

## References

1. What is information security (InfoSec)?. (2023). *Microsoft*. Available at: <https://www.microsoft.com/en-us/security/business/security-101/what-is-information-security-infosec>.
2. Ghrycjuk Ju. I. & Firman V. F. (2023). Pidgotovka fakhivciv z informacijnoji bezpeky u navchalnykh zakladakh Ukraini. *Virtualnij universitet LDU BZhd*. Available at: [virt.ldubgd.edu.ua](http://virt.ldubgd.edu.ua)
3. *Dovidnyk profesijno-kvalifikacijnykh kharakterystyk typovykh posad osib rjadovogho i nachaljnycjkogho skladu Derzhavnoji sluzhby specialnogho зв'язку та захисту інформації України* : zatverdzheno i vvedeno v diju nakazom Administraciji Derzhavnoji sluzhby specialnogho зв'язку та захисту інформації України vid 08.08.2009 № 171. (2009). Kyiv.
4. Gholovanj S. M., Dudykevych V. B., Zachepylo V. S., Parkhucj L. T., Khoroshko V. O. & Shherbak L. M. (2005). *Dokumentacijne zabezpechennja robit iz захисту інформації z обмеженим доступом* : pidruchnyk. Lviv: Vydavnytvo Ljvivs'koho politekhniky.
5. UkrNDNC, 2017. *DSTU ISO 30300:2015. Informaciya ta dokumentaciya. Sistemi keruvannya dokumentami. Osnovni polozhennya i slovník terminiv (ISO 30300:2011, IDT)*. Kyiv: UkrNDNC.
6. Dubova S. (2022). Dokumentacijne zabezpechennja derzhavnykh ustanov pid chas vijny: priorytety dlja vdoskonalennja navchalnykh program dlja profilnykh fakhivciv. *Informaciya ta dokument u suchasnomu naukovomu dyskursi* : materialy VII Vseukrajins'koho dystancijnogo naukovo-praktychnogo konferenciji. (Ivano-Frankivsk, 20 travnja 2022 r.). Ivano-Frankivsk: IFNTUNGh, pp. 31—35.
7. Evsyukova O. (2021). Features of training of specialists in the field of cyber security: current challenges and prospects. *Derzhavne upravlinnja: udoskonalennya ta rozvytok*, 2. Available at: <http://www.dy.nayka.com.ua>.
8. Zaghorec'ka O. (2011). Osoblyvosti roboty z dokumentamy, shho mistjatj komercijnu tajemnycu pidpryjemstva. *Dovidnyk kadrovyka*, 9, pp. 40—46.
9. Konshyn O. V. (2016). Aktualni pytannja pidgotovky fakhivciv u ghaluzi informacijnoji bezpeky. *Aktualni problemy upravlinnja informacijnoju bezpekoju derzhavy* : zb. mater. nauk.-prakt. konf. (Kyiv, 18 bereznja 2016 roku) : u 2 ch. Ch. 2. Kyiv: Nac. akad. SBU, pp. 38—41.
10. Lughova T. & Koroljchuk N. (2017). Sklad ta osoblyvosti vijs'kovoji dokumentaciji v konteksti ghaluzevogho dokumentoznavstva. *Aktualni pytannja dokumentoznavstva ta inform. dijajnosti: teoriji ta innovaciji* : materialy III Mizhnarod. nauk.-prakt. konf. studentiv, aspirantiv ta molodykh naukovciv, m. Odesa, 23—24 bereznja 2017 r. Dnipropetrovsk, pp. 70—73.
11. DP "UkrNDNC", 2016. *DSTU ISO 9001:2015. (ISO 9001:2015, IDT). Systemy upravlinnja jakistju. Vymogy*. Kyiv: DP "UkrNDNC".
12. Suprunenko A. M., Bashta I. I., Lysejuk A. M. & Svirina K. S. (2020). *Orghanizacija okhorony derzhavnoji tajemnyci v Ukraini* : navch. posib. Irpin: UDFSU.
13. *Osvitnjo-profesijna prohrama "Kiberbezpeka". Drughyj (maghisters'kyj) rivenj vyshhoji osvity. Ghaluzj znanj 12 Informacijni tekhnologhiji. Specialnistj 125 Kiberbezpeka*. (2022). Odesa.
14. *Osvitnjo-profesijna prohrama "Menedzhment захисту інформації z обмеженим доступом" pershogho (bakalavrs'kogho) rivnja vyshhoji osvity za specialnistju 073 "Menedzhment" ghaluzi znanj 07 "Upravlinnja ta administruvannja"*. (2023). Available at: [http://academy.ssu.gov.ua/upload/file/opp\\_mz\\_oz\\_bakalavr\\_2.pdf](http://academy.ssu.gov.ua/upload/file/opp_mz_oz_bakalavr_2.pdf).
15. Umanecj V. O. & Kasjanchuk N. V. (2019). Analiz mizhnarodnogho dosvidu pry pidgotovci majbutnikh fakhivciv z informacijnoji bezpeky. *Vidkryte osvityje e-seredovyshhe suchasnoho universytetu*, 7, pp. 110—118.

