

10 Holokausta atmiņas komunikācija sociālajos medijos

Diāna Popova

Ievads

Digitālajā laikmetā, kad mobilās viedierīces ir kļuvušas par vairākuma cilvēku personīgajiem asistentiem un sociālo tīklu lietošana drīzāk ir norma nekā izņēmums, ikdienas komunikācija lielākoties ir pārcēlusies uz sociālajiem tīkliem. Līdz ar to aktuāli kļuvuši arī tādi jautājumi kā kolektīvās traumas komemorācija digitālajā vidē, holokausta atmiņas pārnese sociālajos tīklos un mijiedarbība ar jaunākajām paaudzēm. Interneta heterogēnā vide un dinamiskums rada izaicinājumus dažādām holokausta atmiņas institūcijām, kuru darbs ar auditoriju un piemiņas pasākumi galvenokārt ir notikuši klātienē (Ebbrecht-Hartmann, 2021). Cits izaicinājums, ar ko saskaras gan holokausta atmiņas institūcijas, gan izdzīvojušie un viņu piederīgie, ir tāds sociālo tīklu lietotāju veidotais saturs par holokaustu, kas izaicina konvencionālās piemiņas formas vai arī atklāti izrāda necieņu.

Dažādas holokausta reprezentācijas izpausmes tiek nepārtraukti analizētas, meklējot atbildes gan uz to, kas ir tiesīgs runāt par holokaustu un kā par to runāt, gan par ētiskajām problēmām, ar ko jāsaprotas “prezentējot nereprezentējamo” (Commane, Potton, 2019: 1). Šajā kontekstā priekšplānā ir izvirzījušies tā saucamie sankcionētie naratīvi, kas ir formāli un tiek izmantoti vēstures mācību grāmatās, vēsturiskajās mākslas filmās, muzejos, politiskajās vai autobiogrāfiskajās dokumentālajās filmās u. c. Tos kontekstualizē arī vēsturiskie fakti – datumi, ģeogrāfiskas lokācijas, izdzīvojušo liecības, apraksti par koncentrācijas nometnēm un to celtniecību u. c. (Commane, Potton, 2019: 2). Akceptētos veidus, kā runāt par holokaustu un ar kādiem paņēmieniem šo vēstījumu nodot nākamajām paaudzēm, nosaka arī sociālās normas, kultūras izpratne, dažviet arī likums.

Ja Rietumos 20. gadsimta 60. gadi pirmoreiz iezīmēja holokausta izdzīvojušo kā primāro liecinieku nozīmi holokausta atmiņas veidošanā, izglītošanā un atcerē, tad šobrīd, kad šī holokaustu pieredzējušo cilvēku paaudze

pakāpeniski izzūd, mainās veidi, kā holokausta atmiņa un liecības tiek komunicētas mūsdienu sabiedrībai, un priekšplānā izvirzās tā dēvētā [interneta] “lietotāju” kā terciāro liecinieku sociālā nozīme (Ebbrecht-Hartmann, Henig, 2021: 218).

Pētniece Kerolaina Veika (*Caroline Wake*) uzskata, ka holokaustā izdzīvojušo cilvēku ierakstīto autentisko videoliecību skatīšanās ir ne vairs sekundāra liecinieka pieredze, ko autore saprot kā tiešā liecinieka pieredzes nodošanu citiem cilvēkiem klātienē komunikācijā, bet jau terciāra liecinieka pieredzes forma, ko raksturo paradoksāla laika un telpas distances un emocionālās klātbūtnes kombinācija (Wake, 2013: 111). Literatūra, filmas un citi mākslas veidi šobrīd kalpo kā “novēlotās empātijas” (Assmann, Detmers, 2016) ģenerēšanas rīki, kas ļauj postliecinieku paaudzēm iegūt vēsturiskas zināšanas un raisīt empātiju pret upuriem. Arī par sociālajiem medijiem mūsdienās būtu iespējams runāt kā par terciārās pieredzēšanas platformām.

Jāatzīst, ka diskusijas par holokausta atainošanas un reprezentācijas problemātiku ir radušās arī pagātnē, kad populārās kultūras produkti mēģinājuši interpretēt holokaustu, to skaitā kino, seriāli, daiļliteratūra, piemēram, pretrunīgi vērtētais ASV 1978. gadā demonstrētais TV seriāls “Holokausts” (sk., piem., Bērziņš, 2015: 183). Tomēr sociālo tīklu gadījums ir sarežģītāks, jo tajos dominējošā jaunā auditorija vairs nav tikai skatītāji, bet paši sava satura veidotāji (Walden, 2015: 3). Turklāt, kamēr holokausta un citu pagātnes necilvēcību institucionalizētā atmiņa ir savā veidā reglamentēta, nosakot, kas ir pieņemamas vai nepieņemamas atceres izpausmes, šie nerakstītie likumi bieži vien nav zināmi vai tiek ignorēti interneta satura veidotāju vidū, kam nepiemīt šādas zināšanas un pieredze (Walden, 2021: 6).

Šī nodaļa veltīta vairāku piemēru analīzei, kas saistīti ar holokausta atmiņas pārnesi sociālajos tīklos, ko īsteno gan oficiālās holokausta atmiņas institūcijas, gan privātas iniciatīvas, gan arī “īkdienas” interneta lietotāji. Nodaļas beigās tiks apskatīta Latvijas ebreju kopienas un kultūras, vēstures un holokausta atmiņas institūciju klātbūtne sociālo mediju vidē.

Holokausta atmiņas institūciju klātbūtne sociālajos tīklos

Šobrīd holokausta atmiņas institūcijas piedzīvo pārmaiņas un, palielinoties laika distancei no šiem notikumiem, meklē jaunas alternatīvas līdzšinējām sāpīgā mantojuma nodošanas praksēm, kas balstījās galvenokārt uz izdzīvojušo liecībām un klātienē apmeklējumiem. Pakāpeniski notiek pāreja no “dzīvās atmiņas” uz “mediēto atmiņu” (Walden, 2021: 2) jeb “liecinieku ēra”

pārtop "lietotāju ērā" (Ebbrecht-Hartmann, Henig, 2021: 218). Tomēr runāt par holokausta atmiņas pārnesei ar tehnoloģiju palīdzību tikai digitālajā laikmetā nebūtu pareizi, jo katra paaudze izmantoja attiecīgā laikmeta risinājumus sava vēstījuma nodošanai – 20. gadsimta 60. un 70. gados – radio un televīziju, 21. gadsimtā – sociālos medijus un viedtālrunu kameras (Ebbrecht-Hartmann, Henig, 2021: 218). Taču digitālā sfēra holokausta atceres pārnesei var šķist "nemateriāla, efemēra un vairāk nepakļāvīga, bez centrālas kontroles punkta vai sargātājiem (*gatekeepers*)" (Walden, 2021: 2). Digitālās pasaules plašumos saduras holokausta atmiņas institūciju un starptautisku organizāciju oficiāli pieņemtais atmiņas diskurss ar citām, "neekspertu" veidotām atceres izpausmēm un reakcijām, kas samērā brīvi cirkulē, piemēram, tādos sociālajos tīklos kā "TikTok" vai "YouTube" (Walden, 2021: 6).

Lai arī tādām holokausta atmiņas institūcijām kā muzejiem un memoriāliem ir atšķirīgas pieejas un iespējas veidot vai neveidot savu tiešsaistes "klātbūtni", sociālie tīkli ir viens no mūsdienās visizplatītākajiem komunikācijas un informācijas aprites kanāliem. Sevišķs izrāviens sociālo tīklu un holokausta atceres transformācijā notika Covid-19 pandēmijas ieviesto pulcēšanās ierobežojumu dēļ, kad arī tādi holokausta memoriāli, kas līdz šim maz iesaistījās eksperimentos ar sociālo mediju piedāvātajiem satura veidošanas formātiem, bija spiesti pielāgoties un reaģēt uz jau notiekošajām mediju patēriņa izmaiņām, kas ietekmējušas arī holokausta atceri (Ebbrecht-Hartmann, 2021).

