

УДК 070.41:94(477)»2013/2014»

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПОДІЙ РЕВОЛЮЦІЇ ГІДНОСТІ (2013–2014 РР.)

МІТЧУК Ольга¹,

д-р наук із соц. комунік, професор, e-mail: o.a.mitchuk@nuwm.edu.ua;

КРУПСЬКИЙ Іван²,

д-р історичних наук, професор, e-mail: ikrupskyy@ukr.net;

ПРОКОПЕЦЬ Віталій¹,

старший викладач, e-mail: v.e.prokopets@nuwm.edu.ua.

¹ Національний університет водного господарства та природокористування, Рівне, Україна.

² Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, Україна.

Вступ. У будь-якому цивілізованому суспільстві медіа та інші засоби масової комунікації формують інформаційну політику, яка своєю чергою визначає реальний стан громадсько-політичного, економічного, культурного життя у країні й на окремій території та виступає запобіжником або ж натхненником у розвитку тих чи інших подій.

Актуальність та мета. Журналісти завжди відіграють визначну роль у суспільстві, а найбільше у час громадянських протистоянь, забезпечуючи інформаційний потік та формування громадської думки, впливаючи на соціальні та політичні процеси. Метою наукової розвідки є вивчення та аналіз діяльності й особливостей медіа та контенту в період Революції Гідності.

Методологія дослідження: використано загальнонаукові методи дослідження: дедукції та індукції, метод аналізу та синтезу, порівняння; емпіричні: контент-аналіз та дискурс-аналіз; методи медіааналізу: фрейм-аналіз, моніторинг медіа.

Результати. Використання засобів інформаційно-комунікаційного супроводу та функціонування медіа посідає надзвичайно важливе значення у повсякденному житті, а надто у період революційних змін. Аналіз медіапростору та інформаційно-комунікаційних особливостей періоду Революції Гідності зазнав значних трансформацій. Функціонування соціально-комунікаційного трикутника «інформація – аудиторія – реакція» супроводжувалося емоційно-психологічним супроводом, який мобілізував громадськість. Інформаційно-комунікаційні потоки були як національні так і міжнародні, де міжнародні медіа відігравали значну роль у висвітленні подій для світової спільноти.

Висновки. Інформаційний простір у час громадянських протистоянь та заворушень, акцій непокори та народного супротиву, зокрема, в час Революції Гідності, відіграв визначальну роль у формуванні громадської думки, згуртованості населення та підтримці національної ідентичності. Інформаційно-комунікаційні особливості висвітлення подій супроводжуються функціонуванням соціально-комунікаційного трикутника «інформація – аудиторія – реакція», що демонструє консолідацію суспільства.

Ключові слова: змістова деталь, аудиторія, інформаційно-комунікаційні особливості, інформаційний простір, медіа.

Вступ. Ми живемо у період функціонування нового виду інформаційної діяльності та комунікаційно-інформаційного процесу, коли медіа перестали бути простим джерелом інформації. Сучасні медіа перетворились на потужну систему психологічного

впливу на широкі кола громадськості. Аналізуючи інформаційно-комунікаційний простір, ми визначили принципи функціонування комунікаційно-публічного середовища у формуванні громадянської позиції, як засобу єднання людей навколо ідеї Євроінтеграції та боротьби зі злочинною владою у період Революції Гідності.

Соціоінформаційний простір під час революційних подій зазнає значних змін, що вимагає аналізу та дослідження. Революція Гідності стала для України переломним моментом в історії України, а медіа відіграли ключову роль у інформуванні суспільства. Досвід висвітлення подій 2013–2014 рр. може стати основою для розробки ефективної моделі комунікації під час кризових ситуацій. Ми це зобразили у формуванні соціально-комунікаційного трикутника «інформація – аудиторія – реакція», що є новизною дослідження. У здійсненні дослідження інформаційно-комунікаційних особливостей висвітлення подій Революції Гідності сформували соціально-комунікаційний трикутник «інформація – аудиторія – реакція», що супроводжувалося високим рівнем емоційного супроводу щодо мобілізації громадськості, що є актуальним і в сучасному теоретико-прикладному пошуку соціальних комунікацій та журналістики.