Надійшла до редакції 13 липня 2023 року

УДК 316.472.4+004.77](091)(045)

DOI: 10.36273/2076-9555.2023.7(324).29-36

**Ольга Добреля,**

студентка Національного університету "Острозька академія",  
e-mail: [olha.dobrelia@oa.edu.ua](mailto:olha.dobrelia@oa.edu.ua)

### **Історія розвитку соціальних мереж: основні періоди**

У статті висвітлено етапи розвитку соціальних мереж і проаналізовано вплив кожного періоду на подальшу еволюцію цих структур, утворених для підтримки соціальних зв'язків та обміну інформацією в інтернеті.

З'ясовано історію походження поняття "соціальна мережа". Досліджено вплив теорії "шести руко-стискань" на розвиток соціальних мереж.

Розглянуто специфіку створення та функціонування перших соціальних мереж, а також найпопулярніші соціальні мережі сьогодення; проаналізовано історію їхнього успіху.

**Ключові слова:** соціальна мережа; комунікація; історія розвитку соціальних мереж; Facebook; Instagram; Friendster; MySpace; SixDegrees; Classmate

**Постановка проблеми.** У сучасному світі соціальні мережі стали одним із найефективніших та найпопулярніших засобів мережевої комунікації, а отже важко переоцінити їх вплив на життя суспільства й такі галузі, як культура, економіка, політика тощо. Водночас для розуміння процесу еволюції та визначення перспектив функціонування соцмереж слід провести дослідження етапів їх історичного розвитку. Історіографічний підхід дає змогу проаналізувати попередній досвід, дослідження, публікації, що стосуються періодів розвитку соціальних мереж, і зробити висновки щодо їх впливу на суспільство.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Соціальні мережі набули стрімкого розвитку впродовж двох останніх десятиріч, проте дослідження цього феномену розпочалося значно раніше. Зокрема, тему соціуму й спілкування розглядали Н. Тесла, П. Отлетт, В. Буш, Д. Бернс, П. Едьюш, А. Реньї, С. Мелігрем, Дж. Траверс, Дж. Абрамс. Дослідження науковців були присвячені як стану соціальних мереж у певний хронологічний період, так і фазам їх розвитку. Попри наявність цих студій, окремі аспекти етапів розвитку соцмереж досліджено недостатньо, а отже порушена тема є актуальною та затребуваною.

**Мета статті** — проведення історіографічного аналізу основних періодів розвитку соціальних мереж і визначення їх впливу на формування сучасного формату цих інтернет-структур.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Розвиток людства, зокрема й технологій, відбувається доволі стрімко, і щороку темп лише зростає. Відповідно зростає значення інформації й комунікації. Задовго до появи інтернету у звичній для користувачів формі чимало вчених замислювалося над створенням глобальної мережі, через яку можна поширювати інформацію. Спочатку філософи досліджували поняття "спілкування", "соціум", "відносини", що згодом трансформувалися в глибший термін "павутина відносин" — сукупність відносин різних людей завдяки соціальній павутині, яка пов'язувала їх численними "нитками" — спільними інтересами, знайомими, темами тощо. Зростала потреба в оперативному обміні інформацією, а отже темі комунікації та передавання даних дослідники приділяли дедалі більше уваги. Природну потребу соціуму в обміні інформацією слід було постійно задовольняти, тому з кожною сходинкою ево-

люції, зокрема й технологічної, люди намагалися зробити комунікацію простішою та доступнішою. Зокрема, на початку 1900-х рр. Н. Тесла запропонував ідею "всесвітньої радіосистеми", а в 1930—1940-х рр. П. Отлетт і В. Буш використовували механічний пошук книг і медіа [7].

