

МОБИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОВСЕДНЕВНОСТИ БЕЛОРУСОВ: ПОКОЛЕНЧЕСКИЕ РАЗЛИЧИЯ

Н. А. ЕЛСУКОВА¹⁾, Ю. Ю. ГАФАРОВА¹⁾, Т. В. КУПЧИНОВА¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Исследуется степень влияния мобильных технологий на повседневную жизнь белорусов. Выясняются поколенческие различия в использовании мобильных технологий. Отмечается, что важно не только выявить экономический эффект внедрения мобильных технологий в повседневность, но и их воздействие на формы социальных практик, образ жизни белорусов разных возрастов. Сделан вывод о том, что большинство белорусов следят за новинками гаджетов и наиболее востребованным из них является мобильный телефон. С помощью мобильных технологий белорусы осуществляют значительное количество типичных практических действий. Показано, что белорусы среднего возраста, и по собственной оценке, и по оценке молодежи, достаточно быстро преодолевают психологический барьер в использовании новых девайсов. Все респонденты независимо от возраста эмоционально привязаны к мобильным устройствам и приложениям и уже не представляют своей жизни без них. Белорусы позитивно оценивают наличие мобильных технологий, при этом видят ряд соответствующих рисков, но проецируют их на представителей других поколений. Риски для себя респонденты связывают не с технологиями как таковыми, а со степенью знакомства с ними и наличием или отсутствием навыков саморегуляции и осознанного управления своей жизнью.

Ключевые слова: повседневность; повседневные практики; мобильные технологии; мобильные приложения; поколенческие различия.

Благодарность. Исследование проведено при финансовой поддержке Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований в рамках научного проекта «Мобильные технологии в цифровой трансформации повседневности Республики Беларусь» (№ Г20-056).

Образец цитирования:

Елсукова НА, Гафарова ЮЮ, Купчинова ТВ. Мобильные технологии в повседневности белорусов: поколенческие различия. *Журнал Белорусского государственного университета. Социология.* 2022;2:88–96.
<https://doi.org/10.33581/2521-6821-2022-2-88-96>

For citation:

Yelsukova NA, Gafarova JYu, Kupchynava TV. Mobile technologies in everyday life of Belarusians: generational differences. *Journal of the Belarusian State University. Sociology.* 2022;2:88–96. Russian.
<https://doi.org/10.33581/2521-6821-2022-2-88-96>

Авторы:

Наталья Альбертовна Елсукова – кандидат социологических наук, доцент; доцент кафедры социологии факультета философии и социальных наук.

Юлия Юрьевна Гафарова – кандидат философских наук, доцент; доцент кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук.

Татьяна Владимировна Купчинова – кандидат социологических наук, доцент; доцент кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук.

Authors:

Natalia A. Yelsukova, PhD (sociology), docent; associate professor at the department of sociology, faculty of philosophy and social sciences.

ena001@tut.by

Julia Yu. Gafarova, PhD (philosophy), docent; associate professor at the department of social communication, faculty of philosophy and social sciences.

julia.j.gafarova@gmail.com

Tatyana V. Kupchynava, PhD (sociology), docent; associate professor at the department of social communication, faculty of philosophy and social sciences.

tkupchinova@bsu.by

MOBILE TECHNOLOGIES IN EVERYDAY LIFE OF BELARUSIANS: GENERATIONAL DIFFERENCES

N. A. YELSUKOVA^a, J. Yu. GAFAROVA^a, T. V. KUPCHYNAVA^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

Corresponding author: N. A. Yelsukova (ena001@tut.by)

The paper presents the results of research on the nature and extent of the impact of mobile technologies on the everyday life of Belarusians. The authors show the level of introduction of mobile technologies into daily life, generational differences in their use. The article proves that in studying the introduction of mobile technologies into life, it is important not only to identify the economic effect of this implementation, but also to analyse the impact of these technologies on changing the forms of social practices, daily rhythms, and the way of life of Belarusians of different ages. Interpretation of the results of social research allows us to conclude that the majority of Belarusians follow the latest gadgets and devices. The most popular devices are mobile phones. Mobile technologies infiltrate into the daily life of Belarusians, with their help a significant number of typical practical actions are carried out. Belarusians of middle age, both according to their own assessment and according to the assessment of young people, quite quickly overcome the psychological barrier in using new devices. All respondents are emotionally attached to mobile devices and mobile applications and can no longer imagine their life without them. Belarusians of both generations positively assess the infiltration of mobile technologies into their lives, noting that using them gives the potential for self-realisation and makes life more comfortable. They see a number of risks that mobile technologies bring to everyday life, but project these risks onto representatives of other generations. For themselves, the risks are assessed by the respondents as related not to technologies as such, but to the degree of familiarity with these technologies and the presence or absence of self-regulation skills and conscious management of one's life.

Keywords: everyday life; everyday practices; mobile technologies; mobile applications; generational differences.

Acknowledgements. The study was conducted with the financial support of the Belarusian Republican Foundation for Fundamental Research in the framework of the scientific project «Mobile technologies in the digital transformation of the everyday life in the Republic of Belarus» (No. Г20-056).

