

УДК 316.77:004.77](091)

**Швець А. П.**

здобувач I курсу третього освітнього ступеня

«доктор філософії» спеціальності 052 «Політологія»,

кафедра політології та філософії

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка,

вул. Огієнка, 61, м. Кам'янець-Подільський, 32301, Україна

E-mail: shvetsap93@gmail.com

ORCID ID: <http://orcid.org/0009-0006-7137-2954>

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-5206.2024.38.18>

## СОЦІАЛЬНІ МЕДІА: ВИТОКИ ТА ЕВОЛЮЦІЯ

Розвиток цифрового суспільства безпосередньо пов'язаний із розвитком соціальних медіа, оскільки вони перетворилися на основне джерело отримання та поширення інформації. Від часу своєї появи вони перетворилися на потужний інструмент політичної комунікації, впливаючи на формування громадської думки, мобілізацію громадськості та політичні рухи, а також на процеси демократизації у сучасній державі. Мета статті полягає у розкритті та характеристиці основних етапів розвитку соціальних медіа. Визначена мета потребує висвітлення передумов виникнення соціальних медіа, визначення та характеристики етапів їх розвитку. Результати дослідження засвідчили, що з моменту виникнення соціальні медіа зазнали значної еволюції, перетворившись на невід'ємний складник життя сучасного суспільства. Початок історії соціальних медіа пов'язаний із появою перших комерційних онлайн-сервісів, таких як CompuServe, та систем електронних дошок оголошень (BBS). Перші ж власне соціальні мережі з'являються наприкінці 1990-х, зокрема Six Degrees, що дало змогу користувачам створювати профілі, додавати друзів та вести особисті блоги. Із розширенням використання можливостей Інтернету у 2000-х роках значно зростає кількість соціальних мереж і платформ, серед них – Friendster, MySpace, LinkedIn, Facebook, YouTube та Twitter. Водночас суттєво змінюється й спосіб спілкування та обміну інформацією. У 2010-х роках з'явилися нові платформи (Instagram, TikTok та ін.), які фокусуються на обміні візуальним контентом та інтерактивності. Соціальні медіа тепер є невід'ємною частиною повсякденного життя, впливають на особисте спілкування, інші медійні ресурси, бізнес, політику тощо. Сьогодні вони продовжують розвиватися, інтегруючи дедалі новіші технології, зокрема штучний інтелект та доповнену реальність, залишаючись динамічним і впливовим елементом сучасного суспільства.

**Ключові слова:** соціальні медіа, соціальні мережі, додатки, цифрові платформи.

**Постановка проблеми.** Соціальні медіа стали невід'ємною частиною сучасного суспільства, трансформуючи спосіб, у який люди спілкуються, отримують інформацію та взаємодіють один з одним. Із потужним розвитком Інтернету вони отримали нове розкриття у соціальних мережах, вебсторінках, чатах та платформах для обговорення, доступ до великої кількості інформації з різних сфер, які заповнили весь інфопростір. Водночас походження та розвиток соціальних медіа є складним і багатограним процесом, що заслуговує на глибокий аналіз. Виникають питання щодо їх витоків, еволюції, впливу на політику та суспільство.

**Аналіз наявних досліджень.** Розкриттю поняття «соціальні медіа» присвятили свої дослідження Д. Бойд, С. Бондаренко, Д. Бургес, Б. Вахула, З. Григо-

рова, Й. Йанг, А. Каплан, В. Каплуненко, Дж. Кіцман, Л. Люндемарк, Х. Марджетс, Д. Марті, С. Міранда, Т. Поель, П. Спаньйолеті, М. Хаєнлеїн, І. Чирак, Л. Шлагвайн.

Проблематиці витоків соціальних медіа приділяли увагу українські та зарубіжні науковці, зокрема В. Гандзюк, М. Кириленко, Г. Коваль, В. Маленік, М. Маранчак, В. Мироненко та ін.