Відтоді стало зароджуватися поняття соціальних мереж у розумінні спільноти, яка об'єднується у групу для спілкування та взаємодії. Проте вперше термін "соціальна мережа" був введений у вжиток і загально схарактеризований лише 1954 р.: Д. Бернс описав це поняття у праці "Навчання і зустрічі в норвезькій острівній парафії" (збірка "Відносини") [5]. Автор визначив коло людей та їхніх друзів як мережу, утворену "точками" й лініями, що з'єднують ці точки. Інакше кажучи, точки — це конкретні знайомі / незнайомі люди, а лінії — це те, що дає їм змогу комунікувати між собою, виявляти певну взаємність. Саме забезпечення потреби у спілкуванні й становить основну мету створення соціальних мереж. Теоретична основа процесів вивчення соціальних мереж формувалася в дослідженнях провідних соціологів і психологів 1930-х рр.

Упродовж 1960-х рр. проблематику соціальних мереж досліджували математики П. Едьюш та А. Реньї. Науковці вперше використали математику та її методи, аби з'ясувати принципи розбудови соціальних мереж і сформулювати головний із них. З допомогою теорії випадкових графів учені визначили складні мережі, що не мали наявних принципів побудови. Згодом сформулювали концепцію "малих світів", що передбачала наявність коротких шляхів між двома будь-якими вершинами. Цей принцип вважали базовим у процесах створення та розбудови соцмереж [11].

Розвиток соціальних мереж тривав, і наприкінці ХХ — на початку ХХІ ст. став виразним прогрес у цій сфері, оскільки активно формувалися нові напрями — віртуальні соціальні утворення, що зробили спілкування ефективним, глобальним і систематичним. Специфіка полягає в тому, що у віртуальних соціальних утвореннях змінювалася форма, проте зміст залишався незмінним. Це забезпечувало надійну трансляцію інформації й виключало принцип "зіпсованого телефону", що часто нівелював суть спілкування — обмін інформацією.

У 1995 р. у Сполучених Штатах Америки було створено першу у світі соціальну мережу

Classmate.com. Платформа була відкритою для спілкування однокласників/одногрупників (англ. *classmate* — однокласник), охоплювала здебільшого США й Канаду та відіграла неабияку роль в історії розвитку соцмереж, оскільки надала імпульс для їх подальшого активного розроблення.

Слід зауважити, що 1969 р. було визначено ще одну з основних особливостей соціальних мереж. Науковці С. Меліграм і Дж. Траверс сформулювали одну з базових теоретичних основ у системі соціального мережевого будівництва —

теорію "шести рукостикань", згідно з якою всі люди у світі можуть здійснювати опосередковану комунікацію [3]. Відомі численні випадки, коли завдяки цій теорії соцмережі допомагали користувачам зустрітися, наприклад, із кумиром. Керуючись теорією "шести рукостикань", 1997 р. Е. Вайнрайх розробив соціальну мережу SixDegrees. Уже тоді цей вебсайт мав функції створення й заповнення особистою інформацією профілю користувача, пошуку друзів за допомогою імені, під яким вони реєструвалися, а також перегляду інших профілів.