Piemēram, nesenā pētījumā par dažāda mēroga holokausta muzeju un memoriālu sociālo mediju lietošanas praksēm pasaulē vērojams, ka lielākā daļa šo organizāciju izmanto kādu no sociālo tīklu platformām ("Facebook", "YouTube", "Instagram", "Twitter") saziņai ar auditoriju un vērtē tās kopumā labvēlīgi. Tomēr praksē sociālos tīklus biežāk lieto un to priekšrocības novērtē galvenokārt liela un vidēja izmēra holokausta piemiņas organizācijas, savukārt mazāki muzeji un memoriāli retāk iesaistās sociālo tīklu satura veidošanā, galvenokārt ierobežoto cilvēkresursu, digitālo prasmju un lokālās orientācijas dēļ (Manca et al., 2022: 5).

Savukārt lielām holokausta piemiņas un izglītības institūcijām kā Aušvicas-Birkenavas memoriālam, kas gada laikā uzņem vairāk nekā divus miljonus apmeklētāju (Memorial and Museum Auschwitz-Birkenau, 2020), paralēli apmeklētāju plūsmu un izglītības programmu nodrošināšanai aktīvi jāpārvalda arī sociālo mediju dinamiskā un "nepaklausīgā" vide. Saskaņā ar Imodženas Dalzielas (*Imogen Dalziel*) pētījumu par Aušvicas-Birkenavas sociālo mediju administrēšanas praksi, šis muzejs saskaras ar virkni izaicinājumu interneta vidē un iegulda pamatīgu darbu holokausta vēstures skaidrošanā, kā arī digitālo atceres formu monitorēšanā, kūrēšanā un tiešsaistes atceres

kopienas veidošanā (Dalziel, 2021). Muzeja klātbūtne sociālajos tīklos, no vienas puses, izpaužas kā centieni uzrunāt pēc iespējas plašāku auditoriju, daloties ar izglītojošiem un informatīviem materiāliem, komunicējot ar auditoriju, pārpublicējot vai komentējot citu lietotāju ierakstus un attēlus un iesaistot sekotājus diskusijās. No otras puses, tas pilda arī uzraudzības, kontroles un “sargāšanas” funkciju, atzīstot un apstiprinot tikai tādas apmeklētāju veidotās Aušvicas-Birkenavas koncentrācijas un nāves nometnes reprezentācijas, kuras akceptējamā veidā pauž upuru atceri un muzeja apmeklējuma pieredzi. Turklāt muzejs tiešsaistē cīnās ar dezinformāciju, holokausta noliegšanu un citām mērķtiecīgām provokācijām, kā arī publiski nosoda nepiemērotu uzvedību un izturēšanos muzeja apmeklējuma laikā, ar ko apmeklētāji dalījušies sociālajos tīklos (Dalziel, 2021).

Var teikt, ka tādas liela mēroga holokausta atmiņas institūcijas kā Aušvicas-Birkenavas memoriāls un muzejs sociālo tīklu vidē darbojas gan kā savas institūcijas digitālās identitātes veidotāji, gan kā leģitīmu holokausta atceres digitālo formātu izplatītāji, gan kā plašākas virtuālās atmiņas kopienas veidotāji un arī pilda citu lietotāju satura uzraudzības un validācijas funkciju. Savukārt nelielās un mazās atmiņas organizācijas sociālo tīklu komunikācijas iespējas izmanto mazāk.

Pašbildes un pašreprezentācija holokausta piemiņas vietās

Līdz ar fotokameras sarukšanu līdz miniatūrai mobilajā telefonā integrētai ierīcei sākās jauns pašreprezentācijas jeb selfiju / pašbilžu⁷² laikmets internetā. Savu pašportretu uzņemšanas un dalīšanās kultūra ir kļuvusi par nu jau ierastu komunikācijas praksi. Tomēr kā selfiju pirmsākumos, tā arī šobrīd savas personas iemūžināšana uz jebkāda “fona” mēdz būt arī samērā nekritiska, līdzīgi pozējot kamerai gan pie vannasistabas spoguļa, gan pie Aušvicas-Birkenavas nāves nometnes vārtiem.

Neizbēgami šādas pašreprezentācijas prakses traģisku notikumu piemiņas vietās ātri vien saskaras ar asu sabiedrības pretreakciju. Tā, piemēram, jaunieši, kas savulaik sociālajos tīklos publiskoja selfijus ar nāvi saistītās vietās kā Pērlhārboras memoriāls, Čornobiļa vai pat pie vecmāmiņas zārka

⁷² Selfijs (*selfie*) jeb pašbilde ir pašportrets, kas parasti uzņemts ar mobilā telefona palīdzību un publicēts sociālajos medijos (Levin, 2014). Lai arī pastāv dažādas definīcijas, kādi attēli kvalificējami par selfijiem, šajā nodaļā tas tiek saprasts kā plašs fenomens, ko raksturo “vēlme ietvert attēlā sevi, kas uzņemts, lai ar to dalītos ar tiešsaistes auditoriju” (Dinhopl, Gretzel, 2016: 127), un neatkarīgi no tā, vai attēlu uzņēmis pats subjekts vai cits cilvēks, tā ir apzināti uzņemta / pozēta fotogrāfija.

bērēs, ātri kļuva par medijos plaši apspriestiem un kaunināmiem sabiedriskās morāles subjektiem (Douglas, 2017). Pašbildes uzskatīja par jauniešiem raksturīgu izpausmi, ko motivē iedomība, narcisisms, izlikšanās, ko “pieauguši” sabiedrības daļa uztvēra negatīvi (Douglas, 2017: 2).

Situācijas ar vizuālo pašprezentāciju selfija formātā holokausta memoriālos ir plaši apspriestas masu medijos jau vismaz no 2013. gada, kad internetu pāršalca vairāki pretrunīgi vērtēti selfiju gadījumi – kāda puīša pašbilde no gāzes kameras (Daily Mail Online, 2013), amerikāņu pusaudzes smaidošais “Aušvicis selfijs” (Douglas, 2017, 2; USA Today, 2014) vai Izraēlas jauniešu radītā “Facebook” lapa “Ar labākajām draudzenēm Aušvicā” (*With my besties in Auschwitz*), kas ironizēja par holokausta memoriālos uzņemtajiem izraēliešu tīņu provokatīvajiem fotoattēliem (Lu, 2014; Margalit, 2014). Nepiemērotu pašportretu prakses nopietnās vietās bija joprojām aktuālas arī 2019. gadā, kad Aušvicis-Birkenavas memoriālam savā oficiālajā “Twitter” kontā nācās lūgt apmeklētājus nepozēt fotogrāfijām, balansējot uz vilciena sliedēm, pa kurām uz nometni vesti tūkstošiem ieslodzīto (Staudenmaier, 2019).

Par publiski apspriestāko “holokausta selfiju” sociālo mediju kritikas projektu var dēvēt vācu-ebreju satīriķa Šahaka Šapiras (*Shahak Shapira*) 2017. gadā izveidoto interneta vietni “*Yolocaust*”, kuras nosaukums sastāv no apzīmējuma “*yolo*” (saīsinājums internetā lietotai slenga frāzei “tu dzīvo tikai vienreiz” (*you only live once*), kas it kā racionalizē impulsīvu vai vieglprātīgu rīcību), un vārda “holokausts”. Tās mērķis bija pievērst uzmanību publiskiem, nekritiskiem selfijiem, kas uzņemti holokaustam veltītā memoriālā Berlīnē, un, kuri, autoraprāt, izrāda vismazāk iekļūstības un izpratnes par vietu, kur fotogrāfiju autori ir nonākuši.