Інноваційні тенденції та розвиток комунікацій у соціальних медіа розкрито у працях Е. Зіліотті, В. Конончука, О. Крупського, А. Куліша, А. Питомця, Н. Ржевської, Е. Вуландарі, М. Саврук, К. Співака, Д. Хілько, Ю. Цвятко, О. Шершньової.

Сучасним викликам та впливу на інформаційний простір в Україні присвятили свої наукові розвідки О. Зінченко, О. Карпанець, Д. Кусія та С. Яремчук.

**Мета дослідження** полягає у розкритті та характеристиці основних етапів розвитку соціальних медіа. Визначена мета потребує виконання таких **завдань**: розкрити передумови виникнення соціальних медіа; визначити та охарактеризувати етапи їх розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** У загальному медіа поділяються на старі (традиційні) та нові. Традиційними є засоби масової інформації, які домінували в медіапросторі до початку інформаційної ери. Прикладами таких медіа є друковані газети та журнали, телевізійні програми, радіопередачі тощо. До нових зараховують сукупність технологій в Інтернеті, які дають змогу користувачам взаємодіяти один з одним.

Традиційні медіа мають доволі цікаву історію. Першим прототипом газети вважають публікації повідомлень на табличках, названих *Acta Diurna* (щоденні акти), запроваджених Юлієм Цезарем у Давньому Римі. Такі таблички містили інформацією щодо політичних та соціальних подій, зокрема діяльності сенату, судових процесів та життя імператорської родини, а також повідомлення-звіти намісників, звернення іноземних правителів тощо (*Acta Diurna*, 2014).

У Китаї також існували подібні бюлетені або газети, зокрема імператорські вісті (дібао), котрі містили накази та оголошення уряду, що розповсюджувалися серед вищих чиновників та службовців. Офіційні повідомлення чи копії імператорських декретів становили зміст китайських газет у часи правління Танської династії (618–907 р. н. е.). Ураховуючи, що більшість підданих були неосвіченими, спеціально вивішувалися ілюстровані новини (Antofichuk & Hrynivskyi, 2008, p. 8).

В Імперії Чосон (Корея) в XV ст. офіційні урядові повідомлення та бюлетені розповсюджували серед чиновників та інтелігенції.

У Середньовічній Європі (XIII–XIV ст.) часто поширювалися рукописні новинні листки, що містили новини з різних регіонів, зокрема про війни, подорожі або торгові угоди. Найбільш уживаними словами в назвах перших газет були «відомості», «вісник», «меркурій», «куранти», «герольд» тощо. У них часто змінювалися назва й місце видання, а прізвище видавця зазвичай не вказувалося (Zhilenko, 2010, p. 172).

Ще один предок сучасних газет з'явився у Венеції у 1566 р. Це були вісті або бюлетені, що також писалися від руки та зосереджувалися на політиці й військових конфліктах. Відсутність друкарських технологій значно обмежувала їх тиражування (*History of newspapers*, 2022). Уряд Венеції вперше опубліку-

вав щомісячний журнал «Письмові повідомлення», екземпляр якого коштував одну тогочасну венеціанську монету, що називалась «газетта» (Antofichuk & Hrynivskiy, 2008, p. 13). Перші ж газети з'явилися у Європі в XVII ст. А англійці були одними з перших, хто почав розміщувати у них рекламу.

Епоха популярності газет починає закінчуватися з розвитком радіо, що зумовило певний спад друкарства. Достеменно відомо, що 2 червня 1896 р. радіо було запатентоване італійським інженером Гульєльмо Марконі, хоча його відкриття також пов'язують із Ніколою Теслою.

У 1950-х роках найпопулярнішим засобом поширення та отримання інформації стає телебачення. Ще з XIX ст. вчені працювали над технічним розробленням телебачення. Ключовими розробниками стали Карл Браун та Пол Ніпкоу, розробивши механічне та електронне телебачення. Історія телебачення України розпочалася у 1925 році., коли фізики-експериментатору Борисові Грабовському вдалося зробити першу в цілому світі телевізійну передачу.