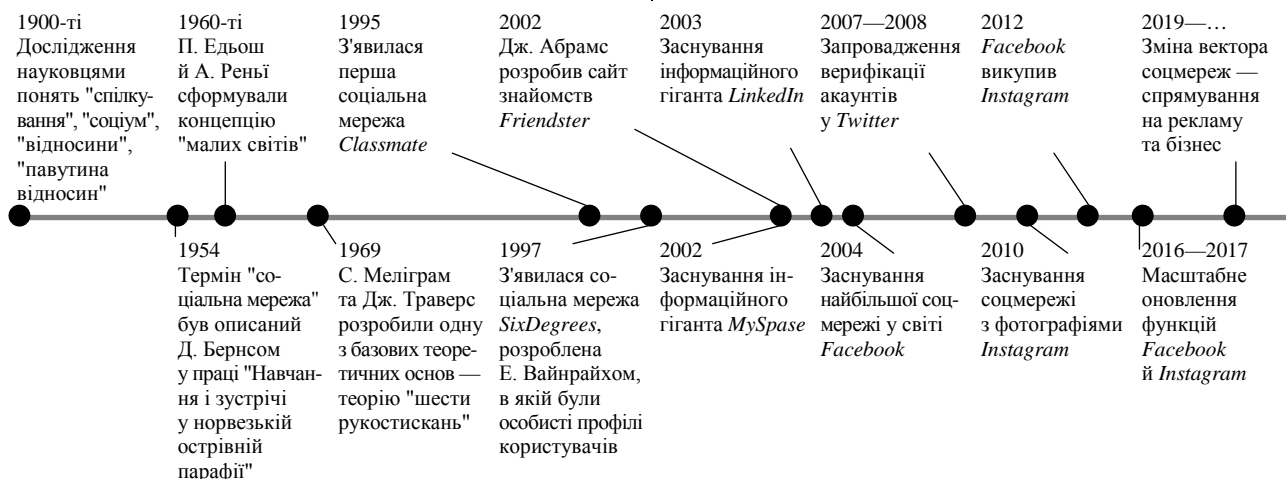


Рис. 1. Основні етапи розвитку соціальних мереж

Так розпочалась ера створення соцмереж, і від 2000-х їх активно використовували в повсякденному та діловому житті (рис. 1). Поступово тематика ресурсів ставала вужчою та відповідала певним галузям і спрямуванням. Наприклад, мережа Friendster, яку 2002 р. розробив Дж. Абрамс, за інтерфейсом була сайтом знайомств, що передбачав реєстрацію, створення профілю, а відтак пошук близької за

інтересами й життєвими цінностями людини. Сервіс був надзвичайно популярним і, ймовірно, став прототипом більшості сучасних соцмереж.

У 2003—2004 рр. було засновано такі компанії-гіганти у сфері інформації, як LinkedIn, MySpace і Facebook. LinkedIn створювали для налагодження та підтримання ділових контактів і комунікації всередині сайту (рис. 2).



Рис. 2. LinkedIn 2003 р. [10]

Власники MySpace і Facebook обрали інший шлях і насамперед зробили ставку на забезпечення потреби користувачів у самовираженні. Наприклад, розробники MySpace, у прагненні бути оригінальними та привернути увагу, використовували багато інтерактивних функцій, які захоплювали та заохочували користувачів (рис. 3). Творці Facebook зро-

били акцент на формуванні спільноти користувачів, які б висловлювалися та публікували контент, що подобається їхнім друзям, друзям друзів тощо.

Саме 2003—2004 рр. вважають офіційним початком розвитку соціальних мереж, адже саме тоді персональні комп'ютери та інтернет стали доступними.



Рис. 3. MySpace 2003 р. [8]

Задум студента Гарвардського університету М. Цукерберга, який створив Facebook, виник під час тимчасового навчання у приватній школі Phillips Exeter (штат Нью-Гемпшир). Там юнак отримав довідник для студентів The Photo Address Book, який надавали всім випускникам школи. Він містив адреси, телефонні номери й фотографії однокласників, дані періодично оновлювалися, і це було дуже зручно. Марк запропонував створити схожий у Гарварді, проте ідею не підтримали як безперспективну. Проте М. Цукерберг таки втілює свій проєкт у життя, зламавши університетську базу даних, за що ледь не був виключений з вишу.

Наступною спробою об'єднати студентів у мережу стала програма CourseMatch, яку Марк створив на другому курсі. Ресурс швидко набув популярності поміж користувачів, адже давав змогу спілкуватися один з одним за тематикою навчальних дисциплін і значно спрощував підготовку до іспитів [6]. Отже, CourseMatch, а згодом Facemash можна вважати основою створення комунікаційного феномену — Facebook. Офіційна історія соцмережі розпочалася 4 лютого 2004 р., коли М. Цукерберг разом із друзями-студентами запустили сайт thefacebook.com. Це точка відліку історії найбільшої соціальної мережі у світі, завдяки якій користувачі дістали змогу вільно спілкуватися та обмінюватися інформацією у віртуальному просторі: розмішувати, пере-

глядати та ділитися текстовими повідомленнями, фото й відео [4]. Нова платформа дуже швидко стала популярною, і впродовж місяця від створення понад половину студентів Гарварду вже мали в ній акаунти. Facebook виявився настільки зручним і швидким у роботі, що до нього приєдналися й студенти інших університетів, що входили до Ліги Плюща, а також Массачусетського технологічного інституту, Бостонського та Нью-Йоркського університетів. За доволі стислий період соцмережа встигла здобути популярність серед молоді США та Канади, і вже за пів року після запуску більшість студентів цих країн створили в ній акаунти (рис. 4) [6].

