

УДК [[316.77:077]:316.334.55]:303.025

І. Ф. ІВАНОВА

РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА МІСТА

У статті розглянуто інтернет-комунікацію як комунікативний компонент структури соціокультурного середовища міста; викладено результати аналізу теоретичної спадщини класиків інформаційного суспільства; результати емпіричного дослідження, проведеного кафедрою соціології Чорноморського національного університету імені Петра Могили з метою виявлення ступеня залученості мешканців м. Миколаєва до комунікативних мережевих практик. З'ясовано, що найбільший попит у городян мають соціальні мережі та електронна пошта, найменший – блоги, форуми, відеочати; існує гендерна відмінність та вікові особливості в уподобаннях респондентів щодо різних способів інтернет-комунікації.

Ключові слова: *Інтернет, інтернет-комунікація, комунікативні мережеві практики, місто, соціокультурне середовище.*

У сучасній Україні, за умов швидкого розповсюдження новітніх телекомунікаційних технологій, неможливо не враховувати не тільки самого факту існування інтернет-простору, а і його впливу на всі сфери суспільного життя, включаючи комунікаційну. Зарубіжні й українські науковці зараховують Інтернет до найбільш потужних засобів масової інформації, а інтернет-комунікацію вважають фактором, який суттєво впливає на формування ціннісних орієнтацій окремої особистості, соціальних груп і суспільства загалом. Також варто зауважити, що інтернет-простір необхідно розглядати як складову соціально-культурного простору окремої країни, окремого регіону, міста, закладу освіти чи культури. Сьогодні, за умов реалізації державної політики децентралізації, автору статті видається актуальним досліджувати проблему ролі інтернет-комунікації у формуванні міського соціокультурного простору.

Проблемі інтернет-комунікації присвячено достатньо наукових праць представників різних галузей вітчизняної науки, у тому числі соціології, в яких висвітлено різні аспекти цієї теми. Автор статті, не претендуючи на повноту аналізу, звертає увагу на ті наукові розробки, що викликали інтерес у зв'язку з темою власного дослідження, насамперед, на дисертаційні роботи.

Особливості формування віртосоціальних відносин і практик, як основи інституціалізації Інтернету розкрито в дисертації Л. С. Черноус [23]. Я. О. Горбенко, досліджуючи наукові комунікації, зазначає, що мережева форма комунікації набуває нового еволюційного етапу з розвитком інтернет-середовища [4]. С. М. Коноплицький вивчав соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет [10], О. Б. Буданова – особливості політичної комунікації в інтернет-просторі [3], Н. В. Коритнікова – інтернет-пред-

ставництво як комунікативний ресурс державного управління [11]. О. І. Горошко – гендерні аспекти інтернет-комунікації і, розробивши концепцію нової гендерної моделі, яка виникає в інтернет-комунікації, описала її вплив на розвиток гендерних відносин в Україні [5].

Актуальні питання функціонування інтернет-комунікації в сучасному суспільстві порушено у дисертаціях представників філософії та психології. У дисертації О. О. Сотникової «Гра та комунікація в соціальній віртуальній реальності» сформульовано основні принципи комунікативних практик суб'єкта в соціальній віртуальній реальності (інтертекстуальність, анонімність, ігри з ідентичностями), а також доведено, що основною стратегією комунікативних практик в Інтернеті є іронія [19]. У роботі Є. В. Уханова мережеву комунікацію розглянуто як фактор, який конструює соціальну віртуальну реальність та є основоположним принципом самовизначення індивіда в мережевих комунікаціях [21]. В. М. Фатунова розглядає інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку комунікативного потенціалу особистості [22], Т. В. Карабин вивчала вплив особливостей спілкування в мережі Інтернет на процес соціалізації студентської молоді [7].

Варто звернути увагу на фахові наукові публікації з проблематики інтернет-комунікації. Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу досліджували М. Сидоров та Д. Табаков [17], особливості комунікації в Інтернеті – В. Слободян [18], комунікативний процес і мовну ситуацію в Інтернеті – І. В. Девтеров [6], блог та e-mail як жанри інтернет-комунікації – О. Ю. Коваленко [9]. Інтернет-комунікаціям, кіберкультурі та віртуальній реальності присвячено навчально-методичний посібник С. А. Літінського [13].