Введение

Повседневная жизнь выступает специализированным предметом междисциплинарных исследований [1–3]. Все более широкое использование мобильных технологий в жизни современного человека сделало изучение их влияния на повседневность чрезвычайно важным.

Термин «мобильные технологии» используется для обозначения устройств, приложений и беспроводной коммуникации. За последние десятилетия изменились как сами устройства, так и сети мобильной беспроводной связи, появилось большое количество мобильных приложений. Увеличение медианной скорости мобильного интернета, частоты использования смартфона для выхода в интернет, количества мобильных подключений – объективные данные, свидетельствующие о глубоком проникновении мобильных технологий в повседневность белорусов. Сегодня мобильные технологии используются для решения задач в самых разных сферах жизни [4].

Роль мобильных технологий проблематизирована в работах как зарубежных, так и отечественных авторов. Так, например, в коллективной монографии под редакцией Ф. Аболхасана [5] отмечается значимость не столько самих технологий, сколько эффектов (результатов), получаемых в ходе их использования во всех сферах жизни общества. Причины и последствия внедрения в повседневность приложений как

вида программного обеспечения выясняются в работах Л. Мановича [6]. Автор проводит детальный анализ ключевых медиаприложений (*Adobe Photoshop Express* и *After Effects*), популярных веб-сервисов (*Google Earth*), а также знаковых проектов в области дизайна, графики движения и интерактивных сред. Изучение мобильных технологий в целом и приложений в частности как компонентов повседневной жизни человека – перспективное направление социальных исследований, которое активно развивает российская исследовательская группа *WrongTech*, объединяющая социологов из Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва) и Социологического института Российской академии наук (Санкт-Петербург) [7; 8]. В нашей стране роль мобильных приложений исследуется, как правило, в контексте их экономической эффективности. В настоящее время вопрос о том, как мобильные технологии и, в частности, приложения влияют на повседневные практики, образ жизни людей разного возраста, малоизучен. В рамках разработки научной темы «Мобильные технологии в цифровой трансформации повседневности Республики Беларусь» нами проведено исследование, цель которого – выявить поколенческие различия в характере использования мобильных технологий и степень их влияния на повседневную жизнь белорусов.

Материалы и методы исследования

Для изучения практик использования мобильных технологий в повседневной жизни белорусов применялась методология количественных и качественных исследований, в частности онлайн-опрос и фокус-группа [9; 10].

Онлайн-опрос с использованием поточной выборки был проведен в июне – сентябре 2021 г. В нем приняли участие 367 человек обоих полов в возрасте 16–80 лет. Респондентами были преимущественно городские жители (95,9 %) с высшим (39,2 %), неоконченным высшим (32,7 %), средним и средним специальным (28,1 %) образованием.

Так как возрастная линейка респондентов оказалась очень широкой (от 16 до 80 лет), а общее небольшое число опрошенных не позволяло дробить массив, изучаемая совокупность была разделена на две возрастные группы: респонденты до 30 лет включительно определялись как молодежь, респонденты старше 30 лет – как старшая возрастная группа.

Результаты и их обсуждение

Большинство респондентов время от времени (на это указали 69,5 % опрошенных) или систематически (15,3 %) следят за новинками гаджетов. Наиболее востребованными девайсами, по результатам опроса, оказались мобильные телефоны. Так, 99,0 % молодежи и 95,0 % представителей старшей возрастной группы пользуются ими постоянно или время от времени. Значительная доля опрошенных используют ноутбуки: 88,5 % респондентов до 30 лет и 85,0 % – старше 30 лет. Остальные устройства применяются в гораздо меньшей степени: планшетами пользуются 37,1 % молодежи и 55,6 % респондентов старшей возрастной группы, смарт-часами – 36,3 и 18,2 %, электронными книгами – 22,4 и 44,5 %, электронными сигаретами – 20,5 и 9,1 %, видеорегистраторами – 12,0 и 14,1 % опрошенных соответственно. Респонденты старше 30 лет отличаются тем, что в большей степени, чем молодежь, пользуются планшетами и электронными книгами, а респонденты до 30 лет чаще использует смарт-часы и электронные сигареты.

Распределение ответов на вопрос об использовании гаджетов респондентами всех возрастов показало наличие общих устройств-лидеров и устройств-аутсайдеров и выявило некоторые особенности использования девайсов в зависимости от возраста.