Утім, Facebook 2004-го суттєво відрізнявся від нинішнього. Наприклад, доступність була значно нижчою: це тепер для реєстрації потрібні лише номер телефону або пошта й пароль, а тоді вимагали спеціальне "запрошення" від членів "Facebook-клуба". Ті, хто мав змогу стати користувачем мережі, пишалися цією перевагою. А зважаючи на прагнення людей перебувати у спільноті та потребу в соціалізації, успіх соцмережі (особливо як важкодоступного престижного ресурсу "для обраних") лише посилювався.

Через кілька років розробники Facebook запровадять вже звичні для сучасного користувача функції. Від 2006 р. мережа стала доступною для вільної реєстрації. Водночас було введено певні обмеження, зокрема за віком для осіб, молодших за

13 років. Ще однією з вимог було використання електронної пошти як логіна для входу. Такі правила мали убезпечити користувачів та зробити відвідування комфортним. У 2008 р. мережа Facebook випередила MySpace за кількістю користувачів, а вже до 2011 р. стала третьою за величиною інтернет-компанією після Google і Amazon. У 2012 р. з'явилися й швидко набули поширення в

конкурентних соцмережах значки share (поділитися) та like (подобається). Компанія продовжувала стрімко розвиватися й додала не лише нові функції, а й цілу платформу всередині мережі під назвою Meta Business Suite, за допомогою якої можна працювати із запланованим, опублікованим контентом, різноманітними метриками статистики, рекламою, визначати цілі й завдання тощо.



Рис. 4. Профіль thefacebook на початку створення мережі [1]

У 2011 р. на екрани вийшов фільм "Соціальна мережа" Д. Фінчера, що був присвячений історії становлення Facebook і здобув три "Оскари" [6].

Оскільки соціальні мережі є потужним джерелом інформації, від 2007—2008 рр. медіа розпочали використовувати їх як ефективну платформу. Наприклад, Twitter став популярним і в медійному середовищі, і поміж пересічних громадян, які створювали фан-сторінки публічних людей і організацій [2]. У 2009 р. Twitter довелося запровадити верифікацію акаунтів, оскільки виникли проблеми, пов'язані з підтвердженням профілів публічних осіб. Коли у Facebook склалася схожа ситуація, розробники використали той самий алгоритм. Нині верифікацію акаунту можуть отримати

лише ті публічні особи, знаменитості чи бренди, які можуть підтвердити власну унікальність.

Одну з найпопулярніших соцмереж світу Instagram заснували К. Сістром і М. Крігер у США. У 2010 р. побачив світ застосунок, де люди комунікували між собою з допомогою різних функцій, зокрема обмінювалися фотографіями, коментували та вподобували їх, оскільки початково соцмережу створювали як платформу для розміщення фотознімків. Спочатку Instagram давав змогу робити світліни квадратної форми, як камери моментальної фотографії Polaroid і Kodak Instamatic, також у соцмережі не можна було публікувати повідомлення, додавати відео тощо (рис. 5).



Рис. 5. Профіль в Instagram 2010 р. [9]

6 жовтня 2010 р. застосунок з'явився в App Store — платформі компанії Apple. Лише за 7 днів його завантажили 100 тис. користувачів, а за два місяці кількість відвідувачів перевищила 1 млн осіб. Соцмережа для розміщення світлин стрімко набула широкої популярності, і за рік після офіційного старту нею зацікавились такі гіганти, як Twitter і Facebook. Instagram продовжував змінюватися та додавати деталі й функціонал. Наприклад, особливе зацікавлення аудиторії викликали новаторські фільтри для миттєвої обробки знімків. Завдяки цій опції можна було не користуватися сторонніми програмами, заощаджувати час і бути в тренді, оскільки певні фільтри часто ставали вкрай популярними.

У січні 2011 р. виникла ідея хештегів — тематичних міток, що допомагали користувачам знаходити світлини й один одного, створювати тренди, зручно сортувати цікаві для аудиторії теми, а також надавати більше охоплення фотографіям. Якщо користувач вводив назву хештегу зі знаком #, соціальна мережа шукала всі пости, що були опубліковані за весь час її існування й містили зазначені ключові слова.

