

INSTAGRAM ЯК ПРОСТІР РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ПАМ'ЯТІ ПРО ГОЛОКОСТ: ОФІЦІЙНІ АКАУНТИ МЕМОРІАЛЬНИХ ІНСТИТУЦІЙ І ВІЗУАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ РОБОТИ З ТРАВМОЮ

Р. С. Назаркевич

Запорізький національний університет

email: rnazarkevych@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-3823-1863>

Ключові слова: Instagram, цифрова пам'ять, Голокост, меморіальні інституції, візуальні наративи, алгоритмічний аналіз візуального контенту, залученість аудиторії, Auschwitz Memorial, Yad Vashem, United States Holocaust Memorial Museum.

У статті проаналізовано, як у 2018–2024 рр. три офіційні акаунти пам'яті про Голокост в Instagram (@auschwitzmemorial, @yadvashem, @holocaustmuseum) формують візуальні наративи й працюють із травмою. Поєднано якісний огляд типів і композиції зображень із автоматизованим аналізом 1500 постів (понад 1300 фото): машинні описи, перетворення в вектори та кластеризація. Виокремлено чотири спільні категорії: портрети / свідки, артефакти, інфраструктура, відвідувачі / церемонії. Найбільшу взаємодію здебільшого отримують зображення людей і просторові кадри, але інтенсивність відрізняється між інституціями. Instagram слугує інструментом збереження та поширення пам'яті про Голокост, поєднуючи історичну достовірність і візуальні стратегії, зрозумілі сучасній аудиторії.

HOLOCAUST MEMORY ON INSTAGRAM: VISUAL STRATEGIES OF OFFICIAL MEMORIAL ACCOUNTS IN REPRESENTING TRAUMA

R. S. Nazarkevich

Zaporizhzhia National University

Key words: Instagram; digital memory, Holocaust, memorial institutions, visual narratives, algorithmic analysis of visual content, audience engagement, Auschwitz Memorial, Yad Vashem, United States Holocaust Memorial Museum.

The article examines how, between 2018 and 2024, the official Instagram accounts of Holocaust memorial institutions (@auschwitzmemorial, @yadvashem, @holocaustmuseum) create visual narratives and communicate historical trauma within the platform logic of social media. The study combines qualitative analysis of content types and visual composition with an algorithmic approach: automatic image description (BLIP-2), text-to-vector embeddings (e5), k-means clustering, and audience engagement analysis. The dataset includes 1,500 posts (over 1,300 photos) from the three institutions. Four main categories were identified across all accounts: Prisoners & Historical Portraits; Personal Belongings & Artifacts; Buildings & Infrastructure; Visitors & Ceremonies.

The results show that images of people – such as portraits of victims, survivors, and participants in commemorative ceremonies – receive the highest levels of engagement, together with photographs of memorial sites and camp infrastructure. At the same time, the intensity of audience response differs between institutions: for instance, «Buildings & Infrastructure» posts at @holocaustmuseum achieved very high engagement, while similar content at @yadvashem remained comparatively low. These differences highlight how each institution adapts its communication strategy to its mission, audience, and cultural context.

Overall, the findings indicate that Instagram functions as an institutionally managed space of digital memory, where archival accuracy, ethical representation of traumatic experiences, and careful visual design are combined to reach wide audiences. When used in this way, the platform can contribute to preserving Holocaust memory, countering historical distortion, and resisting the spread of antisemitism and hate speech in the digital environment.

З 2022 р. система міжнародних відносин переживає глибоку кризу. Повномасштабна агресія Росії проти України супроводжується маніпулятивним використанням нарративів Другої світової війни – від «денацифікаційної» риторики до намагання представити радянську окупацію України та сусідніх країн як «визволення».

Після нападу 7 жовтня 2023 р. організації ХАМАС на Ізраїль різко зросла хвиля антисемітизму: за квітневим опитуванням Агентства Європейського Союзу з фундаментальних прав людини (FRA) 87 % європейських євреїв зіштовхнулися з антисемітськими образами в інтернет-просторі, а кількість інцидентів офлайн у Німеччині та Франції зросла більш ніж удвічі. Травневий звіт Anti-Defamation League (ADL) – правозахисної організації, заснованої у США в 1913 р. й спеціалізованої на протидії антисемітизму, расизму та мові ненависті, зафіксував приріст антисемітських проявів у Великій Британії на 82 % у порівнянні з попереднім роком¹.

У відповідь міжнародні організації посилюють акцент на освіті та просвітницькій діяльності про Голокост, розглядаючи їх як важливий інструмент протидії історичним фальсифікаціям: Єврокомісія у першій доповіді про реалізацію Стратегії ЄС 2021–2030 рр. з протидії антисемітизму закликала «перенести пам'ять у цифрові середовища, де перебуває молодь»²; UNESCO у 2024 р. попередила, що генеративний ШІ може «спотворити архів Голокосту» й підсилити мову ненависті, якщо освітяни та платформи не розроблять етичних протоколів³. Зважаючи на це, критично важливими є дослідження того, як меморіальні інституції працюють із візуальною пам'яттю в соціальних мережах, які формують історичні уявлення, насамперед, у молодій аудиторії. Також важливо з'ясувати, як цей технічний інструмент може сприяти запобіганню подібним до Голокосту трагедіям у майбутньому.

