

DOI: [10.14515/monitoring.2024.5.2593](https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.5.2593)

Н. Д. Трегубова, А. Я. Фейгина

«ВЕЖЛИВОЕ» ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С УМНЫМИ КОЛОНКАМИ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ: УНИВЕРСАЛЬНЫЕ НОРМЫ И НОВЫЕ ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОСТИ

Правильная ссылка на статью:

Трегубова Н. Д., Фейгина А. Я. «Вежливое» взаимодействие с умными колонками в повседневной жизни: универсальные нормы и новые формы социальности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 5. С. 142—165. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.5.2593>.

For citation:

Tregubova N. D., Feigina A. Y. (2024) "Polite" Interactions with Smart Speakers in Everyday Life: New Norms and Forms of Sociality. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 142–165. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.5.2593>. (In Russ.)

Получено: 20.03.2024. Принято к публикации: 07.08.2024.

«ВЕЖЛИВОЕ» ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С УМНЫМИ КОЛОНКАМИ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ: УНИВЕРСАЛЬНЫЕ НОРМЫ И НОВЫЕ ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОСТИ

ТРЕГУБОВА Наталья Дамировна — кандидат социологических наук, доцент кафедры сравнительной социологии, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: n.tregubova@spbu.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3259-5566>

ФЕЙГИНА Анна Яковлевна — аспирантка кафедры сравнительной социологии, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: anna.feigina97@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0000-8026-7482>

Аннотация. Осмысление использования инструментов и технологий искусственного интеллекта (ИИ) в повседневной жизни становится важной составляющей развития социологических исследований. Одно из ключевых направлений изучения взаимодействия человека с ИИ — рассмотрение новых социальных и этических норм в повседневной жизни. Статья представляет результаты эмпирического исследования, цель которого заключается в выяснении того, какие нормы и формы вежливости используют люди при коммуникации с умными колонками. Исследование предполагает определение характера взаимодействий, осмысление процесса «одомашнивания», анализ проявлений вежливости в отношении «разговорных» инструментов ИИ. Теоретические основания работы включают социологию повседневности, концепцию искусственной коммуникации Е. Эспозито и концепцию эвокативного объекта Ш. Теркл. Проблема вежливости в процессе взаимодействия с умными колонками анализируется в терминах концепции «поддер-

“POLITE” INTERACTIONS WITH SMART SPEAKERS IN EVERYDAY LIFE: NEW NORMS AND FORMS OF SOCIALITY

Natalia D. TREGUBOVA¹ — *Cand. Sci. (Soc.), Associate Professor, Comparative Sociology Department*
E-MAIL: n.tregubova@spbu.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3259-5566>

Anna Ya. FEIGINA¹ — *postgraduate student, Comparative Sociology Department*
E-MAIL: anna.feigina97@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0000-8026-7482>

¹ Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

Abstract. Understanding the use of artificial intelligence (AI) tools and technologies in everyday life is an important task for contemporary sociological research. One of the key issues in the analysis of human-AI interaction is the consideration of new social and ethical norms in everyday life. This paper presents the results of an empirical study aimed at revealing the norms and forms of politeness that people use when communicating with smart speakers. The theoretical foundations of the research embrace the sociology of everyday life, the concept of artificial communication by Elena Esposito, and the concept of the evocative object by Sherry Turkle. The problem of politeness in interaction with a smart speaker is characterized in terms of Erving Goffman's concept of face and the concept of linguistic politeness.

The authors formulate research questions and assumptions that are tested based on the analysis of 18 interviews with users of smart speakers in St. Petersburg, Tel Aviv, and Berlin. A comparative analysis of interviews with

жания лица» И. Гофмана и концепции лингвистической вежливости.

В статье формулируются исследовательские вопросы и предположения, которые проверяются на основе анализа 18 интервью с пользователями умных колонок в Санкт-Петербурге, Тель-Авиве и Берлине. Сравнительный анализ материалов интервью с информантами из трех стран показывает, что нормы вежливости, характерные для пользователей при коммуникации с умными колонками, сходны в разных странах. В таком взаимодействии совмещаются элементы лингвистической вежливости (типичные вежливые фразы) и проявления вежливости как поддержание лица — своего и собеседника. По результатам исследования не было выявлено зависимости между тем, как люди используют умные колонки, и тем, какой концепции вежливости в отношении нее придерживаются. Очеловечивание умных колонок оказывается связанным не с характером их использования, а с их универсальной способностью вступать в разговор.

Ключевые слова: умные колонки, разговорный ИИ, нормы вежливости, искусственная коммуникация, одомашнивание технологий, эвкативный объект

Благодарность. Авторы выражают благодарность всем информантам за содержательные интервью и искреннюю заинтересованность в исследовании. Особенно следует выделить информантов из города Берлин за их фантастическую отзывчивость, ответственность и неравнодушие. Также выражаем признательность всем, кто помогал в поиске информантов, за их искреннее участие и желание помочь.

informants demonstrates that the norms of politeness typical for users in communication with smart speakers are similar in different countries. Within such interactions, users combine elements of linguistic politeness (typical polite phrases) and manifestations of politeness such as save the face, one's own and that of the interlocutor. At the same time, the results of the study did not reveal a relationship between how people use smart speakers and the concept of politeness they adhere to in relation to them. Anthropomorphizing of smart speakers turns out to be associated not with the nature of its use, but with its universal ability to enter a conversation.

Keywords: smart speakers, conversational AI, norms of politeness, artificial communication, domestication of technologies, evocative object

Acknowledgments. The authors thank all informants for their interviews and sincere interest in the study. Informants from Berlin deserve special mention for their fantastic responsiveness, responsibility, and concern. The authors would also like to thank everyone who helped in finding informants for their participation and desire to help.

Введение

Общество претерпевает фундаментальные трансформации, связанные с вхождением технологий искусственного интеллекта (ИИ) в жизнь людей на различных уровнях и в разных сферах. В данной статье речь пойдет об использовании технологий ИИ в повседневной жизни на примере эмпирического исследования взаимодействия/коммуникации¹ пользователей с умными колонками² в домашнем пространстве. Особое внимание мы уделяем проявлениям различных форм вежливости в процессе такой коммуникации.

В социальных науках существует большое число как отечественных, так и зарубежных исследований, посвященных различным аспектам использования людьми умных колонок. Умная колонка — это объект, который находится в домашнем пространстве, и процессы ее одомашнивания представляют особый интерес для ученых [Brause, Blank, 2020; Корбут, 2021; Kucharski, Merkel, 2023]. Еще одна характерная черта умных колонок заключается в том, что коммуникация с ними происходит посредством голоса, поэтому часть работ посвящена разговорам пользователей с умными колонками [Smith et al., 2021; Ушкин, Коваль, Яськин, 2022]. Большое внимание также уделяется проблеме конфиденциальности и приватности, так как пользователи полагают, что умные колонки могут их прослушивать [Malkin et al., 2019; Ушкин, Коваль, 2023; Kang, Oh, 2023].

