого года, наверное»* (Владимир, 4) Во многом на это повлияла пандемия и развитие онлайн-сервисов доставки. Это пример того, как интернет изменяет способ ведения домохозяйства в целом. Такой подход максимально ускоряет решение возникающих проблем пользователей.

«Надо было заказать стенд. Просто пишешь в гугле «заказать стенд», выбрал из кучи подрядчиков. Не знаю, отвезти что-то срочно – в достависту зашел, отправил заказ. Закончился корм у собаки, зашёл на вайлдберриз, заказал – на следующий день тебе его привезли» (Олег, 2)

Интернет позволяет быть человеку быть в режиме многозадачности, которая заключается в том, что несколько устройств могут использоваться одновременно, закрывая рабочие и бытовые моменты: *«Я могу одновременно готовить, отвечать на сообщения и искать что-то в интернете. Например, я могу одновременно использовать несколько устройств: работать на компьютере и составлять корзину в Озон на телефоне. В общем, в фоновом режиме и так и так использую»* (Александра, 6). Многозадачность технически диктуется интернетом — возможность открытия нескольких вкладок, нескольких мониторов одновременно: *«Например, сейчас у меня два монитора, и на одном мониторе у меня Winx, второй сезон, а на другом мониторе эссе по языку, и тысяча и одна вкладка потому, что такое сленг.»* (Валерия, 5)

Использование интернета в фоновом режиме — обычная практика пользователей. Это помогает совмещать развлечения, работу, быт или, наоборот, концентрироваться на задачах: *«Я всегда, когда работаю или учусь, включаю фоновую музыку на интернет сайте, который называется Brain FM. Все дело в том, что он генерирует белый шум, который создан искусственным интеллектом, который помогает, ну там...»* (Владимир, 4) Для многих фоновый просмотр сериалов, видео, прослушивание музыки — привычка, которая вносит разнообразие в рутинные действия:

«А когда готовлю, тоже, обычно, всегда включаю фоновое что-то тоже, потому что, ну, телевизор редко, на самом деле, включаю. Больше ноутбук...А, ну и когда на дорожке хожу, всегда музыку включаю или какую-нибудь серию сериала ставишь, и прям отлично, и серия закончилась за эти 40 минут. Прошли и всё, можно к работе возвращаться.» (Анастасия, 1)

Такие практики — наглядный пример того, как интернет увеличивает темп жизни пользователей. Благодаря нему практики объединяются и выполняются одновременно: просмотр видео за едой, сериалов во время спорта, прослушивание музыки во время готовки. Происходит синхронное закрытие всех индивидуальных потребностей с помощью интернета.

Пользователь выходит на новый уровень комфорта и удобства с помощью технологии, поэтому отказ от нее может быть болезненным: *«Я уже жила так год, но это очень грустно, это очень печально. И все равно, мои мысли были, где купить ее, потому что, по-моему, она единственная из всех таких колонок, которая адекватная, которая умеет общаться с пользователем»* (Валерия, 5) Технология начинает осознаваться как часть жизни, незаменимый помощник, без которого качество жизни снижается: *«Поэтому, это такая, незаметная, но важная часть жизни. Она, кстати, незаметной частью жизни становится, когда муж вовремя не заплатил.*

Когда интернет вырубается, и тогда ты о нем вспоминаешь. Во все остальные дни ты о нем и не вспоминаешь» (Наталья, 3) Пользователь задумывается о наличии интернета только в моменты его отсутствия, потому что возникает стресс и тревога. Сеть настолько прочно встроилась в жизни людей, что отчасти она зависит от нее:

«...но да, наверное злость. Потому что я привыкла контролировать свою жизнь, и интернет один из хороших важных инструментов и когда он мне не может помочь, и я не могу проконтролировать что-то, я начинаю злиться» (Александра, 6)

Интернет становится базовой потребностью, инструментом для контроля жизни: *«...потерянность, тревожность наступает каждый раз. И вот эта паника от того, что ты не знаешь, что происходит. Вдруг война начинается, а ты ничего об этом не знаешь.» (Валерия, 5).* Интернет как прослойка между миром и пользователем обеспечивает чувство защищенности, безопасности, постоянного доступа к информации, помощи. Без него человек ощущает себя уязвимым и потерянным:

«Я был на улице без интернета, и карта тоже нормально не работает без интернета, и общественный транспорт, не помотришь расписание без интернета. Я был далеко от дома, никогда до туда не добирался. Не был уверен, что я вообще нормально доберусь, что доеду. Если что-то случится, то не смогу ни до кого дозвониться, добраться, потому что у меня иностранный номер, с которого не позвонить.» (Владимир, 4)