Memoriāls nogalinātajiem Eiropas ebrejiem Berlīnes centrā ir pazīstams simbols holokausta piemiņai un populārs apskates objekts, kas izveidots kā pilsētvides instalācija, nosedzot 19 000 kvadrātmetrus ar simetriskā režģī izkārtotiem dažāda augstuma 2711 taisnstūra betona blokiem. Tomēr līdz ar vietnes “*Yolocaust*” parādīšanos izvērtās diskusijas par to, kāda ir atbilstoša apmeklētāju izturēšanās un uzvedība šajā vietā, ņemot vērā desmitiem tūkstošu tūristu, kas šo arhitektūru izmanto sevis iemūžināšanai, pozējot priekšplānā uz holokausta piemiņas “fona”.

Vietnē “*Yolocaust*” tika publicēti attēli, kur cilvēki redzami, priecīgi smaidot, žonglējot, akrobātiski pozējot vai lēkājot pa betona blokiem (vienā gadījumā pat ar apakšvirsrakstu “Lēkājot pa mirušajiem ebrejiem @Holokausta memoriālā” (Jumping on dead Jews @Holocaust memorial)) (Bareither, 2021: 62). Provokatīvākās pašbildes vietnes autors iemontēja autentiskos fotokadros no koncentrācijas un nāves nometnēm, kur redzami ieslodzītie un

bojāgājušie, burtiski norādot uz noziegumiem pret cilvēci, kam memoriāls ir veltīts. Ja publicēto selfiju autori sevi atpazīna un vēlējas tikt izņemti no publiskā nosodījuma lapas, viņiem bija jāsaprot vietnes veidotājam atvainošanās un nožēla par savu rīcību.

“*Yolocaust*” projekts kļuva par interneta hitu un saņēma gan atzinību, gan arī kritiku, piemēram, no memoriāla arhitekta Pitera Eizenmana (*Peter Eisenman*), pēc kura domām, šī vieta atšķirībā no autentiskām koncentrācijas nometņu vietām ir galvenokārt simboliska, jo būvēta neitrālā vietā un kā publiska ārtelpa pieļauj dažāda veida interakciju ar to (Gunter, 2017). Tomēr plašās diskusijas internetā un masu medijos demonstrēja drīzāk atbalstošu pozīciju “holokausta selfiju” kaunināšanas kampaņai, paužot līdzīgu viedokli par to, kas ir cieņa un pieņemama uzvedība holokausta piemiņai veltītās vietās. Publiskais sašutums saistīts ar to, ka pašbilžu žanrā persona izvērza sevi priekšplānā uz citu cilvēku ciešanām kā ikdienišķa “fona”, tādējādi demonstrējot emocionālu vienaldzību pret holokaustu (Bareither, 2021: 63). Neskatoties uz plaši izskanējušo kritiku, fotografēšanās holokausta memoriālos un attēlu publicēšana sociālajos tīklos nav gājusi mazumā, tomēr ne visas uzņemtās pašbildes būtu automātiski uzskatāmas par atmiņas kultūru izaicinošām.

Pievēršoties šī fenomena pētniecībai, Kristofs Bareiters (*Christoph Bareither*) ir centies noskaidrot, vai tiešām ikviena “digitālā pašreprezentācija” sarežģītā mantojuma vietā automātiski pauž emocionālu vienaldzību un līdz ar to – necieņu sāpīgās pagātnes piemiņai (Bareither, 2021: 58–59). Intervijās ar pašbilžu autoriem sociālajos tīklos K. Bareiters secinājis, ka šī pašportretu publicēšanas prakse daudziem memoriālu apmeklētājiem nav tikai estētiska pašreprezentācija, bet ietver kompleksākas emocijas un attēlam piešķirtās nozīmes, cenšoties caur to nodot, piemēram, skumjas, dusmas, līdzjūtību, piemiņu, kā arī pievērst citu cilvēku uzmanību holokausta faktam vai provocēt diskusiju (Bareither, 2021: 67). Tai pašā laikā ir virkne fotoattēlu, kur cilvēki apzināti vai neapzināti smaida, fotografējoties memoriālā. Saskaņā ar K. Bareitera iegūtajiem pašu foto autoru skaidrojumiem, šie cilvēki argumentē, ka smaids nav pretējs cieņas izrādīšanai, kā arī to, ka viņi apzinās notikušā šausmas un nopietnību, taču pauž apziņu, ka pagātnes mācību dēļ šobrīd iespējams dzīvot citādi, novērtējot to, kas ir (Bareither, 2021: 67–68). Tas sasauca ar pētījumiem par dažādām emocijām, kas vienlaikus tiek piedzīvotas, apmeklējot holokausta memoriālus (piem., Oren et al., 2021).

Vēl viens no teorētiskajiem skaidrojumiem par pašbildēm nopietnās vietās ir tāds, ka lielākā daļa cilvēku, kas tumšā mantojuma vietās izmanto digitālos medijus, ir tūristi. Savukārt tūristi izpilda tūrismam raksturīgas prakses, piemēram, uzņemot “tūristiskas” fotogrāfijas, kam raksturīgas zināmas

kompozīcijas, pozas un ķermeņu horeogrāfija kameras priekšā. Pozēšana un smaidīšana fotografējoties, it sevišķi ceļojumu “selfijos”, ir tik bieža parādība, ka tā nereti izpaužas automātiski kā “iemācīta” un “iemiesota” tūristu uzvedība (Pearce, Moscardo, 2015: 64). Protams, tas neatsver jautājumu par katra indivīda morālo izvērtējumu pirms sava smaidošā attēla no tumšā mantojuma vietas publicēšanas internetā. Vienlaikus ir cilvēki, kas jūtas vainīgi par smaidīšanu, taču neatkarīgi no tā ir publicējuši šādu fotoattēlu, tāpēc cenšas sniegt skaidrojumus zem sava attēla, mēģinot attaisnot, kāpēc šāda ķermeniska izpausme ir radusies konkrētajā mirklī, piemēram, kā automātiska reakcija uz kameru vai ceļojuma biedru, kas ir izraisījis smaidu (Adriaansen, 2022: 9).

Vienlaikus par tumšā mantojuma memoriāliem K. Bareiters apgalvo, ka ar sevis iemūžināšanu šajās vietās apmeklētāji ar tām veido emocionālu mijiedarbību, un digitālās ierīces var kalpot kā spēcīgi personiskās emocionālās iesaistes mediji, kā arī palīdzēt veidot saikni ar pagātņi, lai to padarītu par nozīmīgu savas tagadnes daļu (Bareither, 2021: 69). Daži pētnieki vērtē sociālos medijus kā demokrātisku platformu, kurā var tikt sadzirdētas jaunu cilvēku balsis par holokausta atceri, kas parasti netiek iekļautas formālās diskusijās par šo tematu (Commane, Potton, 2019).

Kritisks viedoklis par jauniešu motivācijām veidot pašreprezentāciju reālajā laikā no dažādu traģēdiju vietām un ar to dalīties publiski ir Magdalēnai Hodalskai (*Magdalena Hodalska*), kas vērtē šo parādību caur tumšā tūrisma un digitālā narcisisma prizmu, norādot uz pašbilžu kultūru kā “dališanos ar patmīlību” (Hodalska, 2017: 3). Autore pauž bažas, ka, ja sākotnēji netaktisku un stulbu pašbilžu publicēšana no nopietnām vietām var tikt uztverta kā provokatīvi izņēmumi, tad tie pamazām ved uz nevēlamām kultūras izmaiņām un liecina par jaunāko paaudžu empātijas trūkumu. Atsaucoties uz Sūzanas Zontāgas (*Susan Sontag*) sacīto par fotogrāfiju kā aizsargāšanos pret trauksmi, un tūristu izjusto nepieciešamību ievietot kameru starp sevi un jebko ievēribas cienīgu (Sontag, 1997, citēts Hodalska, 2017: 4), autore spriež, ka, sastopot kaut ko šausminošu, fotogrāfija ir kā aizsargstikls pret patiesajām bailēm, ko rada šī vieta. Vienlaikus šo vietu iemūžināšana un pat fizisku artefaktu iegūšana no katastrofu vietām ir kā sava veida baidu suvenīru kolekcionēšana, kas komificē un komercializē šausmas (Hodalska, 2017: 5).

