

## Репрезентація історичної пам'яті у спільнотах соціальних мереж

Кирил Дзігора (ORCID 0000-0002-8681-5467)

Київський університет імені Бориса Грінченка (Україна)

### АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена дослідженню репрезентації історичної пам'яті у спільнотах соціальних мереж. Метою даної розвідки є виявлення наявних тенденцій віддзеркалення деяких аспектів історичної пам'яті у соціальних мережах. Дослідження проводилось на трьох найпопулярніших мережах в Україні – Facebook, Instagram, YouTube. Для збору даних використовувався комплексний підхід із застосуванням спеціалізованого програмного забезпечення. Було досліджено 468 спільнот із трьох соціальних мереж, тематика яких відповідає пошуковим запитам «Історія України», «История Украины», «History of Ukraine», «Історія села», «СРСР». При аналізі отриманих даних виявлено, що частина груп утворила нову категорію – освітні групи. Подальша обробка даних показала, що групи доволі часто мають на меті руйнування міфів та пропагування «правильної» історії. Ще одна категорія груп концентрує увагу користувачів навколо проблеми збереження історичної пам'яті на локальному рівні або історію певної галузі. Дані тенденції демонструють, що спільноти у соціальних мережах є опосередкованим станом історичної пам'яті на соціальному рівні, яка своєю чергою є підтвердженням тези Джеймсона про «новий історизм», що полягає у «монтуванні історичних атракціонів» та у спротиві теорії.

### КЛЮЧОВІ СЛОВА

*інтернет-технології, соціальні мережі, історичні спільноти, електронні літописи, віртуальна реальність.*

### Вступ

Сучасні електронні технології і мас-медіа створили нову віртуальну соціальну реальність. Дана соціальна реальність має певні особливості, які внутрішньо притаманні як Інтернет-мережі взагалі, так і соціальним мережам зокрема. Одразу зазначимо, що у даному дослідженні під терміном «соціальна мережа» будуть розумітися міжнародні електронні платформи для спілкування та розповсюдження інформації, на кшталт Facebook або Twitter. Звісно, даний термін має більш широке тлумачення, але звуження змісту поняття нам необхідне для пошуку та демонстрації певних тенденцій репрезентації історичної пам'яті у соціальних мережах.

Сучасні соціальні мережі з простого інструмента для спілкування людей перетворилися на високотехнологічні продукти з універсальним набором інструментів. Така трансформація призводить до того, що соціальні мережі інтегруються буквально у всі сфери життя людини, завдяки чому створюються нові типи суб'єкт-суб'єктних та суб'єкт-об'єктних взаємодій. Соціальні мережі перетворюються на потужний засіб конструювання соціальних відносин.

Одним з аспектів такого «соціального конструкціонізму» є вплив на формування в суспільстві історичної пам'яті. Адже саме через соціальні мережі буду-

ються горизонтальні комунікації між користувачами, які здатні «автономно» робити вибір – що з подій минулого слід пам'ятати, а що краще забути. Соціальні мережі створюють простір, в якому немає змістовної центрації, йому притаманні асиметричність, хронологічність, антиєрархічність, ризоматичність, відмова від цілісного нарративу. Ці характеристики описуються постмодерністською методологією як ознаки постсучасної свідомості з її критичним ставленням до історизму.

В своєму акаунті користувач створює власне соціальне середовище, яке є відбитком самої людини. Цей акаунт виступає репрезентантом сучасної людини і, водночас, портретом всього соціуму. Перефразуючи відомий вираз про друзів таким чином: «Покажи мені свою стрічку новин, і я скажу хто ти» або «Покажи мені, на що ти підписаний, і я скажу, хто ти». В створенні суб'єктивного простору людиною немає нічого нового, людина від природи суб'єктивна істота, для виживання їй потрібно все номінувати, або все класифікувати, причому більшість цих класифікацій відбувається підсвідомо. Одна з головних проблем у тому, що соціальні мережі технологічно підсилюють суб'єктивність людини, а це в свою чергу дає хибне відчуття правоти.



Соціальні мережі підштовхують людей до постійного завантаження зафіксованих фактів свого реального життя у віртуальну реальність у вигляді постів, фотографій, коментарів та інших активностей. Соціальні мережі також певним чином демонструють хворобливе захоплення зображенням людини. Так, сьогодні на спеціалізований сервіс для збереження зображень Google Фото щотижня завантажується 28 мільярдів фотографій, а у соціальній мережі Instagram щодня викладають 100 мільйонів фото та відео! Це все підводиться нас до того, що межа між віртуальним та реальним зменшується, і все більше людей на планеті входять до цієї нової змішаної реальності.

Актуальність обраної теми визначається також тим фактом, що владні структури намагаються контролювати інформаційні потоки, що циркулюють соціальними мережами з метою корегування суспільного дискурсу в бажаному напрямку. Саме через вказану горизонтальність і автономність мережа стає вразливою до зовнішніх втручань з маніпулятивними намірами. Влада добре розуміє оруеловську істину: «Володар сучасності володіє минулим; хто володіє минулим – той володіє майбутнім», через що постає завдання протидії негативним наслідкам маніпуляцій суспільною свідомістю та відтворення картини минулого у невикривленому, неспотвореному вигляді.