Современные удобства, инфраструктуры функционируют с помощью интернета, поэтому отрыв от связи вызывает негативные эмоции: стресс, тревогу, раздраженность, потеряность. Так как работа и обучение у большинства респондентов происходят онлайн, поэтому перебои связи создают дополнительный стресс: *«Потому что я думаю, что там какой-то дедлайн, а у меня, например, тот же, вот, роутер не работает и,*

соответственно, я не могу вовремя какой-то документ сделать или ещё что, то в этом плане, да, некомфортно. А если это касается какого-то личного общения, то можно просто позвонить по телефону, можно просто встретиться с человеком.» (Анастасия, 1) Пользователь разграничивает свои зоны ответственности, связанные с интернетом на рабочие и личные. Это также может влиять на реакцию в условиях потери контроля.

«Опять же, если я работаю, и у меня есть какие-то рабочие задачи, конечно же, мне важно, чтобы он был постоянно. Но, например, в отпуске – это огромное счастье. И я специально вырубая интернет, выключаю телефон, даже если я нахожусь не в России. Потому что это элемент такой лишней нагрузки на психику» (Наталья, 3)

Респонденты отмечают, что могут испытывать как физическую, так и психологическую усталость от интернета. Поэтому иногда отсутствие связи воспринимается как благо, возможность отдохнуть и побыть в оффлайне. Становится сложно контролировать и ограничивать поток информации, потому что телефон и интернет всегда находятся под рукой: *«скорее, наверное, физическая усталость, чем моральная. Моральная, наверное, бывает только от большого объёма информации, потому что мы не замечаем, но на самом деле, потребляем очень большое количество информации» (Анастасия, 1)* В рутине человека появляется практика диджитал-детокса, когда пользователь сознательно ограничивает потребление соц сетей или технологий для улучшения собственного состояния:

«То есть в чем это проявляется? Конечно, телефон всегда со мной, но я принципиально не смотрю никакие соцсети. Я стараюсь не смотреть интернет по телевизору, то есть телевизор с помощью интернета. Максимум, что мы можем устроить – семейный просмотр» (Наталья, 3)

Таким образом респондент устанавливает себе определенные правила, чтобы поддерживать свое ментальное и физическое здоровье.

Несмотря на это, большинство предпочитают интернет в качестве отдыха и досуга. Просмотр фильмов, шоу, соц сети, игры в компьютер — привычные занятия пользователей, чтобы расслабиться: *«Слушаю музыку, могу что-нибудь расслабляющее включить, какой-нибудь Lo-fi» (Олег, 2).* Часть респондентов использует специальные интернет-приложения для медитаций, так они помогают успокоиться и отвлечься от информационного шума.

Пандемия Covid-19 повлияла на многие мировые процессы — часть из них перешла в онлайн. Пользователям пришлось приспособиться к таким реалиям и научиться делать привычные вещи в интернете. Это изменило подход к восприятию образования, работы, общения, привнесло новые практики в социальную и бытовую жизнь респондентов. Сейчас эти изменения рассматриваются в основном с позитивной точки зрения, как прогресс: *«В целом пандемия повлияла на развитие большого количества сервисов и услуг в интернете, я стала их использовать, такие как доставка, всякие разные покупки через интернет с самовывозом» (Александра, б).* Например, из-за невозможности выходить на улицу онлайн-шоппинг получил массовое распространение и встроился в жизнь пользователей как наиболее удобный способ покупок: *«Заказ продуктов, да, конечно, чтобы не тратить время, там, не знаю, на дорогу, не тащить пакеты тоже очень удобно» (Анастасия, 1)* Основными прогрессивными изменениями стал переход работы и учебы в онлайн пространство. Пользователь столкнулся с новым опытом, к которому нужно было привыкнуть: *«Ну, до пандемии, да, я не работала удаленно, я работала всегда в офисе или в университете, поэтому, да, это был новый опыт, когда нужно было перейти на домашнюю работу, так скажем, вот.» (Анастасия, 1)*

Удаленная работа и интернет позволяют преодолеть географические и временные ограничения. Так, стало возможным работать в столичной компании, живя в регионе: *«И с одной стороны, он дает большую свободу, потому что это возможность обучения, работы. Да, я живу в Нижнем, но я работаю в Москве, по сути. И вот это очень круто.»* (Наталья, 3) Так интернет становится очень важным инструментом для карьерного развития и социальной мобильности.