M. Hodalska uzskata, ka motivāciju uzņemt un publicēt attēlus, izceļot sevi priekšplānā un pagriežot muguru “tumšajam mantojumam”, virza gan tādi “reālās pasaules virzītājspēki kā tumšais tūrisms, katastrofu plašais atspoguļojums masu medijos, līdzjūtības “nogurums” (*compassion fatigue*), emocionālā atsvešinātība, empātijas trūkums, pusaudžu dumpinieckums, baidu suvenīru meklēšana, pieredzes komifikācija”, gan arī virtuālā pasaule

ar sociālo mediju dominanci, kur pašportreti tiek publicēti konkurences apstākļos ar citiem lietotājiem, lai piesaistītu pēc iespējas lielāku auditoriju, vienlaikus apliecinot digitālā narcisisma kultūru (Hodalska, 2017: 17).

Savukārt Roberts Jans Adriānsens (*Robert-Jan Adriaansen*) norāda uz citu aspektu attiecībā uz selfiju kultūras fenomenu. Viņš secina, ka “tādas sociālo mediju platformas kā *“Instagram”* ir semiotiskas sistēmas, kuru pamatā ir lietotāju mijiedarbība un ka “holokausta selfijus” nevajadzētu aplūkot kā statiskas vēsturiskās atmiņas reprezentācijas, bet gan kā izpausmes tam, ko Joss de Muls (*Jos de Mul*) nosauca par “ludisko identitāti”” (Adriaansen, 2022: 19). Ar ludisko identitāti autors skaidro digitālo identitāšu veidošanu, kam raksturīga brīvāka un atvērtāka forma, kā arī mijiedarbības un izvēļu dinamiskais raksturs, tuvinot to sociālam, “reālās dzīves” kontekstam, kur citi sociālo tīklu lietotāji var reaģēt uz publicēto saturu un to ietekmēt ar sava veida sociālo kontroli. Tas to atšķir no autobiogrāfiskās “naratīvās identitātes”, kam raksturīga tiekšanās uz linearitāti un pabeigtību. Turklāt lielākoties tā saucamie “Aušvicas selfiji”, autoraprāt, uzskatāmi par veidu, kā tiek definētas indivīda attiecības tieši ar pieminēšanas aktu, nevis ar pašu vēsturisko notikumu vai konkrēto atmiņu saturu, un tie jāuztver kā savstarpēji saistītas atsauces uz konkrēto piemiņas vietu un “es” kā liecinieku un dokumentētāju (Adriaansen, 2022).

Apkopojot pētījumus par pēdējā desmitgadē aktuālo diskusiju par pašbildēm nopietnās vietās, saprotams, ka dažādu pētnieku skaidrojumi par šo fenomenu atšķiras. Kamēr pastāv kritiski viedokļi par pamatīgām kultūras pārmaiņām, ko virza jaunāko paaudžu narcisistiskas izpausmes, līdzjūtības “nogurums” un šausmu komodifikācija, ir arī centieni skaidrot pašreprezentāciju fotoattēlos kā jaunu holokausta atceres pārneses formu, izmantojot savas klātbūtnes apliecināšanu un aktualizēšanu sociālajos tīklos.

Holokausta atceres daudzbalisība sociālajos tīklos

Sociālo tīklu platformas funkcionē kā heterogēna, difūza un dinamiska ekosistēma, kur ikvienam lietotājam ir iespēja paust savus uzskatus un pieredzi, iesaistīties notikumu vai citu veidota satura apspriešanā, pārinterpretācijā vai reproducēšanā. Sociālie tīkli ir kļuvuši par sabiedrības saziņas un mijiedarbības vietu, kur iesaistās ne vien indivīdi, bet arī dažādi uzņēmumi, organizācijas, valsts un nevalstiskais sektors, politiskie spēki utt.

Šajā nepārtrauktajā informācijas plūsmā vērojami arī dažādi jauni veidi, kā satura veidotāji un patērētāji mijiedarbojas ar digitālo holokausta atmiņu. Lai arī, iespējams, izplatītākais saturs, ko veido individuāli lietotāji,

ir fotogrāfijas no holokausta memoriālu apmeklējumiem, šobrīd aktuālā video formātu popularitāte piedāvā jau krietni daudzveidīgākus viedokļu interpretācijas veidus. Jebkurā gadījumā arvien vairāk satura par holokausta tēmu sociālajos tīklos veido personas, kas nav saistītas ar oficiālajām atmiņas institūcijām.

Piemēram, jauniešu vidū populārajā sociālo tīklu platformā “TikTok” par pazīstamu personību kļuvusi holokaustā izdzīvojuši 85 gadus vecā Tova Frīdmane (*Tova Friedmann*), kuras 17 gadus vecais mazdēls kopš 2021. gada veido īsus videoklipus ar mērķi izstāstīt plašai auditorijai liecības par šausmīgajiem notikumiem, ko viņa ir pieredzējusi. Videoklipos viņa atbild uz skatītāju uzdotajiem jautājumiem par savas ģimenes traģēdiju, un par visvairāk skatītajiem video kļuvuši tie, kur viņa stāsta un rāda sev uz rokas uztetovēto identifikācijas numuru Aušvicas nāves nometnē (Sky News, 2023). Šo video mērķis ir sasniegt jauniešus, kurus vairs neuzrunā grāmatu lasīšana vai vēstures mācīšanās skolā, kā arī tos, kas nekad par holokaustu nav dzirdējuši, un šis starppaaudžu veidotais saturs ir jau sasniedzis 75 miljonus unikālo skatījumu (Shaffrey, 2023).

Cita privāta digitālās holokausta atmiņas iniciatīva ir “Instagram” projekts “Evas stāsti” (*Eva Stories*), ko 2019. gadā radīja Izraēlas mediju producentis Mati Kočavi (*Mati Kochavi*) ar meitu Maju (*Maya*), producējot vairāku miljonu dolāru vērtu kino industrijas produktu (Holmes, 2019), kas veidots kā īsas “Instagram” video sērijas ar saukli “Kā būtu, ja meitenei holokausta laikā būtu “Instagram”?” (Henig, Ebbrecht-Hartmann, 2020, 2). Šis projekts tika balstīts uz 13 gadu vecas Ungārijā dzīvojušas ebreju meitenes Evas Heimanes (*Eva Heyman*) dienasgrāmatu un pieredzi neilgi pirms deportēšanas uz Aušvicu. Jau pirmajā dienā, kad video tika publicēti, tie piesaistīja vairāk nekā miljonu sekotāju.

Projekta īstenotāji apzināti veidoja sociālo tīklu interaktivitātei pielāgotu saturu, publicējot video “Instagram” sēriju (*stories*) formātā, iepludinot tos citu lietotāju satura plūsmā un piesaistot sekotāju uzmanību, aicinot reaģēt, atbildot uz jautājumiem, piedaloties aptaujās vai paužot emocijas, kas veicināja lietotāju dalīšanos ar šo saturu (Henig, Ebbrecht-Hartmann, 2020: 5). Līdzīgu inscenēta videobloga formātu jauniešu auditorijas sasniegšanā aizguva arī Annes Frankas nams, kas 2020. gadā “YouTube” publicēja “Annes Frankas video dienasgrāmatu” vairākās sērijās. Taču, pēc pētnieku domām, tam nepiemīt tik izteikta iesaistes funkcija kā “Instagram”, kur lietotājs caur personīgo interakciju kļūst par sociālo mediju “aculiecinieku” (*social media witnessing*) (Henig, Ebbrecht-Hartmann, 2020: 21). Plašāk par Annes Frankas videodienasgrāmatu un citiem Annes Frankas nama virtuālās realitātes projektiem lasāms 13. nodaļā.