Враховуючи все сказане вище, можна зробити припущення, що соціальні мережі відкривають унікальну можливість досліджень соціальності. У пошуках своєї ідентичності людина свідомо та несвідомо звертається до своєї історичної пам'яті, яка може складатися із великої кількості елементів – ці елементи навіть можуть вступати у суперечність. (Dodonov, 2017) Репрезентація користувачів та їх дії у соціальних мережах теж прямо залежать від певного історичного контексту, який вони не завжди у явному вигляді вносять до власного ландшафту віртуальної реальності.

Дана стаття зосереджує увагу на тому, як соціальні мережі зберігають у собі історичну пам'ять людини, та на конкретних прикладах розглянуто – яку форму може набувати історична пам'ять у соціальних мережах. Розуміючи усю широту спектру трактувань поняття історичної пам'яті, варто свідомо обмежити рамки дослідження групами у соціальних мережах, які присвячені історичній пам'яті, історії або ж мають відношення до історії. Ці групи будуть досліджені в контексті найпопулярніших в Україні соціальних мереж, зокрема Facebook, YouTube, Instagram.

#### Методологічна база дослідження

Вибір соціальних мереж базувався, насамперед, на їх популярності в Україні. За даними Research &

Branding Group, найпопулярнішими є сім соціальних мереж: Facebook, YouTube, Instagram, Telegram, Twitter, VK, «Однокласники», LinkedIn. (R&G Group, 2021) Як уже було зазначено, дослідження проводилось у перших трьох мережах, які наразі надають більше можливостей для пошуку в них необхідної інформації. Telegram та Twitter теж репрезентують історичну пам'ять, але форма цієї репрезентації в них дещо відмінна від зазначених вище мереж. Тому їх дослідження потребує іншого підходу до збору та обробки інформації, це широке поле для подальших досліджень. VK та «Однокласники» подібні до Facebook, але, враховуючи специфіку даних мереж, думку авторів їх необхідно дослідити окремо. Соціальна мережа LinkedIn, на відміну від інших зазначених вище мереж, має спеціалізацію, яка розрахована на пошук роботи та створення спільноти професіоналів. Зрозуміло, що LinkedIn опосередковано містить в собі історичну пам'ять, але враховуючи названу особливість дана мережа не буде розглянута у цьому дослідженні.

Відомості для дослідження форм репрезентації історичної пам'яті у соціальних мережах збирались за допомогою комплексного підходу з використанням спеціалізованого програмного забезпечення.

Першим кроком обрано запити, які використовуються в пошукових системах соціальних мереж. Підставою для такого вибору є рівень (масштаб) аналізу історичного процесу: локальний, національний, наднаціональний. Локальний рівень був репрезентований запитом «історія села», «родинна пам'ять», національний – запитом «історія України», «Історія України», «History of Ukraine» (мова запиту має значення), наднаціональний – запитом «СССР», «пам'ять» тощо. Використавши ці запити у Facebook, було отримано список посилань на групи.

Враховуючи особливості роботи пошукового алгоритму, необхідно було у ручному режимі перебрати посилання, через те, що не всі групи у списку присвячені питанням історії або пам'яті. Найбільша кількість груп, які взагалі не відповідали критеріям пошуку, була за запитом «Пам'ять» та «History of Ukraine», до даного питання ми звернемося пізніше. Сформувавши релевантний темі список посилань, ми розпочали процес підготовки до обробки цих списків. Використовуючи методи web scraping, розробили програму за допомогою мови програмування Python, відкритої бібліотеки Selenium, та бібліотеки Pandas. Після використання програми-парсера для списку посилань з Facebook, нами було отримано результати у вигляді п'яти таблиць. Приклад таблиці представлено нижче на рис. 1.

	Name	Member	Status	Link
0	History of Kyiv. Ukraine	90 учасників	Загальнодоступна група	<a href="https://www.facebook.com/groups/139333588064924/">https://www.facebook.com/groups/139333588064924/</a>
1	HISTORY OF UKRAINE AND UKRAINIAN CULT	295 учасників	Приватна група	<a href="https://www.facebook.com/groups/854316495278444/">https://www.facebook.com/groups/854316495278444/</a>
2	News from and about Ukraine in English	4,3 тис. учасників	Загальнодоступна група	<a href="https://www.facebook.com/groups/newsfromukraine/">https://www.facebook.com/groups/newsfromukraine/</a>
3	History of Ukraine 2017	201 учасників	Приватна група	<a href="https://www.facebook.com/groups/227637710988867/">https://www.facebook.com/groups/227637710988867/</a>
4	Ukrainian Americans	7,6 тис. учасників	Приватна група	<a href="https://www.facebook.com/groups/134126957169/">https://www.facebook.com/groups/134126957169/</a>
5	Foreigners in Odesa, Ukraine	2,4 тис. учасників	Приватна група	<a href="https://www.facebook.com/groups/f.livinginodessa.ukraine/">https://www.facebook.com/groups/f.livinginodessa.ukraine/</a>
6	Friends from Ukraine	12,6 тис. учасників	Загальнодоступна група	<a href="https://www.facebook.com/groups/185137962379195/">https://www.facebook.com/groups/185137962379195/</a>
7	Group of Friends of European Ukraine	949 учасників	Загальнодоступна група	<a href="https://www.facebook.com/groups/1072419572823068/">https://www.facebook.com/groups/1072419572823068/</a>
8	Real Estate Ukraine	2,0 тис. учасників	Загальнодоступна група	<a href="https://www.facebook.com/groups/584631949091405/">https://www.facebook.com/groups/584631949091405/</a>
9	History of the World	256,1 тис. учасників	Загальнодоступна група	<a href="https://www.facebook.com/groups/380971065278407/">https://www.facebook.com/groups/380971065278407/</a>
10	Kyiv, Ukraine	61,3 тис. учасників	Загальнодоступна група	<a href="https://www.facebook.com/groups/Kiev.Ukraine/">https://www.facebook.com/groups/Kiev.Ukraine/</a>