Медіа є новим терміном, що походить від латинського *medium* – «посередник, середина». Сучасні медіа перетворилися на того самого посередника, що передає інформацію від однієї сторони до іншої. Поняття «медіа» містить у собі такі засоби комунікації для передачі інформаційного повідомлення, як текст, музика та зображення (Malys, 2019).

Перша половина XX ст. ознаменувалася появою таких засобів зв'язку, як радіо та телебачення, які стали першими кроками до глобального інформаційного обміну. Проте завдячувати еволюції соціальних медіа варто розвитку Інтернету.

У 1969 р. у Каліфорнійському університеті в Лос-Анджелесі завдяки комп'ютеру Honeywell 516 відбулося перше з'єднання та передача даних, відтоді дослідження не припиняли. Із 1984 р. Всесвітня павутина набула популярності.

Проте соціальні медіа як мережа для комунікацій зародилися ще в середині 1960-х років. Сам термін «соціальна мережа» був уведений ще в 1951 р. Джеймсом Барнсом. Згідно з І. Чирак, соціальною мережею є соціальною структурою, створеною індивідами чи організаціями в мережі Інтернет, що відображає різноманітні зв'язки між ними через різні форми соціальних взаємин, починаючи з випадкових знайомств і закінчуючи родинними зв'язками чи партнерськими відносинами. Люди спілкуються в Інтернеті, розміщуючи інформацію та зображення, залишаючи коментарі чи надсилаючи повідомлення. Учасники можуть розширити свої особисті чи ділові контакти, зв'язавшись з іншими користувачами на вебсайтах соціальних мереж або в додатках (Chirak, 2023, с. 28).

Нові соціальні медіа пройшли довгий шлях розвитку, який можна поділити на кілька етапів:

1) **1960-ті – 1980-ті роки** – розроблення перших сервісів для спілкування. У 1978 р. поширеною системою були BBS (Bulletin Board Systems) – електронні дошки оголошень, які давали змогу користувачам підключатися до сервера та обмінюватися повідомленнями, файлами, а також брати участь у дискусіях.

Роком пізніше набула популярності служба CompuServe, яка забезпечила можливості електронної пошти та технічну підтримку користувачам персональних комп'ютерів. Вона стала першою онлайн-службою, яка запропонувала онлайн-чат у реальному часі за допомогою CB Simulator. До 1982 р. компанія сформувала відділ мережевих послуг задля забезпечення корпоративних клієнтів можливістю користування глобальною мережею (CompuServe). У 1986 р.

CompuServe вийшов на міжнародну арену, а з 1989 р. компанія вийшла на європейський ринок.

Із зародженням перших електронних пошт та можливістю спілкування на відстані вплив на комунікацію між користувачами став досить відчутним, що спричинило значний ріст попиту на платформи та активізацію розроблень у сфері медіа.

2) **1990-ті роки** – поява перших віртуальних спільнот. Перші соціальні медіа-спільноти почали з'являтися у 1990-х роках. Більшість із них діє й сьогодні. Термін «віртуальна спільнота» вперше вжив у своїй публікації для Electronic Cafe Джин Янгблад, опублікованій у 1986 р. А вже в 1993 році Г. Рейнгольд під віртуальними спільнотами пропонує розуміти соціальні угруповання, що з'являються в Мережі для публічних дискусій та формування особистих стосунків у кіберпросторі (Rheingold, 2023).

Найвідомішою мережею 1990-х років стала перша соціальна мережа – Classmates.com, заснована у 1995 р. Вона дала змогу користувачам знаходити своїх колишніх однокласників та спілкуватися з ними в Інтернеті (Lensky, 2023). У 1996 р. ізраїльська компанія Mirabilis розробила програму миттєвого обміну повідомлень – ICQ. За схожим зразком діяла мережа Six Degrees, заснована у 1997 р. У тому ж році була запущена створена Марком Флетчером безкоштовна служба списку розсилки ONElist, що становила колекцію адрес електронної пошти для розсилки рекламних акцій і пропозицій, запрошень та інформаційних бюлетенів, а також різної бізнес-інформації (Proferes et al., 2021). Із часом вона об'єдналася з eGroups.