Зважаючи на неабияку популярність Instagram, уже за 2 роки після створення, у квітні 2012 р. Facebook вирішив викупити компанію. Після зміни керівництва застосунок зазнав певних змін, зокрема розробники розширили доступ для користувачів, які мали телефон з операційною системою Android, що допомогло значно збільшити аудиторію та активніше залучати її до використання платформи. Згодом соціальна мережа почала змінювати і формат: окрім розміщення світлин, користувачі мали змогу записувати короткі відео. Однією з головних сенсацій стала поява у грудні 2013-го власного месенджера Direct, у якому можна було обмінюватися повідомленнями. Попри тривалі дискусії щодо радикальної зміни формату, інновації зробили сервіс мультифункціональним і спростили життя аудиторії, завдяки чому соцмережа ставала дедалі популярнішою.

Упродовж 2016—2017 рр. в Instagram знову відбулися масштабні оновлення. Наприклад, з'явилася кардинально нова функція запису коротких фото- / відеоісторій, що зникали зі сторінки через 24 години після завантаження. Мета цієї функції — заохотити користувача щодня заходити на платформу, аби продемонструвати підписникам, як проходить його день. Поступово Instagram перетворювався на більш розширений варіант соцмережі, де важливими ставали не так фотографії та контент загалом, як побудова особистого бранда користувача.

Facebook також додав багато нових функцій, серед яких Facebook Live — можливість проведення прямої трансляції в реальному часі, що мала ефект живого спілкування. Розробники також попрацювали над алгоритмами та сконцентрувалися на потребах аудиторії, тобто середньостатистичний користувач бачив більше контенту, який йому подобався, з яким він взаємодівав, а також контент друзів. Натомість публікації брендів і компаній змістилися на другий план і демонстрували значно частіше. Після 2019 р. платформу розпочали активно спрямовувати на бізнес, і користувачі дістали змогу вести сторінки власних брендів з опцією перегляду окремих сучасних метрик статистики, відповідно змінилися й алгоритми.

Нині соцмережа зорієнтована на рекламу, зокрема таргетовану, та позиціонує себе як сайт із розширеним переліком функцій для ведення особистих акаунтів і розвитку бранда із застосуванням реклами на базі Meta.

Функції соціальних мереж для пересічних користувачів сфокусовано на споживанні контенту у великих обсягах, тобто у стрічці новин людина вибирає цікаву для себе тематику, а платформа пропонує публікації відповідно до цих уподобань. Соцмережі також визначають для себе нові пріоритети, а саме друзі друзів користувача. І Facebook, і Instagram зацікавлені в тому, щоб акаунти мали лише реальні користувачі, а не боти. З цим явищем ведеться постійна боротьба з допомогою перевірки профілів, моніторингу активності та взаємодії користувачів. Це пояснюється однією з глобальних цілей цих мереж — залучити якнайбільше бізнесу, реклами та людей завдяки розширенню та урізноманітненню функцій. Враховуючи, що кількість користувачів кожної із зазначених платформ постійно зростає, ці зміни є ефективними, а отже інноваційний розвиток соціальних мереж відбуватиметься й надалі.

**Висновки.** Історія становлення соціальних мереж була доволі стрімкою та взаємозалежною. Саме синтез розвитку новітніх технологій і потреби людства у спілкуванні та обміні інформацією сприяв тому, що менш ніж за століття (а активна фаза тривала менш ніж десятиріччя) соціальні мережі пройшли шлях від сервісу для студентів до всесвітньо визнаної, злагодженої системи, до якої вільно може долучитись кожен користувач, аби знайти відповідний своїм інтересам контент. Нині це невіддільна частина життя більшості населення світу й ефективний інструмент просування бізнесу. Позичаючи одна в одній функції, соцмережі постійно вдосконалю-

валися, спрощуючи життя користувачу та змушуючи його затримуватися в застосунку довше, аби спілкуватися, ділитися дописами, фото й відео, шукати однодумців чи пару. Зважаючи на те, як багато сфер життя й діяльності потребують оперативної комунікації,

можна зробити висновок, що соцмережі й надалі розвиватимуться та вдосконалюватимуться, адже технології не стоять на місці й інтернет-структури, що безпосередньо від них залежать, змушені підлаштовуватися під нові пристрої та потреби користувачів.