Savukārt 2020. gada vasarā, laikā, kad daudzviet bija spēkā Covid-19 pandēmijas socializēšanās ierobežojumi, kas ierobežoja sabiedrisku vietu, tostarp muzeju un memoriālu, apmeklēšanu, par jaunu internetā plaši apspriestu tendenci kļuva jauniešu veidotie “*TikTok*” video, kur viņi imitē holokaustā bojāgājušos ebrejus un, nogrimējuši zilumos sasistu seju, pārģērbušies ieslodzīto tērpus imitējošos apģērbos, dažkārt arī ar piespraustu dzeltenu Dāvida zvaigzni, mūzikas pavadībā stāsta par “savu” bojāeju holokaustā (Ankiel, 2020; Nesvig, 2020). Šī pusaudžu izpausme līdzīgi kā “selfiji” nopietnās vietās izpelnījās asu nosodījumu plašākā sabiedrībā, liekot “*TikTok*” platformai izņemt iespēju meklēt saturu ar mirkļbirku *#HolocaustChallenge* (*#holokaustaizaicinājums*), kas bija šo ķēdes video identifikators.

Šajā kontekstā interesants vērojums bija tādas oficiālās holokausta atmiņas institūcijas kā Aušvicas-Birkenavas memoriāla izteikumi par šo parādību. Balansējot audzinošās un iesaistošās pieejas holokausta digitālajā izglītībā un atcerē, memoriāls savā “*Twitter*” ierakstā par “*TikTok*” holokausta izaicinājumu puda nedaudz samiernieciskāku pozīciju, norādot, ka “daudzi no šiem “upuru” video ir sāpīgi un aizvainojoši, pārsniedzot to robežu, kas trivializē vēsturi, tomēr šo jautājumu būtu nepieciešams diskutēt plašāk kā izaicinājumu izglītības jomā, jo uzbrukt un kaunināt jauniešus nebūtu pareizi, jo viņu motivācija to darīt ir ļoti dažāda” (BBC News, 2020; Dalziel, 2021: 193–194). Lai arī negribīgi, pamazām arī oficiālās holokausta institūcijas sāk atzīt, ka “lietotāji” un sabiedrība kopumā var darboties kā holokausta atmiņas kopradītāji (Ebbrecht-Hartmann, Henig, 2021: 218), kas vienlaikus rada gan iespējas, gan izaicinājumus holokausta atmiņas pārnesei digitālajā vidē.

Apkopojot informāciju par to, kā šobrīd notiek holokausta atmiņas komunikācija sociālajos tīklos, iespējams runāt par dažādiem satura veidotājiem – gan par oficiālajām holokausta atmiņas institūcijām, gan par memoriālu apmeklētājiem un tūristiem, gan holokaustā izdzīvojušajiem un tiešajiem lieciniekiem, gan profesionāliem filmu un mediju producentiem, gan arī jauniešiem un citiem “ikdienas” sociālo mediju lietotājiem.

Latvijas ebreju kopienas un holokausta piemiņas institūcijas sociālajos tīklos

Sociālo tīklu satura patērēšana un veidošana ir kļuvusi par izplatītu ikdienas paradumu dažādām sabiedrības daļām arī Latvijā, sevišķi jauniešiem. Ņemot vērā minētās aktualitātes par holokausta atmiņas iekļaušanos sociālo mediju saturā, šī apakšnodaļa īsi raksturo sociālo mediju vidi Latvijā un ebreju

kopienas kultūras, vēstures un holokausta piemiņas institūciju klātbūtni sociālajos medijos.

Spriežot pēc Latvijas Interneta asociācijas publicētajiem datiem par sociālo mediju patēriņu, Latvijā visvairāk iedzīvotāju lieto “YouTube” (1,45 milj. lietotāju), kam popularitātes ziņā seko “Facebook” (874,2 tūkst.), “Instagram” (675,6 tūkst.) un “Twitter” (159,3 tūkst.) (Latvijas Interneta asociācija, 2022). Citi statistikas dati, kas atspoguļo Eiropas Savienības iedzīvotāju mediju lietošanas paradumus (Nulle, Brikmane, 2022), liek pievērst uzmanību tam, ka Latvijā ir izteiktāka tendence iegūt informāciju un ziņas no sociālajiem medijiem nekā vidēji Eiropas Savienībā (ES) (41 % iedzīvotāju Latvijā pret 26 % iedzīvotāju vidēji ES). Latvijā ir arī izteikti lielāks uzticības procents sociālo tīklu influencersiem nekā vidēji ES: 12 % Latvijā un 5 % ES. Arī uzticība “YouTube” un citām videoplatformām ir ievērojami augstāka, Latvijā tiem uzticas 19 % iedzīvotāju, kamēr vidēji ES – 10 %.

Interneta vidē daudz laika pavada jaunākās paaudzes lietotāji. 2018. gadā veiktā reprezentatīvā Latvijas 13–19 gadu veco jauniešu interneta aptauja liecina, ka vismaz 75 % jauniešu vismaz reizi dienā apskatās kādu no sociālo mediju platformām, bet visbiežāk skatītie (vismaz trīs reizes dienā) ir “YouTube” un “Instagram”, kamēr “Facebook” šajā vecuma grupā tiek lietots retāk (Krasauska, 2018). Visbiežāk jaunieši seko ārzemju slavenībām un elkiem (51 %), taču vismaz 27 % jauniešu seko arī Latvijā populārām personām, to skaitā sportistiem, mūziķiem, “Instagram” un “YouTube” blogeriem u. tml. Citi avoti liecina, ka Baltijas valstīs jaunieši lielāko daļu laika pavada “Instagram”, “Snapchat”, “YouTube” (Leta, 2022), tāpat ļoti populāra ir video satura platforma “TikTok”, kas pasaulē gūst arvien lielāku lietotāju skaitu (Avotiņš, 2021; skaties.lv, 2021).

Lai arī digitālās tehnoloģijas un sociālie mediji kopš to ieviešanas ir bijuši muzeju un citu kultūras mantojuma institūciju komunikācijas rīku arsenālā, un arī holokausta atmiņas institūcijas pakāpeniski ir pievienojušies šīm platformām. Tomēr pētnieki atzīst, ka ir salīdzinoši maz pētījumu par sociālo mediju potenciālu kā jauno muzeju ekoloģijas sastāvdaļu (Manca et al., 2022). Par inovāciju ieviešanas praksēm un tendencēm Latvijas muzejos plašāku pētījumu veikuši Elīna Vikmane un Ģirts Klāsons (Vikmane, Klāsons, 2023).

Sociālo mediju analīzes metodes

Lai izvērtētu holokausta atmiņas klātbūtni sociālajos medijos Latvijā, šajā pētījumā tika apskatītas galvenās ebreju kopienas kultūras, vēstures un holokausta piemiņas institūcijas, kas darbojas gan nacionālā, gan lokālā kontekstā,

to skaitā muzejs “Ebreji Latvijā”, Latvijas Ebreju kopiena, biedrība “*Shamir Latvija*”, Rīgas geto un Latvijas holokausta muzejs, Žaņa Lipkes memoriāls, lokālās ebreju kopienas un muzeji Latvijas pilsētās (Liepājā, Daugavpilī u. c.), akadēmiskās pētniecības kontekstā – Latvijas Universitātes Jūdaikas studiju centrs, kā arī citas ebreju mantojuma un atmiņas organizācijas. Šajā apakšnodalā uzmanība tiks pievērsta kopumā 12 organizāciju pārstāvniecībai sociālajos tīklos.

Lai identificētu sociālo mediju klātbūtni, pirmkārt, tika veikta šo institūciju kontu meklēšana sociālo tīklu meklētājos (“*Facebook*”, “*Instagram*”, “*Twitter*”, “*YouTube*”, “*TikTok*”). Otrkārt, tika apskatītas institūciju interneta vietnes, lai pārliecinātos, kādos sociālajos tīklos organizācijas pārstāvētas.

Sociālo tīklu apskats tika veikts 2023. gada 31. martā.