Наступницею ONElist стала мережа Evite – цифрова платформа для створення та надсилання онлайн-запрошень на заходи, що була заснована у 1998 р. Вона швидко здобула популярність завдяки зручності використання та можливості організувати заходи онлайн, запрошуючи гостей через електронну пошту.

Зазначені платформи розкрили масштабний потенціал медіа і дали змогу користувачам не лише створювати та підтримувати соціальні зв'язки, а й стали місцем для пошуку та обміну інформацією, створення контенту та формування спільнот за інтересами.

3) **2000-ті роки** – популярність соціальних мереж. Однією з перших соціальних мереж, що набула широкої популярності, стала Friendster, заснована Адамом Абрамсом. Вона була запущена у 2002 р. та отримала значну популярність в азіатських та тихоокеанських країнах. Friendster стала першою соціальною мережею, що дала змогу користувачам створювати профілі, додавати друзів та спілкуватися з ними (Lensky, 2023). У 2003 р. її конкурентом стала мережа MySpace, що набула значної популярності серед молоді завдяки можливостям персоналізувати свої профілі та ділитися музикою. У тому ж році з'явилася мережа LinkedIn для професійного спілкування та налагодження ділових контактів.

Однією з найвідоміших соціальних мереж став Facebook, запущений у 2004 р. Марком Цукербергом. У світі Facebook став доступним через два роки, швидко перетворившись на одну з найпопулярніших соціальних мереж. Вона дала змогу користувачам спілкуватися, обмінюватися фотографіями та відео, створювати групи та заходи.

У 2005 р. була заснована платформа Reddit, завдяки якій користувачі отримали можливість поширювати інформацію, ділитися досвідом, розповідати свої історії та обговорювати їх (Proferes et al., 2021).

У лютому 2005 р. з'являється заснований С. Ченом та Д. Карімом сервіс YouTube, який уже у жовтні 2006 р. був придбаний компанією Google. YouTube є платформою для обміну відео, що швидко набула популярності та стала однією з найважливіших соціальних медіа. Як стверджує В. Младенов, відвідувачі YouTube переглядають близько 6 млрд годин відео щомісяця, що перетворює його фактично на другу за величиною пошукову систему в світі після Google (Ranktracker, 2022).

2006 р. Д. Дорсі, Н. Глассом, Б. Стоуном та Е. Вільямсом був створений Twitter. Дж. Дорсі запропонував ідею створення платформи мікроблогінгу, де користувачі могли б надсилати короткі повідомлення, або «твіти». Користувачі Twitter можуть читати та писати короткі повідомлення до 280 символів, упорядковані за хештегами. Уже за п'ять років після створення у світі існувало понад 175 млн облікових записів Twitter, що перетворило її на одну з найпопулярніших платформ (Anger & Kittl, 2011)

2000-ті роки стали періодом стрімкого зростання популярності соціальних мереж у світі. Поява та розвиток соціальних платформ кардинально змінили спосіб комунікації та взаємодії між людьми, надавши нові можливості для спілкування, обговорення, бізнесу та громадської активності. Цей період заклав основу для подальшого розвитку соціальних мереж та їхнього впливу на сучасне суспільство.

2009 р. Я. Кум створив безкоштовний онлайн-месенджер WhatsApp, за допомогою якого користувачі могли надсилати текстові та голосові повідомлення на платформі, фото чи спілкуватися наживо за допомогою голосового чи відеочату (Zhuk, 2020).

4) **2010-ті – 2020-ті роки** – сучасні соціальні медіа. Цей період виявився справжньою епохою соціальних мереж. Twitter, Instagram, Telegram та багато інших є сьогодні провідними додатками з обміну інформацією.