¹ «Jewish People's Experiences and Perceptions of Antisemitism». *European Union Agency for Fundamental Rights*. 11.07.2024. URL: <https://fra.europa.eu/en/publication/2024/experiences-and-perceptions-antisemitism-third-survey>; Stroud, L. Antisemitic incidents surge across Europe and the world. *Euro News*. 08.05.2025. URL: <https://www.euronews.com/2025/05/08/antisemitic-incidents-surge-across-europe-and-the-world-adl-report-shows>

² Report of the EU Strategy on combating antisemitism and fostering Jewish life. *The Commission to the European Parliament and the Council*. 14.10.2024. URL: https://commission.europa.eu/document/download/40128efc-6203-4002-b7a5-8f26882930f6_en

³ The UNESCO report, AI and the Holocaust: rewriting history? *UNESCO Digital Library*. 2024. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390211>

Загальновідомою є теза, що за останнє десятиліття соціальні мережі істотно змінили механізми формування колективної пам'яті. Водночас у контексті аналізу соціальних мереж доцільно акцентувати увагу на Instagram, адже саме він суттєво впливає на способи репрезентації та збереження колективної пам'яті. Механізми цієї соцмережі зосереджені на швидкій візуальній комунікації: алгоритмічні стрічки, сторіз і хештеги сприяють формуванню динамічного «народного архіву», доступного сотням мільйонів користувачів. Починаючи з 2018 р. на платформі активно діють офіційні меморіальні акаунти (@auschwitzmemorial, @yadvashem, @holocaustmuseum), які координують процеси створення і впорядкування зображень, свідчень та інших історичних матеріалів, а також проводять освітні кампанії, намагаючись поєднати наукову точність, етику та медійну привабливість.

Таким чином, дослідження репрезентації Голокосту в Instagram є важливим та актуальним, оскільки дозволяє виявити нові механізми формування колективної пам'яті та оцінити роль цифрових медіа у протидії історичним фальсифікаціям і поширенню антисемітизму, а також сприяє формуванню усвідомленого ставлення молоді до пам'яті про Голокост.

Мета цієї роботи – дослідити, як у 2018–2024 рр. офіційні Instagram-акаунти, присвячені пам'яті про Голокост, формують візуальні нарративи та комунікують історичну травму в умовах інформаційного перенасичення та політизації історії. Дослідження поєднує якісний аналіз візуальних стратегій з алгоритмічним підходом (кластеризація зображень, автоматичне генерування описів, вимірювання залученості аудиторії), що дозволяє здійснити порівняльний аналіз комунікаційних практик трьох інституцій.

Завдання дослідження:

- визначити типологію контенту (архівні фото, каруселі-інфографіки, сторіз-свідчення, інтерактивні опитування) та простежити, які візуальні сюжети пам'яті вони формують і як змінюється їхня подача з часом;

- проаналізувати візуально-риторичні засоби (композиція, колір, текстові накладки, емоджі, метафоричні кадри) й з'ясувати, як вони сприяють створенню образів пам'яті про Голокост;

- оцінити механізми залучення аудиторії (хештеги пам'яті, заклики до дії, модерація коментарів, співпраця з інфлюенсерами) як засоби донесення і збереження пам'яті про трагедію;

- розкрити, як установи реагують на тиск алгоритмів соцмереж і загрозу спрощення трагедії та

поширення дезінформації, зберігаючи водночас ключові смислові конструкції історичної пам'яті;

- застосувати алгоритмічний підхід: провести автоматизований аналіз понад 1500 Instagram-постів (500 для кожного акаунту), згенерувати текстові описи, створити векторні уявлення (embeddings), здійснити кластеризацію та виміряти рівень залучення для кожної категорії;

- здійснити порівняльний аналіз результатів для трьох інституцій, виокремивши спільні шаблони та унікальні стратегії в репрезентації пам'яті.

Дослідження охоплює перехід від перших помітних експериментів із візуальним контентом у другій половині 2010-х до нинішньої систематизованої комунікаційної політики цих інституцій і показує, як нові візуальні практики поглиблюють історичну емпатію в умовах сучасної міжнародної кризи.

Дослідження репрезентації Голокосту у соціальних мережах привертає дедалі більшу увагу вчених. На сьогодні існує кілька ключових праць, які висвітлюють, як саме Instagram впливає на формування пам'яті про цю трагедію. Перш за все варто згадати дослідження Саманти Гінклі та Крістін Цюльке (Hinckley & Zühlke, 2023), у якому авторки детально розглядають феномен селфі, зроблених біля меморіалів Голокосту (наприклад, Аушвіца та Меморіалу Голокосту в Берліні). У центрі уваги дослідниць – етичні суперечності, викликані такими фото, та суспільна реакція на них, що коливається від підтримки до жорсткого засудження⁴.

Окремий напрямок досліджень зосереджується на меморіальних інституціях та їхній діяльності у соціальних медіа. Наприклад, Франческа Манка і Сільвія Гетта (Manca & Guetta, 2024) досліджують, як чотири італійські музеї, що займаються пам'яттю Голокосту, використовують Instagram та інші соцмережі для комунікації з користувачами. Авторки демонструють потенціал платформ для освітніх та інформаційних кампаній, однак не приділяють уваги візуальній риторичі та не аналізують кількісні метрики (лайки, коментарі, поширення)⁵.

Уваги також заслуговує робота Ноама Тіроша (Tirosh, 2020), який аналізує відомий проєкт

@eva.stories в Instagram. Він описує нову форму емоційного медіа-свідчення через соцмережі, що спонукає користувачів до співпереживання. Але дослідник не аналізує діяльність офіційних інституцій та не надає кількісних оцінок впливу контенту⁶.