Роль медіа у формуванні образу країни стає особливо важливою у сучасному світі, де глобалізація, миттєвий доступ до інформації та численні медіаплатформи дозволяють кожному громадянину планети дізнаватися про події у будь-якій точці світу. Сучасні медіа не лише інформують, але й впливають на думку, формуючи іноді не об'єктивний, а суб'єктивний вектор сприйняття інформації. Інформаційно-комунікаційні потоки були як внутрішні (національні) так і зовнішні (міжнародні), де міжнародні медіа відігравали значну роль у висвітленні подій для світової спільноти.

Дослідженням інформаційно-комунікаційних особливостей інформаційного простору займалися А. Волянчук [1], О. Гоцур [2], С. Матвієнків, Ю. Шмаленко, М. Кольцов [6], А. Савченко, Н. Ярмиш [8] та інші. Однак вказана проблема, зважаючи на її актуальний і триваючий характер, містить ще чимало прогалин, які потребують подальшого наукового аналізу та дослідження.

Метою наукової розвідки є вивчення та аналіз діяльності й особливостей медіа та контенту в період Революції Гідності. Відповідно до поставленої мети визначено **завдання**: проаналізувати медіапростір щодо соціально-комунікаційного зв'язку у площині: інформація – аудиторія – реакція, з'ясувати наслідково-сприйняттєву контентну взаємодію внутрішньо- і зовнішньо-політичних інформаційних впливів на громадськість, розглянути за допомогою інформаційного середовища формування національної ідентичності і солідарності громадян. **Хронологічні межі** дослідження – період Революції Гідності (листопад 2013 – лютий 2014 років).

Метододи дослідження. Під час нашого дослідження використано загальнонаукові, емпіричні та методи медіааналізу. За допомогою аналізу й синтезу ми узагальнили інформаційно-комунікаційні особливості висвітлення подій Революції Гідності, застосувавши метод індукції та дедукції нами сформульовано висновки на основі конкретних інформаційних прикладів висвітлення подій, послуговуючись методом порівняння – співставили інформаційно-комунікаційні особливості контентного наповнення. Контент-аналіз використано у тематичному вивченні меседжів та наративів у сюжетах «5 каналу», вивчаючи маніпулятивні прийоми у інформаційно-комунікаційному відображенні слугувались дискурс-аналізом. Також використали методи медіааналізу: моніторинг медіа, за допомогою якого визначили особливості інформаційно-комунікаційних особливостей у різні періоди Революції Гідності та фрейм-аналіз, на основі якого визначали кут подачі інформації (героїзація протестувальників та акцентуація конфліктних ситуацій).

Результати й обговорення. Успіх будь-якої справи залежить від її всебічного висвітлення і об'єктивного представлення. Останні події сучасної історії України підтверджують, що ми вже давно вступили у стадію інформаційної цивілізації демократичної країни. Особливо важливо це, саме у наш час, коли інформаційний

простір використовують, як інструмент вирішення різноманітних суспільно-політичних завдань, у тому числі економічних і, навіть, військових.

У контентній характеристиці комунікаційного супроводу подій Революції Гідності бачимо важливість змістової детальності опису подій щодо взаємодії з громадськістю. Аналіз інформаційно-комунікаційних особливостей як засобу інформування про ідею євроінтеграції України та боротьби з владою у час Революції Гідності, здійснимо на прикладі «5 каналу». Насамперед, зазначимо, що Революція Гідності відбувалась у період (листопад 2013 до лютого 2014) та супроводжувалась масовими протестами в Україні, які спричинені відмовою тодішньої влади підписати Угоду про асоціацію з ЄС. Почавшись як мирні демонстрації за євроінтеграцію (Євромайдан), протест переріс у загальнонаціональний рух проти корупції, свавілля влади та насильства з боку правоохоронців. Ключові події: 21 листопада 2013 р. – початок протестів у Києві після рішення уряду призупинити євроінтеграцію; 30 листопада 2013 р. – жорстокий розгін студентів на Майдані Незалежності, що викликало масове обурення; грудень 2013 р. – січень 2014 р. формування Самооборони Майдану, ухвалення «диктаторських законів» 16 січня, загострення протистояння; 18–20 лютого 2014 р. – найтрагічніші події періоду Революції Гідності: силовий розгін протестувальників, масові розстріли Небесної Сотні та 22 лютого 2014 р. – втеча президента Віктора Януковича до Росії, зміна влади в країні. Революція Гідності стала переломним моментом в історії України, визначила її європейський курс і спричинила подальшу агресію Росії (анексія Криму, війна на Донбасі).