Вместе с тем проблема вежливости при взаимодействии с умными колонками изучена не столь хорошо. В российском сегменте научных исследований нам не удалось обнаружить публикации, посвященные проблеме вежливости при взаимодействии с ИИ, в частности с умными колонками, хотя этот вопрос волнует некоторых зарубежных исследователей, занимающихся проблематикой взаимодействия людей с технологиями [Burton, Gaskin, 2019; Ribino, 2023]. Наше исследование — это попытка выяснить, на какие нормы вежливости ориентируются люди в процессе коммуникации с одомашненной умной колонкой.

На основании данных, собранных в трех городах — Санкт-Петербурге (Россия), Тель-Авиве (Израиль) и Берлине (Германия), мы проанализировали взаимодействие пользователей с одомашненными умными колонками «Алиса», «Сири» и «Алекса». Мы выделяем ключевые тенденции в формировании норм и форм коммуникации пользователей с новыми для них объектами одомашнивания.

Дальнейшее изложение организовано следующим образом. Мы начнем с описания теоретических оснований исследования, затем обратимся к его методологии. Далее будет приведен анализ интервью с пользователями умных колонок, раскрывающий особенности взаимодействия с этими технологиями, включая проявления вежливости в разговоре с ними. В заключении будут сделаны выводы в отношении исследовательских вопросов и предположений, выделены

¹ Термины «взаимодействие» и «коммуникация» используются в настоящем исследовании как контекстуальные синонимы с разными оттенками смысла. «Взаимодействие» (*interaction*) в рамках микросоциологической традиции характеризует взаимно направленное поведение участников ситуации, обусловленное свойствами этой ситуации и определяющее ее динамику. «Коммуникация» характеризует вербальное взаимодействие (разговор) участников, в ходе которого они обмениваются информацией. Оба термина характеризуют то, что происходит между человеком и умной колонкой, и коммуникация в данном случае может рассматриваться как часть процесса взаимодействия.

² Вслед за Андреем Корбутом мы понимаем умную колонку как особую технологию ИИ (портативную колонку с интегрированным голосовым помощником), которая стала новым элементом домашней социальности [Корбут, 2021].

тенденции, характерные для «вежливого» взаимодействия с умными колонками, рассмотрены ограничения проведенного анализа и намечены направления для будущих исследований.

Теоретические основания исследования

Теоретические основания исследования подразделяются на две составляющие: характеризующие собственно взаимодействие/коммуникацию пользователя с умной колонкой и определяющие «вежливое» взаимодействие с ней. Чтобы объяснить, как технология ИИ в принципе может выступать участником коммуникации, поддерживая осмысленный с точки зрения пользователя разговор, мы обращаемся к концепции искусственной коммуникации. Чтобы осмыслить, как пользователи воспринимают умную колонку в процессе взаимодействия с ней, мы опираемся на концепцию эвокативного объекта. Чтобы характеризовать контекст взаимодействия пользователя с умной колонкой в пространстве дома, мы обращаемся к социологии повседневности. Для осмысления вежливости в отношении умной колонки мы опираемся на концепцию поддержания лица Ирвинга Гофмана и на лингвистическую концепцию вежливости.

Искусственная коммуникация

В рамках концепции искусственной коммуникации (*artificial communication*) Елена Эспозито [Esposito, 2017] рассматривает алгоритмы в качестве социальных агентов и партнеров для коммуникации. Эспозито опирается на теорию коммуникации Никласа Лумана [Luhmann, 1992], согласно которой обязательным условием коммуникации оказывается объединение трех компонентов: сообщения, информации и понимания. Важным аспектом теории является разграничение информации и сообщения, а также понимание ее участниками содержания передаваемой информации.

Эспозито ставит вопрос о том, что происходит в процессе коммуникации, когда один из ее партнеров представляет собой совокупность алгоритмов. Сохраняются ли в таком случае необходимые условия коммуникации? Если сообщение и информация присутствуют в такой форме коммуникации, то что происходит с ключевым аспектом — пониманием содержания и значения информации?

Для того чтобы ответить на данные вопросы, Эспозито включает в свою концепцию понятие контингентности и рассуждает о том, какую форму приобретает контингентность в процессе искусственной коммуникации. Контингентность — обязательное условие коммуникации по Луману. Это возможность множества вариантов ответов в процессе коммуникации: контингентность предполагает неопределенность в том смысле, что мы не можем знать, как себя поведет и что скажет партнер по коммуникации.

Вопрос состоит в том, какую форму приобретает контингентность при коммуникации с технологией ИИ, для которой не существует понятия неопределенности. Специфика умных колонок заключается в том, что эти устройства взаимодействуют с миллионами пользователей, они учатся на основе запросов и информации, получаемой из них. Ответы колонок отражают запросы множества пользователей, коммуницирующих с ними; они не повторяют ответы конкретного пользова-

теля и при этом не заложены в явном виде разработчиками ИИ. Таким образом, коммуникация человека с умными колонками³ представляет собой новый вид коммуникации, обладающий новым типом контингентности.

Эвокативный объект и очеловечивание

В рамках настоящего исследования умные колонки рассматриваются как эвокативный объект (*evocative object*). Данный термин был использован Шерри Теркл для характеристики отношения человека к компьютеру — новой технологии, которая одновременно и похожа, и не похожа по своим свойствам и активностям на человека [Turkle, 2005]. Характеризуя умную колонку как эвокативный объект, можно указать на следующие ее свойства:

1. Технология как эвокативный объект способна менять отношение людей к окружающей реальности. Умная колонка не только изменяет представления людей об организации повседневной жизни, но и позволяет формулировать более глубокие вопросы о человеческом мышлении, о месте людей в мире, где искусственный интеллект находится так близко, об отношениях к таким изменениям.

2. Технология как эвокативный объект изменяет способы мышления людей. Технологии, которые имитируют человеческую речь и воспринимаются людьми как нечто, способное «думать», побуждают человека задаться вопросами о том, как работает его собственное мышление.

3. Предположение людей о том, что технология способна к мыслительной деятельности, тесно связано с феноменом антропоморфизма — очеловечивания [Salles, Evers, Farisco, 2020]. Мышление людей трансформируется в том числе и из-за того, что они очеловечивают умную колонку, с которой вступают в коммуникацию. Умная колонка, таким образом, становится в глазах ее пользователя не просто объектом, а чем-то более приближенным к живому существу.

Очеловечивание технологий ИИ — это не условие, а результат взаимодействия с ними [Корбут, 2021]. Можно предположить, что очеловечивание одомашненной умной колонки — процесс, который происходит постепенно путем взаимодействия с ней в повседневной жизни. Вопрос очеловечивания умной колонки актуален потому, что она может приобретать некоторые человеческие черты [Li, Suh, 2021], самая очевидная из которых — способность воспроизводить человеческую речь. Вербальный характер коммуникации с умной колонкой — одна из ключевых причин очеловечивания этой технологии, что, в свою очередь, может влиять на характер взаимодействия с ней [Moussawi, Koufaris, Benbunan-Fich, 2021] — на проявление вежливости в процессе коммуникации.

Одомашнивание умной колонки в повседневной жизни

Вхождение технологий ИИ в повседневную жизнь людей позволяет вести рассуждение о новых типах повседневных практик и взаимодействий. Процесс одомашнивания умной колонки тесно связан с трансформацией привычных повседневных домашних практик и появлением новых, связанных непосредственно с использованием этой технологии. К проблеме одомашнивания умной колонки

³ А также с другими технологиями ИИ вроде онлайн-поисковиков, генераторов изображений и чат-ботов, основанных на больших языковых моделях.