Схожу тематику порушують Мартін Рем і Стефанія Манка (Rehm & Manca, 2022)⁷. Автори досліджують, як три провідні музеї Голокосту – Яд Вашем, Меморіал і музей Голокосту у Вашингтоні та Державний музей Аушвіц-Біркенау використовують Facebook, Twitter та Instagram для поширення історичних знань і меморіальних наративів. Використовуючи змішаний методологічний підхід, вони здійснили аналіз постів для виявлення спільних і відмінних рис між платформами. Дослідження показало, що кожна з соціальних мереж має власні акценти: у Twitter частіше з'являється термінологія, пов'язана з Аушвіцем, на Facebook домінує тема виставок і нацистського режиму, тоді як для Instagram характерні підписи, де слово Holocaust поєднується з означенням photo («архівне фото», «історичне фото»).

У нашому дослідженні зосереджено увагу не на міжплатформеному порівнянні, а на Instagram як візуально орієнтованому середовищі. Застосування алгоритмічних методів аналізу дало змогу систематизувати візуальний контент і зіставити рівень залученості аудиторії (лайки, коментарі) залежно від типів зображень.

В українському академічному середовищі важливим внеском стала стаття Марії Шарпило (2023), у якій авторка класифікувала контент про Голокост у Instagram та TikTok, окреслила ключові тенденції та звернула увагу на проблеми, пов'язані з ризиками баналізації та поширенням дезінформації. Попри це, дослідження не містить детальної інформації про кількість проаналізованих публікацій і не приділяє окремої уваги контенту офіційних меморіальних акаунтів⁸.

Таким чином, попри існування окремих досліджень цифрової пам'яті про Голокост, діяльність офіційних меморіальних акаунтів в Instagram

⁶ Tirosh, N. Understanding @Eva.stories: Holocaust Memory in the Instagram Era. *Research Gate*. April 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/340769581_Understanding_Evastories_Holocaust_Memory_in_the_Instagram_Era.

⁷ Rehm, M., Manca, S. Three Institutions, Three Platforms, One Goal: Social Media for Holocaust Memory. URL: https://www.academia.edu/49309836/Three_Institutions_three_Platforms_One_Goal_Social_Media_for_Holocaust_Remembrance.

⁸ Шарпило М. Культурна пам'ять про Голокост у соціальних мережах Instagram і Tiktok. *Культурологічний альманах*. 2023. № 4. С. 275–280. URL: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.4.38>.

⁴ Hinckley, S., Zühlke, Ch. More than Meets the Eye – The Intricate Relationship between Selfies at Holocaust Memorial Sites and Their Subsequent Shaming. *De Gruyter*. 23.12.2022. URL: <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/eehs-2022-0008/html>

⁵ Manca, S., Guetta, S. Digital Holocaust memory: A study of Italian Holocaust museums and their social media users. *De Gruyter*. 2024. URL: <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/9783111329154-004/html>.

залишається малодослідженою і відкриває простір для подальшого наукового пошуку.

Перш ніж перейти до аналізу, варто зазначити, що сьогодні існує велика кількість меморіальних інституцій, які займаються дослідженням і репрезентацією пам'яті про Голокост. У межах цієї роботи ми зосередили увагу насамперед на офіційних Instagram-акаунтах трьох провідних меморіальних інституцій Голокосту: @auschwitzmemorial – належить Державному музею Аушвіц-Біркенау в Польщі, @yadvashem – офіційний акаунт ізраїльського Меморіального комплексу Катастрофи та Героїзму Яд Вашем, та @holocaustmuseum – акаунт Меморіального музею Голокосту США у Вашингтоні. Робота охоплює період з 2018 по 2024 рр. і зосереджується на основних типах візуального контенту, який використовується у комунікаційній стратегії кожного з акаунтів⁹:

1. архівні фотографії;
2. сучасні зображення меморіалів та подій;
3. освітні візуальні матеріали.

Кожен тип розглядається окремо з урахуванням його функцій, візуально-риторичних засобів та впливу на аудиторію.

Архівні фотографії в офіційних Instagram-акаунтах становлять один із ключових типів контенту в офіційних Instagram-акаунтах меморіальних установ, виконуючи функцію своєрідного «мосту» між минулим і сьогоденням. Використовуючи їх, інституції поєднують автентичні джерела з новими форматами цифрової комунікації.

Auschwitz Memorial. Для цього акаунту характерний акцент на фотографіях простору колишнього табору. У багатьох публікаціях чорно-білі або ретро-кадри території – бараки, дороги, охоронні вежі. Особливе місце посідає зображення в'язної брами з написом «Arbeit macht frei» («Праця робить вільним») (див. Додаток, фото 1), встановленої у 1940 р. під час облаштування табору. Це один із найвідоміших символів нацистської політики обману та знищення, який набув універсального асоціативного значення. Вибір саме таких кадрів формує візуальну стратегію «просторової присутності»: нагадування про конкретне місце, де відбувалися злочини.

Yad Vashem. У публікаціях цього акаунту переважають ретельно відреставровані фотографії жертв і артефактів. Прикладом є відомий кадр

травня 1944 р. із жінками та дітьми, що крокують до газової камери № 4 в Аушвіці-Біркенау (див. Додаток, фото 2). В інших випадках – світлини табличок та документів з архіву (наприклад, колекція Moshe Shalvi, 1995 р.), які подаються з точним зазначенням походження. Такий підхід формує іншу візуальну стратегію – «персоналізації пам'яті», коли трагедія постає через обличчя, імена та особисті історії.