Образование в режиме онлайн также воспринимается как значимое изменение, которое позволяет по-другому выстраивать повседневность: *«Я в следующем году поступаю в магистратуру, там часть обучения будет в офлайне. Мне хотелось бы этого избежать, чтобы сохранить свою гибкость условий бытовых.»* (Александра, 6) Возвращение некоторых практик в офлайн сопряжено с тревожностью, так как сформировалась привычка и определенная комфортная рутина.

Респонденты также отмечают, что во время пандемии увеличилось использование интернета и добавились новые активности, которые затем сошли на «нет»: *«Вот эти дикие желания приготовить что-то, вот эти тренировки дома, какие-то интересные видео, новости. В общем, очень большая увлеченность была, но после, как-то это все приутихло, и вот, сейчас все почти вернулось в норму. То, что, это что-то всегда на фоне, и эта учёба, работа.»* (Валерия, 5) То есть часть практик не укоренилась в повседневности и была связана лишь с необходимостью.

Подводя итог, можно сделать вывод, что с появлением интернета в повседневную жизнь пользователей добавилось множество новых практик, которые улучшают их жизнь. Интернет — помощник, инструмент для ведения хозяйства, отдыха, самореализации и незаметная часть рутины, которая пронизывает все сферы жизнедеятельности человека.

Заключение

На основании проведенного исследования с использованием глубинных интервью, обзором зарубежной и отечественной литературы были проанализированы повседневные практики и социальные аспекты доместикации интернета. Это подтверждает гипотезы, выдвинутые в начале исследования.

Действительно, доместикация влечет за собой появление новых привычек, занятий в рутине, которые происходят с использованием интернета. Основными повседневными практиками стали учеба, работы, досуг и быт, которые осуществляются благодаря сети. Пользователи неразрывно связывают свою жизнь с интернетом, не могут представить ее без него — мобильные устройства и компьютеры сопровождают человека повсюду. Вследствие этого пользователи могут сознательно накладывать ограничения на свое потребление и контент. Не сознательный отказ от интернета вызывает тревожность, стресс и конфликты. Происходит важный поворот в осознании технологии: она больше не воспринимается как нечто утилитарное, а как что-то жизненно необходимое, как важный участник бытовых и социальных процессов. Интернет как социальный феномен охватывает все сферы: от отношений внутри домохозяйства до глобальных взаимодействий. Он позволяет поддерживать отношения с дальними связями, сближаться с людьми на расстоянии и постоянно быть в коммуникации с близкими людьми. Интернет может быть причиной бытовых конфликтов из-за опасности его использования. Формируются новые стили взаимодействия между членами семьи, возникают ограничения и привычки, связанные с использованием технологии.

Таким образом, можно говорить о том, что интернет сегодня — практически базовая потребность, удовлетворение которой для каждого

имеет свой индивидуальный стиль и особенности, которые формируются в процессе доместикации.

Использованные источники:

1. Глухов Андрей Петрович (2019). Доместикация социальных медиа и ресоциализация межличностных отношений. Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология, (47), 149-157.
2. Овчинская, Е. В. (2013). Телевизионные практики мужчин и женщин: эволюция, состояние, тенденции. Знание. Понимание. Умение, (1), 238-244.
3. Полуэхтова, И. А. (2013). «Умный телевизор» в контексте повседневности. Знание. Понимание. Умение, (3), 169-174.
4. Сергеева, О. В. (2011). *Медиакультура в практиках повседневности* (Doctoral dissertation, Санкт-Петербургский государственный университет).
5. Haddon, L. (2007). Roger Silverstone's legacies: domestication. *New media & society*, 9(1), 25-32.
6. Haddon, L. (2006). The contribution of domestication research to in-home computing and media consumption. *The information society*, 22(4), 195-203.
7. Livingstone, S. (2007). On the material and the symbolic: Silverstone's double articulation of research traditions in new media studies. *New media & society*, 9(1), 16-24.
8. Silverstone, R., & Hirsch, E. (Eds.). (1994). *Consuming technologies*. Taylor & Francis.
9. Silverstone, R. and Haddon, L. (1996) 'Design and the Domestication of Information and Communication Technologies: Technical Change and Everyday Life', in Silverstone, R. and Mansell, R (eds) *Communication by*

Design. The Politics of Information and Communication Technologies,
Oxford University Press, Oxford, pp. 44-74