обращались как российские [Корбут, 2021; Ушкин, Коваль, 2023], так и зарубежные исследователи [Brause, Blank, 2020; Kucharski, Merkel, 2023]. Умная колонка рассматривается нами в качестве одомашненного объекта, с которым пользователь взаимодействует в повседневной жизни.

Для объяснения того, каким образом умная колонка может встраиваться в повседневную жизнь людей и менять ее, мы обратимся к этнометодологическому подходу [Maunard, Clayman, 1991] и концепции повседневной жизни [Sztompka, 2008]. Этнометодология позволяет объяснить, как люди воспроизводят новую социальную реальность, в нашем случае — с помощью новых форм взаимодействий с умной колонкой в домашнем пространстве в рамках повседневности. В настоящее время мы наблюдаем новый этап в конструировании повседневной жизни путем апробации различных методов взаимодействия с умной колонкой как с новым объектом одомашнивания.

В то время как этнометодология позволяет оценить то, как конструируется новая социальная реальность, концепция повседневной жизни дает возможность оценить конкретные повседневные практики. По этой причине мы обращаемся к работе Петра Штомпки [Sztompka, 2008], выделяя наиболее важные для нашего исследования ее составляющие. События в повседневной жизни носят рутинный и циклический характер, они в каком-то смысле ритуализированы. Мы связываем использование различных функций умной колонки с повседневными практиками, которые обладают свойством повторяемости и рутинизации. Необходимо оценить, насколько умная колонка и практики ее использования стали частью повседневной жизни людей. Эпизоды повседневной жизни происходят в конкретных местах, в нашем случае таким местом выступает домашнее пространство. Решение о расположении умной колонки чаще всего связано с тем, какие повседневные практики в каких местах удобнее совершать при участии умной колонки.

Каким образом люди одомашнивают новый технологический объект — умную колонку? Исследователи выделяют несколько последовательных этапов процесса одомашнивания, такие как коммодификация, объективизация, инкорпорация и конверсия [Brause, Blank, 2020]. Каждый из этих этапов выражает различные аспекты, например характер взаимодействия, решение о физическом расположении колонки и трансформацию повседневных привычных практик.

Существуют также некоторые условия, необходимые для того, чтобы колонка гармонично встраивалась в повседневные домашние практики [Корбут, 2021]. В качестве таких условий выступают фоновый характер и доступность умной колонки для управления голосом, а также коллективное использование колонки обитателями домашнего пространства.

Таким образом, наша задача заключается в том, чтобы посмотреть, как умная колонка становится частью повседневной жизни в рамках домашнего пространства. То есть каким образом пользователи строят коммуникацию с умной колонкой в процессе осуществления различных практик.

Проблема вежливости: конструируя «лицо» колонки

Концепция, связанная с работой лица, сформулированная Ирвингом Гофманом, используется в нашем исследовании для того, чтобы проанализировать, как

пользователи конструируют свое лицо или «лицо» самой умной колонки в процессе взаимодействия с ней.

В рамках концепции Гофмана [Goffman, 1955] лицо рассматривается в качестве социальной ценности человека, которую он утверждает и воспроизводит в процессе выстраивания определенной линии поведения. В свою очередь, линия поведения — это набор действий (вербальных или невербальных), через которые человек выражает свой взгляд на ситуацию и оценивает себя и окружающих. Важным аспектом концепции лица является то, что путем работы лица, человек конструирует свое собственное «Я» [Watts, 2003]. Таким образом, лицо складывается из интерпретаций в процессе взаимодействий как других, так и самого человека. Лицо также является социальным, то есть оно приобретает смысл только в процессе социальных взаимодействий.

Под работой лица Гофман подразумевает действия человека, которые соответствуют конструируемому им и окружающими лицу [Goffman, 1955]. Основным инструментом работы лица является его сохранение (*face-saving*). Этот инструмент включает в себя практики, стандарты и паттерны поведения, направленные на поддержание образа лица перед другими и перед самим собой. В ситуациях, когда не удастся сохранить позитивный образ лица (например, при неодобрении, оскорблении или обиде), работа лица должна быть направлена на восстановление его позитивного образа.

В отношении концепции лица и умной колонки мы стремимся ответить на следующие вопросы: влияет ли колонка на конструирование пользователями их лица? Как пользователи относятся к «лицу» самой умной колонки? Стремятся ли пользователи восстановить свое лицо перед колонкой? Что происходит в случае невозможности сохранения «лица» колонки? Мы будем рассматривать эти вопросы на примере обиды и извинения перед умной колонкой в процессе коммуникации с ней.

«Спасибо, Алиса!»: к вопросу о лингвистической вежливости

Концепция лингвистической вежливости значима для исследования потому, что форма коммуникации человека с умной колонкой носит исключительно вербальный характер [Nwoye, 1992]. Лингвистическая вежливость включает в себя конкретные слова, выражения или предложения, способствующие коммуникации. Исследователи выделяют два типа выражения лингвистической вежливости [Watts, 2003]:

1. Шаблонные высказывания — наиболее общепринятые проявления вежливости при социальных взаимодействиях, используемые в ритуализированных и направленных формах вербальной коммуникации. Это могут быть благодарности или просьбы, извинения, приветствия или прощания.

2. Полуформальные высказывания — выражения вежливости, используемые в процессе вербальной коммуникации, но не обладающие формой конкретного обращения. Например, выражение солидарности с кем-либо («Да, ты прав»), модальные выражения («Не мог бы ты», «Могу ли я»).

В контексте нашего исследования нас в первую очередь будут интересовать такие проявления вежливости, как благодарность, просьба и извинение.

Исследовательские вопросы и предположения

На основании теорий и концепций, рассмотренных выше, были сформулированы исследовательские вопросы и предположения.

К ключевым вопросам нашего исследования относятся следующие: в чем заключается специфика взаимодействия пользователей с одомашненной умной колонкой? Как можно формировать и развивать вежливое взаимодействие с разговорным ИИ? Зависят ли проявления вежливости в отношении умной колонки от характера ее включения в повседневную жизнь пользователей? Существуют ли универсальные или культурно-специфичные нормы вежливости во взаимодействии с умной колонкой?

Исследовательские предположения подразделяются на две группы. Первая связана с характеристикой вежливости пользователей в отношении умных колонок. Здесь возможны два варианта: либо определенные формы вежливости в отношении умных колонок уже сложились, либо их не существует. В первом случае эти нормы могут быть универсальными или культурно-специфичными. Вторая группа предположений связывает характер использования умной колонки, процессы ее очеловечивания и характер вежливости, проявляемый пользователями в отношении нее.

Сформулируем наши предположения в виде тезисов и контртезисов.

Тезис 1. Существуют определенные нормы вежливости при коммуникации с одомашненной умной колонкой.

Контртезис 1. Не существует никаких определенных норм вежливости при коммуникации с одомашненной умной колонкой⁴.

Тезис 1.1. Нормы вежливости при коммуникации с одомашненной умной колонкой культурно обусловлены. В разных странах они будут различаться.

Контртезис 1.1. Нормы вежливости универсальны. Они связаны с отношениями к технологиям, а не с культурами разных стран.