Обидва приклади демонструють різні способи роботи з архівними фотографіями: Auschwitz Memorial відтворює матеріальність простору, тоді як Yad Vashem акцентує на індивідуальному вимірі трагедії. Водночас для обох акаунтів спільним є прагнення забезпечити достовірність через чіткі підписи, дати й джерела. Це свідчить про загальну тенденцію: архівні зображення використовуються не лише як документальні свідчення, а й як інструмент візуальної риторики, що поєднує історичну пам'ять із сучасними форматами соціальних мереж.

Сучасні зображення меморіалів та подій.

Окрім архівних світлин, офіційні акаунти меморіальних інституцій активно використовують сучасні фотографії меморіальних комплексів та заходів. Такий контент виконує подвійну функцію: по-перше, він підтримує сталість зв'язку між аудиторією та місцем пам'яті, а по-друге – документує актуальну діяльність установ у суспільному та культурному просторі.

Auschwitz Memorial. Для акаунту характерне використання зображень території колишнього табору, зроблених у різні пори року та з різних ракурсів. Така стратегія підкреслює просторову тяглість пам'яті та робить акцент на матеріальності місця.

Показовим є пост від 14 вересня 2023 р. із зображенням місця колишніх перекличок в'язнів (див. Додаток, фото 3). Світлина, зроблена у туманний осінній день, репрезентує простір як маркер пам'яті та водночас як нагадування про щоденний примус та приниження, що відбувалися тут у роки існування табору.

Yad Vashem. У публікаціях цього акаунту переважають фотографії офіційних церемоній, виставок і заходів, що підкреслюють міжнародну роль інституції як центру меморіальної та освітньої діяльності.

Показовим прикладом є серія зображень від 27 квітня 2025 р., присвячена Дню пам'яті Катастрофи та Героїзму. Світлини церемонії покладання вінків на площі Варшавського гетто із залученням свідків тогочасних подій та офіційних делегацій відображають акцент інституції на спадковості

⁹ Auschwitz Memorial. *Instagram page*. URL: <https://www.instagram.com/auschwitzmemorial>; United States Holocaust Memorial Museum (USHMM). *Instagram page*. URL: <https://www.instagram.com/holocaustmuseum>; Yad Vashem. *Instagram page*. URL: <https://www.instagram.com/yadvashem>.

пам'яті та її передачі між поколіннями (див. Додаток, фото 4).

The United States Holocaust Memorial Museum (USHMM). Акаунт Меморіального музею Голокосту у США фокусується на сучасних заходах, виставках та освітніх програмах у Вашингтоні й поза його межами. Його стратегія полягає у демонстрації музею як активного учасника публічного простору, що формує дискурс пам'яті на державному рівні.

Прикладом є пост від 20 квітня 2023 р. зі світлинами Днів пам'яті біля Капітолію (див. Додаток, фото 5). Фотографії поєднують офіційність події з акцентом на суспільній важливості збереження пам'яті, показуючи, як музей транслює історичну спадщину у широкий громадський простір.

Використання сучасних зображень у трьох акаунтах демонструє прагнення інституцій показати, що пам'ять про Голокост не обмежується архівом чи музеєм, а є частиною актуального суспільного життя.

Для Auschwitz Memorial ключовим є підкреслення матеріального простору табору, для Yad Vashem – комеморативної та міжнародної функції, а для Holocaust Museum – інтеграції пам'яті у публічний та державний дискурс. Спільним для всіх акаунтів є акцент на підтримці «живої» присутності пам'яті через фотографії сучасних подій, які поєднують історичну тяглість і сучасні практики вшанування.

Композиційні прийоми є важливим елементом візуальної стратегії офіційних акаунтів меморіальних інституцій. Вони визначають спосіб, у який глядач сприймає простір пам'яті та взаємодіє з його символами. Аналіз композиційних прийомів дозволяє простежити, як інституції поєднують візуальну форму та смисловий зміст у процесі репрезентації пам'яті в цифровому середовищі.

Auschwitz Memorial. Для акаунту характерним є використання центральної перспективи та відкритого тла (небо, широкі простори меморіалу), що візуально занурює глядача у простір табору. Відсутність сучасних відвідувачів у кадрі підсилює відчуття пустоти й наголошує на відмежованості місця як простору пам'яті.

Показовим є зображення місця колишніх переключок в'язнів (див. Додаток, фото 3). Ця відкрита площа виконувала одну з ключових функцій у табірному повсякденні: тут ув'язнених збирали двічі на день для обліку, відбору на примусову працю чи покарання. Сучасна фотографія репрезентує цей простір як безлюдний і позначений травматичною історією, підкреслюючи його значення як символу щоденного контролю та приниження у концтаборі.

Yad Vashem. Цей акаунт часто акцентує на присутності людей у кадрі – свідків Голокосту, представників офіційних делегацій та молоді. Така композиція формує образ міжпоколінневої тяглість пам'яті й демонструє соціальну значущість комеморативних практик.

Наприклад, у публікації від 27 квітня 2025 р., присвяченій Дню пам'яті Катастрофи та Героїзму, показано церемонію покладання вінків за участі свідків та дипломатів, що візуально підкреслює зв'язок поколінь (див. Додаток, фото 6).