Sociālo mediju analīzes rezultāti

No kopumā 12 organizācijām divas organizācijas nebija pārstāvētas nevienā sociālajā tīklā. 10.1. tabulā apkopota publiski pieejama informācija, kas atrodama katras institūcijas sociālo tīklu profilos. Tabulā uzskaitītās organizācijas sarindotas pēc lielākā sekotāju skaita platformā “*Facebook*”.

Analizējot sociālo tīklu vidi, novērojams, ka visplašāk lietotā kolektīvā saziņas platforma ir “*Facebook*”, ko izmanto 10 no 12 organizācijām, kam seko “*Instagram*”, ko lieto septiņas institūcijas. “*YouTube*” kanāls ir izveidots četrām organizācijām, savukārt “*Twitter*” profili ir trijām. Divas no institūcijām nav atrodamas nevienā no sociālo tīklu platformām. Savukārt videoplatformā “*TikTok*” nav atrodama neviena no institūcijām.

Institūcijas, kurām ir visvairāk sekotāju “*Facebook*”, ir Žaņa Lipkes memoriāls (ap 4,3 tūkstoši), muzejs “Ebreji Latvijā” (ap 2,3 tūkstoši), Latvijas Ebreju kopiena (ap 2,1 tūkstotis) un Rīgas geto un Latvijas holokausta muzejs (ap 1,3 tūkstoši).

“*Instagram*” visvairāk auditorijas pulcē muzejs “Ebreji Latvijā” (1474 sekotāji), Žaņa Lipkes memoriāls (989 sekotāji), tiem seko Latvijas ebreju kopiena (180 sekotāji) un Rīgas geto un Latvijas holokausta muzejs (167 sekotāji). Savukārt ar aktīvāko satura veidošanu “*Instagram*” ir nodarbojies muzejs “Ebreji Latvijā” (475 ieraksti) un Žaņa Lipkes memoriāls (267 ieraksti), kam seko biedrība “*Uniting*” (79 ieraksti) un Latvijas Ebreju kopiena (62 ieraksti).

“*YouTube*” abonētu skaita ziņā pirmajā vietā ir biedrība “*Shamir Latvija*” (337 abonenti, šķietami vairs neaktīvam kontam, kurā ir pieejami senāki video), kam seko Latvijas Ebreju kopienas kanāls (167 abonenti) un muzejs

10.1. tabula. Latvijas ebreju kopienas kultūras, vēstures un holokausta piemiņas institūciju klātbūtne sociālo mediju platformās 2023. gadā

Institūcija	“Facebook” sekotāju skaits	“Twitter” sekotāju skaits (kanāla izveides gads)	“Instagram” profila sekotāju skaits / ieraksti	“YouTube” kanāla abonentu skaits / skatījumu skaits / augšuplādēto video skaits (izveides gads)
Žaņa Lipkes memoriāls	4,3 tūkst.	800 (2013)	989/ 267	76/14 423 / 34 (2015)
Muzejs “Ebreji Latvijā”	2,3 tūkst.	431 (2010)	1474/ 475	160/ 10 406 / 87 (2011)
Latvijas Ebreju kopiena	2,1 tūkst.	–	180 / 62	167/ 10 908 /92 (2021)
Rīgas geto un Latvijas holokausta muzejs	1,3 tūkst.	651 (2015)	167/19	–
Biedrība “Shamir Latvija”	Tīmekļvietnē saite aizved uz Rīgas geto un Latvijas holokausta muzeja “Facebook” profilu	Tīmekļvietnē saite aizved uz Rīgas geto un Latvijas holokausta muzeja “Twitter” profilu	–	Kanāls 1: 337/ 131 044/ 116 (2012. g., kopš 2015. g. šķietami neaktīvs) Kanāls 2: 37/ 15 280 / 195 (2014)
Latvijas Universitātes Jūdaikas studiju centrs	604	–	–	–
Rēzeknes Zaļā sinagoga	463	–	–	–
Fonds “Uniting”	410	–	127/ 79	–
Rēzeknes ebreju draudze	133	–	73/15	–
Liepājas ebreju draudze	126	–	123/ 32	–
Fonds “Liepājas ebreju mantojums”	–	–	–	–
Muzejs “Ebreji Daugavpilī un Latgalē”	–	–	–	–

“Ebreji Latvijā” (160 abonenti). Aktīvākie satura veidotāji “YouTube” platformā ir biedrība “Shamir Latvija” (116 + 195 video), Latvijas Ebreju kopiena (92 video) un muzejs “Ebreji Latvijā” (87 video). Arī “YouTube” kopējo skatījumu skaita ziņā biedrība “Shamir” uzrāda vislielāko auditorijas tvērumu – pirmais no kontiem sasniedzis 131 044 skatījumus, bet vēlāk izveidotais konts sasniedzis 15 280 skatījumus. Žaņa Lipkes memoriāla “YouTube” kontam ir 14 423 skatījumi, kamēr Latvijas Ebreju kopienas “YouTube” saturs skatīts 10 908 reizes, bet muzeja “Ebreji Latvijā” – 10 406 reizes.

“Twitter” platformā auditorijas sasniegšanas ziņā pirmajā vietā ierindojas Žaņa Lipkes memoriāls (800 sekotāji), kam seko Rīgas geto un Latvijas holokausta muzejs (651 sekotājs) un muzejs “Ebreji Latvijā” (431 sekotājs). “Twitter” platformā muzejs “Ebreji Latvijā” reģistrēts no 2010. gada, Žaņa Lipkes memoriāls – no 2013. gada un Rīgas geto un Latvijas holokausta muzejs – no 2015. gada.

Apkopojot minētos datus, ebreju kopienas kultūras, vēstures un holokausta atmiņas institūciju pārstāvēniecību sociālajos medijos galvenokārt veido muzejs “Ebreji Latvijā”, Žaņa Lipkes memoriāls un Rīgas geto un Latvijas holokausta muzejs / biedrība “Shamir Latvija”, kuru profili atrodami visās četrās apskatītajās sociālo mediju platformās, kā arī Latvijas Ebreju kopiena, kas atrodama trijās no četrām platformām. Lai arī publiski pieejamā informācija sniedz zināmu priekšstatu par sasniegto auditoriju pēc abonentu un sekotāju skaita, tomēr mūsdienu sociālo tīklu lietotāju paradumus īsti vairs nevar mērīt tikai pēc sekošanas fakta kādam profilam. Niansētāku ieskatu par sasniegto auditoriju sniedz profila / kanāla vai atsevišķu ierakstu un video skatījumu skaits un lietotāju iesaistes intensitāte, kas ļauj izvērtēt atsevišķu vēstījumu panākumus, taču tam būtu nepieciešami atsevišķi pētījumi.

Ārpus šīm institūcijām kā interesants piemērs holokausta atmiņas pārnesē sociālajos medijos Latvijas kontekstā izceļams Preiļu vēstures un lietišķās mākslas muzejs. 2021. gada vasarā savā “Facebook” lapā muzejs publicēja ierakstus no Preiļos dzīvojušās 14 gadus vecās ebreju meitenes Šeinas Gramas dienasgrāmatas⁷³, ko viņa uzsāka rakstīt 1941. gada 22. jūnijā, kad sākās karš starp Trešo Reihu un Padomju Savienību (Preiļu vēstures un lietišķās mākslas muzejs, 2021). Šeina pierakstīja būtiskas liecības par ebreju vajāšanu un holokaustu šajā mazpilsētā līdz pat 1941. gada 8. augustam, kas bija pēdējā viņas dzīves diena, jo arī viņu kopā ar citiem Preiļu ebrejiem noslepkavoja. Muzejs

⁷³ Muzejs “Ebreji Latvijā” 2022. gadā izdeva trīs Latvijas ebreju meiteņu dienasgrāmatas grāmatā “Es gribētu par kaut ko kļūt...” (red. G. Umanovska, I. Ļenskis). Tā vēsta par Annijas Hackelsones no Rīgas, Hannas Blohas no Valmieras un Šeinas Gramas no Preiļiem pieredzi Latvijā dažādos posmos pirms Otrā pasaules kara un holokausta laikā. Visas meitenes tika nošautas ebreju iznīcināšanas akcijās Latvijā.