В період Революції Гідності інформаційний простір супроводжується каналами технічного супроводу. Будь-яке медіа може претендувати на зворотну реакцію «бути почутими / бути побаченими / бути сприйнятими», коли використовується контекстуальна та змістова детальність опису факту, що супроводжує інформаційна подача журналістом події. Характеризуючи інформаційно-комунікаційні особливості інформаційного простору ми визначили специфіку комунікаційно-публічного середовища, у якому відбувалось формування громадянської позиції, як засобу єднання людей навколо ідеї Євроінтеграції та боротьби з владою.

Варто звернути увагу, що контентне наповнення випусків телевізійних новин містило тематику солідарності регіонів із столичним протестом, на яких люди вийшли на вулиці Донецька, Івано-Франківська, Ужгорода, Львова та інших міст України у час початку Революції Гідності.

Для аналізу інформаційно-комунікаційного супроводу візьмемо порівняльну характеристику особливостей подачі змістового наповнення інформаційного контенту всеукраїнськими та закордонними медіа. Телеканал «5 канал» повідомляв, що в зазначених містах мітингувальники ще вночі збиралися у центрі міста, біля пам'ятника Тарасові Шевченку. За кілька годин їх кількість зросла з десятків до майже двох сотень. Нічну підтримку євроінтеграції у місті спонтанно організували студенти через соціальні мережі. На протест проти намірів чинної влади відмовитись від євроінтеграції, активісти прийшли з прапорами України та ЄС. Молоді люди скандували: «Україна у Європі», «Ні Росії», та виконували український гімн. Даний телеканал окрім інформаційно-аналітичного мовлення містив певні заклики: «А вже сьогодні об 11 годині у Львові заплановане віче біля облдержадміністрації проти намірів влади відступитися від асоціації із Євросоюзом» [10].

У порівняльно-змістовій характеристиці комунікаційного супроводу відзначимо певні відмінності новинного перебігу та висвітлення подій одного інформаційного приводу у всеукраїнських та закордонних медіа. Змістова детальність подачі інформації відображалась дуже часто в інформуванні про закордонні події та новини через самих учасників аудиторії.

Наприклад, «понад півтора десятка міст у всьому світі готують власні Євромайдани – повідомлено в ефірі «5 каналу» 23 листопада 2013 року. У Кракові кілька десятків людей пройшли від меморіалу жертвам Голодомору до Консульства. У Лондоні європейська

хода триває просто зараз. Півтори сотні українців, що мешкають у британській столиці, зібралися під Парламентом. Зараз ідуть до церкви, де запланована служба у пам'ять про Голодомор. Ввечері схожі акції відбудуться у Вашингтоні та Клівленді. Більшість євромайданів, зокрема, у Відні, Берліні та Брюсселі - заплановані на неділю» [10].

Акцію на підтримку Євромайдану влаштували у Вашингтоні. Кілька десятків людей із плакатами та українською символікою зібралися біля посольства України. Небайдужі українці організувалися через соцмережі. На мітингу співали та закликали Президента України повернутися до євроінтеграційного курсу. Демонстранти виступили на підтримку протестних акцій, що нині тривають по всій Україні. У Чикаго пройшов найбільший Євромайдан у США. Кілька сотень людей пройшли центральними вулицями американського міста на знак протесту проти зупинки євроінтеграції України. Вони тримали в руках прапори України, Євросоюзу та червоно-чорні прапори УПА і скандували Україна - це Європа та разом до Європи. Треба підтримати український народ, щоб не сталося ще раз подібне до Голодомору! Ми закликаємо уряд і Президента України дослухатися до українського народу і дотримуватися своїх обіцянок про інтеграцію в Європу. Україна зрозуміла своє минуле і знає, куди йти. Україна - це Європа» [10].