У 2010 р. широку популярність отримав заснований Кевіном Систромом і Майком Крігером Instagram – платформа для обміну фотографіями та відео, що стала популярною завдяки своїм фільтрам та можливості слідкувати за зірками. У 2012 р. Instagram був придбаний компанією Facebook за 1 млрд доларів та сьогодні має понад мільярдну аудиторію користувачів.

У тому ж році була заснована платформа Pinterest, створена Беном Зільберманном, Полом Скіарром та Еваном Шарпом, яка передбачала поширення зображень та результатів власної творчості. Завдяки Pinterest користувачі змогли «закріплювати» фотографії, які вони знаходили в Інтернеті, і впорядковувати їх у тематичні колекції, такі, наприклад, як хобі, спорт, мода тощо (Gilbert, Bakhshi, Chang & Terveen, 2013, с. 2).

У 2013 р. Павлом та Миколою Дуровими була створена сьогодні найбільш популярна інформаційна мережа Telegram, що є безкоштовним месенджером для обміну текстовими повідомленнями, мультимедійними файлами, документами, фото, відео різного формату та іншими даними.

Справжнім відкриттям останніх років став TikTok – платформа для створення коротких відео, яка швидкими темпами набрала популярності серед молоді завдяки своїм можливостям у редагуванні та інтерактивним функціям. З'явившись у вересні 2016 р., вона спочатку існувала лише в межах китайського ринку під назвою Douyin, що належала компанії ByteDance. Водночас старта-

пери з Китаю створили подібний продукт Musical.ly та вивели його на глобальний ринок. ByteDance придбала Musical.ly у 2018 р., доповнивши її функціоналом із Douyin, та ребрендувала додаток у TikTok, розпочавши активне його просування на міжнародних ринках. Із часом до Тік-Току долучилися близько 30% населення планети, основна аудиторія якого віком від 12 до 24 років (Davydenko, 2022, с. 75).

Отже, проаналізовані додатки та платформи стали провідними в усьому світі, даючи змогу користувачам спілкуватися у будь-якій точці світу, впливаючи на громадську активність.

**Висновки.** Соціальні медіа від моменту свого виникнення зазнали значної еволюції та перетворилися на невід’ємну частину життя сучасного суспільства. Вони змінили способи отримання інформації, спілкування та взаємодії між людьми, суттєво вплинули на різні аспекти нашого життя, включаючи особисте спілкування, професійні зв’язки, політичну активність, маркетинг, розваги та культуру. Вони значною мірою посприяли глобалізації, демократизації інформації та розвитку нових форм соціальної взаємодії.

На нашу думку, у розвитку соціальних медіа можна визначити декілька головних етапів, зокрема: 1960–1980-ті роки – розроблення перших сервісів для спілкування: створення онлайн-спільнот, чатів, дошок оголошень та електронних пошт; 1990-ті роки – поява перших віртуальних спільнот: спілкування за допомогою Інтернету (текстові повідомлення), надсилання онлайн-запрошень, розсилки; 2000-ті роки – популярність соціальних мереж: створення власного облікового запису (аккаунту), пошук друзів, обміни повідомленнями різного формату, пошук новин, можливість надсилання фото та музики, інформаційні блоги та форуми, бізнес-комунікації; 2010–2020-ті роки – сучасні соціальні медіа: онлайн-чати, дзвінки, обмін файлами різного формату, додатки для творчості у фото- та відеоформатах.

Соціальні медіа продовжують розвиватися, інтегруючи все новіші технології, такі як штучний інтелект та доповнена реальність. Вони залишаються динамічним та впливовим елементом сучасного суспільства, що вимагає подальших досліджень щодо їхнього впливу та потенціалу.