Рис. 1. Частина інформації за запитом «History of Ukrain»

Отже, програма-парсер допомогла зібрати наступну інформацію:

1. Назва спільноти;
2. Кількість учасників;
3. Статус відкритості спільноти (чи можна отримати доступ до інформації у спільноті без реєстрації у ній);
4. Посилання на саму спільноту;
5. Кількість записів на сторінці для Instagram;
6. Кількість відео на каналі для YouTube.

Для аналізу спільнот в Instagram та YouTube необхідно було діяти інакше, через те, що ці соціальні мережі мають інші принципи роботи. Відомості, які вдалось отримати автоматично, були переважно некоректними. Існує варіант роботи з цими сервісами через спеціальний програмний інтерфейс (API), але й він має певні обмеження та не може відтворити дії користувача. У такому випадку всі необхідні дані збирались вручну. При зборі даних з Instagram особливих проблем не виникло, єдине, що необхідно було відкинути результати, які були посиланнями на компіляцію постів із певним хештегом. Більш специфічна ситуація склалась із пошуком каналів – таку назву мають спільноти у YouTube. При обробці результатів запиту платформа видає велику кількість каналів, які не завжди є достатньо релевантними після перших 15 записів.

Також при пошуку спільнот за запитом «Пам'ять» лише YouTube видав групи, що відповідають темі дослідження, наприклад: «Историческая память», «Родина пам'ять», «ВІЧНА ПАМ'ЯТЬ ПОЛЕГЛИМ ГЕРОЯМ УКРАЇНИ!» інші мережі пропонували спільноти, які присвячені покращенню пам'яті або пам'яті конкретної людини. В Instagram також зустрічаються профілі, які виступають певним візуальним щоденником життя конкретної людини.

Виявлені спільноти можна типологізувати на підставі потреб, які вони можуть задовольняти у користувачів соціальних мереж. Так, отримані на підставі обробки «локальних» запитів групи розраховані на зберігання історичної пам'яті певної місцевості або

людей. Назвемо цей тип «зберігальним». Групи «національного» рівня виконують переважно популяризаторські та освітні потреби. «Наднаціональний» рівень орієнтований на «ностальгічні» потреби. Відповідні спільноти розраховані на створення не об'єктивної, а ідеальної картини минулих часів. Загалом це спільноти, присвячені СРСР та спільноти про пострадянські 90-ті.

Зрозуміло, що така типологізація є дещо умовною через те, що групи можуть належати одразу до декількох типів. Наприклад, групи про «історію села» можуть бути зберігальними та ностальгічними одночасно. Також враховуючи тенденції «нового історизму» навіть окремі пости в спільнотах можуть мати дуже різний характер. Один автор може подавати інформацію однобічно та емоційно, інший – більш об'єктивно та раціонально в межах однієї спільноти. Попри це, спільноти все одно зберігають домінуючу спеціалізацію, що дозволяє використовувати зазначену вище типологізацію.

Теоретико-методологічним підґрунтям даного дослідження були праці Ентоні Сміта «Нації та націоналізм у глобальну епоху» (1992), Жилія Дельоза та Фелікса Гаваттарі «Що таке філософія?» (2013), Фредерика Джеймсона «Посмодернізм або Культура пізнього капіталізму» (2019). Більш практичний характер має робота Т.В. Хітрової «Соціальні спільноти як простір формування групової пам'яті новітні ефекти комунікації» (2014), в якій наводяться результати емпіричного дослідження груп, присвячених пам'яті, які розташовані у соціальних мережах «Facebook», «Однокласники», «Вконтакте».

#### Результати та обговорення

Всього було розглянуто 468 спільнот, які пов'язані з темою «історія». Розподіл спільнот між соціальними мережами зображено на рис. 2. Як видно, лівова частка спільнот за нашим запитом – у Facebook, в цьому випадку це зумовлено різними принципами роботи пошукових систем.

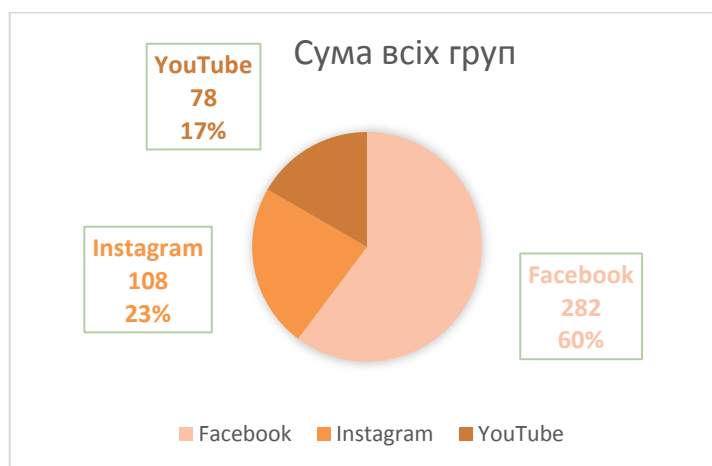


Рис. 2. Розподіл досліджуваних груп між соціальними мережами

Ситуація доволі різко змінюється, якщо подивитись на кількість людей, залучених до цих груп. Так, на

гістограмі нижче (рис. 3) зображена кількість людей, які є учасниками груп, присвячених історії або дотичним темам.