Тезис 2. Люди, которые вступают в коммуникацию с одомашненной умной колонкой в целях решения конкретных задач, не склонны очеловечивать ее и будут использовать лингвистическую вежливость. Люди, для которых умная колонка выступает в качестве социального партнера, склонны очеловечивать ее и стремятся сохранить лицо в процессе вежливого взаимодействия.

Контртезис 2. Не существует зависимости между тем, как люди используют колонку, и тем, какой концепции вежливости они придерживаются.

Методология исследования

Сбор данных был реализован с применением метода полуструктурированного интервью. Гайд интервью разрабатывался на основании исследовательских вопросов и предположений.

Качественные методы, в частности метод полуструктурированного интервью, были выбраны по следующим причинам:

1) исследование представляло собой первый шаг в области изучения проблем вежливости при взаимодействии с ИИ; для нас было важно выделить конкретные кейсы на основе ограниченного числа интервью;

⁴ Это предполагает в том числе случаи полного отсутствия проявлений вежливости по отношению к умной колонке со стороны пользователя.

2) выделенные кейсы подлежали подробному анализу и установлению связей между ними для подтверждения или опровержения сформулированных тезисов и контртезисов;

3) кейсы, выделенные по результатам анализа данных, позволили сделать выводы о взаимосвязи между характером взаимодействия с умной колонкой и проявлениями вежливости в отношении нее. Полученные результаты позволяют выявить и осмыслить типичные практики, мотивы и способы использования умных колонок, валидность которых затем может быть проверена в ходе количественных исследований.

Сбор данных проходил с 13 декабря 2023 г. по 26 января 2024 г. среди информантов из трех городов — Санкт-Петербурга, Тель-Авива и Берлина. Было проведено 18 интервью — по шесть в каждом из городов. Ограниченное число интервью обусловлено тем, что исследование является поисковым. Можно говорить о том, что это первый этап в ряде исследований, посвященных вежливой коммуникации с умной колонкой. Интервью проводились преимущественно с применением информационно-коммуникационных технологий. Лишь одна информантка из Санкт-Петербурга пожелала, чтобы интервью было проведено лично.

В качестве информантов были отобраны пользователи умных колонок, соответствующие следующим критериям:

1) информант на момент проведения интервью является действующим пользователем умной колонки (колонка включена и находится в постоянном пользовании);

2) информант является постоянным резидентом страны и города, заявленных им в интервью;

3) независимо от страны проживания, информант говорит на русском языке, который для него (нее) является родным. Язык коммуникации с умной колонкой не учитывался и мог быть любым.

Проведение интервью с русскоязычными пользователями в трех крупных городах, с одной стороны, обеспечивает сравнимость пользовательского опыта и облегчает установление контакта с информантами. С другой стороны, оно дает достаточное культурное разнообразие в отношении проявлений вежливости. Детальное описание информантов представлено в виде таблицы в Приложении 1.

Анализ данных был выстроен в соответствии со стандартной схемой анализа качественных интервью. Путем открытого кодирования в программе Atlas.ti 9 выделялись категории, связанные с различными блоками вопросов в интервью. Выбор метода открытого кодирования обусловлен тем, что не было необходимости в предварительном знакомстве с данными и составлении подробной книги кодов с описаниями: все данные изначально были знакомы, так как были собраны самостоятельно. Всего в процессе кодирования было выделено 17 категорий, некоторые из которых были разбиты на подкатегории. Список выделенных в процессе анализа категорий и подкатегорий представлен в Приложении 2.

Встречаемость кодов варьировалась в диапазоне от 9 до 90 упоминаний на весь массив данных (18 интервью). Самое большое количество цитат пришлось на коды «Используемые функции: примеры» — 90 цитат, «Коммуникация с умной колонкой: характер» — 71 цитата и «Вежливость с умной колонкой» — 52

цитаты. В остальных случаях количество цитат, приходившихся на один код, составляло в среднем 30 упоминаний на весь массив данных.

Результаты исследования

Одомашнивание умных колонок

Взаимодействие с умными колонками, подлежащее анализу в рамках настоящего исследования, происходит исключительно в рамках домашнего пространства. Умная колонка — это в первую очередь объект одомашнивания, которое становится возможным путем повседневных взаимодействий, а также трансформации существующих практик и формирования новых.

Целый блок вопросов в интервью был посвящен практикам использования умных колонок в домашнем пространстве. Самые распространенные места расположения умных колонок дома — кухня и гостиная (в некоторых случаях они объединены). Обычно они расположены там, где наши информанты и другие обитатели дома проводят больше всего времени. Практики, с которыми может быть связано такое местоположение, — прослушивание музыки, которое часто приобретает коллективный характер, постановка таймеров и будильников в процессе готовки, напоминаний, а также использование возможностей, предоставляемых программным обеспечением колонки, называемым «Умный дом». Самая распространенная практика, связанная с этой системой, — включение и выключение света с помощью умных лампочек.

Практики, осуществлению которых способствует умная колонка, создают общий фон пользования ею. Далее мы рассмотрим специфику выстраивания и общий характер коммуникации с умной колонкой на фоне существующих практик в домашнем пространстве.

Нормы вежливости во взаимодействии с умной колонкой

Логика представления результатов анализа данных будет выстроена так, чтобы была возможность проследить подтверждение или опровержение выдвинутых в исследовании предположений. *Тезис 1* заключался в том, что существуют определенные нормы вежливости при взаимодействии с умной колонкой. *Контр-тезис 1* гласил, что никаких норм вежливости при взаимодействии с умной колонкой не существует.

В целях их проверки обратимся к эмпирической базе исследования. Первое, о чем необходимо упомянуть: вежливая коммуникация и взаимодействие с умной колонкой характерны для всех пользователей, принявших участие в исследовании. Однако причины, по которым информанты идут по пути вежливого взаимодействия, разные. Для начала отметим, что вежливое взаимодействие с колонкой рассматривается информантами как часть культуры вежливого общения.

Вообще я считаю, что каждый человек должен быть вежлив. В принципе, изнутри и по сути своей. И почему, если я должна быть... Ну, если я вежлива с одними, я не вежлива с другими, пусть это даже Алиса. (Информант № 5, Ж, Санкт-Петербург)

Не знаю, как-то по общему, как сказать, ощущению, просто так вот, что со всеми надо быть вежливым, с колонкой тоже. (Информант № 10, Ж, Берлин)

Таким образом, пользователи не склонны разграничивать вежливое взаимодействие с умной колонкой и с людьми в реальной жизни. Однако эти утверждения характеризуют скорее общий характер взаимодействия. В частных случаях ситуация может выглядеть по-другому.