Дослідження соціокультурного середовища здійснюється в площині філософії, культурології, соціології та інших гуманітарних дисциплін. Про роль соціокультурного середовища в розвитку особистості йдеться в науковій статті О. В. Новосьолова [16], у модернізації сучасного українського міста – Л. В. Афанасьєвої [1], яка також проаналізувала дослідження соціокультурного простору та його окремих елементів у зарубіжній соціології [1, с. 71]. Р. П. Шульга вивчала соціокультурне середовище як простір ідентичностей та ідентифікацій [24]. Російський науковець Н. А. Костко вивчала соціальну активність городян як ресурс розвитку соціокультурного простору міста [12].

Проблема ролі інтернет-комунікації у формуванні й розвитку соціокультурного середовища є недостатньо розробленою. На думку автора статті, її вивчення потребує соціологічного підходу.

Мета статті – виклад основного матеріалу дослідження, проведеного Центром соціологічних досліджень Чорноморського національного університету імені Петра Могили (далі – ЦСД ЧНУ ім. П. Могили), у межах наукового проекту кафедри соціології «Ефективне функціонування та

розвиток регіонального соціокультурного середовища в умовах децентралізації як запорука національної безпеки України» (керівник проекту – професор І. А. Мейжис, відповідальний виконавець – доцент Л. В. Калашнікова) з метою визначення ролі інтернет-комунікації у формуванні й розвитку соціокультурного середовища міста.

Теоретичною базою дослідження є класичні праці зарубіжних науковців М. Кастельса, Е. Тоффлера, Ж. Бодріяра, Н. Лумана, Г. М. Маклуена. У книзі Мануеля Кастельса «Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства» привертають увагу такі твердження: характер використання Інтернету як глобальної мережі комунікації визначається людською діяльністю в конкретних історичних умовах [8, с. 20]; для розвитку Інтернет-мережі значення має «географія» (регіональний фактор), що продемонстрував М. Кастельс на прикладі великих міст, окремих регіонів та особливостей життя в конкретному населеному пункті [8, с. 21]; головними творцями Інтернет-мережі є її користувачі, які пристосовують мережу до своїх потреб та своєї системи цінностей [8, с. 44]. М. Кастельс продемонстрував у своїй роботі можливості кількісного виміру Інтернету (споживачі, контент, розташування), що може слугувати основою для побудови програми емпіричного соціологічного дослідження інтернет-комунікації.

Елвін Тоффлер, характеризуючи «третю хвилю» розвитку цивілізації та роль засобів масової комунікації в цьому процесі, стверджував, що, поперше, для цього етапу цивілізаційного розвитку характерними є позбавлення «стандартизації, синхронізації та централізації»; по-друге, саме «комп'ютери й засоби масової комунікації спроможні допомогти нам у створенні спільності», «дають нам змогу за допомогою електроніки демонструвати свій образ світу»; по-третє, демасифікація ЗМІ призводить до «підвищеного усвідомлення власної індивідуальності», «кристалізації сутто особистісних якостей», «дає кожному з нас більш складний образ себе» [20].

Протилежну думку висловлював Ж. Бодріяр. Він вважав, що масмедіа – «це не просто сукупність технічних засобів для розповсюдження змісту інформації, це нав'язування моделей» [2]. Німецький соціолог Н. Луман пропонував залишити відкритим питання щодо того, чи може комп'ютер бути більш ефективним, ніж людина, у здійсненні комунікаційної дії; чи можна роботу на комп'ютері або гру на ньому вважати комунікацією; але зауважував, що саме «нові медіа двадцатого століття ще раз суттєво розширили планетарно-масштабні можливості комунікації» [14, с. 144]. Герберт Маршалл Маклуен звертав увагу як на негативні, так і на позитивні наслідки впливу на людей будь-якого засобу комунікації: на його думку, автоматизація «створює для людей ролі» і тим самим сприяє поглибленню їх зв'язків [15].