Рис. 3. Кількість користувачів у групах, що досліджувались

Це наочно демонструє важливість саме аудиторії, а не кількості груп, які видає пошукова система. Більшу частину користувачів зосереджено в Instagram. В ньому 78,79% від загальної кількості користувачів за всіма запитами. Хоча такий великий показник зумовлений тим, що за запитом «History of Ukraine» Instagram видає три групи, на які підписано понад мільйон людей. Це групи, які присвячені всесвітній історії. Перший профіль має назву *history* та 6,7 млн. підписників, наступний *historycoolkids* з 1,4 млн. та *historyphotographed* з 4,3 млн., причому остання описує себе як перший історичний музей у метавсесвіті, який нещодавно почав будувати Марк Цукерберг (Meta, 2021).

Якщо підсумувати кількість користувачів без запиту «History of Ukraine», то ситуація зміниться наступним чином: Facebook дасть 44 % користувачів, Instagram 30,33 % та YouTube 25,68 %. Ймовірно, існує певна кореляція між віком користувачів та зацікавленістю в історичних обговореннях. Аудиторія Facebook старша

за аудиторію Instagram. Хоча дана теза потребує більш ретельного дослідження користувачів, наразі дані не виключають можливих перетинів, тобто цілком можлива ситуація, коли людина підписана одразу на декілька спільнот в рамках однієї мережі. Тому отримані дані є цікавими саме з точки зору кількісного та тематичного порівняння. Аналіз будемо проводити між даними, які отримані за один запит у різних соціальних мережах.

#### Запит «Історія села».

Діаграма на рис. 4 репрезентує дані у процентному відношенні до загальної кількості груп, присвячених селам та загальній кількості користувачів. Так, у Facebook було знайдено 41 спільноту за даною тематикою, в Instagram – 18, YouTube – 19. Пошук Facebook знаходив лише спільноти, які належать до сіл України, тоді як Instagram та YouTube видавали також села інших країн. Також із гістограми видно, що все-таки найбільшу популярність має тема історії рідного села у Facebook.

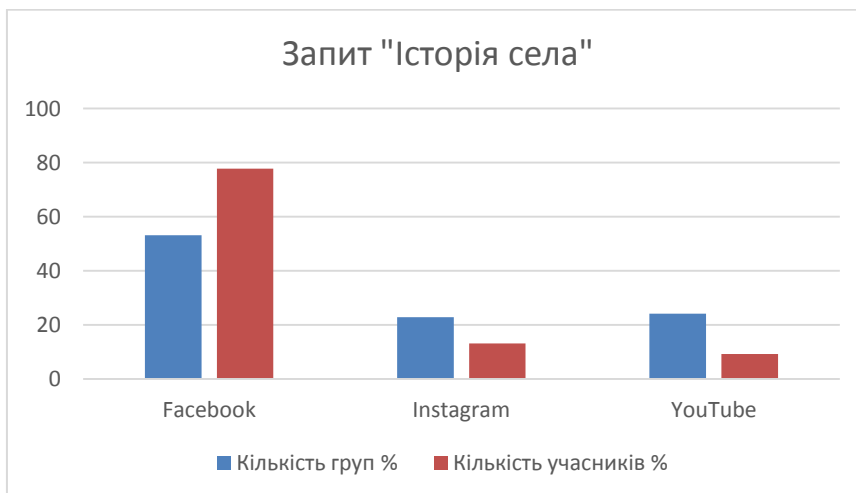


Рис. 4. Кількість груп та користувачів за запитом «Історія села»

У цих спільнотах діляться фотографіями, спогадами, новинами. Іноді такі спільноти мають характер збереження «істинної» історії для нащадків, що зазначається в їх описах. Це певною мірою підтверджує тезу про існування кореляції між віком аудиторії та її зацікавленістю локальною історією. Хоча, можливо, що в такий спосіб люди, які створюють та наповнюють подібні спільноти, намагаються зберегти локальну пам'ять, спіймати «ту саму» історію, яка знаходиться поза межами постійних ідеологічних та політичних змін у трактуванні. Така зацікавленість локальною історією є підтвердженням того, що сучасні люди, відвертаючись від великих наративів, намагаються дослідити та зберегти їх власні спогади та уявлення про події минулого. (Kansteiner, 2002:180) Тобто в такий спосіб люди намагаються передати та зберегти власну історичну пам'ять, яка може докорінно відрізнятись від офіційного історичного дискурсу. Ко-

лись децентралізовані способи зберігання допомагали автохтонним етносам зберігати свою культуру та традиції, сьгодні новітні технології дозволяють зберігати свої історії та традиції меншим локальним спільнотам. Хоча важливим також є той факт, що дані спільноти є певною мірою не стільки репрезентацією обліку суспільства села, скільки репрезентацією суб'єктивного сприйняття села адміністрацією групи. Тому в такому випадку можна говорити про існування певної кореляції між кількістю людей та об'єктивністю представлених даних.