Інформаційно-комунікаційні характеристики змістової детальності опису супроводжувались поняттям «точності», що включало в себе кількісні факти, завдяки яким уявлення аудиторії були чіткими. Не залишилися осторонь інформування про акції Революції Гідності західні ЗМІ. Десятки видань від Індії до Австралії оприлюднили репортажі інформаційних агенцій про протести в Україні. Нагадали читачам про все, що їм могло бути відомо про Україну – Помаранчеву революцію, чемпіонські пояси Кличка, ув'язнену экс-прем'єрку. А також коротко пояснили, що саме стало приводом для теперішніх зібрань.

Деякі видання, як-от «International New York Times» [12], опублікували репортажі власних кореспондентів з більш детальним описом протестів та цитатами їхніх учасників. «Удруге Захід прогавив шанс інтегрувати Україну», – пише в редакторській статті «Financial Times» [11]. Провину відкрито покладає на Росію та радить Євросоюзові та США активніше протистояти московському тиску.

Варто відзначити змістову детальність подачі кризь поняття «інформаційної розгорнутості», що дозволило громадянам пояснити послідовність зв'язку від політичного процесу до події. На сайті цього ж таки видання оприлюднили колонку Віктора Ющенка (колишнього Президента України). Він перспективу партнерства з Росією називає «імперіалістичним жахом» і стверджує, що ЄС просто таки мусить допомогти його відвернути. Про мрію Володимира Путіна відродити Радянський Союз пише в редакторській статті «The Washington Post» [15].

Свою солідарність з українським народом висловили у багатьох країнах світу. Зокрема, мітингували у Чехії та Польщі. Не залишилися байдужими і українці за океаном: у Канаді влаштували автопробіг, а у Нью-Йорку – флешмоб. У «Новини 5 каналу» 20 січня 2014 року повідомили, що кілька десятків представників української громади Нью-Йорка провели акцію у Браянт-парку. А вже через день нічне чергування на Грушевського закінчилося кривавим світанком. 22 січня стало точкою невідвороту повалення тодішнього режиму, адже сили МВС відкрили вогонь по мирних мітингувальниках. Журналісти також стали справжніми «живими мішенями» пострілів силовиків, тому майже ніхто не йшов на Грушевського в жилетах із написом «Преса». Фотографи англійської газети «The Guardian» зробили ряд знімків під час масового побоїща 22 січня [14].

Змістову детальність опису чітко виокремлено і поняттям «емоційного відтінку» сприйняття подій Революції гідності громадянами України та світу. Журналісти телеканалу «5 канал» провели моніторинг реакції світових ЗМІ (зі США, Великої Британії, Німеччини, Іспанії, Росії) на сутички між міліцією і населенням. Один

з найповажніших новинних часописів світу – «International New York Times» [12] помістив українські протести на чолі усіх міжнародних новин недільної ночі. Пишуть про суперечливі закони, що обурили українців та лідерів опозиції. «Палки й каміння проти сльозогінного газу» - такий заголовок міститься у матеріалі «International New York Times» [12]. На сторінці «The Washington Post» [15] матеріал про Україну – найголовніший із європейських новин. Даний інформаційний привід характеризує порівняльно-сприйняттеву зовнішньо- і внутрішньополітичну характеристику змістової детальності.