Šeinas Gramas dienasgrāmatas ierakstus publicēja tieši tajos pašos datumos, kuros viņa tos bija rakstījusi pirms 80 gadiem, un tas darbojās kā būtisks mēģinājums samazināt telpas un laika distanci ar notikumu un veicināt sociālo tīklu lietotāju emocionālo klātbūtni un iesaisti holokausta atcerē daudz personīgākā līmenī.

Nobeigums

Līdz ar sociālajos medijos nodrošināto sabiedrības līdzdalības kultūru ir transformējušies arī holokausta atceres un reprezentācijas veidi. Paralēli autorizētajām mantojuma institūciju “balsīm” un sankcionētajam holokausta atmiņas naratīvam (Commane, Potton, 2019) internetā “skan” daudz balsīgs un heterogēns dažādu sociālo tīklu lietotāju “koris”. Jaunveidotā satura un interpretāciju disonanse rada izaicinājumus tradicionālām holokausta atceres un izglītības formām, kas galvenokārt ir balstījušās uz klātienē apmeklējumu pieredzi un “dzīvo atmiņu” nodošanu nākamajām paaudzēm. Heterogēnajā interneta vidē ikviens indivīds no informācijas uztvērēja var kļūt par satura veidotāju, pulcējot ap sevi citus sekotājus un izplatot teju jebkādu saturu un vēstījumu.

Lai gan vairākas starptautiski zināmas holokausta atmiņas institūcijas aktīvi izmanto sociālos tīklus, lai sazinātos ar plašāku auditoriju, un uzņemam ceļa rādītāja lomu, virzot uz ētiskas un cieņpilnas līdzdalības kultūras izpausmēm sociālajos medijos, par izaicinošu un aizskarošu saturu biežākās sūdzības saistītas ar tā sauktajiem “Aušvicas selfijiem” jeb fotogrāfijām, kur holokausta memoriālu apmeklētāji sevi nostāda priekšplānā citu cilvēku ciešanām. Tas sevišķi attiecas uz attēliem, kuros iemūžinātais izturēšanās veids liecina par nenopietnu un rotaļīgu attieksmi, un par to visbiežāk kritiku saņem jaunieši, kas nepārdomāti veido savas pašreprezentācijas nopietnās vietās. Tomēr pastāv arī viedokļi, ka ne visi pašportreti, kas uzņemti holokausta memoriālos un publicēti sociālajos tīklos, izrāda necienīgu attieksmi pret holokausta upuriem. Citi satura veidotāji vēlas paust savu līdzjūtību, skumjas, dusmas vai citas emocijas, ko radījusi saskare ar šīm vietām, un ar sevis dokumentēšanu šajā vietā norāda par savu klātbūtni un iesaisti holokausta atcerē, lai pievērstu arī citu lietotāju uzmanību holokausta tēmai.

Bez oficiālajām holokausta atmiņas institūcijām un memoriālu apmeklētājiem jauna veida holokausta atmiņas saturu sociālajos tīklos veido gan neprofesionāli, gan profesionāli audiovizuālo mediju producenti. Šobrīd populārajos īso video formātos savu vēstījumu pauž gan holokaustā izdzīvojušie,

gan profesionāli mediju satura veidotāji (piem., “Instagram” projekts “Evas stāsti”). Tāpat jauna veida jauniešu iesaistes un izglītības aktivitātes veic arī oficiālās holokausta atmiņas institūcijās (piem., “Annes Frankas video dienasgrāmata” “YouTube”).

Par to, ka jaunākās paaudzes interesē holokausta tēma, liecina arī kritiski vērtētie jauniešu veidotie video inscenējumi “TikTok” platformā, pazīstami kā #Holocaustchallenge (holokausta izaicinājums), kas, lai arī trivializē un pārsniedz cieņpilnas izturēšanās robežas, ir veicinājuši reakciju un izmaiņas arī oficiālo holokausta institūciju attieksmē pret jauniešu vidū populāro video platformas lietošanu. Vairākas holokausta atmiņas institūcijas, piemēram, Neiangammes koncentrācijas nometnes memoriāls Vācijā vai Mathauzenas memoriāls Austrijā, kopš tā laika ir sākuši veidot arī jauniešiem mērķētu “TikTok” saturu un iesaista brīvprātīgos jauniešus satura veidošanā, apzinoties, ka “Facebook” platforma jauniešu vidū vairs nav aktuāla (Rüdiger, 2023).

Raugoties uz Latvijas ebreju kopienas kultūras, vēstures un holokausta atmiņas institūcijām, to klātbūtne sociālajos tīklos ir nevienmērīga. Vairākums institūciju ir atrodamas “Facebook”, kā arī “Instagram”, savukārt “YouTube” un “Twitter” izmanto vien dažas, bet “TikTok” nav atrodamā neviena. Par sociālajos tīklos redzamākajām institūcijām ar lielāko sekotāju skaitu minami – muzejs “Ebreji Latvijā”, Žaņa Lipkes memoriāls, Rīgas geto un Latvijas holokausta muzejs / biedrība “Shamir Latvija”, kā arī Latvijas Ebreju kopiena.

Kopumā šajā nodaļā apskatītie sociālo tīklu piemēri parāda, ka šī interaktīvā vide ir kļuvusi par paliekošu vietu, kurā notiek auditorijas mijiedarbība ar holokausta atmiņu, izziņu un interpretāciju dažādos formātos. Taču holokausta digitālās atmiņas pētniece Viktorija Valdēna (*Victoria Walden*) brīdina par to, ka interneta vide vienlaikus pieļauj gan jaunu potenciālu holokausta atcerē, izglītībā un pētniecībā, gan kalpo par platformu holokausta noliedzējiem un citu sazvērēstību teoriju atbalstītājiem (Walden, 2021: 3). Līdz ar to atturība pret iesaistīšanos sociālo tīklu lietošanā, piemēram, no autorizēto holokausta mantojuma institūciju puses, var dot priekšrocību informācijas izplatīšanā dažādiem tendencioziem interneta satura veidotājiem.

LITERATŪRA

Adriaansen, R. J. (2022). Smiling in Auschwitz: Instagram selfies and historical representation at the Auschwitz-Birkenau Memorial and Museum. In: *Image, History and Memory*. London: Routledge, pp. 105–120. <https://doi.org/10.4324/9781003264460-11>