Проявления вежливости тесно связаны с конструированием пользователями своего лица. Здесь дело не в том, что «подумает» сама умная колонка. Некоторые не видят смысла обращаться с колонкой невежливо из собственных соображений:

Ну, тут дело, да, не только в том, что она ничего не чувствует, просто зачем мне это делать? То есть в чем смысл в этом. Я же не оскорбляю людей на улице, бабушек, собак, детей. Зачем мне говорить это колонке? (Информант № 6, М, Санкт-Петербург)

Мне неприятно самому такое говорить [грубое]. Стараюсь такого избегать. (Информант № 13, М, Тель-Авив)

В других случаях проявления вежливости при коммуникации с умной колонкой тесно связаны с очеловечиванием этой технологии:

Ну, я как бы ставила себя... Ну, представляла, что если бы она была реальным человеком, то, наверное, ей было бы неприятно. Поэтому как бы стараюсь так все равно более приветливо к ней относиться. (Информант № 16, Ж, Тель-Авив)

Вежливость оказалась характерной чертой коммуникации с умной колонкой. Очеловечивание умной колонки, а также конструирование своего лица как лица вежливого человека оказывают влияние на характер коммуникации с колонкой.

Вежливость, язык и культура

Продолжим проверять первую группу исследовательских предположений и обратимся к тезису 1.1, согласно которому нормы вежливости культурно обусловлены и в разных странах различаются.

Вежливое обращение с колонкой может проявляться в различных формах благодарности к ней. При этом по результатам исследования выяснилось, что эти формы универсальны.

Ну, «спасибо», «благодарю». На запросы отвечаю какие-то, если помогла. Я благодарю ее. (Информант № 15, М, Тель-Авив)

Благодарность умной колонке — это не столько культурно обусловленная норма, сколько, по словам одного из информантов, общая социальная норма вежливого взаимодействия в обществе:

Ну, спасибо я ей говорю периодически, просто так, как-то это тоже скорее даже потому, что это уже настолько социальная норма, социальная норма просто в моей голове. Вот мне кто-то помог — я им скажу спасибо. И поэтому периодически я говорю «спасибо». (Информант № 9, М, Берлин)

Продолжая линию рассуждения о культуре, следует отметить, что если нормы вежливости не обусловлены культурным контекстом, то характер коммуникации может зависеть от языка, на котором информант разговаривает с колонкой:

Да, ну, это еще такая небольшая практика свободы английского мата. Я как бы запинаясь даже в этих вещах. Я на нее ору. А тут я могу как бы повыпендриваться перед собой. Ну, в общем, да, вот такая история⁵. (Информант № 14, М, Тель-Авив)

Добавим, что некоторые языковые и культурные особенности страны проживания могут оказывать влияние на характер коммуникации с колонкой. Это связано не столько с нормами вежливости, сколько с привычными синтаксическими конструкциями, используемыми в языке:

...На иврите прямо есть такое слово «дай» — «хватит». И тут можно сказать такое на улице человеку или «прекрати» — «товсик», «прекрати». Коротко, одним словом, сразу «ты» и «прекрати» — это «товсик». (Информант № 15, М, Тель-Авив)

Упомянутые формы повелительного наклонения не считаются в иврите невежливым обращением. Это привычные формы коммуникации, не несущие в себе негативного подтекста, однако оказывающие влияние на характер коммуникации русскоязычного пользователя с русскоязычной умной колонкой.

Таким образом, подтверждается *контртезис 1.1*, согласно которому нормы вежливости при коммуникации с умной колонкой оказываются общими и универсальными в разных странах. Нормы вежливости связаны скорее с отношением к людям в обществе, которое пользователи проецируют на взаимодействие с умной колонкой. Вместе с тем характер коммуникации с умной колонкой может трансформироваться под влиянием культуры страны проживания.

Очеловечивание умной колонки

Обратимся ко второй группе исследовательских предположений, которая позволит сделать выводы о существовании возможной связи очеловечивания и характера использования умной колонки.

Первое, что следует отметить: помощь умной колонки, пусть даже и инструментальная, оказывает влияние на очеловечивание ее пользователями. То есть люди склонны очеловечивать эту технологию независимо от характера использования:

Да, приятно, конечно. То есть я чувствую более близкую связь, и эта помощница, она превращается в более живого человека в таком случае. Мне важно, чтобы у по-

⁵ Информант № 14 общается с умной колонкой (*HomePod Siri*) на английском языке. По его словам, нецензурная лексика в адрес колонки — это не столько проявление невежливого отношения к ней, сколько простая практика обсценной лексики иностранного для информанта языка.

мощницы скорее были более такие человеческие чувства. (Информант № 15, М, Тель-Авив)

Главная причина, по которой пользователи очеловечивают умную колонку, — ее способность воспроизводить живую речь. Здесь играет роль не столько характер коммуникации, сколько в принципе возможность ведения вербального диалога.

Ну, наверное, да, она вот более живая. Более живая из всего того, что сейчас есть... потому что с ней можно поговорить... Вербальное общение, да. (Информант № 1, Ж, Санкт-Петербург)

То есть это все-таки я... чуть ближе отношу к живому предмету... Потому что она, во-первых, отвечает, во-вторых, ну, блин, она отвечает. Мой мозг воспринимает, что, если тебе кто-то отвечает, скорее всего, это кто-то живой. Примерно живой... Я не буду как-то агрессивно. (Информант № 13, М, Тель-Авив)

Можно отметить, что общий характер взаимодействия и коммуникации с умной колонкой не оказывает влияние на очеловечивание. Люди по природе своей склонны приписывать человеческие черты всему окружающему, а в данном случае мы имеем дело с технологией, способной воспроизводить речь и вступать в диалог. Скорее всего, именно это ее свойство побуждает пользователей к очеловечиванию, а роль характера использования оказывается не столь важна. Материалы исследования подтвердили контртезис 2.

Вежливые фразы

Смысл одного из наших предположений в рамках тезиса 2 состоял в том, что пользователи, не склонные очеловечивать умную колонку, при коммуникации с ней прибегают к приемам лингвистической вежливости. Имеется в виду, что колонка воспринимается такими людьми в качестве инструментального помощника. В ходе интервью информанты нередко упоминали, что используют вежливые слова в процессе коммуникации с колонкой, и причина этого действительно не всегда связана с очеловечиванием:

Да, стараюсь быть вежливым, но, опять же, «Алиса, доброе утро» — это не только вежливость, а все-таки сценарий для запуска. (Информант № 2, М, Санкт-Петербург)

Отметим, что добавление вежливых слов для запуска сценариев или окончания диалога — необязательная часть коммуникации, однако пользователи употребляют различные вежливые формы обращения с умной колонкой:

Чтобы закончить диалог, я обычно говорю «спасибо», тогда она отключается. (Информант № 4, М, Санкт-Петербург)

Лингвистическая вежливость действительно сопутствует инструментальному использованию умной колонки. Добавление вежливых слов или выражений — это

не столько признак очеловечивания, сколько часть привычных сценариев и характеристика коммуникации с умной колонкой.