У ході опрацювання понятійного апарату дослідження дійшли висновку, що найбільш точно визначає сутність комунікації через Інтернет-мережу за допомогою телекомунікаційних засобів поняття «інтернет-комунікація», яке використовували більшість згаданих науковців (О. І. Горошко, С. М. Коноплицький, Н. В. Коритнікова, С. А. Літінський, В. Слободян) [5; 10; 11; 13; 18]. Науковці М. Сидоров і Д. Табаков використовують терміни «комп'ютерноопосередкована комунікація» та «кіберкомунікація» [17, с. 122], Я. О. Горбенко і Є. В. Уханов – «мережеві комунікації» і «мережева форма комунікації» [4; 21]; О. Ю. Коваленко – «електронна комунікація» [9]; О. О. Сотникова – «комунікативні практики в Інтернеті» [19].

Стосовно сутності поняття «соціокультурне середовище міста» взяли за основу визначення Л. В. Афанасьєвої: «це синтез соціальної та культурної сфер життєдіяльності міської спільноти; сукупність суспільних, матеріальних і духовних умов існування городян» [1, с. 73]. Соціокультурне середовище має особливі компоненти структури, серед яких науковці виділяють: просторово-семантичний, символічний, змістовний, комунікативний та організаційний [16].

Емпіричну базу дослідження становлять матеріали соціологічного дослідження, проведеного ЦСД ЧНУ ім. П. Могили в лютому 2017 р. (за участю автора статті й студентки-випускниці бакалаврату Ю. Волкової), завданнями якого, поряд з іншими, було виявлення мотивації звернення до Інтернет-ресурсів та ступеня залученості мешканців м. Миколаєва до різних комунікативних мережевих практик як комунікативного компонента соціокультурного середовища м. Миколаєва. Методи дослідження: анкетне опитування (Омнібус), вторинний аналіз первинної соціологічної інформації. Анкетне опитування проведено за вибіркою, багатоступеневою, районованою, власне ймовірнісною, квотною; репрезентативною за віком, а також за статтю та місцем проживання респондентів; опитано 400 осіб – представників дорослого населення м. Миколаєва (з 18 років).

Одновимірний розподіл даних опитування дав змогу виявити уподобання городян стосовно різних способів інтернет-комунікації та частоти їх використання. Найбільш популярними виявилися соціальні мережі: 40,8% респондентів використовують їх щоденно; 16,3% – раз на тиждень. Другу позицію за частотою використання посідає електронна пошта, послугами якої 24,5% опитаних користуються щоденно; 19,3 – раз на тиждень. Найменший попит мають такі способи інтернет-комунікації, як блоги та форуми (57,8% респондентів ніколи їх не використовували), а також відеочати, до яких не зверталися 55,3% опитаних городян.

Двовимірний розподіл даних за статтю виявив, що жінки більш активно користуються соціальними мережами, ніж чоловіки: серед тих, хто обрав відповідь «щоденно», – 58,3% жінок і 41,7% чоловіків. Майже однаковою мірою респонденти обох статей представлені у варіанті відповіді сто-

совно щоденного користування електронною поштою: 51% чоловіків і 49% жінок. Серед респондентів, які відповіли, що не користуються такими способами інтернет-комунікації, як блоги, форуми, відеочати, більше жінок, ніж чоловіків (відповідно 56,7% і 43,3%; 57,9% і 42,1%).

Чому саме соціальні мережі активніше за інші способи інтернет-комунікації використовують мешканці м. Миколаєва, з'ясували, проаналізувавши відповідь респондентів на запитання щодо мети звернення до Інтернет-ресурсів (мотиваційна складова мережевих комунікативних практик). Так, 13,6% опитаних обрали варіант відповіді «ознайомлення з новинами, поточною інформацією», 13,1% – «шукаю інформацію за темами, що мене цікавлять». Знайшли підтвердження й дані про уподобання городян щодо електронної пошти: 9,5% відповіли, що зазвичай звертаються до Інтернет-мережі саме із цією метою. Третю позицію посідає варіант відповіді «знаходжу й слухаю/переписую музику, фільми» (9,0%) (табл. 1).