На 1-м месте у молодой аудитории оказались наушники, ими пользуются 96,4 % респондентов, в то время как среди опрошенных старше 30 лет таких оказалось только 73,8 %. Флеш-карту используют 85 % респондентов обеих групп. Наушники и флеш-карта – это гаджеты, которые сейчас применяют практически все. Остальные девайсы намного уступают лидерам: фитнес-браслетами пользуются 36,8 % респондентов до 30 лет и 38,4 % – старше 30 лет, колонками для смартфона – 32,1 и 21,3 %,

На основе полученных в результате исследования данных были сделаны выводы о возможностях мобильных технологий, рисках их использования, а также об их опривычивании, которое влечет изменение форм социальных практик. Были созданы гайды фокус-групп, ориентированные на выявление степени проникновения мобильных устройств, дополнительных гаджетов, связанных с ними, и программного обеспечения в виде мобильных приложений в повседневную жизнь белорусов, а также на определение уровня трансформации их повседневности. Участниками 1-й фокус-группы стали мужчины и женщины в возрасте 31–57 лет, представители сферы науки, образования, рекламы, а также индивидуальные предприниматели. Участниками 2-й фокус-группы стали мужчины и женщины в возрасте 18–26 лет, представители сферы информационных технологий, коммерческой отрасли, студенты.

очками виртуальной реальности – 4,6 и 2,0 %, датчиками движения – 5,0 и 19,2 % респондентов соответственно, блютуз-клавиатурой пользуются 13,0 % опрошенных независимо от возраста.

Рейтинг гаджетов по убыванию интенсивности использования среди респондентов – представителей молодежи выглядит так: наушники, флеш-карта, фитнес-браслет, колонки для смартфона, блютуз-клавиатура, датчики движения, очки виртуальной реальности. Аналогичный рейтинг использования гаджетов респондентами старше 30 лет представлен следующим образом: флеш-карта, наушники, фитнес-браслет, датчики движения, блютуз-клавиатура, очки виртуальной реальности.

Список дополнительных гаджетов, которые респондентам предлагалось указать самостоятельно, оказался небольшим: беспроводные наушники, блютуз-мышь, датчики влажности и температуры, портативная зарядка.

Исследование было направлено на получение детальной информации о том, как активное проникновение мобильных технологий в жизнь белорусов меняет их повседневность. Таким образом, по степени использования мобильные приложения можно разделить на 3 группы:

- 1) мобильные приложения ежедневного использования;
- 2) мобильные приложения преимущественно ситуационного использования;
- 3) мобильные приложения, которыми респонденты интересуются, но пользуются ими редко или вообще не пользуются.

К мобильным приложениям ежедневного использования относятся следующие:

- мессенджеры и социальные сети (92,7 % респондентов до 30 лет пользуются ими ежедневно,

5,4 % – пользуются ими, но не каждый день; 78,8 % опрошенных старше 30 лет пользуются ими ежедневно, 9,1 % – пользуются ими, но не каждый день);

- новостные дайджесты, ленты, рейтинги (37,5 % респондентов до 30 лет пользуются ими ежедневно, 34,0 % – пользуются ими, но не каждый день; 54,5 % опрошенных старше 30 лет пользуются ими ежедневно, 33,3 % – пользуются ими, но не каждый день);

- финансовые приложения (38,6 % респондентов до 30 лет пользуются ими ежедневно, 44,8 % – пользуются ими, но не каждый день; 42,4 % опрошенных старше 30 лет пользуются ими ежедневно, 43,4 % – пользуются ими, но не каждый день);

- игровые приложения, мультимедиа, музыка, заказ билетов в театр, кино (52,9 % респондентов до 30 лет пользуются ими ежедневно, 35,9 % – пользуются ими, но не каждый день; 30,3 % опрошенных старше 30 лет пользуются ими ежедневно, 55,6 % – пользуются ими, но не каждый день);

- обучающие программы, интерактивные образовательные курсы (21,2 % респондентов до 30 лет пользуются ими ежедневно, 50,6 % – пользуются ими, но не каждый день; 19,2 % опрошенных старше 30 лет пользуются ими ежедневно, 52,6 % – пользуются ими, но не каждый день);

- заказ такси, расписание движения транспорта (30,5 % респондентов до 30 лет пользуются ими ежедневно, 57,1 % – пользуются ими, но не каждый день; 18,2 % опрошенных старше 30 лет пользуются ими ежедневно, 67,7 % – пользуются ими, но не каждый день).

Мобильными приложениями преимущественно ситуационного использования являются следующие:

- заказ и доставка еды, геолокация заведений питания (70,3 % респондентов до 30 лет пользуются ими, но не каждый день, 13,5 % – интересовались ими, но не пользовались; 67,7 % опрошенных старше 30 лет пользуются ими, но не каждый день, 15,2 % – интересовались ими, но не пользовались);

- организация путешествий (47,9 % респондентов до 30 лет пользуются ими, но не каждый день, 23,2 % – интересовались ими, но не пользовались; 53,5 % опрошенных старше 30 лет пользуются ими, но не каждый день, 7,1 % – интересовались ими, но не пользовались);

- наблюдение за здоровьем (52,5 % респондентов до 30 лет пользуются ими, но не каждый день, 16,2 % – интересовались ими, но не пользовались; 54,5 % опрошенных старше 30 лет пользуются ими, но не каждый день, 13,1 % – интересовались ими, но не пользовались);

- органайзеры, планировщики рабочего дня (35,5 % респондентов до 30 лет пользуются ими, но не каждый день, 24,7 % – интересовались ими, но не пользовались; 36,4 % опрошенных старше 30 лет пользуются ими, но не каждый день, 18,2 % – интересовались ими, но не пользовались);

- спортивные новости, покупка билетов на спортивные мероприятия, игровые симуляторы (25,9 % респондентов до 30 лет пользуются ими, но не каждый день, 28,6 % – интересовались ими, но не пользовались; 23,2 % опрошенных старше 30 лет пользуются ими, но не каждый день, 19,2 % – интересовались ими, но не пользовались).