#### Запит «Історія України»

Гістограма на рис. 5 показує, що найбільша кількість груп знайшлась у Facebook, але найбільшу кількість користувачів містить в собі YouTube.



Рис. 5. Кількість груп та користувачів за запитом «Історія України»

Тематика спільнот може бути як присвячена доволі широкому поняттю «історія України», або вужчим темам історії, найбільш яскраво це виражено у Facebook, а також багато є груп, які присвячені підготовці до ЗНО та ДПА. Груп, що мають освітній характер, дуже багато, тому їх розгляд винесено в іншу частину дослідження. Повертаючись до вузькоспеціалізованих груп, відзначимо Facebook – у ньому можна знайти спільноти, що присвячені, наприклад, старовинним картам (старовинні карти, навігація, археологія, історія) або історії залізниць чи футболу (Музей історії залізниць України, Футбол в Україні історія та сьогодення). Хоча зрозуміло, що це певною мірою залежить від пошукового запиту, але слід визнати, що, використовуючи Facebook, користувач може отримати більше різноманітної інформації. Хоча є певні закономірності, що зберігаються від мережі до мережі, – це загальний тренд на розвінчування міфів та пропагування «правильної» історії. Приклади назв спільнот наведено у дужках

(Історія Без Міфів, ИСТОРИЧЕСКИЕ ФАКТЫ УКРАИНЫ, #Духовні\_кордони\_нації, СПРАВжня історія України/ Русі).<sup>1</sup>

Соціальні мережі Instagram та YouTube додають групи, які містять контент, присвячений історії, але гумористичного типу. Тобто облікові записи, які зосереджені на пропагуванні історії через мему. Ще одним цікавим моментом є те, що пошуковий запит «Історія України» у Facebook та Instagram видає лише україномовні спільноти, тоді як YouTube видає взагалі всі спільноти, в тому числі й російськомовні. Хоча спільноти за даним запитом підтверджують тезу, про те, що Україна проходить постколоніальний період та намагається віднайти свою власну історичну пам'ять. Це яскраво виражено у назвах та описі груп, які вказують на руйнування міфів та намагання відновити «реальну» історію України. Спільноти зі списку, які правило, не носять комерційний характер, але автори залишають посилання для грошової підтримки каналів та профілів або посилання для рекламодавців.

### Запит «История Украины»

На гістограмі (рис. 6) видно, що за запитом «История Украины» найбільше груп та користувачів надав Facebook, але в даному випадку це зумовлено великою кількістю груп, які присвячені історії взагалі, а не тільки історії України, Instagram, в свою чергу, видав спільноти, які не оновлюються та мають дуже мало користувачів, YouTube взагалі почав видавати повтори спільнот, а також відверто антиукраїнські спільноти та просто купу доволі дивних каналів з одним чи двома відео не дуже зрозумілого змісту. Саме тому дані

на діаграмі такі стрибкоподібні – це зумовлено особливостями роботи пошукових систем. Спільноти за цим запитом зображують важливість вибору користувача. Тому що спільноти за схожим запитом «История Украины» є більш популярними та мають живу аудиторію. Це наочно демонструє, як користувачі можуть самостійно формувати коло своїх вподобань. Також ми бачимо, що від мови запиту залежить контент, який отримує користувач, ця тенденція зберігається у всіх розглянутих соціальних мережах.

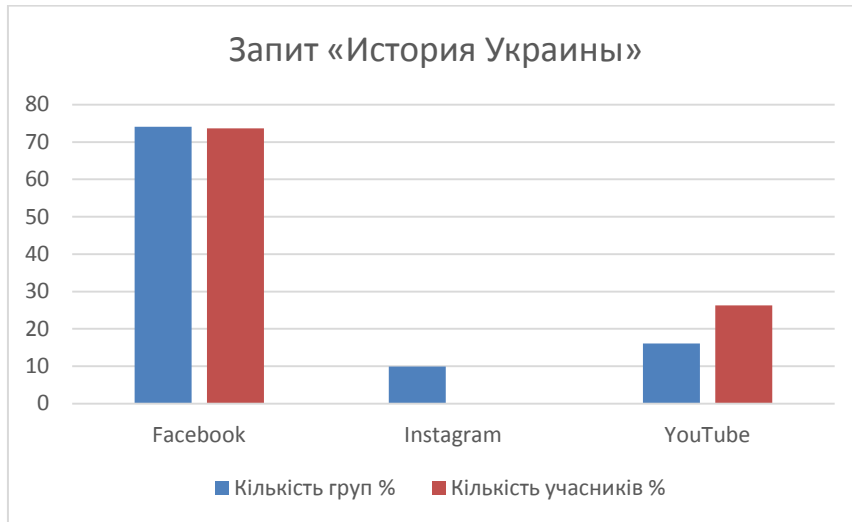


Рис. 6. Кількість груп та користувачів за запитом «История України»

### Запит «History of Ukraine»

За цим запитом Instagram видав дуже багато записів, які присвячені історії, але не тільки України, а всього світу, причому в даному випадку було багато англійських груп, присвячених історії зовсім різних напрямів: можна зустріти навіть групи, які присвячені історії ЛГБТ або чорношкірих людей. Facebook за цим запитом видав багато груп, які орієнтуються на допомогу іноземцям в Україні або якимось репрезентують Україну (HISTORY OF UKRAINE AND UKRAINIAN CULTURE (2021/2022)). Також є групи, які присвячені

українській діаспорі (Group of Friends of European Ukraine). В той час як YouTube знову видає дублі каналів та нерелевантні записи, хоча в цьому списку були канали, які спрямовані на історію України.