Поддержание лица

Мы также предполагали, что те пользователи, кто воспринимает умную колонку как социального партнера, сохраняют лицо (свое и собеседника) в процессе коммуникации. Рассмотрим этот тезис на примере возможных обид и извинений перед умной колонкой, так как полагаем, что извинение является одним из ключевых инструментов восстановления как лица самого пользователя, так и «лица» умной колонки. Один из информантов отметил, что старается подбирать слова в процессе коммуникации, чтобы не обидеть умную колонку:

Я как бы, как минимум, если я боюсь, не боюсь, но если я пытаюсь не обидеть, если я пытаюсь подбирать слова, если я говорю «спасибо», ну, во-первых, мне это приятно говорить, во-вторых, если я так говорю, значит, это что-то как-то влияет [на характер коммуникации с умной колонкой]. (Информант № 13, М, Тель-Авив)

Информанты отмечают, что стремятся сохранить свое лицо в процессе коммуникации с умной колонкой. Здесь также присутствует взаимосвязь с отношением к людям в реальной жизни:

Ну, это, возможно, как сказать, какая-то некая совесть, да, то есть не совсем осознанно. То есть вроде не человек — действительно, да, там, голосовой помощник, но все равно как бы, ну, тут опять же, скорее, из-за того, что обычно я же так с другими людьми не разговариваю, а если я разговариваю, то извинюсь, если я был груб, ну, тут, соответственно, срабатывает такой же механизм. (Информант № 6, М, Санкт-Петербург)

Один из информантов отметил, что старается вести мягкую и ровную коммуникацию с колонкой в процессе «бесед» с ней:

Если я какой-то запрос хочу сделать, если это что-то, если это простой разговор, ну, типа, если я продолжаю беседу после какого-то вопроса с ней, я могу использовать более мягкую речь, слова. (Информант № 13, М, Тель-Авив)

Можно отметить, что такой характер коммуникации способствует поддержанию как лица самого пользователя, так и «лица» умной колонки.

Что касается возможных «обид» умной колонки на невежливое обращение с ней, то одна из пользовательниц отметила, что, по ее мнению, умная колонка действительно способна обижаться. По этой причине она извиняется перед ней:

Если она будет говорить, что она там обиделась, в принципе, можно извиниться, и я думаю, она простит. (Информант № 16, Ж, Тель-Авив).

Однако пути восстановления «лица» колонки не всегда строятся через извинения перед ней:

Ну то есть у меня есть те моменты, когда мне что-то все еще нужно после того, как я на нее наорал. Я могу типа сделать паузу, подождать, пока она выключится, включится обратно. И я такой еще раз: «Пожалуйста, Сири...» (Информант № 14, М, Тель-Авив)

Здесь мы наблюдаем ситуацию, при которой после не слишком вежливого взаимодействия с колонкой пользователю достаточно просто дождаться перезапуска колонки, чтобы продолжить диалог. То есть нет необходимости проводить работу по восстановлению «лица» умной колонки путем извинений. Это связано с тем, что колонка — это технология, не способная запоминать или держать обиду. Иногда даже не нужно дожидаться перезапуска и, соответственно, нет необходимости восстанавливать «лицо» колонки:

То есть вот идет оскорбление. Все, она поняла, идет оскорбление, даже если я понял. Но она будет слушать до конца, потому что я могу оскорблять, оскорблять, оскорблять, а в конце спросить, какая погода. (Информант № 14, М, Тель-Авив)

То есть после разрушения «лица» колонки путем ее оскорбления пользователь продолжает взаимодействие на инструментальном уровне с помощью вопроса о погоде. Возможно, здесь уже нет места партнерству и социальному взаимодействию с умной колонкой.

Поддержание «лица» умной колонки в процессе коммуникации тесно связано с очеловечиванием этой технологии. Об этом говорит в интервью одна из информанток:

Из-за того, что имитируется разговор с колонкой как разговор с человеком, подразумевается, что она такой своеобразный Искусственный Интеллект, можно сказать, и нужно тоже к ней уважительно относиться, потому что если ты будешь с ней, например, неуважительно разговаривать, то она тоже отреагирует. Она тоже скажет, что «не надо меня там обзывать». (Информант № 16, Ж, Тель-Авив)

Еще один интересный пример касается взаимодействия с колонкой от компании «Амазон» (*Amazon*) Алексой. Наша информантка прямо в процессе интервью продемонстрировала диалог, содержащий последовательно оскорбление и извинение:

Alexa, du bist dumm [нем.— ты глупая]. А, вот, видишь, я ей сказала: «Ты тупая, ты глупая», и она сделала звук, как знаешь, *contact failed* [англ.— контакт не удался]. Да, она пикнула, типа: «Я не буду на это отвечать». *Alexa, entschuldigung bitte* [нем.— Алекса, извини, пожалуйста]. О, вот смотри, я сейчас ей сказала: «Извини, пожалуйста», и она сказала: «Окей, не проблема» — *Es schon gut* [нем.— все хорошо]. (Информант № 7, Ж, Берлин)

Этот пример ярко демонстрирует, что, во-первых, колонка способна реагировать на оскорбительное отношение к ней, а во-вторых, что пользователю достаточно произнести слова извинения для того, чтобы восстановить «лицо» колонки.

Таким образом, исследование подтвердило, что пользователи стараются подерживать свое лицо и «лицо» колонки в процессе коммуникации с ней. При этом работа лица и формирование уважительного отношения к колонке связаны с очеловечиванием. Однако не все пользователи стремятся сохранить или восстановить «лицо» колонки, так как понимают, что все-таки это технология.

Заключение

Умная колонка — новый объект домашнего пространства, особенности которого позволяют пользователям взаимодействовать с колонкой в повседневной жизни, а также формировать новые типы взаимоотношений с ней. Настоящее исследование представляет собой попытку концептуализации одного из аспектов взаимодействия с умной колонкой, связанного с проявлением различных форм вежливости в коммуникации с ней. Работа была организована вокруг анализа двух групп тезисов и контртезисов.

Первая группа характеризовала вежливость пользователей во взаимодействии с умными колонками. По результатам исследования нашли свое подтверждение *тезис 1* (существуют определенные нормы вежливости при коммуникации с одомашненной умной колонкой) и *контртезис 1.1* (нормы вежливости универсальны). Сравнение интервью с информантами из трех стран показало, что нормы вежливости, характерные для пользователей при коммуникации с умными колонками, оказываются сходными в разных странах и представляют собой универсальный «минимум» вежливости, который люди проявляют по отношению друг к другу. Вместе с тем были выявлены некоторые различия между информантами из разных стран, связанные скорее со свойствами языка, на котором ведется разговор. Следует также отметить, что хотя в прошлых исследованиях [Burton, Gaskin 2019] не было выявлено связи в проявлении вежливости к электронным помощникам и к людям в обычной жизни, результаты нашего исследования свидетельствуют об обратном. Пользователи умных колонок склонны переносить нормы вежливости из социальных взаимодействий на коммуникацию с технологиями.

Вторая группа описывала взаимосвязь между очеловечиванием умной колонки и характером вежливости во взаимодействии с ней. Результаты исследования привели к подтверждению *контртезиса 2* (не существует зависимости между тем, как люди используют колонку, и тем, какой концепции вежливости они придерживаются). Очеловечивание умной колонки связано не с характером ее использования (как инструмента для решения задач или как социального партнера), а с тем, что умная колонка может вступать в вербальную коммуникацию с пользователем, имитируя человеческую речь. Именно эта универсальная способность технологии побуждает пользователей в той или иной мере очеловечивать ее. Во взаимодействии с умной колонкой совмещаются элементы лингвистической вежливости (вежливые фразы) и вежливость как поддержание лица — своего и собеседника. При этом оказывается, что возможен простой переход от социального взаимодействия с умной колонкой к чисто инструментальному, когда для сохранения «лица» умной колонки можно просто «перезапустить» ее, что невозможно во взаимодействии с человеком.