- Ankiel, S. (2020, August 23). TikTok Creators Playing Dead Holocaust Victims Accused of Trauma Porn. *Insider*. <https://www.insider.com/TikTok-trend-shows-people-pretending-to-be-holocaust-victims-heaven-2020-8>
- Assmann, A., Detmers, I. (2016). *Empathy and its Limits*. Houndmills: Palgrave MacMillan. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Avotiņš, H. (2021, 23. decembris). TikTok timekļa vietne 2021. gadā piesaistīja lielāku cilvēku plūsmu nekā Google. *Kursors.Lv*. <https://kursors.lv/2021/12/23/TikTok-timkļa-vietne-2021-gada-piesaistīja-lielāku-cilvēku-plūsmu-nekā-google/>
- Bareither, C. (2021). Difficult heritage and digital media: 'selfie culture' and emotional practices at the Memorial to the Murdered Jews of Europe. *International Journal of Heritage Studies*, 27 (1), 57–72. <https://doi.org/10.1080/13527258.2020.1768578>
- BBC News. (2020, August 27). TikTok Holocaust trend "hurtful and offensive". <https://www.bbc.com/news/newsbeat-53934500>
- Bērziņš, D. (2015). *Sociālās atmiņas komunikācija un ētika : Holokausta diskursi Latvijā (1945–2014)*. Promocijas darbs. Rīga: Latvijas Universitāte.
- Commene, G., Potton, R. (2019). Instagram and Auschwitz: a critical assessment of the impact social media has on Holocaust representation. *Holocaust Studies*, 25 (1–2), 158–181. <https://doi.org/10.1080/17504902.2018.1472879>
- Daily Mail Online. (2013, August 29). "Selfies at Serious Places" blog shows self-portraits at inappropriate locations. <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2405379/Selfies-Serious-Places-blog-shows-self-portraits-inappropriate-locations.html>
- Dalziel, I. (2021). Becoming the 'Holocaust Police'? The Auschwitz-Birkenau State Museum's Authority on Social Media. *Digital Holocaust Memory, Education and Research*, 179–212. https://doi.org/10.1007/978-3-030-83496-8_8
- Dinhopl, A., Gretzel, U. (2016). Selfie-taking as touristic looking. *Annals of Tourism Research*, 57, 126–139. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.12.015>
- Douglas, K. (2017). Youth, trauma and memorialisation: The selfie as witnessing. *Memory Studies*, 13 (4), 384–399. <https://doi.org/10.1177/1750698017714838>
- Ebbrecht-Hartmann, T. (2021). Commemorating from a distance: the digital transformation of Holocaust memory in times of COVID-19. *Media, Culture and Society*, 43 (6), 1095–1112. <https://doi.org/10.1177/0163443720983276>
- Ebbrecht-Hartmann, T., Henig, L. (2021). i-Memory: Selfies and Self-Witnessing in "#Uploading_Holocaust" (2016). In: V. G. Walden (ed.). *Digital Holocaust Memory, Education and Research*. Cham: Springer International Publishing, pp. 213–235. https://doi.org/10.1007/978-3-030-83496-8_9
- Gunter, J. (2017, January 20). "Yolocaust": How should you behave at a Holocaust memorial? *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/world-europe-38675835>
- Henig, L., Ebbrecht-Hartmann, T. (2020). Witnessing Eva Stories: Media witnessing and self-inscription in social media memory. *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820963805>
- Hodalska, M. (2017). Selfies at Horror Sites: Dark Tourism, Ghoulish Souvenirs and Digital Narcissism. *Zeszyty Prasoznawcze*, 60 (2). <https://doi.org/10.4467/22996362PZ.17.026.7306>

- Holmes, O. (2019, May 8). Instagram Holocaust diary Eva. Stories sparks debate in Israel. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2019/may/08/Instagram-holocaust-diary-evastories-sparks-debate-in-israel>
- Krasauska, K. (2018). Kā Latvijas jaunieši “apdzīvo” sociālos medijus. *KANTAR Latvia*. <https://www.kantar.lv/newsletters/54-2/ka-latvijas-jauniesi-apdzivo-socialos-medijus/>
- Latvijas Interneta asociācija. (2022). *Statistika: Interneta lietošana Latvijā 2022*. <https://www.lia.lv/sections/view/statistika>
- Leta. (2022, 20. februāris). Aptauja: 88 % Baltijas jauniešu nozīmīgākais informācijas kanāls ir sociālie mediji. *Tv3.lv*. <https://zinas.tv3.lv/zinatne-un-tehnologijas/tehnologijas/aptauja-88-baltijas-jauniesu-nozimigakais-informacijas-kanals-ir-socialie-mediji/>
- Levin, A. (2014). The Selfie in the Age of Digital Recursion. *InVisible Culture*, 20 (March). <https://doi.org/10.47761/494a02f6.f3a5894d>
- Lu, A. (2014, July 9). That “With My Besties In Auschwitz” Facebook Page Is Appalling, But Nothing New. *Bustle*. <https://www.bustle.com/articles/31047-that-with-my-besties-in-auschwitz-facebook-page-is-appalling-but-nothing-new>
- Manca, S., Passarelli, M., Rehm, M. (2022). Exploring tensions in Holocaust museums’ modes of commemoration and interaction on social media. *Technology in Society*, 68 (October 2021), 101889. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101889>
- Margalit, R. (2014, June 26). Should Auschwitz Be a Site for Selfies? *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/should-auschwitz-be-a-site-for-selfies>
- Memorial and Museum Auschwitz-Birkenau. (2020, January 7). *2 million 320 thousand visitors at the Auschwitz Memorial in 2019*. <https://www.auschwitz.org/en/museum/news/2-million-320-thousand-visitors-at-the-auschwitz-memorial-in-2019,1400.html>
- Nesvig, K. (2020, August 25). *This “Holocaust” TikTok Challenge Is Rightfully Sparking Backlash*. *TeenVogue*. <https://www.teenvogue.com/story/holocaust-TikTok-challenge-backlash>
- Nulle, A., Brikmane, E. (2022, 28. jūlijs). Iedzīvotāju mediju lietošanas paradumi. *LVPortāls*. <https://lvportals.lv/skaidrojumi/343306-iedzivotaju-mediju-lietosanas-paradumi-2022>
- Oren, G., Shani, A., Poria, Y. (2021). Dialectical emotions in a dark heritage site: A study at the Auschwitz Death Camp. *Tourism Management*, 82 (June 2019), 104194. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104194>
- Pearce, J., Moscardo, G. (2015). Social Representations of Tourist Selfies: New Challenges for Sustainable Tourism. *BEST EN Think Tank XV*, 59–73.
- Preiļu vēstures un lietiskās mākslas muzejs. (2021, 21. jūnijs). Agrā 1941. gada... *Facebook*. <https://www.Facebook.com/preilimuseum/posts/pfbid02fdNUd74JCN-K6oxwWKPS6YjtdH1jxYz8o2V9ctNjHqZU8RDbNsAD3ZLpmGX5AkR4l>
- Rüdiger, J. (2023, January 26). Holocaust remembrance on TikTok. *DW*. <https://www.dw.com/en/bringing-holocaust-remembrance-to-TikTok/a-64519255>

- Shaffrey, T. (2023, March 23). Holocaust survivor shares on TikTok to educate young people. *AP News*. <https://apnews.com/article/holocaust-survivor-TikTok-auschwitz-b9be32a968038ee6922282fc65acd348>
- skaties.lv. (2021, 25. jūnijs). Pētījums: “TikTok” aizvien vairāk patērē cilvēki vecumā pēc 30. *Tv3.lv*. <https://zinas.tv3.lv/latvija/sabiedriba/petijums-TikTok-aizvien-vairak-patere-cilveki-vecuma-pec-30/>
- Sky News. (2023, March 23). *Holocaust survivor Tova Friedman becomes TikTok star aged 85*. <https://news.sky.com/story/holocaust-survivor-tova-friedman-becomes-TikTok-star-aged-85-12840749>
- Sontag, S. (1977). *On Photography*. London: Anchor Books Doubleday.
- Staudenmaier, R. (2019, March 21). Auschwitz asks visitors not to balance on train tracks. *DW*. <https://www.dw.com/en/auschwitz-museum-asks-visitors-not-to-balance-on-train-tracks/a-48006024>
- USA Today. (2014, July 24). Auschwitz Selfie Girl Breanna Mitchell Defends Her Controversial Picture. *HuffPost*. https://www.huffpost.com/entry/auschwitz-selfie-girl-breanna-mitchell_n_5618225
- Vikmane, E., Klāsons, G. (2023). Diffusion of Digital Innovation in Museum Education: Pandemic Effects and Adopter Characteristics. *Baltic Journal of Modern Computing*, 11 (1), 34–50. <https://doi.org/10.22364/bjmc.2023.11.1.03>
- Wake, C. (2013). Regarding the recording: The viewer of video testimony, the complexity of copresence and the possibility of tertiary witnessing. *History and Memory*, 25 (1), 111–144. <https://doi.org/10.2979/histmemo.25.1.111>
- Walden, V. G. (2015). New Ethical Questions and Social Media: Young People’s Construction of Holocaust Memory Online. *Frames Cinema Journal*, 7, 1–19.
- Walden, V. G. (2021). Defining the Digital in Digital Holocaust Memory, Education and Research. In: V. G. Walden (ed.). *Digital Holocaust Memory, Education and Research*. Springer International Publishing, pp. 1–12. https://doi.org/10.1007/978-3-030-83496-8_1