Зауважимо, що тільки в YouTube всі пошукові запити, що стосувались історії України, видавали канали, які демонструють полярні точки зору. Зустрічаються як канали відверто націоналістичного характеру, так і канали, які заперечують існування України взагалі. Нарис.7 кількість знайдених груп та користувачів за цим запитом.



Рис. 7. Кількість груп та користувачів за запитом «History of Ukraine»

### Освітні групи в контексті історії України.

При пошуку груп, присвячених історії, вагому частину займають групи, що мають певне відношення до освіти. На рис. 8 видно, що Facebook знову лідирує за кількістю груп, у ньому було знайдено 35 таких груп, наступний за кількістю це Instagram, в ньому 31 група, YouTube дає всього 8 груп, але цього достатньо, щоб перегнати Facebook кількістю залучених користувачів. Але на таке розташування груп і користувачів є певні причини.

По-перше, Facebook в основному дає велику кількість груп, які містять в собі дидактичні матеріали для викладачів (Для вчителів історії, Форум вчителів історії, Конференції з історії); наступні види груп – це кафедри та інші освітні та наукові установи (Кафедра історії та документознавства ФЛСК НАУ (офіційна група), ЦПРПП м. Львова, Історія та правознавство). Інші групи присвячені підготовці до ЗНО, хоча напряду у списку груп Facebook ЗНО згадується лише двічі, тоді

як спільноти з Instagram та YouTube, що пов'язані з освітою, вказують на те, що відео або пости з цієї спільноти допоможуть в підготовці до ЗНО та ДПА.

По-друге, аудиторія в Instagram значно молодша, ніж у Facebook, а також школярі більш активно користуються можливостями Instagram та YouTube. Відзначимо, що групи, присвячені ЗНО, мають комерційну основу, тобто люди, які керують цими профілями, та канали використовують їх як рекламні майданчики. Тому описи цих груп містять списки послуг та заохочувальні слова.

В даному випадку це єдиний клас спільнот, які не вступають в полеміку з офіційною версією історії, тобто вони є ретрансляторами офіційної історичної пам'яті. Контент в цих спільнотах (в залежності від аудиторії) має або розважально-повчальний характер (меми, простими словами про складне), або професійний (дидактичні матеріали тощо).

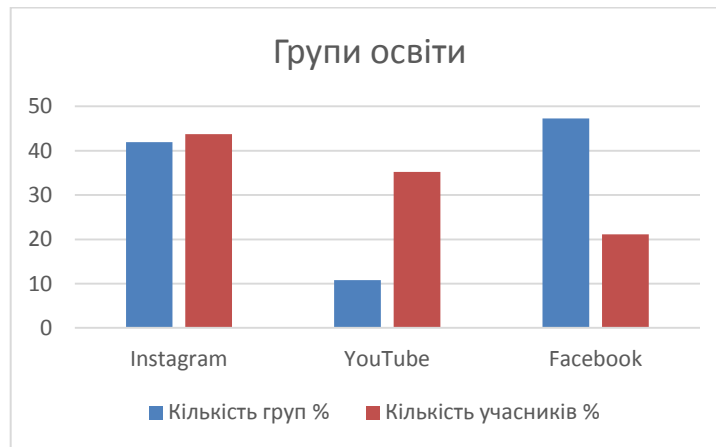


Рис. 8. Кількість освітніх груп та їх користувачів

### Групи, присвячені СРСР

Збір даних за запитом «СССР» відбувся лише у двох мережах, це зумовлено тим, що YouTube видав дуже велику кількість каналів, які були неактивними, а деякі канали починали повторюватись. Тому підхід до обробки інформації у YouTube, обраний на початку

дослідження в цьому випадку не підходить. Тему репрезентації пам'яті про СРСР у соціальній мережі YouTube необхідно досліджувати більш детально, що наразі виходить за рамки даного дослідження. Так, на рис. 9 гістограма демонструє різницю у кількості груп та користувачів.

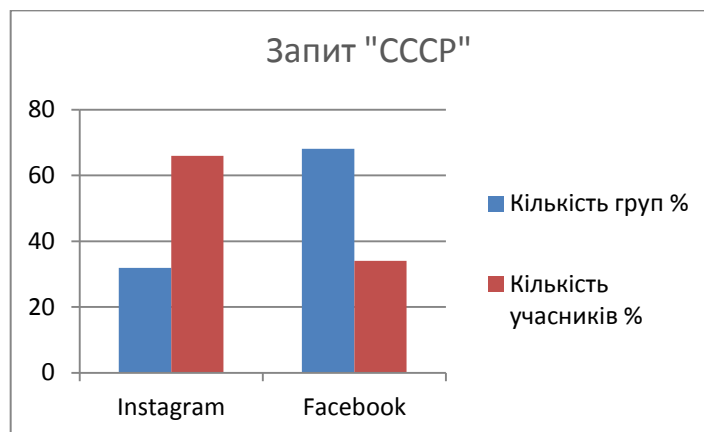


Рис. 9. Кількість груп та користувачів за запитом «СССР»

Різниця, можливо, у тому, що найбільші групи за кількістю людей в Instagram представляють здебільшого профілі, які розміщують якісні фотографії з минулого СРСР та мають комерційний характер, весь контент, який розміщено на сторінках, має залучувати більше людей та активізує їх у рамках спільноти (залишати коментарі, відмічати фотографії, що сподобалися). Групи у Facebook підтримуються самими користувачами та мають непрофесійний характер, а тому залучають меншу аудиторію. Ще у групах Facebook можна зустріти звернення до користувачів як до громадян СРСР та утворення віртуальної ностальгуючої

спільноти. Причому це зазначають самі користувачі своїми постами. Також багато груп, які продають речі радянських часів, але вони в дану вибірку не потрапили.