## References [Список використаних джерел]

- About CompuServe. *CompuServe* [in English]. [About CompuServe. *CompuServe*. URL: <https://www.compuserve.com/home/about.jsp> (дата звернення: 26.07.24)].
- Acta Diurna (2014). National Library of Ukraine named after V. I. Vernadskyi [in Ukrainian]. [Acta Diurna. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://nbuv.gov.ua/node/1329> (дата звернення 10.08.24)].
- Anger, I., & Kittl, C. (2011). Measuring influence on Twitter. i-KNOW '11: proceedings of the 11th International Conference on Knowledge Management and Knowledge Technologies [in English]. [Anger I., Kittl C. Measuring influence on Twitter. i-KNOW '11: proceedings of the 11th International Conference on Knowledge Management and Knowledge Technologies. 2011. URL: [https://www.researchgate.net/publication/220866465\\_Measuring\\_influence\\_on\\_Twitter](https://www.researchgate.net/publication/220866465_Measuring_influence_on_Twitter) (дата звернення: 24.07.24)].
- Antofichuk, V., & Hrynivskyi, T. (2008). History of foreign journalism. Synopsis of lectures. Part one. Chernivtsi : Ruta [in Ukrainian]. [Антофійчук В., Гринівський Т. Історія зарубіжної журналістики. Конспект лекцій. Частина перша. Чернівці : Рута, 2008. 94 с. URL: [https://muzyka2014.files.wordpress.com/2014/05/konspekt\\_z\\_ist\\_zar\\_zh-ki.doc](https://muzyka2014.files.wordpress.com/2014/05/konspekt_z_ist_zar_zh-ki.doc) (дата звернення: 13.07.24)].
- Chirak, I. (2023). Economics of social media: a study guide for students of higher educational institutions III-IV levels of accreditation. Ternopil: WUNU [in Ukrainian]. [Чирак І. Економіка соціальних медіа : навчальний посібник. Тернопіль : ЗУНУ, 2023. 300 с.].
- Davydenko, A. (2022). TikTok: a platform for development or an «empire of degradation». Modern information technologies and innovative teaching methods in training specialists: materials of the 3rd All-Ukrainian scientific and practical conference with international participation. Odesa : South Ukrainian National

- Pedagogical University named after K. D. Ushinsky [in Ukrainian]. [Давиденко А. ТікТок: платформа для розвитку чи «імперія деградації». *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методи навчання в підготовці фахівців* : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю. Одеса : Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського, 2022. 75 с. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/15220/1/Naukovi%20studii%202022.pdf#page=75> (дата звернення: 13.07.24)].
- History of newspapers (2022). LibreTexts. Ukrayinska. [in Ukrainian]. [Історія газет. LibreTexts. Ukrayinska. URL: [https://ukrayinska.libretexts.org/Соціальні\\_науки/Комунікаційні\\_дослідження/Журналістика\\_та\\_масові\\_комунікації/Книга%3A\\_Масові\\_комунікації%2C\\_медіа\\_та\\_культура/04%3A\\_Газети/4.02%3A\\_Історія\\_газет](https://ukrayinska.libretexts.org/Соціальні_науки/Комунікаційні_дослідження/Журналістика_та_масові_комунікації/Книга%3A_Масові_комунікації%2C_медіа_та_культура/04%3A_Газети/4.02%3A_Історія_газет) (дата звернення: 15.07.24)].
- Gilbert, E., Bakhshi, S., Chang, S., & Terveen, L. (2013). «I Need to Try This»: A statistical overview of Pinterest. [in English]. [Gilbert E., Bakhshi S., Chang S., Terveen L. «I Need to Try This»: A statistical overview of Pinterest. 2013. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=6f1bd52b1014a00f7342db7f6f51baf956bec134> (дата звернення: 10.08.24)].
- Lenksy, V. (2023). How the development of social networks began. *Treba* [in Ukrainian]. [Ленський В. Як почався розвиток соціальних мереж. *Treba*. URL: <https://treba-solutions.com/yak-pochavsya-rozvytok-sotsialnyh-merezh/>(дата звернення: 15.07.24)].
- Malysh, P. (2019). What is media. *Bazilik* [in Ukrainian]. [Малиш П. Що таке медіа. *Bazilik*. URL: <https://bazilik.media/shcho-take-media/> (дата звернення: 21.07.24)].
- Mladenov, V. (2022). Everything about YouTube – a complete guide (SEO, facts, statistics). *Ranktracker* [in Ukrainian]. [Младенов В. Все про YouTube - повний посібник (SEO, факти, статистика. Ranktracker, 2022. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/all-about-youtube-the-ultimate-guide-seo-facts-stats/> (дата звернення: 25.07.24)].
- Proferes, N., Jones, N., Gilbert, S., Fiesler, C., & Zimmer, M. (2021). Studying Reddit: a systematic overview of disciplines, approaches, methods, and ethics. *Social Media + Society*, 7(2) [in English]. [Proferes N., Jones, N., Gilbert, S., Fiesler, C., Zimmer M. Studying Reddit: a systematic overview of disciplines, approaches, methods, and ethics. *Social Media + Society*. 2021. Vol. 7, Is. 2. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/20563051211019004> (дата звернення: 10.08.24)].
- Rheingold, H. (2021). Virtual community. *Britannica*. [Rheingold H. Virtual community. *Britannica*. 2021. URL: <https://www.britannica.com/topic/virtual-community> (дата звернення: 05.08.24)].
- Rose-Collins, F. (2023). 5 ways to build a mailing list for email marketing. *Ranktracker* [in English]. [Rose-Collins F. 5 ways to build a mailing list for email marketing. *Ranktracker*. 2023. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/5-ways-to-build-your-mailing-list-for-email-marketing/> (дата звернення: 11.08.24)].
- Zhilenko, I. (2010). History of foreign journalism (from antiquity to the second half of the 18th century): textbook. Sumy : Publishing House of Sumy State University. 285 p. [in Ukrainian]. [Жиленко І. Історія зарубіжної журналістики (від античності до II пол. XVIII ст.) : навчальний посібник. Суми : СумДУ, 2010. 285 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/3011/1/Zhilenko.doc> (дата звернення: 12.07.24)].
- Zhuk, K. (2020). Life without advertising: the history of the creation and development of WhatsApp. *Investory News*. February 10 [in Ukrainian]. [Жук К. Життя без реклами: історія створення та розвитку WhatsApp. *Investory News*. 10 лютого 2020. URL: <https://investory.news/zhittya-bez-reklami-istoriya-stvorennya-ta-rozvitku-whatsapp/>(дата звернення: 12.07.24)].