К мобильным приложениям, которыми интересуются респонденты, но пользуются ими редко или вообще не пользуются, относятся следующие:

- приложения для знакомств (48,2 % респондентов до 30 лет никогда не пользовались ими, 32,9 % – интересовались ими, но не пользовались; 61,2 % опрошенных старше 30 лет никогда не пользовались ими, 22,4 % – интересовались ими, но не пользовались);

- приложения «Умный дом» (55,6 % респондентов до 30 лет никогда не пользовались ими, 26,1 % – интересовались ими, но не пользовались; 57,6 % опрошенных старше 30 лет никогда не пользовались ими, 29,3 % – интересовались ими, но не пользовались).

Классифицировав мобильные приложения по степени использования, необходимо отметить, что в ответах респондентов не проявилось ни одного тематического направления мобильных приложений, которое бы однозначно отмечалось как неиспользуемое ими или неизвестное им.

Кроме того, нас интересовала мотивация респондентов, использующих мобильные приложения. Основными аргументами в пользу применения приложений стали удобство, экономия времени, возможность оперативно связаться и получить информацию. Такую точку зрения высказали от 80,0 до 90,0 % респондентов всех возрастов. Кроме того, для молодых людей до 30 лет важным является использование мобильных приложений для обучения и развития (на это указали 79,2 % опрошенных), организации развлечений и досуга (76,2 %).

Оценивая роль гаджетов в своей жизни, респонденты отвечали на вопрос, как благодаря мобильным приложениям изменилась их повседневность. По мнению респондентов, мобильные приложения дают возможность для самореализации: на это указали 60,0 % молодежи и 46,7 % представителей старшей возрастной группы. Кроме того, 40,0 % респондентов независимо от возраста отметили, что с мобильными приложениями их жизнь стала интереснее. Также 35,0 % молодых респондентов и опрошенных старше 30 лет указали, что мобильные приложения изменили способы выполнения рутинных дел.

Тем не менее проявились и различия в оценках влияния мобильных приложений на повседневную жизнь респондентов разных возрастных групп: лучше ориентироваться в событиях, мероприятиях, выставках стали 55,0 % респондентов до 30 лет и только 33,6 % – старше 30 лет, более собранными и организованными стали 32,0 % опрошенных до 30 лет и только 14,0 % – старше 30 лет, появилось больше

друзей у 31,9 % респондентов до 30 лет и только у 9,3 % – старше 30 лет, приложения позволили чувствовать себя современным 33,3 % респондентов до 30 лет и 20,6 % – старше 30 лет.

Вместе с тем опрошенные отметили, что использование мобильных технологий влечет за собой и риски. В результате длительного пребывания в интернете у 66,0 % респондентов чаще всего снижалась работоспособность, 44,4 % – отказались от чтения художественной литературы, 37,9 % – отметили появление разногласий с родными, 26,2 % – стали более раздражительными и агрессивными. Одновременно по ряду позиций были получены незначительные показатели: только 5,0 % опрошенных указали на потерю друзей, 10,3 % – на замену реальных любовных отношений на виртуальные, 16,8 % – на появление лишних килограммов. При этом 18,5 % респондентов отметили, что не сталкивались с подобными проблемами.

Как видим, вопрос использования мобильных приложений не оставляет равнодушным никого и показывает, как много повседневных дел и обязанностей жители Беларуси уже не могут выполнять без гаджетов, что имеет как позитивные, так и негативные результаты. Также были выявлены возрастные различия в использовании мобильных технологий и отношении к ним.

Эти выводы обусловили необходимость провести две фокус-группы для людей разных возрастов (среднего возраста и молодежи) в целях получения детальной информации о том, как активное проникновение мобильных технологий в жизнь белорусов меняет их повседневность.

Относительно степени проникновения мобильных устройств, гаджетов и мобильных приложений в повседневную жизнь белорусов были выдвинуты два ряда гипотез.

Первый ряд гипотез касается информантов старше 30 лет:

- мобильные устройства и приложения меняют повседневные привычки и действия белорусов среднего возраста;
- люди среднего возраста не видят особых рисков, приносимых в их жизнь мобильными технологиями;
- люди среднего возраста воспринимают мобильное устройство с установленными мобильными приложениями как собственное продолжение;
- белорусы среднего возраста эмоционально привязаны к мобильным устройствам и приложениям и уже не представляют жизни без них.

Второй ряд гипотез касается информантов до 30 лет:

- мобильные устройства и мобильные приложения являются неотъемлемой частью повседневности молодежи;
- молодежь не видит особых рисков, связанных с использованием мобильных технологий;

- оплата не является препятствием в использовании молодежью мобильных приложений;

- молодые белорусы не представляют своей жизни без мобильных устройств и приложений.