На рис. 10-11 представлено гістограми, які зображують порівняння груп за запитами в межах однієї мережі. Порівняння виконане за різними показниками, зокрема для Facebook порівняння було виконано між кількістю груп та користувачів в них. Кількість постів не розглядалась, ця інформація не збиралась через специфіку розташування. Дана технічна проблема буде вирішена у наступних генераціях дослідження.

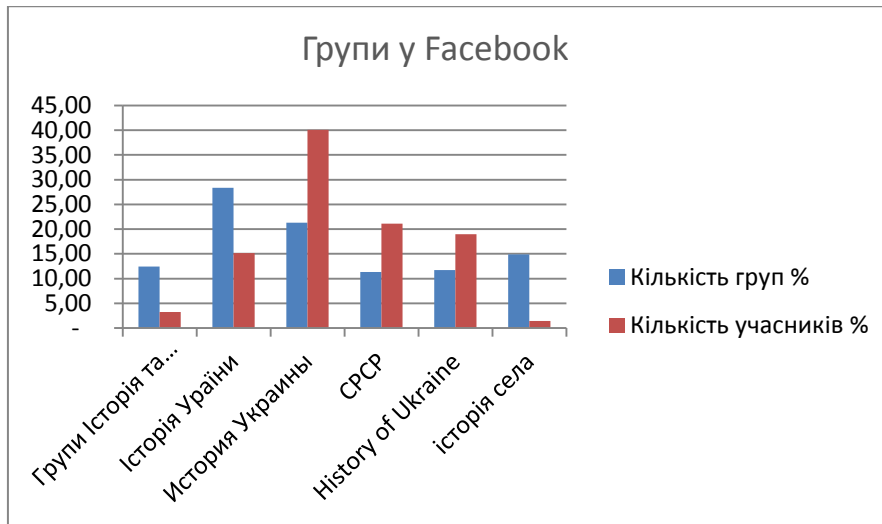


Рис. 10. Кількісне порівняння груп у Facebook

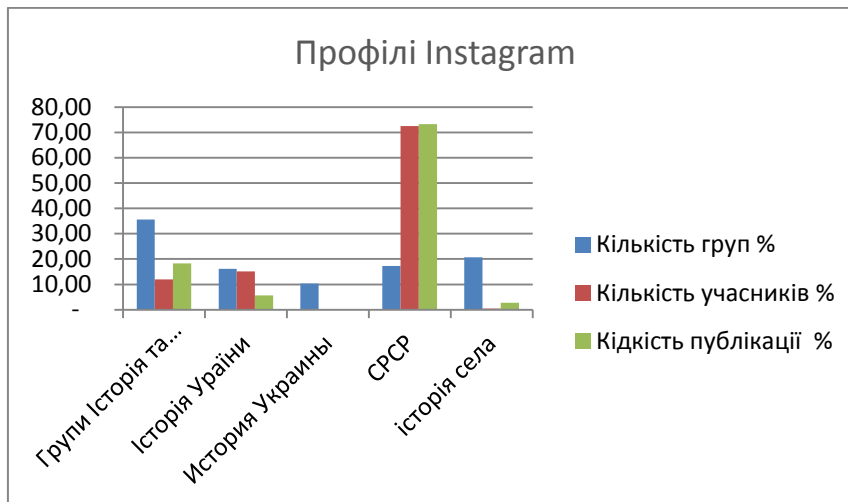


Рис. 11. Кількісне порівняння груп в Instagram

Далі розглянемо загальну інформацію, яку надає Instagram, але без запиту «History of Ukraine», тому що, кількість користувачів у міжнародних спільнотах не дає чіткої картини для розуміння розподілу користувачів, груп та контенту.

Як бачимо, там де є комерційна основа груп, їх популярність та активність вища. А також відзначимо, що всі групи за запитом «Істория України» практично «мертві» та не оновлюються.

Для YouTube додається запит «Пам'ять», за яким дійсно є канали, присвячені історичній пам'яті, а саме канали на кшталт: «ВІЧНА ПАМ'ЯТЬ ПОЛЕГЛИМ ГЕРОЯМ УКРАЇНИ», «Товариство пошуку жертв війни "Пам'ять"», «ПАМ'ЯТЬ ІСТОРИИ» (рис.12). В інших мережах за даним запитом були групи, присвячені покращенню пам'яті, та особисті блоги людей.