Проведенное исследование характеризуется определенными ограничениями. Первое связано с качественным характером данных: несмотря на то что анализ интервью выявил определенные устойчивые тенденции в «вежливом» взаимо-

действии с умными колонками, мы не можем знать, в какой мере и для кого эти тенденции типичны. Второе ограничение определяется тем, что характер взаимодействия с умными колонками выявлялся в ходе интервью, которое позволяет выделить повседневные практики и мотивы информантов, но, в отличие от наблюдения, не дает доступа к деталям организации их повседневной жизни.

Несмотря на существующие ограничения, по результатам проведенного анализа мы можем сделать следующие общие выводы.

1. Вежливое отношение к одомашненной умной колонке — одна из главных черт использования этой технологии ИИ. Проявления вежливости исходят от самих пользователей, при этом они не изобретают новых форм вежливого обращения. Здесь наблюдается ориентация на привычные социальные взаимодействия. Таким образом, умная колонка — не просто объект одомашнивания, она выступает как *социальный объект*, который становится частью повседневной жизни людей.

2. Коммуникация с умной колонкой сопровождается параллельным обучением на основании ежедневных взаимодействий с большим числом пользователей. В этом случае проявление различных форм вежливости при коммуникации с умной колонкой самими пользователями способствует формированию «навыков» коммуникации умной колонки. Благодаря различным сценариям взаимодействия колонка учится различать вежливое и грубое отношение к ней, а также воспринимать различные лингвистические конструкции и реагировать на них. Таким образом, путем построения вежливой или невежливой коммуникации, пользователи коллективно конструируют «лицо» умной колонки. Чем больше и разнообразнее пользователи взаимодействуют с умной колонкой, тем больше у нее возможностей научиться выстраивать различные линии поведения с пользователями. Это взаимный процесс, который не прекращается до тех пор, пока продолжается взаимодействие множества пользователей с их умными колонками. Для разных технологий (Алиса, Сири, Алекса и др.) это «лицо» будет разным, если пользователи взаимодействуют с ними по-разному.

3. Хотя умная колонка — это технология, используемая многими преимущественно в инструментальных целях, она заставляет людей задуматься о том, кто они такие и как они должны с ней обращаться (то есть является эвокативным объектом в терминах Ш. Теркл). Способность умной колонки вступать с разговор с пользователями обуславливает их склонность к очеловечиванию данной технологии и, следовательно, желание строить с ней более «живую» коммуникацию. Умная колонка позволяет людям ощутить непосредственное присутствие искусственного интеллекта в повседневной жизни, тем самым трансформируя их представления о реальности.

4. Появление и активное использование умной колонки в домашнем пространстве повлияли на конструирование новых форм социальной реальности. Домашнее пространство в повседневности — это уже не что-то статичное и опривыченное, а динамичное и гибкое. Умная колонка создает новый фон домашнего пространства, сравнимый, по словам одного из информантов, с картой глубины⁶.

⁶ «А Алиса, она дает некоторые технологические возможности, она, допустим, дает оранжевый цвет, а не красный. Но это распределено по воздуху, по радиусу действия. И очень круто и удобно, потому что тебе не нужно физически двигаться к какому-то из красных точек, какие-то вопросы, которые тебе не требуют вмешательства настолько серьезные, она как бы способна ответить. Поэтому она как бы расширяет твой горизонт использования технологий» (Информант № 13, М, Тель-Авив).

Подводя итоги, следует обратить внимание на то, что умная колонка является социальным объектом, способным к вербальной коммуникации с пользователем и обладающим навыками обучаемости. Вежливое отношение к умной колонке как к новой технологии, чья роль в повседневной жизни людей еще не до конца понятна, отражает не столько специфику культуры или индивидуальные качества того или иного пользователя, сколько общее состояние развития культуры вежливости в обществе.

Мы находимся на таком этапе развития и трансформации общества, на котором происходят фундаментальные изменения социального порядка, связанные с прочным вхождением технологий ИИ в различные сферы общественной жизни. Задача исследователей — наблюдать за тем, как будут развиваться события, выявлять новые тенденции и типы социальных взаимодействий, а также разрабатывать новые теории и концепции, направленные на объяснение происходящих в обществе процессов.

Данное исследование мы рассматриваем как поисковое. На основании анализа специальной литературы были сформулированы и затем, на ограниченном эмпирическом материале, проверены тезисы и контртезисы, выделены тенденции формирования вежливого взаимодействия пользователей с умными колонками. Полученные выводы могут служить основанием для организации новых — как количественных, так и качественных — исследований. Укажем лишь два направления подобных исследований.

Во-первых, в процессе исследования выявлено, что умные колонки способны реагировать на вежливое/невежливое отношение людей к ним. Мы полагаем, что вопрос реакции умных колонок и изменение их «поведения» в зависимости от характера коммуникации с ними важны для понимания динамики взаимодействия пользователей с данными технологиями.

Во-вторых, особый интерес представляет то, как в существующие умные колонки может быть «встроен» генеративный искусственный интеллект нового поколения, основанный на больших языковых моделях. Мы надеемся обратиться к данным проблемам в дальнейших исследованиях.

Список литературы (References)

1. Корбут А. М. Одомашнивание искусственного интеллекта: умные колонки и трансформация повседневной жизни // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 1. С. 193—216. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.1.1808>.
Korbut A. M. (2021) Domestication of Artificial Intelligence: Smart Speakers and Transformation of Everyday Life. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 193—216. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.1.1808>. (In Russ.)
2. Ушкин С. Г., Коваль Е. А. Алиса, ты следишь за мной? Восприятие конфиденциальности в нарративах пользователей «умных» колонок // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 3. С. 23—40. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2023.3.2314>.