Інформаційно-комунікаційний супровід характеристики змістової детальності аналізується також поняттям «якість інформації», що окреслює повноту інформації, включаючи широкий спектр аналізу: соціальну, політичну, економічну, культурну, освітню складову. Акцент автори зробили не на вуличних сутичках, а на відсутності єдиного лідера в опозиції. Детальний репортаж із Києва вже декілька годин на головній сторінці новин «Bi-Bi-Ci». Автор, що особисто перебуває на місці подій, намагається пояснити міжнародній аудиторії, що ж саме обурило українців. І показати чим теперішні сутички відрізняються від попередніх. На сайті британського каналу «Sky News» [13] протистояння в Україні поступається місцем лише конфлікту у Сирії. Кореспондента у Києві канал не має, тож обмежується переказуванням найяскравіших моментів. На конфлікті зосереджується і видання «Financial Times» [11]. На сайті даного видання Україні присвячена фотогалерея.

Аналізуючи вище представлені інформаційно-комунікаційні особливості висвітлення подій Революції Гідності спостерігаємо, що інформаційно-комунікаційні специфікації базуються на формуванні образу держави через конституційні та правові норми, що визначають порядок функціонування державних органів суспільно-політичного функціонування країни. Ці рамки є основою для забезпечення стабільності та гармонії в суспільстві, адже вони закладають фундамент для взаємодії між громадянами та владою. Як стверджують дослідники В. Ємець, А. Мороз «Формування позитивного іміджу України в світовому інформаційному просторі передбачає не лише захист національних інтересів, а й реалізацію власної інформаційної політики, зокрема в умовах повномасштабної російської агресії. Інформаційна політика України зорієнтована на побудову відкритого інформаційного суспільства, в якому кожен громадянин держави має можливість створювати, зберігати та поширювати інформацію» [4, с. 208].

Медіа відіграють ключову роль у формуванні образу країни, адже вони мають потужний вплив на те, як світ бачить певну державу. ЗМІ можуть бути не лише каналом передачі новин, але й інструментом, що формує суспільні стереотипи та асоціації про країни, їхні культури та громадян.

Головною проблемою залишається те, що частина європейських медіа продовжує опиратися на застарілі стереотипи про Україну. Найпоширенішими були уявлення про корупцію, політичну нестабільність і слабкість демократичних інститутів.

Попри те що останні події продемонстрували Україну як сучасну державу з демократичними цінностями та відданим власній свободі народом, ці застарілі стереотипи інколи затіняють реальність. Наприклад, деякі медіа схильні акцентувати лише на проблемах, залишаючи поза увагою здобутки: успіхи в обороні демократії, розвиток культури чи економічну стійкість навіть в умовах війни. Як досліджує Т. Воляннюк «Суттєвою для політики є також масова свідомість. Вона покликана до життя процесом зростання маси людей, які беруть участь в історичних діях, примноженням та ускладненням політичних зав'язків. За своїм змістом масова свідомість становить сукупність ідей, уявлень, у тому числі ілюзорних почуттів, настроїв, що відображають всі сторони життя суспільства, доступні масам і здатні викликати в них інтерес» [1, с. 354].

Обсяг і якість висвітлення подій з України часто залежать від ресурсів медіа. Великі видання на кшталт BBC чи «The Guardian» мають можливість забезпечувати

своїх аудиторій верифікованими та актуальними матеріалами безпосередньо з місця подій. Натомість невеликі регіональні видання часто змушені покладатися на загальнодоступні джерела, що може призводити до менш глибокого чи однобічного висвітлення.

Внаслідок цього інформація про Україну поширюється нерівномірно в різних країнах Європи. Однією з ключових проблем є однобокий спосіб висвітлення новин про Україну. Водночас такий підхід часто ігнорує інші важливі аспекти життя країни. Наприклад, недостатньо уваги приділяється культурним ініціативам, що стали потужним засобом спротиву, чи економічним досягненням, які демонструють незламність українського народу. Як наслідок, формується образ України виключно як держави, що потерпає від війни, хоча насправді вона є джерелом натхнення, сили та впевненості для багатьох інших націй.

Інформаційно-комунікаційні особливості контентного наповнення медіа та формування позитивного образу України в європейських медіа є непростим завданням, що стикається з численними викликами, серед яких стереотипи, інформаційна нерівність та вплив російської пропаганди. Укорінені уявлення, пов'язані з радянським минулим України, часто стають на заваді її правильному сприйняттю. Водночас російська пропаганда активно поширює дезінформацію, прагнучи створити негативне уявлення про країну. Попри це, Україна має значний потенціал для зміцнення свого міжнародного іміджу.