Holocaust Museum (USHMM). У публікаціях цього акаунту часто зображені учасники освітніх заходів, відвідувачі виставок та офіційні спікери. Композиційний акцент на людях у просторі музею та під час публічних подій відображає прагнення установи інтегрувати пам'ять про Голокост у сучасний суспільний та політичний дискурс.

Емоційно виразна мова описів. Підписи до світлин часто містять цитати свідків, дати історичних подій і лаконічні нагадування («We remember», «Never again»). Це створює емоційний резонанс та мотивує до подальшого вивчення теми.

Метрики залученості. Аналіз активності аудиторії свідчить, що публікації із зображеннями людей – зокрема свідків або учасників освітніх заходів – отримують вищий рівень реакцій (лайки, коментарі, поширення), ніж пейзажні чи архівні фотографії. Це вказує на більший потенціал персоналізованих образів у підтримці інтересу користувачів¹⁰.

Використання композиційних прийомів у трьох акаунтах демонструє різні візуальні стратегії: Auschwitz Memorial акцентує на просторі пам'яті, Yad Vashem – на міжпоколінньому вимірі комеморації, а Holocaust Museum – на інтеграції пам'яті у публічний простір. Сукупність цих стратегій свідчить про те, що сучасні фотографії в офіційних акаунтах не лише документують події, а й виконують важливу комунікативну функцію у цифровій культурі пам'яті.

Освітні візуальні матеріали. Важливим компонентом комунікаційної стратегії офіційних акаунтів @auschwitzmemorial, @yadvashem та @holocaustmuseum є публікація освітніх візуальних матеріалів. Вони створюються з метою пояснення історичного контексту, адаптації складних подій до рівня сприйняття широкої аудиторії та підтримки інтересу до теми Голокосту серед різ-

¹⁰ Souza, F., de Las Casas, D., Flores, V. Dawn of the Selfie Era: The Whos, Wheres, and Hows of Selfies on Instagram. *ACM Conference on Online Social Networks 2015, Stanford University*. URL: <https://arxiv.org/abs/1510.05700>.

них поколінь. До цього типу контенту належать інфографіки, ілюстровані карти, фотографії предметів з музейних колекцій, фрагменти історичних документів, цитати свідків, а також короткі відео з поясненнями істориків чи співробітників музеїв. Конкретними прикладами є:

- карусель із датами та архівними світлинами до Міжнародного дня пам'яті жертв Голокосту (див. Додаток, фото 7);

- публікація про угорську виставку у Блоці 18, яка акцентує увагу на депортаціях євреїв 1944 р. (див. Додаток, фото 8) (@auschwitzmemorial, 8 липня 2024 р.);

- офіційний плакат до Дня пам'яті Катастрофи та Героїзму (@yadvashem, 30 квітня 2024 р.);

- серія «Snapshots of memory» із біографічними довідками та фотографіями жертв (@yadvashem, 6 травня 2024 р.).

Такі публікації часто структуровані у форматі серій зображень (слайд-постів) чи відеороликів, що дозволяє поступово розкривати тему й утримувати увагу глядачів. У супровідних текстах подаються точні дати, імена та місця, що підсилює достовірність і допомагає користувачам засвоїти ключові факти. Для залучення міжнародної аудиторії матеріали часто дублюються кількома мовами, а візуальні елементи підсилюються графічними акцентами (наприклад, виділенням імен жертв або ключових подій).

Спільною рисою цих матеріалів є поєднання інформативності та емоційної залученості: візуальні ресурси не лише передають факти, а й формують емоційний зв'язок із темою через використання цитат, архівних світлин чи зображень місць, пов'язаних із конкретними історіями. У цифровому середовищі, де увага користувачів часто обмежена кількома секундами, такий контент дозволяє водночас виконувати просвітницьку і меморіальну функції, забезпечуючи глибше розуміння трагедії Голокосту.

Поряд із якісним аналізом візуального контенту у дослідженні було застосовано алгоритмічний підхід, що дозволив систематизувати велику кількість даних і виокремити повторювані візуальні сюжети.

Для аналізу було використано 500 останніх публікацій із трьох офіційних акаунтів, присвячених пам'яті про Голокост: @auschwitzmemorial, @yadvashem та @holocaustmuseum (усього 1500 постів). Серед них ідентифіковано понад 1300 публікацій із фотозображеннями, які стали основою для дослідження. У вибірку не включалися пости з відео та матеріали, що не містили

візуальних зображень. Отриманий масив охоплює широкий спектр візуальних практик – від архівних світлин і музейних артефактів до сучасних церемоній пам'яті та освітніх інфографік.

Використані інструменти. З метою автоматичного аналізу зображень застосовано низку моделей та алгоритмів:

- Graph API – для завантаження публікацій та метаданих із Instagram¹¹;

- BLIP-2 (Bootstrapping Language-Image Pretraining) – для генерації описів фотографій англійською мовою; ці описи дозволили отримати машинне уявлення про те, що зображено на фото¹²;

- Text embeddings (модель e5) – для перетворення текстових описів у векторні представлення, придатні для подальшої обробки¹³;

- Метод k-means (із використанням «клітьового методу» для визначення оптимальної кількості кластерів) – для групування фотографій у тематичні категорії відповідно до подібності їхніх векторних описів¹⁴.

Отримані результати кластеризації дозволили виокремити кілька домінантних візуальних категорій для кожного з акаунтів.