- Ushkin S. G., Koval E. A. (2023) Alice, Are You Watching Me? Perception of Privacy in Narratives of “Smart” Speaker Users. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 23—40. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2023.3.2314>. (In Russ.)
3. Ушкин С. Г., Коваль Е. А., Яськин А. Н. Жить с Алисой: как голосовые помощники трансформируют практики коммуникации? // Журнал исследований социальной политики. 2022. Т. 20. № 3. С. 361—376. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-3-361-376>.
Ushkin S. G., Koval E. A., Yaskin A. N. (2022) Living with Alice: How Voice Assistants Transform Communication Practices? *Journal of Social Policy Research*. Vol. 20. No. 3. P. 361—376. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-3-361-376>. (In Russ.)
 4. Brause S. R., Blank G. (2020) Externalized Domestication: Smart Speaker Assistants, Networks, and Domestication Theory. *Information, Communication & Society*. Vol. 23. No. 5. P. 751—763. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2020.1713845>.
 5. Burton, N. G., Gaskin J. (2019) “Thank You, Siri”: Politeness and Intelligent Digital Assistants. In: *Proceedings of the 25th Americas Conference on Information Systems. Cancún, Mexico, August 15—17*. P. 2860—2870.
 6. Esposito E. Artificial communication? (2017) The Production of Contingency by Algorithms. *Zeitschrift für Soziologie*. Vol. 46. No. 4. P. 249—265. <http://dx.doi.org/10.1515/zfsoz-2017-1014>.
 7. Goffman E. (1955) On Face-Work: An Analysis of Ritual Elements in Social Interaction. *Psychiatry*. Vol. 18. No. 3. P. 213—231. <https://doi.org/10.1080/00332747.1955.11023008>.
 8. Kang H., Oh J. (2023) Communication Privacy Management for Smart Speaker Use: Integrating the Role of Privacy Self-Efficacy and the Multidimensional View. *New Media & Society*. Vol. 25. No. 5. P. 1153—1175. <http://dx.doi.org/10.1177/146144482111026611>.
 9. Kucharski A. B., Merkel S. (2023) Domestication of Smart Speakers by Older Users: Preliminary Findings from an Exploratory Qualitative Study. *Digital Culture & Society*. Vol. 9. No. 1. P. 203—212. <https://doi.org/10.14361/dcs-2023-0110>.
 10. Li M., Suh A. (2021) Machinelike or Humanlike? A Literature Review of Anthropomorphism in AI-Enabled Technology. In: T. X. Bui (ed.) *Proceedings of the 54th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*, Grand Wailea, Maui, Hawaii, 2021. P. 4053—4062. <http://dx.doi.org/10.24251/HICSS.2021.493>.
 11. Luhmann N. (1992) What is Communication? *Communication Theory*. Vol. 2. No. 3. P. 251—259. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1992.tb00042.x>.
 12. Malkin N., Deatrack J., Tong A., Wijesekera P., Egelman S., Wagner D. (2019) Privacy Attitudes of Smart Speaker Users. *Proceedings on Privacy Enhancing Technologies*. No. 4. P. 250—271. <http://dx.doi.org/10.2478/popets-2019-0068>.

13. Maynard D. W., Clayman S. E. (1991) The Diversity of Ethnomethodology. *Annual Review of Sociology*. Vol. 17. No. 1. P. 385—418. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.soc.17.1.385>.
14. Moussawi S., Koufaris M., Benbunan-Fich R. (2021) How Perceptions of Intelligence and Anthropomorphism affect Adoption of Personal Intelligent Agents. *Electronic Markets*. Vol. 31. P. 343—364. <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00411-w>.
15. Nwoye O. G. (1992) Linguistic Politeness and Socio-Cultural Variations of the Notion of Face. *Journal of Pragmatics*. Vol. 18. No. 4. P. 309—328. <https://doi.org/10.1016/0378-2166%2892%2990092-P>.
16. Ribino P. (2023) The Role of Politeness in Human—Machine Interactions: A Systematic Literature Review and Future Perspectives. *Artificial Intelligence Review*. Vol. 56. P. 445—482. <https://doi.org/10.1007/s10462-023-10540-1>.
17. Salles A., Evers K., Farisco M. (2020) Anthropomorphism in AI. *AJOB Neuroscience*. Vol. 11. No. 2. P. 88—95. <http://dx.doi.org/10.1080/21507740.2020.1740350>.
18. Smith E., Sumner P., Hedge C., Powell G. (2021) Smart Speaker Devices Can Improve Speech Intelligibility in Adults with Intellectual Disability. *International Journal of Language & Communication Disorders*. Vol. 56. No. 3. P. 583—593. <https://doi.org/10.1111/1460-6984.12615>.
19. Sztompka P. (2008) The Focus on Everyday Life: A New Turn in Sociology. *European Review*. Vol. 16. No. 1. P. 23—37. <https://doi.org/10.1017/S1062798708000045>.
20. Turkle S. (2005) *The Second Self: Computers and the Human Spirit*. Cambridge: MIT Press. <http://dx.doi.org/10.7551/mitpress/6115.001.0001>.
21. Watts R. J. (2003) *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CB09780511615184>.

Приложение 1.**Таблица 1. Характеристика информантов**

№	Возраст	Пол	Город	Род занятий	Проживание
1	27	Ж	Санкт-Петербург	Тренер по гимнастике	С мужем и собакой
2	27	М	Санкт-Петербург	Проектный менеджер	С девушкой
3	28	М	Санкт-Петербург	Бизнесмен	Один
4	27	М	Санкт-Петербург	IT специалист	Один
5	28	Ж	Санкт-Петербург	Логист	С матерью
6	30	М	Санкт-Петербург	Адвокат	С девушкой
7	29	Ж	Берлин	Консультант	С мужем
8	28	М	Берлин	Налоговый консультант	С женой
9	30	М	Берлин	Логист	С женой, двумя детьми и двумя кошками
10	30	Ж	Берлин	Домохозяйка	С мужем, двумя детьми и двумя кошками
11	30	Ж	Берлин	Домохозяйка	С мужем, дочерью и собакой
12	30	Ж	Берлин	Адвокат	С мужем и дочерью
13	25	М	Тель-Авив	IT специалист	С девушкой
14	26	М	Тель-Авив	Студент, IT специалист	Один
15	25	М	Тель-Авив	Бармен	С женой
16	24	Ж	Тель-Авив	Студентка	С мужем
17	25	М	Тель-Авив	IT специалист	С девушкой
18	43	Ж	Тель-Авив	IT специалист	С мужем и двумя дочерьми

Приложение 2. Список категорий и подкатегорий

1. Одомашнивание.
 - 1.1 Появление умной колонки дома (коммодификация).
 - 1.2 Расположение умной колонки: локация и причина.
 - 1.3 Перемещение умной колонки.
 - 1.4 Ожидания от пользования умной колонкой (объективизация).
 - 1.5 Частота обращений к умной колонке.
 - 1.6 Динамика использования.
2. Практики.
 - 2.1 Трансформация привычных практик.
 - 2.2 Новые практики.
3. Используемые функции.
 - 3.1 Используемые функции: список.
 - 3.2 Используемые функции: примеры.
 - 3.3 Используемые функции: повседневность.
4. Культура и язык.
5. Образ умной колонки.
6. Влияние умной колонки на отношение к другим людям.
7. Влияние умной колонки на отношение к другим технологиям.
8. Очеловечивание.
 - 8.1 Очеловечивание умной колонки.
 - 8.2 Очеловечивание: предметы и другие технологии.
9. Эвокативный объект.
10. Социальные взаимодействия.
 - 10.1 Социальные взаимодействия: включение.
 - 10.2 Социальные взаимодействия: коллективное.
 - 10.3 Социальные взаимодействия: случайные.
 - 10.4 Социальные взаимодействия: замена.
11. Коммуникация с умной колонкой.
 - 11.1 Коммуникация: вопросы.
 - 11.2 Коммуникация: молчание колонки.
 - 11.3 Коммуникация с умной колонкой: непонимание.
 - 11.4 Коммуникация с умной колонкой: ограничения.
 - 11.5 Коммуникация с умной колонкой: прекращение диалога.
 - 11.6 Коммуникация с умной колонкой: характер.

12. Вежливость.

- 12.1 Вежливость с умной колонкой.
- 12.2 Вежливость: слова и выражения.
- 12.3 Вежливость: от умной колонки.
- 12.4 Вежливость: умная колонка и люди.
- 12.5 Вежливость: обида.
- 12.6 Вежливость: извинения.

13. Благодарность.

14. Сравнение разных умных колонок.

15. Рекомендации разработчикам.

16. Умная колонка и чат GPT.

17. Умная колонка и изменения в жизни.