

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У РЕВОЛЮЦІЇ ГІДНОСТІ 2013 – 2014 РОКІВ

У статті досліджено роль соціальних мереж під час Революції Гідності 2013 – 2014 років в Україні. Розглядаються основні функції соціальних медіа у мобілізації, координації та інформуванні протестувальників, а також у формуванні міжнародної підтримки. Проаналізовано наукові публікації з даної проблематики та визначено перспективи подальших досліджень.

Ключові слова: Революція Гідності, соціальні мережі, мітинг, протест, Євромайдан.

The article examines the role of social networks during the Revolution of Dignity of 2013-2014 in Ukraine. The main functions of social media in mobilizing, coordinating and informing protesters, as well as in forming international support, are examined. Scientific publications on this issue are analyzed and prospects for further research are identified.

Keywords: Revolution of Dignity, social networks, rally, protest, Euromaidan.

Революція Гідності 2013 – 2014 рр. стала не лише ключовим етапом у політичній історії незалежної України, а й прикладом трансформації механізмів політичної мобілізації. Особливу роль у цих процесах відіграли соціальні мережі (Facebook, Twitter, YouTube та інші), які стали інструментом самоорганізації, комунікації та поширення альтернативного до державних каналів інформаційного порядку денного. Дослідження феномену використання Facebook, Twitter та YouTube під час Євромайдану дозволяє зрозуміти нові закономірності функціонування суспільно-політичних рухів в епоху цифрових медіа.

Питання ролі соціальних мереж у протестних рухах розглядалося у низці зарубіжних і вітчизняних досліджень. Так, Т. Богданова аналізує соціальні мережі та характеризує їх як «неочікуваний каталізатор» протестної активності, підкреслюючи їх значення у створенні горизонтальних структур комунікації [1]. О. Онуч наголошує, що Facebook і Twitter стали ключовими платформами для мобілізації протестувальників і розширення соціальних зв'язків між різними групами населення [3]. Мецгер і Тукер узагальнюють наукові підходи до вивчення соціальних медіа у структурі Євромайдану, розглядаючи їх як інструмент одночасно мобілізації та документування протестних подій [2]. Пісчота Г. надає емпіричний матеріал щодо використання соцмереж студентами та молоддю у Києві та Львові, показуючи регіональні особливості цього процесу [4]. Водночас у науковій літературі ще недостатньо розкрито питання

довгострокових наслідків використання соціальних мереж для політичної культури українського суспільства.

Мета статті полягає у з'ясуванні ролі соціальних мереж у Революції Гідності, визначенні їхнього впливу на мобілізацію, організацію та поширення інформації. Відповідно, завданнями статті є аналіз способів використання Facebook, Twitter та YouTube протестувальниками, визначення особливостей горизонтальної мобілізації через цифрові платформи, виявлення нових моделей комунікації між громадянами та громадськими рухами.

Революція Гідності продемонструвала, що соціальні мережі стали одним із головних ресурсів у протистоянні з владою, яка контролювала традиційні медіа. На початковому етапі Facebook і Twitter використовувались як інструменти мобілізації людей на майдан Незалежності у Києві, а згодом – для координації дій протестувальників у різних містах [3]. Більшість учасників протестів згадують, що побачили заклик до приєднання до протестів саме у соціальних мережах: «через п'ять хвилин я вже була в соцмережах, ну, фейсбук в основному, і люди почали гуртуватися, тобто всі хором почали обговорювати цю проблему і закликати одне одного виходити все ж таки на вулиці» [6, с. 358].

Важливим джерелом вивчення ролі соціальних мереж під час Революції Гідності є усні свідчення її учасників. У багатьох інтерв'ю та спогадах очевидці підкреслюють, що саме Facebook і Twitter були головними каналами отримання оперативної інформації та координації дій. Так, учасники київського Майдану згадують, що повідомлення у Facebook про силові дії міліції миттєво поширювалися, що дозволяло мобілізувати тисячі людей у центрі столиці. Подібні свідчення зібрані у проєктах усної історії [5; 6] та інформаційно-методичних матеріалах Українського інституту національної пам'яті, які демонструють значення цифрової комунікації для самоорганізації протестного руху.

Богданова Т. підкреслює, що особливістю Євромайдану було створення «мережових громад», де активісти взаємодіяли на рівних, без ієрархічної структури [1]. Це забезпечувало швидкість реагування на політичні виклики та гнучкість у прийнятті рішень. За свідченнями самих євромайданівців «Спершу сотня називалась Студентська. Бо ми якось так традиційно називалися, і в організації молодь переважно, і якось з молоддю нам легше працювалося, і через соцмережі у тому числі» [5, с. 204]. Пієчота Г. показує, що у молодіжному середовищі соціальні мережі стали ключовим джерелом інформації про протести. Студенти активно використовували онлайн-канали для мобілізації, взаємодії та координації навіть у регіонах, віддалених від Києва [4].

Мецгер і Тукер зазначають, що соціальні мережі під час Євромайдану виконували одночасно функцію «хронік протесту» та засобу документування насильства, що в перспективі мало значення для міжнародного правозахисного дискурсу [2]. Упорядники зібраних усноісторичних свідчень також акцентують увагу на тому, що соціальні

мережі відіграли значну роль у збереженні інформації про Революцію Гідності: «респонденти доповнюють свої усні розповіді спогадами, власноруч записаними на паперових або електронних носіях, опублікованими в соцмережах» [5, с. 17].

Таким чином, соціальні мережі під час Революції Гідності стали інноваційним інструментом мобілізації та організації масових протестів. Вони дозволили забезпечити горизонтальну комунікацію, подолати монополію влади на інформацію та створити новий формат громадянської активності. Подальші дослідження проблематики доцільно спрямувати на вивчення довгострокових наслідків використання соціальних мереж для формування політичної культури та громадянської свідомості в Україні, а також на порівняльний аналіз із сучасними протестними рухами у світі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Bohdanova T. Unexpected Revolution: The Role of Social Media in Ukraine's Euromaidan Uprising. *European View*. Volume 13, Issue 1, June 2014, Pages 133-142 DOI: <https://doi.org/10.1007/s12290-014-0296-4>
2. Metzger M., & Tucker J. Social Media and EuroMaidan: A Review Essay. *Slavic Review*. 76, no. 1. (Spring 2017), 169–191. <https://doi.org/10.1017/slr.2017.16>
3. Onuch O. Social networks and social media in Ukrainian “Euromaidan” protests. *The Washington Post*. URL: <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2014/01/02/social-networks-and-social-media-in-ukrainian-euromaidan-protests-2/> (дата звернення: 10.09.2025)
4. Piechota G. The Role of Social Media During Protests on Maidan. *Communication Today*. 2015. Vol. 6. No. 2. P. 86 – 97. URL: https://www.researchgate.net/publication/325603676_The_Role_of_Social_Media_During_Protests_on_Maidan (дата звернення: 10.09.2025)
5. Майдан. Пряма мова. Книга 1. К.: Національний музей Революції Гідності, 2019. 448 с.
6. Майдан. Пряма мова. Книга 2. К.: Національний музей Революції Гідності, 2019. 448 с.

Науковий керівник кандидатка історичних наук, доцентка Батенко Г.В.