Алгоритмічна кластеризація фотоматеріалів показала, що попри відмінності у стилістиці трьох акаунтів, їхні публікації можна згрупувати за спільними тематичними ознаками. Для порівняльного аналізу було виокремлено чотири домінантні категорії, які перетинаються у всіх трьох вибірках:

- Prisoners & Historical Portraits (в'язні та історичні портрети) – архівні зображення в'язнів, фотографії свідків і жертв, біографічні серії;

- Personal Belongings & Artifacts (особисті речі та артефакти) – особисті речі, документи та предмети з музейних колекцій;

- Buildings & Infrastructure (будівлі та інфраструктура) – зображення бараків, воріт, огорож, руїн крематоріїв та інших елементів табірної інфраструктури;

- Visitors & Ceremonies (відвідувачі та церемонії) – фотографії сучасних відвідувачів, офіційних делегацій, меморіальних заходів і церемоній пам'яті.

¹¹ Graph API documentation. URL: <https://developers.facebook.com/docs/graph-api/>

¹² Li, J., Li, D., Savarese, S. BLIP-2: Bootstrapping Language-Image Pre-training with Frozen Image Encoders and Large Language Models. URL: <https://arxiv.org/abs/2301.12597>

¹³ Wang, L., Yang, N., Huang, X., Multilingual E5 Text Embeddings: A Technical Report. URL: <https://arxiv.org/abs/2402.05672>.

¹⁴ Elbow method (clustering) *Wikipedia*. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Elbow_method_\(clustering\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Elbow_method_(clustering)).

Таблиця 1

Категорія	@auschwitzmemorial	@yadvashem	@holocaustmuseum	Разом
Prisoners & Historical Portraits	39	267	239	545
Personal Belongings & Artifacts	203	27	36	266
Buildings & Infrastructure	189	40	16	245
Visitors & Ceremonies	20	59	31	110
Усього фото	451	393	322	1166

Вибір цих категорій зумовлений їхньою регулярною появою у візуальному ряді трьох акаунтів, а також відповідністю основним смисловим напрямкам меморіальної комунікації: репрезентації людських історій, матеріальних свідчень, простої топографії пам'яті та сучасних практик вшанування. Кількісний розподіл фотографій за цими категоріями дозволяє простежити, які візуальні сюжети переважають у кожному з акаунтів та які акценти вони формують у меморіальній комунікації (табл. 1).

Як видно з таблиці 1, найбільшу частку у візуальному ряді становлять зображення в категорії «Prisoners & Historical Portraits», що свідчить про центральність людських історій у меморіальній комунікації всіх трьох інституцій (545 фото). Для акаунту @auschwitzmemorial характерна також значна кількість публікацій у категорії «Personal Belongings & Artifacts» (203 фото), тоді як у @yadvashem і @holocaustmuseum цей сегмент представлений набагато слабше. Натомість саме @yadvashem приділяє більше уваги портретам і біографіям жертв (267 фото), а @holocaustmuseum – зображенням відвідувачів і церемоній (31 фото). Категорія «Buildings & Infrastructure» найбільш виражена в @auschwitzmemorial (189 фото), що зумовлено специфікою цього простору як меморіального комплексу.

Однак сам по собі розподіл публікацій за категоріями ще не показує, наскільки ефективно вони виконують комунікативну функцію. Для цього було

проаналізовано рівень залученості аудиторії – медіанні значення лайків і коментарів у межах кожної категорії (табл. 2).

Як показують дані таблиці 2, найвищі медіанні показники залучення аудиторії спостерігаються у категорії «Buildings & Infrastructure» в акаунті @holocaustmuseum (4399 лайків; 65 коментарів), тоді як у @yadvashem цей тип контенту отримує значно нижчий відгук (1593 лайки; 29 коментарів). У @auschwitzmemorial стабільно високі результати демонструють категорії «Visitors & Ceremonies» (3629 лайків; 59 коментарів) та «Prisoners & Historical Portraits» (3610 лайків; 66 коментарів). Загалом, у всіх трьох акаунтах найкраще реагують на контент, що безпосередньо апелює до особистих історій і досвіду жертв, а також до візуальної репрезентації простору пам'яті.

Щоб наочно продемонструвати співвідношення між лайками та коментарями в межах кожної категорії, показники залученості аудиторії подано у вигляді діаграми розсіювання (рис. 1). Такий формат дозволяє простежити не лише окремі значення, але й загальні тенденції взаємозв'язку між реакціями аудиторії на різні типи контенту.

Як видно з рис. 1, реакція аудиторії на категорію «Prisoners & Historical Portraits» суттєво відрізняється між акаунтами: у @auschwitzmemorial та @holocaustmuseum ці публікації поєднують високі показники лайків і коментарів (3610/66 та 3733/51 відповідно), тоді як у @yadvashem вони набирають значно менше – 1766 лайків і 30 комен-

Таблиця 2

Категорія	@auschwitzmemorial	@yadvashem	@holocaustmuseum
Prisoners & Historical Portraits	3610 □□ / 66 □	1766 □□ / 30 □	3733 □□ / 51 □
Personal Belongings & Artifacts	3430 □□ / 67 □	1812 □□ / 33 □	2888 □□ / 37 □
Buildings & Infrastructure	3480 □□ / 47 □	1593 □□ / 29 □	4399 □□ / 65 □
Visitors & Ceremonies	3629 □□ / 59 □	2018 □□ / 37 □	3875 □□ / 54 □

(□□ – медіана лайків, □ – медіана коментарів)



Y – медіана коментарів, X – медіана лайків.