#### Список бібліографічних посилань

1. Абдулбарова Ю. Facebook: история создания и успеха Фейсбук. *linDEAL.com*. URL: <https://lindeal.com/business/facebook-istoriya-uspekha-kompanii> (дата звернення: 28.06.2023).
2. ЗМІ в соціальних мережах: історія інтеграції та сучасний стан. *um.co.ua* URL: <http://um.co.ua/3/3-14/3-143187.html> (дата звернення: 27.06.2023).
3. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях : [навчальний посібник]. Київ : Кондор-Видавництво, 2014. 246 с.
4. Соціальні мережі. *Навчання для дорослих*. URL: <http://www.edu.ltava.org/2011/10/blog-post.html> (дата звернення: 27.06.2023).
5. Стратегія просування бренду роботодавця в соціальних мережах (на прикладі компанії Avenga). *er.ucu.edu.ua*. URL: [https://er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/2327/Dmytruk\\_Stratehiia%20prosvuvannia%20brendu.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/2327/Dmytruk_Stratehiia%20prosvuvannia%20brendu.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 11.02.2023).
6. Творець Фейсбуку: історія заснування і розвитку соцмережі. *Mydovidka.com*. URL: <https://mydovidka.com/facebook/tvorec-fejsbuku-istoriya-zasnuvannya-i-rozvitku-socmerezhi/> (дата звернення: 27.06.2023).
7. Хто винайшов інтернет? Історія інтернету. *FutureNow*. URL: <https://futurenow.com.ua/hto-vynajshov-internet-istoriya-internetu/> (дата звернення: 27.06.2023).
8. Як виглядали 20 популярних сайтів під час їхнього запуску. *Watcher*. URL: <http://watcher.com.ua/2010/06/04/yak-vyhyadaly-20-populyarnyh-saytiv-pid-chas-yihnoho-zapusku/> (дата звернення: 28.06.2023).
9. Як змінився Instagram за 10 років. *Bazilik Media*. URL: <https://bazilik.media/iak-zminyvsia-instagram-za-10-rokiv/> (дата звернення: 28.06.2023).
10. LinkedIn in 2003. *Web Design Museum*. URL: <https://www.webdesignmuseum.org/timeline/linkedin-2003> (access date: 28.06.2023).
11. Suster M. Social networking: the past. *TechCrunch*. URL: <https://techcrunch.com/2010/12/03/social-networking-past/> (access date: 27.06.2023).

*Olha Dobrelia,*

*Student of the National University "Ostroh Academy"*

#### **History of development of SMM: main periods**

*The article describes the emergence of the concept of "social network". The directions of ideas of scientists are considered. The main stages in which social networks were born are revealed. The names of scientists who contributed to this process are heard. The influence of each period on the development of social networks is analyzed. The influence of the "six handshakes" theory on the development of social networks is studied. The earliest social networks are considered, as well as the most popular social networks, and their success stories are analyzed.*

**Keywords:** *social network; communication; history of the development of social networks; Facebook; Instagram; Friendster; MySpace; SixDegrees; Classmate*

#### *References*

1. Abdulbarova Y. (2023). Facebook: the story of the creation and success of Facebook [Facebook: ystoryia sozdanyia y uspekha Feisbuk]. *linDEAL.com*. Available at: <https://lindeal.com/business/facebook-istoriya-uspekha-kompanii> (access date: 06/28/2023).
2. Mass media in social networks: the history of integration and the current state [ZMI v sotsialnykh merezhakh: istoriia intehtratsii ta suchasnyi stan]. (2023). *um.co.ua*. Available at: <http://um.co.ua/3/3-14/3-143187.html> (access date: 06/27/2023).
3. Kurban O. (2014). PR in marketing communications [PR u marketynhovykh komunikatsiakh. Kyiv: Kondor-Vidavnytvo.
4. Social networks [Sotsialni merezhi]. Available at: <http://www.edu.ltava.org/2011/10/blog-post.html> (access date: 06/27/2023).
5. The strategy of promoting the employer's brand in social networks (using the example of the Avenga company) [Stratehiia prosvuvannia brendu robotodavtsia v sotsialnykh merezhakh (na prykladi kompanii Avenga)]. (2023). *er.ucu.edu.ua*. Available at: [https://er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/2327/Dmytruk\\_Stratehiia%20prosvuvannia%20brendu.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/2327/Dmytruk_Stratehiia%20prosvuvannia%20brendu.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (access date: 11.02.2023).