Рис. 12. Кількісне порівняння груп в YouTube

### Висновки

Таким чином доведено, що всі групи в соціальних мережах так чи інакше сприяють віртуалізації комеморативних практик. Горизонтальний характер формування і впорядкування інформаційних потоків в Інтернеті та утворення тематичних груп у соціальних мережах дозволяє зробити висновок, що образ минулого тут менше піддається впливу ідеології-пам'яті, аніж в офіційних джерелах. Причому багато каналів, які не потрапили за тематикою до нашого дослідження, взагалі заперечують «офіційну» історію і будують свій, альтернативний, інколи – відверто конспірологічний погляд. Також це стосується виникнення ефекту постправди, коли поряд знаходяться спільноти, що розвіюють історичні міфи Росії та, з іншого боку, історичні міфи України. (Dzihora 2022)

Спільноти у Facebook та Instagram тематично однорідні, що може бути зумовлено лише особливостями пошукових систем і пошукач, що знаходиться в іншій країні, отримує зовсім інший результат, який буде продюкований локальними поглядами та традиціями.

Всі описані вище спільноти мають конкретну тематику, а тому формують навколо себе специфічну (за віком, статтю, політичним уподобанням) аудиторію, яка зацікавлена в цій тематиці. Користувачі, які не задоволені поданим у даній групі комеморативним дискурсом, починають будувати власне бачення історії за допомогою цих спільнот або шукати інші групи. Завдяки цьому соціальні мережі вписуються у локальний історичний контекст, створюючи інтерсуб'єктивне бачення певних історичних подій, яке притаманне не окремій людині, а певному об'єднанню однодумців.

Також необхідно враховувати, що інформація є товаром, який можна спожити. Особливо явно це спостерігається у спільнотах, присвячених освіті та СРСР. Тут ми бачимо як банальні онлайн-магазини та аукціони, так і більш вивірені ностальгійні продукти, які заохочують аудиторію.

Зрозуміло, що дані для дослідження не є остаточними, але все ж таки вони в змозі продемонструвати саме погляд користувача та те, з чим він зіткнеться при зацікавленості в темі. Тому соціальні мережі є дзеркалом, в якому відбиваються всі зміни у суспільстві.

### REFERENCES

- Deleuze, G. & Guattari, F. (2013). *Что takoye filosofiya?* (translat.). St.Petersburg, Aleteyya, Institut eksperimentalnoy sotsiologii. (In Russian)
- Dodonov, R. (2017). Transformatsiya kontseptu «istorychna pamyat» v postmaydanniy Ukraini. *Kulturolohichnyy visnyk. Naukovo-teoretychnyy shchorichnyy Nyzhniy Naddnipyryanshchyny*, 2 (38), 25–32. <https://www.kvnn.org.ua/archives/year2017/issue38/article-38-02/> (In Ukrainian)
- Social services and messengers in Ukraine. Research & Branding Group. 2021. <https://rb.com.ua/uk/blog-uk/omnibus-uk/socialni-merezhi-ta-mesendzheri-v-ukraini/>
- Jameson, F. (2019). *Postmodernizm, ili Kul'turnaya logika pozdnego kapitalizma.* (translat.) Moscow: Institut Gaydara. (In Russian)
- Kansteiner, W. (2002). Finding Meaning in Memory: A Methodological Critique of Collective Memory Studies. *History and Theory*, 41(2), 179–197. <http://www.jstor.org/stable/3590762>
- Khitrova, T. V. (2014). Sotsialni spilnoty yak prostir formuvannya hrupovoyi pamyati: novitni efekty komunikatsiyi. In: *Dialoh: Media-studiyi: zbir. nauk. prats'*, 18-19: 305–315 <https://clck.ru/edhBJ> (In Ukrainian).
- Smith, E. (2009). *Natsiyi ta natsionalizm u hlobalnu epokhu* (translat.). Kyiv, Nika-Tsentr. (In Ukrainian)
- Welcome to Meta. Meta. 2021. <https://about.facebook.com/meta/>
- Енциклопедія site:uk.wikisko.ru
- Dzihora, K. (2022) Comemorative practices in the world of social media. *MENTALITY. NATION. MEMORY* Collection of the scientific school of prof. R.O. Dodonova, 254-271 (In Ukrainian).

## Representation of historical memory in social networking communities

**Kyryl Dzhigora** (ORCID 0000-0002-8681-5467)

Borys Grinchenko Kyiv University (Ukraine)

The article is devoted to the study of the representation of historical memory in social networking communities. The purpose of this investigation is to identify current trends in some aspects of historical memory on social media. The study was conducted on the three most popular networks in Ukraine - Facebook, Instagram, YouTube. A comprehensive approach with the use of specialized software was used for data collection. 468 communities from three social networks were studied, the topics of which correspond to the search queries "History of Ukraine", "History of Ukraine", "History of Ukraine", "History of the village", "USSR". The analysis of the obtained data revealed that some groups formed a new category - educational groups. Further processing of the data showed that groups often aim to break myths and promote "correct" history. Another category of groups focuses on the problem of preserving historical memory at the local level or the history of a particular industry. These trends demonstrate that social media communities are an indirect state of historical memory at the societal level, which in turn confirms Jamison's thesis of a "new historicism" of mounting "historical attractions" and resisting theory.

**Keywords:** Internet technologies, social networks, historical communities, electronic chronicles, virtual reality.

---

Received (Надійшла до редакції): 20.12.2021,

Accepted (Прийнята до друку): 09.03.2022

Available online (Опубліковано онлайн): 01.04.2022