Героїзм українського народу в умовах війни став символом незламності та мужності. Культурний спротив і збереження національних традицій разом із мовою підтримують ідентичність нації. Сьогодні українська держава активно працює над поліпшенням свого іміджу через дипломатію та культурні обміни з Європою. Все це разом допоможе утвердити Україну як символ свободи, незалежності та прагнення до європейських цінностей. Через ці зусилля Україна має можливість закріпити своє місце на світовій арені як країна, яка бореться за свої права та гідність.

Формування позитивного образу країни на основі інформаційно-комунікаційних особливостей, як в міжнародному так і державному контексті є складним багатовимірним процесом, який охоплює політичні, економічні, культурні та соціальні аспекти. Імідж країни визначає її позицію на міжнародній арені, впливає на характер відносин з іншими державами й організаціями, а також формується через багатогранну взаємодію на глобальному рівні. Особливо важливу роль у цьому відіграє зовнішня політика, адже державні рішення, дипломатичні ініціативи та стратегічні дії безпосередньо формують міжнародне сприйняття країни. Проте політика не є єдиним чинником: значний вплив мають і соціально-економічні досягнення, і багатий культурний спадок, які додають унікальності міжнародному образу держави.

Медіа є надзвичайно впливовим механізмом у створенні й трансляції іміджу країни. Вони не лише передають інформацію про події, але й впливають на інтерпретацію цих подій, формуючи позитивний чи негативний образ у свідомості світової спільноти. Через ЗМІ країна може конструювати свою розповідь про себе і впливати на те, як буде сприйнята іншими. Водночас медіа здатні як зміцнювати репутацію держави, так і руйнувати її залежно від подачі матеріалу. Це також потужний інструмент політичної комунікації, що здатний підтримувати або послаблювати геополітичне становище держави.

Після початку Революції Гідності від листопада 2013 року імідж України зазнав кардинальних трансформацій, особливо в європейських медіа. Держава стала символом мужності й боротьби за незалежність і спільні європейські цінності. Ці трагічні сторінки життя українців привернули світову увагу та зміцнили образ українського народу як стійкого й непохитного в умовах агресії. Медіа активно подавали ці історії, демонструючи водночас масштаби злочинів і прояви людської солідарності та надії.

Висновки та перспективи. Перемога Майдану в лютому-березні 2014 року дала усім нам надію на світле майбутнє у сім'ї європейських країн. Період подій Революції Гідності щодо функціонування комунікаційних особливостей супроводжується трансформацією інформаційного простору під впливом суспільно-політичних процесів. Медіа стали не лише засобом висвітлення подій, а й активними учасниками формування суспільної думки. Інформаційно-комунікаційні технології сприяли розвитку та поширенню громадської активності.

Інформаційний простір у час громадянських протистоянь та заворушень, акцій непокори та народного супротиву, зокрема в час Революції Гідності, відіграв визначальну роль у час формування громадської думки, згуртованості населення та у підтримці національної ідентичності. Інформаційно-комунікаційні особливості висвітлення подій супроводжуються функціонуванням соціально-комунікаційного трикутника «інформація – аудиторія – реакція», що демонструє консолідацію суспільства.

Контентна взаємодія внутрішньо- і зовнішньополітичних інформаційних впливів супроводжувалась міжнародним сприйняттям подій та об'єктивного розуміння ситуації як в країні, так і за її межами. Взаємодія між інформацією, аудиторією та її реакцією під час Революції Гідності сприяла активному залученню громадян у процеси комунікації, а інформаційний простір став важливим інструментом формування національної ідентичності.

1. Волянюк Т. А. Політична свідомість і культура як чинники формування образу сучасної української держави. *Право та державне управління*, 2023, Вип. 2, С. 353-358.

2. Гоцур О. Особливості функціонування медіаринку України в умовах війни (лютий-вересень 2022 року). Наукова розвідка. 2022, Вип. 22. – С. 47-51. URL: http://library.megu.edu.ua:8180/jspui/bitstream/123456789/4237/1/2022-Osoblivosti_funkcionuvanna_mediaringku_Ukraini_v_um.pdf (дата звернення: 28.11.2024).