Первый блок вопросов был посвящен причинам покупки смартфона.

Ответы представителей среднего возраста содержали следующие причины: возможность фотографировать, скачивать музыку и игры, использовать мессенджеры и другие быстрые (недорогие, бесплатные) способы коммуникации с родными и близкими, высокая скорость поиска и передачи информации, желание следовать моде, выделиться, соответствовать ожиданиям молодого поколения, вынужденная необходимость, связанная с профессиональной деятельностью.

Информанты старшего возраста сталкивались с определенным психологическим барьером, боязнь при использовании нового устройства. *Первый и единственный смартфон появился у меня пять лет назад. Я долго боролся с этим решением, потому что считал, что телефон отнимает очень много времени. По роду деятельности мне надо было распространять сообщения в группе людей. Обзвонить 20–30 человек с обыкновенного телефона – дорого и затратно по времени, поэтому, как я ни старался, пришлось приобрести смартфон. Я очень быстро его освоил и уже через месяц не представлял, как можно без него жить (Андрей, 48 лет). Я не помню, когда у меня появился первый сенсорный телефон, но точно помню, что такая потребность не была связана с какими-то сложностями в коммуникации. <...> Был определенный барьер, было страшно, непонятно. Я работаю со студентами... и я понимала, что они видят, что я, как динозавр, с этим «допотопным» телефоном... Мне казалось, что сенсорный телефон сокращает расстояние между нами, они мне больше доверяют (Ольга, 46 лет). Меня впечатлило следующее. Отправил детей за границу. Там сумасшедшие цены на связь. Скажем, 1 минута стоит 1 доллар. Теперь благодаря смартфонам можно связаться по Skype в видеорежиме с любой частью света совершенно бесплатно (Геннадий, 57 лет). У моих родителей телефон появился совершенно недавно. И мама, и папа не хотели приобретать телефон, но так случилось, что папе он стал нужен. Поначалу папа приводил аргументы против. Но прошел буквально месяц – и он стал часто звонить мне (мы живем в разных городах), а также сестре (в другую страну), восторгаться технологиями (Валентина, 31 год).*

Реакция и ощущения участников младшей возрастной группы были несколько иными. Смартфон воспринимался как имиджевый атрибут, предмет, который придает значимость среди сверстников, игровой и музыкальный девайс. *Первый смартфон у меня появился, когда мне было 8–10 лет, это был ZTE Lite. Эмоции переполняли, потому что у меня у первого в классе появился телефон. Я сразу скачал*

кучу игрушек. Для меня телефон выступал не средством коммуникации, а способом показать, какой он крутой (Алексей, 18 лет). Первый смартфон у меня появился классе в восьмом... Это был Nokia с сенсорным дисплеем, помню, я его купил за свои деньги и это был самый крутой телефон в классе. Я его использовал для соцсетей и игр. Он был достаточно мощный для того времени, самый крутой (Станислав, 23 года). Конечно, ты немножко растерян, потому что у тебя просто экран, в который нужно тыкать, и ты можешь, если у тебя пальцы большие, не туда нажать, возникали такие вопросы... Но появление телефона, в то время именно смартфона, прямо завораживало. <...> Я наконец-то как нормальный человек! (Елена, 26 лет). Телефон был клевый, белый и, что немало важно, фоткал, а еще там у меня было много музыки, я слушала очень много музыки. В него можно было вставить флешку... И музыки было больше... Это было очень приятно (Алина, 25 лет).

Особенности восприятия новинок можно объяснить возрастом и определенным укладом жизни информантов. Вместе с тем анализ транскриптов показывает, что с появлением новых технологий привычные практики начинают восприниматься как менее эффективные, а использование новых технологий, в частности смартфонов, дает возможность не только экономить время, но и делать жизнь более комфортной во всех смыслах, постепенно вторгается в повседневность. При этом наличие смартфона воспринимается как норма, а отказ от его использования – как своего рода цифровая аскеза, причиной которой может быть страх перед мобильными девайсами.

Второй блок вопросов был посвящен обсуждению того, как смартфон и мобильные приложения встроены в повседневную жизнь информанта. В процессе дискуссии выяснялось, где находится смартфон, когда человек спит и перемещается, какова последовательность действий пользователя после пробуждения, какие жизненные ситуации респондент решает при помощи смартфона и мобильных приложений. Информанты подтвердили предположение относительно многофункциональности смартфона. Он используется как будильник, как плеер, как радио, как средство коммуникации, как органайзер, как альтернативный источник информации, как игровой девайс, при этом всегда находится рядом с пользователем. Примечательно, что информанты обеих возрастных групп подчеркивали, что могут контролировать свои действия в отношении использования смартфона. Ночью телефон лежит возле меня как будильник, утром я слушаю радио или какие-нибудь программы на YouTube. <...> В машине телефон включен на зарядку и работает как плеер. Потом я приезжаю на работу и могу просматривать в перерывах между пациентами новости или сообщения. <...> Часа два я могу работать либо в Telegram, либо в другом мессенджере онлайн. Ког-