Рисунок 1. Діаграма розсіювання: лайки vs коментарі по категоріях

тарів. Категорія «Buildings & Infrastructure» в акаунті @holocaustmuseum демонструє найвищі значення лайків (4399) та водночас високий рівень коментарів (65), тоді як у @yadvashem вона залишається на мінімальних показниках (1593 лайки, 29 коментарів). «Visitors & Ceremonies» забезпечують стабільну взаємодію у всіх трьох акаунтах, а «Personal Belongings & Artifacts» викликають середній рівень відгуку, знову ж із найнижчими значеннями у @yadvashem. Загалом діаграма підкреслює: найбільш емоційно орієнтований контент (портрети й історії жертв) та просторові образи пам'яті (інфраструктура) отримують найвищий рівень залучення, однак інтенсивність цієї реакції залежить від специфіки кожної інституції.

Таким чином, візуальна комунікація в Instagram постає як інституційно модерований простір цифрової пам'яті, у якому поєднуються вимоги джерельної верифікованості та платформна логіка соціальних мереж. Офіційні акаунти меморіальних інституцій використовують Instagram не лише як канал повідомлення фактів, а як засіб конструювання образів минулого, адаптованих до коротких форматів та серійної подачі.

Результати поєднання якісного й алгоритмічного аналізу підтверджують, що:

- у всіх трьох акаунтах центральною візуальною категорією виступають «Prisoners & Historical Portraits», які формують основу комунікації через особисті історії жертв; алгоритмічні дані засвідчили водночас значні розбіжності: якщо у @auschwitzmemorial та @holocaustmuseum ці пости поєднують високі медіанні показники лайків і коментарів, то у @yadvashem реакція аудиторії значно нижча;

- категорія «Buildings & Infrastructure» у @holocaustmuseum отримала рекордний рівень лайків і коментарів, тоді як у @yadvashem подібний контент залучив найменшу аудиторію – це підкреслює різну інтерпретаційну роль просторових образів у стратегіях інституцій;

- «Visitors & Ceremonies» забезпечують стабільний, хоча й менш інтенсивний рівень взаємодії; їхня функція полягає радше у репрезентації інституційної присутності у публічному просторі;

- «Personal Belongings & Artifacts» найвиразніше представлені в акаунті @auschwitzmemorial, тоді як у двох інших інституцій ця категорія слабше представлена й супроводжується нижчими показниками залучення;

- загальна динаміка свідчить: публікації з людською присутністю (портрети, біографії, церемонії) мають вищий потенціал залучення аудиторії, ніж безлюдні просторові кадри чи артефакти, хоча винятки залежать від інституційного контексту.

Отже, репрезентація пам'яті про Голокост в офіційних акаунтах @auschwitzmemorial, @yadvashem та @holocaustmuseum поєднує документальну точність і етичні стандарти подачі та емоційну залученість аудиторії; поєднує локальну прив'язаність до конкретних місць пам'яті та транснаціональну комунікацію у глобальному цифровому середовищі; поєднує освітню мету та меморіальну функцію, адаптовані до форматів платформи. Алгоритмічний аналіз доповнив ці висновки, наочно продемонструвавши, які типи контенту генерують найбільший резонанс і як відрізняються стратегії інституцій.

Практичний висновок полягає в тому, що Instagram може слугувати ефективним інстру-

ментом протидії історичним фальсифікаціям та поширенню антисемітизму, за умови дотримання принципів верифікації, етичної репрезентації травматичного досвіду й уважної роботи з композицією та серійною структурою контенту.

У перспективі доцільними є:

- порівняльні кросплатформні дослідження (Instagram/TikTok/X/YouTube);
- аналіз динаміки реакцій аудиторії з урахуванням типів візуалів і мовних аудиторій;
- дослідження сприйняття (як різні групи інтерпретують освітні візуальні матеріали).

Додаток. Фотографії з Instagram-акаунтів меморіальних інституцій



Фото 1. @auschwitzmemorial, в'їзна брама з написом «Arbeit macht frei»



Фото 2. @yadvashem, жінки та діти, що крокують до газової камери, травень 1944 р.



Фото 3. @auschwitzmemorial, колишнє місце перекличок в'язнів



Фото 4. @yadvashem, церемонія Дня пам'яті Катастрофи та Героїзму, 27 квітня 2025 р.