3. Даніч В. М., Шевченко С. М. Інформаційний простір. *Review of transport economics and management*, 2023 Вип. 8(24), С. 120–140. DOI: <https://doi.org/10.15802/rtem2022/277626>

4. Ємець В., Мороз А. Роль соціальних мереж у формуванні іміджу держави в умовах повномасштабної війни. *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент*, 2023, Вип. 12. С. 205–214.

5. Левченко І. М. Соціальна комунікація як важлива складова інформаційно-комунікаційного простору. Соціум. Документ. Комунікація, 2022, Вип. 14. С. 253–265.

6. Матвієнків С. М., Шмаленко Ю. І., Кольцов, В. М. Національний інформаційний простір України: проблеми та перспективи розвитку. Актуальні проблеми філософії та соціології. 2022. Вип. 37. С. 222–227.

7. Про медіа: Закон України від 13 грудня 2022 р. ВВР. 2023, № 47-50. С.120. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 01.11.2024).

8. Савченко А.В., Ярмиш Н.М. Загальна характеристика кримінальних правопорушень проти журналістів. Посібник до навчального курсу щодо безпеки журналістів. 2021. С. 94. URL: [https://www.naiu.kiev.ua/files/naukova-diyalnist/naukovi-laborator/lab_nni1/2023/bezpeka%20zhurnalistiv_posibnyk_FINAL_Print%20\(1\).pdf](https://www.naiu.kiev.ua/files/naukova-diyalnist/naukovi-laborator/lab_nni1/2023/bezpeka%20zhurnalistiv_posibnyk_FINAL_Print%20(1).pdf) (дата звернення: 04.01.2025).

9. Шгельмашенко, А. Формування суспільної думки в державі. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського Серія: Державне управління*. 2018, № 2. С. 129 – 134.

10. 5 канал. <https://www.5.ua/ukrayina/politychna-sytuatsiia>

11. *Financial Times*. <https://www.ft.com/global-markets-trends>

12. *International New York Times*. <https://www.nytimes.com/2024/11/12/nyregion/new-york-city-housing-plans.html>

13. Sky News. <https://www.skynews.com/weather>

14. The Guardian. <https://www.theguardian.com/society/2024/nov/12/housing-crisis-young-people-uk>

15. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/article/2023/11/10/new-policies-debate>