Таблиця 1

**Результати опитування щодо мети звернення до Інтернету
(одновимірний розподіл, %)**

З якою метою Ви зазвичай використовуєте Інтернет?	%
1. Ознайомлення з новинами, поточною інформацією	13,6
2. Пошук інформації для навчання/підвищення кваліфікації	6,4
3. Просто блукаю по мережі	4,8
4. Спілкуюся в чатах, ICQ, соціальних мережах	6,9
5. Беру участь у форумах, онлайн-конференціях	1,8
6. Користуюсь електронною поштою	9,5
7. Читаю книги	4,9
8. Шукаю інформацію за темами, що мене цікавлять (кулінарія, спорт, автомобілі тощо)	13,1
9. Шукаю інформацію щодо працевлаштування	3,2
10. Знаходжу й слухаю/переписую музику, фільми	9,0
11. Граю в комп'ютерні онлайн-ігри	4,0
12. Шукаю однодумців, партнерів	1,9
13. Спілкуюся за допомогою Skype, Sipnet тощо	8,0
14. Шукаю/купую товари, послуги	7,3
15. Працюю (створюю сайти на замовлення, поширюю рекламу тощо)	1,8
16. Відвідую сайти державних, громадських структур	2,7
17. Інше	1,1

Аналіз отриманих даних за статтю свідчить, що жінки-респонденти дещо більшою мірою, ніж чоловіки, звертаються до Інтернету без будь-якої мети (55,2% проти 44,8%), а також з метою пошуку інформації для навчання й підвищення кваліфікації (54,5% проти 45,5%); ознайомлення з новинами та поточною інформацією (53,3% проти 46,7%). Водночас опитані чоловіки набагато активніше грають у комп'ютерні онлайн-ігри (75% проти 25%); спілкуються за допомогою Skype, Sipnet (75% проти 25%); шукають однодумців, партнерів (75% проти 25%).

Двовимірний розподіл даних опитування городян за віком виявив таку тенденцію. Найбільш активними учасниками інтернет-комунікації є респонденти віком 30–45 років. Так, відсоток їх відповідей у варіантах «участь у форумах, онлайн-конференціях», «користування електронною поштою» становить по 77,8; у варіантах «читаю книги» і «шукаю інформацію за темами, що мене цікавлять» – по 71,4; «шукаю інформацію щодо працевлаштування» – 66,7. Перевага респондентів віком 18–29 років була виявлена за такими варіантами відповіді: «шукаю/кую товари, послуги» (66,7%), «спілкуюся в чатах, ICQ, соціальних мережах» (52,2%). Респонденти вікової категорії 60 років і старше найменш задіяні в здійсненні комунікаційної діяльності через мережеві ресурси (8,2% звертаються до Інтернету як джерела новин), що можна пояснити як їх фінансовою неспроможністю, так і прагненням використовувати традиційні, а не віртуальні форми комунікації.

Висновки. За результатами теоретичного дослідження проблематики інтернет-комунікації зроблено висновок щодо необхідності соціологічного підходу до визначення місця й ролі інтернет-комунікації у формуванні та розвитку соціокультурного середовища міста. За результатами емпіричного дослідження з'ясовано, що найбільшим попитом у городян користуються соціальні мережі та електронна пошта, найменшим – блоги, форуми, відеочати. Жінки більш активно користуються соціальними мережами, ніж чоловіки, але практично однаково з ними – електронною поштою. Серед тих, хто взагалі не користується такими способами інтернет-комунікації, як блоги, форуми, відеочати, більше жінок, ніж чоловіків.