Стаття надійшла до редакції 05.09.2024

## Shvets A. P.

Department of Political Science and Philosophy  
Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University  
Ogienka Str., 61, Kamianets-Podilskyi, Khmelnytskyi, 32301, Ukraine

## SOCIAL MEDIA: ORIGINS AND EVOLUTION

### Summary

The development of the digital society is directly related to the development of social media, as they have become the main source of information and its dissemination. Since inception, they have turned into a powerful tool of political communication, influencing the formation of public opinion, the mobilization of the public and political movements,

as well as the democratization process in the modern state. The purpose of the article is to reveal and characterize the main stages of social media development. The defined goal requires disclosing the prerequisites for the emergence of social media, as well as identifying and characterizing the stages of their development. The results of the study proved that since their appearance, social media have undergone a significant evolution, turning into an integral part of modern society. The history of social media dates back to the first commercial online services, such as CompuServe and electronic bulletin board systems (BBS). The first real social networks appeared in the late 1990s, such as Six Degrees and others, which allowed users to create profiles, add friends and keep personal blogs. As the use of the Internet expanded in the 2000s, the number of social networks and platforms grew significantly, including Friendster, MySpace, LinkedIn, Facebook, YouTube, and Twitter. At the same time, the way people communicate and share information is changing significantly. In the 2010s, new platforms emerged (Instagram and TikTok, among others) that focus on sharing visual content and interactivity. The 2010s saw the emergence of new platforms, including Instagram and TikTok, which focus on sharing visual content and interactivity. Social media are now an integral part of everyday life, influencing personal communication, media as a whole, business, politics and other areas. Today, they continue to evolve, integrating more and more technologies such as artificial intelligence and augmented reality, also remaining a dynamic and influential element of modern society.

**Key words:** social media, social networks, applications, digital platforms.