1. Volianiuk, T.A. (2023) "Political consciousness and culture as factors in the formation of the image of the modern Ukrainian state", *Pravo ta derzhavne upravlinnia [Law and state administration]*, Issue 2, pp. 353–358.
2. Hotsur, O. (2022) "Peculiarities of the functioning of the media market of Ukraine in wartime (February-September 2022)", available at: http://library.megu.edu.ua:8180/jspui/bitstream/123456789/4237/1/2022-Osoblivosti_funkcionuvanna_mediariuku_Ukraini_v_um.pdf (accessed: 28 November 2024).
3. Danich, V.M. & Shevchenko, S.M. (2023) "Information space", *Review of Transport Economics and Management*, issue 8(24), pp. 120–140. DOI: <https://doi.org/10.15802/rtem2022/277626>.
4. Yemets, V. & Moroz, A. (2023) "The role of social networks in shaping the image of the state in conditions of full-scale war", *Mediaforum: analytics, forecasts, information management*, issue 12, pp. 205–214.
5. Levchenko, I.M. (2022) "Social communication as an important component of the information and communication space". *Socium. Document. Communication*, issue 14, pp. 253–265.
6. Matviienkiv, S.M., Shmalenko, Yu.I. & Koltsov, V.M. (2022) "National information space of Ukraine: problems and development prospects". *Current problems of philosophy and sociology*, issue 37, pp. 222–227.
7. Verkhovna Rada of Ukraine (2022), *On the media: Law of Ukraine of December 13, 2022.*, Issue 47–50, p. 120. available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (accessed: 1 November 2024).
8. Savchenko, A.V. & Yarmish, N.M. (2021) "General characteristics of criminal offenses against journalists. Manual for the training course on the safety of journalists". available at: [url: https://www.naiu.kiev.ua/files/naukova-diyalnist/naukovi-laborator/lab_nni1/2023/bezpeka%20zhurnalistiv_posibnyk_FINAL_Print%20\(1\).pdf](https://www.naiu.kiev.ua/files/naukova-diyalnist/naukovi-laborator/lab_nni1/2023/bezpeka%20zhurnalistiv_posibnyk_FINAL_Print%20(1).pdf) (accessed: 4 January 2025).
9. Shtel'mashenko, A. (2018) "Formation of public opinion in the state.", *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho [Scholarly notes of the V.I. Vernadsky TNU Series: State Administration]. Seria: Derzhavne upravlinnia*, issue 2, pp. 129–134.
10. 5 Kanal. (2013-2014), available at: <https://www.5.ua/ukrayina/politychna-sytuatsiia>.
11. *Financial Times*. (2013-2014), available at: <https://www.ft.com/global-markets-trends>.
12. *International New York Times*. (2013-2014), available at: <https://www.nytimes.com/2024/11/12/nyregion/new-york-city-housing-plans.html>.
13. *Sky News*. (2013-2014), available at: <https://www.skynews.com/weather>.
14. *The Guardian*. (2013-2014), available at: <https://www.theguardian.com/society/2024/nov/12/housing-crisis-young-people-uk>.
15. *The Washington Post*. (2013-2014), available at: <https://www.washingtonpost.com/article/2023/11/10/new-policies-debate>.

UDC 070.41:94(477)"2013/2014"

INFORMATION AND COMMUNICATION FEATURES OF COVERING THE EVENTS OF THE REVOLUTION OF DIGNITY (2013–2014)

Mitchuk Olha¹, D.Sc. (Social Communications), e-mail: o.a.mitchuk@nuwm.edu.ua,

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-1011-7320>;

Krupskiy Ivan², D.Sc. (History), e-mail: ikrupskyy@ukr.net,

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-3520-499X>;

Prokopets Vitalii¹, teacher e-mail: v.e.prokopets@nuwm.edu.ua,

ORCID – <https://orcid.org/0009-0006-4120-6533>.

¹ National University of Water and Environmental Engineering, Rivne, Ukraine.

² Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine.

Introduction. In any civilized society, the media and other means of mass communication form information policy, which determines the state of socio-political, economic, and cultural life in the country and in a separate territory and acts as a safeguard or an inspiration in the development of certain events.

Relevance of the study. The process of studying the public communication activities of the media with observance of freedom of speech during times of political aggravation is relevant. Journalists always play a prominent role in society, and most of all during civil conflicts, ensuring the flow of information and the formation of public opinion, influencing social and political processes. The purpose of scientific research is to study and analyze the activities and features of the media and content during the Revolution of Dignity.

Methodology general scientific research methods were used: deduction and induction, analysis and synthesis method, comparison; empirical: content analysis and discourse analysis; methods of media analysis: frame analysis, media monitoring.

Results. The use of information and communication support and the functioning of the media is of utmost importance in everyday life, especially during the period of revolutionary changes. Analysis of the media space and information and communication features of the period of the Revolution of Dignity has undergone significant transformations. The functioning of the social and communication triangle “information - audience - reaction” was accompanied by emotional and psychological support, which mobilized the public. Information and communication flows were both national and international, where international media played a significant role in covering events for the world community.

Conclusions. The information space during civil confrontations and riots, acts of disobedience and popular resistance, in particular, during the Revolution of Dignity, played a decisive role in the formation of public opinion, the cohesion of the population and in supporting national identity. Information and communication features of event coverage are accompanied by the functioning of the social and communication triangle “information – audience – reaction”, demonstrating society’s consolidation.

Keywords: *content detail, audience, information and communication features, information space, media.*

Стаття надійшла до редакції 13.02.2025 р.
Рекомендовано до видання 12.03.2025 р.