Виявлена гендерна відмінність і в мотиваційній складовій звернення до різних форм інтернет-комунікації. Жінки-респонденти більшою мірою, ніж чоловіки, звертаються до Інтернету з метою пошуку інформації для навчання й підвищення кваліфікації, для ознайомлення з новинами та поточною інформацією. Респонденти-чоловіки віддають перевагу комп'ютерним онлайн-іграм, спілкуванню за допомогою Skype і Sipnet, пошукам однопартнерів і партнерів. Було з'ясовано, що активно використовують форми комунікації, опосередковані комп'ютером, респонденти працездатного віку (18–45 років), причому респонденти 18–29 років віддають перевагу спілкуванню в соціальних мережах і чатах, а 30–45-річні, крім соціальних мереж, ще електронній пошті, онлайн-конференціям, форумам; респонденти ж 60 років і старше віддають перевагу традиційним комунікаційним практикам.

Дослідження місця й ролі інтернет-комунікації у формуванні та розвитку соціокультурного середовища міста на емпіричному рівні продовжується в межах реалізації вищеназваного проекту кафедри соціології у співпраці з міськими органами влади та громадськістю міста.

Список використаної літератури

1. Афанасьєва Л. В. Роль соціокультурного середовища в модернізації сучасного українського міста. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Серія: Соціологія.* 2014. Т. 234. Вип. 222. С. 70–74. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdusoc_2014_234_222_16.
2. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа. URL: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bodr/Rekviem.php.
3. Буданова О. Б. Політична комунікація в інтернет-просторі: український контекст : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.01. Харків, 2015. 20 с.
4. Горбенко Я. О. Наукові комунікації в сучасному українському суспільстві : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04. Харків, 2010. 20 с.
5. Горошко О. І. Гендерні аспекти інтернет-комунікацій : автореф. дис. ... д-ра соц. наук : 22.00.04. Харків, 2010. 33 с.
6. Девтеров І. В. Комунікативний процес і мовна ситуація в Інтернеті. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-11469.html>.
7. Карабин Т. В. Вплив особливостей спілкування в мережі Internet на процес соціалізації студентської молоді : авт. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. Київ, 2005. 20 с.
8. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева ; под ред. В. Харитонов. Екатеринбург, 2004. 328 с.
9. Коваленко О. Ю. Блог та e-mail як жанр інтернет-комунікації. Лінгвістичні особливості реалізації комунікативних стратегій. URL: [epository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14872/1/Коваленко%20статья%20.pdf](http://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14872/1/Коваленко%20статья%20.pdf).
10. Коноплицький С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: фемінологічний аналіз : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.01. Київ, 2007. 20 с.
11. Коритнікова Н. В. Інтернет-представництво як комунікативний ресурс державного управління : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.01. Харків, 2008. 20 с.
12. Костко Н. А. Социальная активность горожан как ресурс в управлении развитием города. *Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования.* 2016. Т. 2. № 1. URL: https://vestnik.utmn.ru/upload/iblock/57b/056_071.pdf.
13. Літінський С. А. Інтернет-комунікації, кіберкультура та віртуальна реальність : навч.-метод. посіб. для студ. соц. фак-ту. Харків, 2011. 52 с.
14. Луман Н. Общество общества. Часть 2. Медиакоммуникации / пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. Москва, 2005. 280 с.
15. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. Москва, 2003. 464 с.
16. Новосьолов О. В. Соціокультурне середовище і розвиток особистості. *Педагогічний дискурс.* 2011. Вип. 10. С. 363–367. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/peddysk_2011_10_91.
17. Сидоров М., Табаков Д. Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/59836/12-Sidorov.pdf?sequence=1>.
18. Слободян В. Особливості комунікацій в Інтернеті. *Наукові записки. Серія «Культурологія».* 2013. Вип. 12. С. 259.
19. Сотникова О. О. Гра та комунікація в соціальній віртуальній реальності : автореф. дис. ... канд. філософ. наук : 09.00.03. Харків, 2005. 17 с.
20. Тоффлер Э. Третья волна. Москва, 1999. 263 с.
21. Уханов Є. В. Мережеві комунікації та соціальне самовизначення індивіда : автореф. дис. ... канд. філософ. наук : 09.00.03. Харків, 2010. 18 с.

22. Фатурова В. М. Інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку комунікативного потенціалу особистості : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Київ, 2004. 20 с.

23. Черноус Л. С. Інституціоналізація Інтернет у сучасному українському суспільстві : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04. Запоріжжя, 2011. 20 с.