да я где-нибудь в очереди, обращаюсь к игрушкам или книжкам либо смотрю сообщения, у меня теперь все здесь, что касается работы и общения. В день у меня получается десять часов в телефоне. <...> Я все делаю с помощью телефона, только если мне надо печатать, я использую ноутбук (Елена, 55 лет). Телефон со мной. Я пользуюсь приложением, которое фиксирует, разговариваю ли я во сне, поэтому телефон должен находиться рядом. Телефон – как будильник, как навигатор, он заменяет мне все, кроме чтения. Принципиально люблю читать только печатные книги... Телефон заменяет заметки, календари, поэтому все важное – в телефоне. Без телефона не могу и не хочу, потому как понимаю, что можно что-нибудь упустить... Я поняла, сколько полезных функций есть в телефоне, он действительно улучшает нашу жизнь... Если телефон является твоим планером, то он тебе напомнит, когда к врачу, где быстрее проехать, что необходимо купить, автоматически оплатит все сервисы, т. е. ты не тратишь лишнее время... Но если я не хочу общаться, я ставлю режим «не беспокоить» на время сна (Валентина, 31 год). У меня телефон как будильник, поэтому телефон лежит рядышком со мной, ночью я могу что-то почитать. Когда я еду, он у меня в сумке, но так, чтобы я его слышала. На работе я спокойно без него обхожусь. Прочитала лекцию, на перемене посмотрела, если кто-то что-то там сообщил. Иногда могу забыть про него, пользуюсь по необходимости. Еду в транспорте – могу почитать новости... Не скажу, что не могу без него обходиться (Оксана, 47 лет). Телефон ночью находится при мне, так как телефон, компьютер – мои главные рабочие инструменты, и я не выпускаю телефон из рук никогда. И ночью он будет со мной где-то рядом. Пользуюсь им постоянно, потому что моя работа непосредственно связана с соцсетями, мессенджерами и специальными приложениями, которые на компьютере просматривать неудобно. Это необходимо для работы (Дарья, 26 лет). Телефон со мной рядом где-то на кровати или на тумбочке. Когда просыпаюсь, могу посмотреть, есть ли там что-то важное, если ничего важного нет, я оставляю это на потом. Я общаюсь с друзьями, переписываюсь, в транспорте смотрю TikTok, слушаю музыку в наушниках. На работе разрешено пользоваться телефоном, периодически слушаю музыку, общаюсь, что-то смотрю, специфика работы позволяет мне это (Анастасия, 21 год).

Третий блок вопросов был посвящен мобильным приложениям. Выяснялось, сколько приложений установлено на телефоне респондентов, являются они платными или бесплатными, каков у пользователей опыт взаимодействия с мобильными приложениями, есть ли такие мобильные приложения, которые информанты используют функционально, осознают ли риски их применения.

Все информанты отмечали наличие большого количества мобильных приложений, установленных

на своих девайсах. Однако практики использования мобильных приложений имеют особенности у разных возрастных групп как в отношении решения повседневных задач, так и в отношении количества скачиваемых приложений.

Участники фокус-группы среднего возраста затруднялись назвать точное количество приложений и вспоминали про некоторые из них непосредственно во время проведения фокус-групп. Количество приложений, установленных в их телефонах, варьировалось от 5 до 50. При этом информанты отмечали, что активно они используют только те приложения, которые нужны им для решения профессиональных задач. В основном это бесплатные приложения всех категорий (развлечения, путешествия, бизнес, еда, образование, банки, социальные сети и мессенджеры, здоровье, транспорт, планирование). Вместе с тем на некоторые приложения из категории развлечений и обучения (кино, музыка, английский язык) информанты оформляют платные подписки. *У меня достаточно много приложений. Периодически пользуюсь разными. В последнее время пользуюсь Heals, многие, наверное, знают о нем, оно отслеживает шаги, калории, считает пульс. Очень хорошее приложение. Постоянно пользуюсь им и не вижу никаких рисков. Второе приложение, которым я пользуюсь, это лингвопереводчик... Активно пользуюсь кинопоиском (Оксана, 47 лет).*

Информанты до 30 лет гораздо более активно и осознанно используют мобильные приложения, отслеживают появление новых. *У меня больше 100 приложений, есть все возможные социальные сети и мессенджеры. <...> Всем этим я пользуюсь постоянно, каждый день. Приложения банков, игры, Wildberries, приложения, связанные со здоровьем, различные трекары. Когда-то в сложный период в жизни у меня было установлено мотивационное приложение. Это очень спасало (Дарья, 26 лет).*

Значимым моментом является и то, что, в отличие от информантов старшей возрастной группы, молодежь готова платить за пользование мобильными приложениями. *Трачу в районе 20–25 долларов в месяц на платные подписки. Для работы покупаю облачные хранилища. Также мне интересны приложения, связанные со здоровьем. Если в приложении меня заинтересует доступ к какой-то информации и он будет платным, а эта информация мне будет нужна постоянно, я за него заплачу (Дарья, 26 лет).* Молодежь считает это рациональным. *Если можно скачать приложение бесплатно, это круто, но я прекрасно понимаю, что некоторые из них перешли «уровень бесплатности» и есть смысл за них платить (Елена, 26 лет).* Молодые люди называют платный доступ к приложениям справедливым. *Ты платишь за фильмы, сериалы и таким образом поддерживаешь производителей. Я даю деньги за то, что мне эти фильмы и сериалы показывают. Не зря же в последнее время*

все больше поднимают тему пиратского контента. Так же и с музыкой, люди же стараются, и я плачу деньги (Алина, 25 лет).