6. The creator of Facebook: the history of the foundation and development of the social network [Tvorets Feisbuku: istoriia zasnuvannia i rozvytku sotsmerezhi]. (2023). Mydovidka.com. Available at: <https://mydovidka.com/facebook/tvorec-fejsbuku-istoriya-zasnuvannya-i-rozvitku-socmerezhi/> (access date: 06/27/2023).
7. Who invented the internet? History of the Internet [Khto vynajshov internet? Istoriia internetu]. (2023). FutureNow. Available at: <https://futurenow.com.ua/hto-vynajshov-internet-istoriya-internetu/> (access date: 27.06.2023).
8. What 20 popular sites looked like when they were launched [Jak vyhlyadaly 20 popularnykh saitiv pid chas yikhnoho zapusku]. (2023). Watcher. Available at: <http://watcher.com.ua/2010/06/04/yak-vyhlyadaly-20-populyarnykh-saytiv-pid-chas-yikhnoho-zapusku/> (access date: 06/28/2023).
9. How Instagram has changed in 10 years [Jak zminyvsia Instagram za 10 rokiv]. (2023). Basilik Media. Available at: <https://bazilik.media/iak-zminyvsia-instagram-za-10-rokiv/> (access date: 06/28/2023).
10. LinkedIn in 2003 [LinkedIn in 2003]. (2023). Web Design Museum. Available at: <https://www.webdesignmuseum.org/timeline/linkedin-2003> (access date: 28.06.2023).
11. Suster M. Social networking: the past. (2023). TechCrunch. Available at: <https://techcrunch.com/2010/12/03/social-networking-past/> (access date: 27.06.2023).

Надійшла до редакції 17 липня 2023 року



## З АРХІВУ КНИЖКОВОЇ ПАЛАТИ УКРАЇНИ

УДК 015:061.1:[050.44:069]''1922''(477)(045)  
DOI: 10.36273/2076-9555.2023.7(324).36-43

**Дмитро Кепін,**

кандидат історичних наук,  
старший науковий співробітник  
відділу ретроспективної бібліографії  
Книжкової палати України,  
e-mail: [dKepin@gmail.com](mailto:dKepin@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4528-6095>

### **Пресознавчі аспекти музейної та пам'яткоохоронної справи в Україні (за матеріалами періодичних видань 1922 року фонду Державного архіву друку)**

У статті проаналізовано публікації в періодичних виданнях 1922 р. із пам'яткоохоронної та музейної справи, що зберігаються у фонді Державного архіву друку Книжкової палати України. Загалом виявлено 21 публікацію. За тематичною спрямованістю їх розподілено на 6 груп: природниче пам'яткознавство та музейництво (10); історичне пам'яткознавство (5); археологічне пам'яткознавство та музейництво (3); архітектурне пам'яткознавство (1); некрополістичне пам'яткознавство (1); музейна бібліографія (1).

Проаналізовано статті М. Белявської, С. Драннікова, О. Янати, М. Котова, П. Степанова, Б. Завадовського, М. Редіна, Д. Краснера, П. Абрамовича, О. Федоровського, Ф. Шміта, В. Бірюкова-Боголепова.

Опрацьовані видання дають змогу ввести до наукового обігу невідомі та маловідомі публікації пам'яткоохоронної й музейної тематики 1922 р., ліквідувати "білі плями" щодо діяльності фахівців зі збереження й популяризації природної та культурної спадщини України.

**Ключові слова:** друковані періодичні видання; Державний архів друку; Книжкова палата України; музейництво; музеологія; пам'яткознавство; репресовані члени

**Постановка проблеми.** Вивчення історії музейної та пам'яткоохоронної справи на підґрунті публікацій періодичних видань 1922 р. із фонду Державного архіву друку Книжкової палати України дає змогу об'єктивно проаналізувати стан розвитку відповідних установ, тенденції поступу науки та специфіку діяльності фахівців зі збереження й популяризації природної та культурної спадщини України окресленого періоду.

У фонді Державного архіву друку Книжкової палати України зберігаються періодичні видання, що містять маловідомі як науковцям,

так і широкому загалові публікації за темою дослідження. Проблему вивчення та розкриття цієї документальної спадщини вважаємо актуальною.

Дослідження проводилося в межах книгознавчих, архівознавчих, пресознавчих прикладних наукових досліджень Книжкової палати України.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Обраної теми дослідження безпосередньо торкаються статті М. Принь і К. Ткаченко, які аналізують вітчизняні періодичні видання 1920—1930-х рр., присвячені музейній і пам'яткоохоронній тематиці [1; 2].