24. Шульга Р. П. Соціокультурне середовище як простір ідентичностей та ідентифікацій. *Соціокультурні ідентичності та практики* / за ред. А. Ручки. Київ, 2002. С. 124–141.

Стаття надійшла до редакції 15.06.2017.

Иванова И. Ф. Роль интернет-коммуникации в формировании социокультурной среды города

В статье интернет-коммуникация рассматривается как коммуникативный компонент социокультурной среды города; изложены результаты анализа теоретического наследия классиков информационного общества; результаты эмпирического исследования, которое было проведено кафедрой социологии Черноморского национального университета имени Петра Могилы с целью выявления степени включенности жителей г. Николаева в сетевые коммуникативные практики. Выявлено, что наибольшей популярностью у горожан пользуются социальные сети и электронная почта, менее популярны – блоги, форумы, видеочаты; существуют гендерные отличия и возрастные особенности в предпочтениях респондентов по отношению к разным видам интернет-коммуникации.

Ключевые слова: Интернет, интернет-коммуникация, коммуникативные сетевые практики, социокультурная среда.

Ivanova I. The Role of Internet Communication in the Formation of Urban Socio-Cultural Environment

Enough scientific works of representatives of various sectors of Ukrainian science are devoted to the problem of Internet communication, research of the socio-cultural environment is also carried out in the plane of many human sciences, but only sociology allows us to explore the social essence of these phenomena and their significance for the development of society.

The article considers Internet communication (communication via the Internet network with the help of telecommunications facilities) as a communicative component of the structure of the socio-cultural environment of the city, the socio-cultural environment – as a synthesis of the social and cultural spheres of the urban community; A set of social, material and spiritual conditions for the existence of citizens.

The results of the analysis of the theoretical heritage of the information society classics (foreign scientists M. Castells, E. Toffler, J. Baudrillard, N. Luhmann, G. McLuhan) present the features of using the Internet, the possibilities of its quantitative measurement, the negative and positive impact of Internet communication on the formation socio-cultural environment of the city and also analysis of Ukrainian dissertational research and scientific publications are devoted to various aspects of the Internet communication problem (gender, the importance of political communication in the network, the genres of Internet communication, etc.).

The article contains the results of an empirical sociological study conducted by the Center for Sociological Studies of the Petro Mohyla Black Sea National University within the framework of the scientific project of the Department of Sociology «Effective functioning and development of the regional socio-cultural environment in the context of decentralization as a guarantee of Ukraine's national security» (project leader: Professor I.A. Meizhis, the responsible performer is associate professor L.V. Kalashnikova). Purpose: to identify the

degree of involvement of the inhabitants of Mykolaiv in communicative network practices. Research methods: questionnaire (Omnibus), secondary analysis of primary sociological information. The questionnaire was conducted on a sample, multistage, zoned, probabilistic, quota; Representative by age, as well as by sex and place of the respondents residence, 400 people were interviewed – representatives of the adult population of the city of Mykolaev (from the age of 18).

According to the results of the research, it is established that social networks and e-mails are the most popular among citizens. Blogs, forums, video chats is least popular. Social networks are more actively used by women than men, but e-mail is used the same by both. Among those who do not use Internet communication at all, such as blogs, forums, video chat, are more women than men.

A gender difference was found in the motivational component of the addressing to various forms of Internet communication. Women respondents are more likely access to the Internet in order to find information for training and further training, to learn about news and current information than men. Interviewed men much more actively play online computer games, communicate via Skype and Sipnet, look for like-minded people and partners.

It was revealed that active using computer communication forms, respondents of working age (18–45 years old), respondents aged 18–29 prefer to communicate in social networks and messengers. 30–45 years old use not only social networks but also e-mail, online conferences and forums. Respondents of the age category of 60 years and older are least involved in the implementation of communication activities through network resources (a small percentage refers to the Internet as a source of news), which can be explained both by their financial fragility and by the desire to use rather traditional than virtual forms of communication.

Key words: *Internet, internet communication, network communication practices, city, socio-cultural environment.*