Очевидно, что смартфоны и мобильные приложения произвели революцию в повседневной жизни информантов и, как отмечали они сами, улучшили ее. Помимо звонков, текстовых сообщений, электронной почты, люди используют гаджеты для заказа еды, навигации, бронирования туров, жилья, поездок в такси, сравнения обзоров продуктов и цен, просмотра новостей, фильмов, прослушивания музыки, игр, общения в социальных сетях и т. д. При этом информанты до 30 лет не просто вписывают, а практически «вживляют» приложения в свою повседневную жизнь. *Да, приложения изменили мою жизнь, я полностью отказалась от наличных денег. Даже понятия не имею, где банковские карточки лежат, потому что все – в телефоне (Дарья, 26 лет).* *Я не понимаю, что до сих пор есть люди, которые звонят, чтобы вызвать такси, для меня это странно. С доставкой еды так же. <...> Недавно встречалась с друзьями в баре и при себе у меня был только телефон, ключи и наушники, и я смогла оплатить заказ, вызвать такси. И все остальное смогла бы тоже спокойно сделать (Анастасия, 21 год).*

Говоря об эмоциональном отношении к мобильным технологиям, информанты обеих возрастных групп отметили, что ассоциации, которые вызывают гаджеты, самые позитивные: комфорт, удобство, спокойствие за близких людей, безопасность, эффективность, интерес, экономия, скорость, мобильность, оперативность, простота, легкость, удовольствие, помощь. Практически все участники обеих групп отметили, что, даже имея ограниченные ресурсы, в случае поломки мобильного телефона они потратят эти средства в первую очередь на его ремонт.

Бесспорно, мобильные технологии вносят много положительных моментов в повседневную жизнь, но вместе с тем могут и негативно сказаться на социальных аспектах жизни. Так, в качестве рисков информанты старшей возрастной группы отметили следующие: потеря времени в социальных сетях, утрата опыта непосредственного общения и снижение уровня грамотности.

Говоря о риске потери времени, информанты демонстрировали прекрасное понимание этого факта. Кроме такой стратегии поведения, как осознанный контроль (ограничение) использования девайса, формируется и такая стратегия, как осознанная потеря времени (т. е. представление потери времени как отдыха, отвлечения). *Бывают периоды, когда я трачу слишком много времени на телефон. Да, такое бывает, ну и что? Значит, сейчас такой период, когда мне надо потратить время в телефоне, а потом я быстрее напишу научную статью. Я могу остановиться... В какой-то момент я понимаю, что надо*

садиться за работу... Я не считаю это убийством времени, это отдых и возможность отвлечься (Елена, 55 лет).

Достаточно серьезно информантами старшей возрастной группы оценивались лишь риски погружения в виртуальный мир и предпочтения онлайн-общения личным контактам, а также снижения грамотности молодежи из-за постоянного использования социальных сетей и вследствие этого отказа от чтения. Молодые люди, например, не знают, как написать слово «простите» и пишут «просцыц» (Елена, 55 лет). При этом информанты старшего возраста отмечали, что риск погружения в виртуальный мир высокий, но скорее для представителей молодого поколения, чем для них самих. Мои дети общаются в соцсетях, и им этого общения достаточно. Они говорят, что им хватает. Может быть, это какая-то новая норма. Нам в их возрасте надо было больше общения. <...> Ведь раньше как было: если ты кого-то обидел или тебя обидели, ты будешь разбираться с этой ситуацией. А сейчас не понравилось, если кто-то что-то тебе написал – вычеркнул его из жизни и все. Это плохо. Это избегание (Елена, 55 лет).

При этом опрошенные младше 30 лет таких рисков использования мобильных технологий для них самих не видели, а негативной стороной применения гаджетов называли конфликты со старшими родственниками, возникающие при освоении теми новых технологий. Мне приходилось объяснять на прошлой неделе маме, как пользоваться приложением McDonald's. Не скажу, что это было успешно, обычно такое общение заканчивается небольшой ссорой (Анастасия, 21 год). Приходилось и приходится обучать взрослых. Конечно, сначала, когда все перешли на смартфоны, помогала и бабушке,