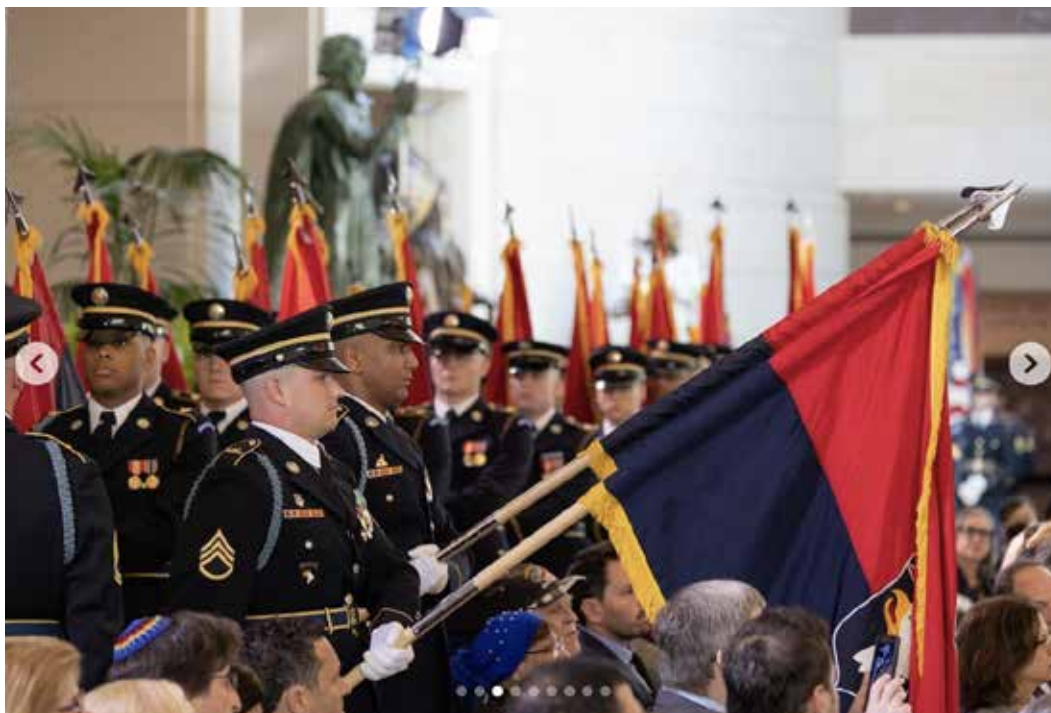


Фото 5. @holocaustmuseum, подія «Days of Remembrance» біля Капітолію, 20 квітня 2023



Фото 6. @yadvashem, церемонія Дня пам'яті Катастрофи та Героїзму, 27 квітня 2025 р.



Фото 7. @auschwitzmemorial, публікація до Міжнародного дня пам'яті жертв Голокосту, 27 січня 2024 р.



Фото 8. @auschwitzmemorial, публікація про угорську виставку у Блоці 18, 8 липня 2024 р.

Reference

- Auschwitz Memorial. *Instagram page*. URL: <https://www.instagram.com/auschwitzmemorial> (date of access: 03.09.2025).
- Elbow method (clustering). *Wikipedia*. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Elbow_method_\(clustering\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Elbow_method_(clustering)) (date of access: 01.10.2025).
- Graph API documentation. URL: <https://developers.facebook.com/docs/graph-api/> (date of access: 01.10.2025).
- Hinckley, S., Zühlke, Ch. More than Meets the Eye – The Intricate Relationship between Selfies at Holocaust Memorial Sites and Their Subsequent Shaming. *De Gruyter*. 23.12.2022. URL: <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/eehs-2022-0008/html> (date of access: 03.09.2025).
- «Jewish People’s Experiences and Perceptions of Antisemitism». *European Union Agency for Fundamental Rights*. 11.07.2024. URL: <https://fra.europa.eu/en/publication/2024/experiences-and-perceptions-antisemitism-third-survey> (date of access: 03.09.2025).
- Li, J., Li, D., Savarese, S. BLIP-2: Bootstrapping Language-Image Pre-training with Frozen Image Encoders and Large Language Models. 2023. URL: <https://arxiv.org/abs/2301.12597> (date of access: 01.10.2025).
- Manca, S., Guetta, S. Digital Holocaust memory: A study of Italian Holocaust museums and their social media users. *De Gruyter*. 2024. URL: <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/9783111329154-004/html> (date of access: 03.09.2025).
- Rehm, M., Manca, S. Three Institutions, Three Platforms, One Goal: Social Media for Holocaust Memory. URL: https://www.academia.edu/49309836/Three_Institutions_three_Platforms_One_Goal_Social_Media_for_Holocaust_Remembrance (date of access: 30.09.2025).
- Report of the EU Strategy on combating antisemitism and fostering Jewish life. *The Commission to the European Parliament and the Council*. Brussels, 14.10.2024. URL: https://commission.europa.eu/document/download/40128efc-6203-4002-b7a5-8f26882930f6_en (date of access: 03.09.2025).
- Sharpylo, M. Kultura pamiat pro Holokost u sotsialnyh merezhah Instagram i Tiktok. *Культурологічний альманах*. 2023. 4: 275–280. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.4.38>.
- Souza, F., de Las Casas, D., Flores, V. Dawn of the Selfie Era: The Whos, Wheres, and Hows of Selfies on Instagram. *ACM Conference on Online Social Networks 2015, Stanford University*. URL: <https://arxiv.org/abs/1510.05700> (date of access: 03.09.2025).
- Stroud, L. Antisemitic incidents surge across Europe and the world. *Euro News*. 08.05.2025. URL: <https://www.euronews.com/2025/05/08/antisemitic-incidents-surge-across-europe-and-the-world-adl-report-shows> (date of access: 03.09.2025).
- The UNESCO report, AI and the Holocaust: rewriting history? *UNESCO Digital Library*. 2024. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390211> (date of access: 03.09.2025).
- Tirosh, N. Understanding @Eva.stories: Holocaust Memory in the Instagram Era. *Research Gate*. April 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/340769581_Understanding_Evastories_Holocaust_Memory_in_the_Instagram_Era (date of access: 03.09.2025).
- United States Holocaust Memorial Museum (USHMM). *Instagram page*. URL: <https://www.instagram.com/holocaustmuseum> (date of access: 03.09.2025).
- Wang, L., Yang, N., Huang, X., Multilingual E5 Text Embeddings: A Technical Report. URL: <https://arxiv.org/abs/2402.05672> (date of access: 01.10.2025).
- Yad Vashem. *Instagram page*. URL: <https://www.instagram.com/yadvashem> (date of access: 03.09.2025).