и маме, и папе. Сейчас в основном маме. Мои родители не против нововведений, но они хотят пользоваться классными смартфонами, однако не хотят учиться ими пользоваться (Елена, 26 лет). Я не могу сказать, что у мамы либо у папы большой запрос на приложения, какие-то фишки. Они знают, как в sudoku играть, как что-то скачать, как посмотреть фотографии, как картинку переслать. Что-то сверх этого им не нужно. Меня это немного раздражает (Алина, 25 лет). В целом, однако, участники молодежной фокус-группы отмечают, что старшие родственники осваивают технологии в том объеме, в котором они необходимы, и активно ими пользуются. Мама шлет мне картинки в Viber постоянно: «С добрым утром!», «С днем дня!». Это мем, но это правда. Я иногда жалею, что научил ее это делать, но на самом деле это очень важно для представителей старшего поколения, чтобы они оставались на одной волне с нами (Алексей, 18 лет). Мне бабушка шлет картинки типа «С днем дня!», мы активно переписываемся с ней с помощью видеосообщений в Telegram (Дарья, 26 лет). С бабушкой я общаюсь исключительно по видеосвязи в Viber, он сам мне звонит всегда. Когда удобно, когда нет, но он всегда звонит и всегда по видеосвязи... Телефон купили и бабушке, и дедушке, людям по 78 лет, а они сидят в TikTok (Станислав, 23 года). Бабушка у меня больше заинтересована в новых знаниях, чем дедушка. Они купили ноутбук, я учила их, как пользоваться YouTube, как искать, смотреть видео, объясняла, что не обязательно смотреть все видео подряд, можно прокрутить или отмотать назад, если ты что-то прослушал и не успел записать. Что важно, у них есть тетрадки (отдельно у бабушки, отдельно у бабушки), в которых расписано, что за чем нажимать и как открывать (Алина, 25 лет).

Заключение

Таким образом, интерпретация результатов социальных исследований позволяет сделать следующие выводы.

- Большинство белорусов следят за новинками гаджетов и девайсов. Наиболее востребованными девайсами являются мобильные телефоны. Мобильные приложения, которыми пользуются белорусы, можно разделить на группы: мобильные приложения ежедневного использования (мессенджеры и социальные сети, новостные дайджесты, ленты, рейтинги, финансовые, игровые и досуговые приложения, обучающие программы, заказ транспорта); мобильные приложения ситуационного использования (заказ и доставка еды, геолокация заведений питания, организация путешествий, наблюдение за здоровьем, органайзеры, планировщики рабочего дня, спортивные новости); мобильные приложения, которыми белорусы интересуются, но пользуются

ими редко или вообще не пользуются (приложения для знакомств, а также «Умный дом»).

- Мобильные технологии встроены в повседневную жизнь белорусов, с их помощью осуществляется значительное количество типичных практических действий. Мобильные устройства и приложения радикально меняют повседневные привычки и действия белорусов независимо от возраста.

- С помощью мобильных приложений осуществляется значительная часть повседневных действий молодых белорусов, причем оплата не только не является препятствием в использовании приложений, но и оценивается ими как рациональное и моральное действие.

- Белорусы среднего возраста, и по собственной оценке, и по оценке молодежи, достаточно быстро преодолевают психологический барьер в использовании новых девайсов.

- Все респонденты независимо от возраста эмоционально привязаны к мобильным устройствам и приложениям и уже не представляют жизни без них.
- Белорусы всех поколений позитивно оценивают проникновение мобильных технологий в свою жизнь, отмечая, что пользование ими дает потенциал для самореализации, делает жизнь комфортнее.
- Белорусы видят ряд рисков, приносимых в повседневную жизнь мобильными технологиями, но проецируют эти риски на представителей других поколений. Риски для себя респонденты связывают не с технологиями как таковыми, а со степенью знакомства с ними и наличием или отсутствием навыков саморегуляции и осознанного управления своей жизнью.

Библиографические ссылки / References

1. Goffman E. *Presentation of self in everyday life*. Edinburgh: University of Edinburgh; 1956. 161 p.
2. Lefebvre H. *The critique of everyday life. Volume 1*. London: Verso; 1991. 283 p.
3. Waldenfels B. Alltag als Schmelztiegel der Rationalität. In: Waldenfels B. *Der Stachel des Fremden*. Frankfurt am Main: Verlag; 1998. S. 189–203.
4. Schwab K. *The fourth industrial revolution*. New York: Currency Book; 2017. 192 p.
5. Abolhassan F, editor. *The drivers of digital transformation. Why there's no way around the cloud*. Berlin: Springer; 2017. 124 p.
6. Manovich L. *Software takes command*. London: A&C Black; 2013. 357 p.
7. Fursov K, Nefedova A, Thurner T. What user-innovators do that others don't: a study of daily practices. *Technological Forecasting and Social Change*. 2017;118:153–160. DOI: 10.1016/j.techfore.2017.02.016.
8. Fursov K, Thurner T. Make it work! A study of user-innovation in Russia. *Science and Public Policy*. 2017;44(3):392–402.
9. Creswell JW. *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 3rd edition. London: Sage; 2013. 270 p.
10. Acocella I. The focus group in social research: advantages and disadvantages. *Quality & Quantity*. 2012;46(4):1125–1136.

Статья поступила в редколлегию 14.04.2022.
Received by editorial board 14.04.2022.