DOI https://doi.org/10.36059/978-966-397-667-9-9

КОРОТКІ ІСТОРИКО-ДОКУМЕНТАЛЬНІ ВІДЕО ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ІСТОРІЇ СЕРЕД МОЛОДІ: ДОСВІД СТВОРЕННЯ ПРОЄКТУ «ІСТОРІЯ, ДО ЯКОЇ МОЖНА ДОТОРКНУТИСЯ»

Дмитрюк В. В.
кандидатка історичних наук,
вчителька історії та громадянської освіти
Одеського ліцею № 1 імені А. П. Бистриної
м. Одеса, Україна

Короткі відео в TikTok, Instagram Reels і YouTube Shorts стали для молоді одним із повсякденних джерел інформації про суспільство, культуру та минуле. Проте присутність освітнього матеріалу в соціальній мережі ще не гарантує його якості. Для історичного контенту головною є суперечність між потребою швидко зацікавити глядача та необхідністю зберегти фактологічну точність, контекст і складність причинно-наслідкових зв'язків.

Дослідження освітнього відео показують, що його результативність залежить від керування когнітивним навантаженням, утримання уваги та організації подальшої пізнавальної діяльності [1, с. 1–6]. Аналіз 6,9 млн сеансів перегляду навчальних відео також засвідчив, що тривалість і спосіб виробництва матеріалу впливають на залученість аудиторії: коротші відео зазвичай демонструють вищий рівень залученості аудиторії [2, с. 41–50]. Однак невелика тривалість сама по собі не забезпечує кращого сприйняття змісту: ролик може бути перевантаженим текстом, титрами й швидкою зміною кадрів.

У цифровому середовищі історія виходить за межі академічних видань, музеїв і традиційних документальних фільмів. Публічна історія охоплює різні способи взаємодії суспільства з минулим, зокрема екскурсії, медіапродукти та документалістику [3, с. 2–5]. Українські дослідники також розглядають соціальні мережі як інструмент поширення історичного контенту, популяризації культурної спадщини та збереження національної пам'яті [4, с. 164–170]. Однак коротке історико-документальне відео як окремий формат неформальної історичної освіти вивчене недостатньо.

Мета цієї розвідки – визначити можливості короткого історико-документального відео для популяризації історії серед молоді на основі досвіду створення авторського проєкту «Історія, до якої можна доторкнутися».

Проєкт виник із бажання показати, що історія існує не лише в підручниках. Вона присутня в конкретних містах, будівлях, площах,

дорогах і пам'ятках. Перші ролики були присвячені Дрогобичу, Тустані, Бориславу, Чорткову та Бучачу – містам та історичним місцям, пов'язаним із важливими подіями української історії, але не завжди відомим широкій аудиторії саме в цьому контексті.

В основі проєкту лежить безпосередня присутність у реальному історичному просторі. Авторка перебуває в місті або біля пам'ятки, пов'язаної з темою, проте місто не є декоративним тлом для ведучої. Камера спрямовує увагу на площу, будівлю, бруківку, архітектурну деталь або сучасний вигляд місця, де розгорталися історичні події. Так абстрактне поняття набуває просторового виміру: магдебурзьке право пов'язується з площею Ринок і ратушею, історія нафтовидобутку – з Бориславом, а Чортківська офензива – з містом, у якому розгорталися події.

Проєкт поєднує історичну освіту, документалістику, публічну історію та подорожі. Водночас його не можна ототожнювати з тревел-блогом: подорож тут є способом дістатися до історії, а не головним змістом відео.

Робота над першими роликами показала, що короткий формат потребує значної підготовки. Перед зйомкою необхідно перевірити дати, імена та обставини, дібрати візуальні джерела й визначити центральне запитання. Однією з перших труднощів стало прагнення вмістити в один ролик якомога більше цікавих фактів про місто. Це збільшувало обсяг озвученого тексту, кількість інформаційних карток і темп монтажу. Глядач не встигав ані роздивитися зображення, ані осмислити почуте.

Звідси сформувався перший принцип: один ролик має розкривати одну історію або відповідати на одне запитання. Якщо місто пов'язане з багатьма подіями, постатями й пам'ятками, доцільніше створити серію коротких відео, а не намагатися вмістити все в один матеріал.

Змінився й підхід до зйомки. Загальних планів міста виявилося недостатньо. Для монтажу потрібні деталі, різні масштаби, рух камери, кадри входу в простір і переходи між локаціями. Візуальний ряд має не дублювати озвучення, а доповнювати його. Якщо голос уже називає ратушу, камера може показати годинник, герб, рух угору фасадом або місце будівлі в композиції площі.

Найскладнішим виявився початок ролика. У соціальній мережі рішення про подальший перегляд приймається майже миттєво. Тому вступ на зразок «Сьогодні я розповім вам…» часто не працює. Перша фраза має створювати запитання, конфлікт або порушувати очікування, але не перетворювати історичну розповідь на клікбейт. Наприклад, відео про Чортківську офензиву можна почати з факту, що чисельно менше українське військо змусило відступити сильнішого противника, а далі пояснити, як це стало можливим і чому успіх не вдалося закріпити.

Початкові спостереження підтвердила аналітика TikTok. У трьох проаналізованих роликах найбільша втрата аудиторії відбувалася на першій або другій секунді. Відео тривалістю від 55 до 106 секунд мали середній час перегляду 5,2–6,5 секунди, а частка повних переглядів становила 1,02–2,21 %. Ці дані не є достатніми для широких статистичних узагальнень, але чітко вказують на проблему: тема може бути важливою, проте глядач має зрозуміти це з першого кадру й першої фрази.

Монтаж короткого історичного відео не зводиться до механічного скорочення кадрів. Тривалість кожного фрагмента залежить від його функції: архітектурну деталь потрібно встигнути роздивитися, перехід може бути коротшим, а кульмінація іноді потребує паузи. Надмірна швидкість ускладнює сприйняття, особливо коли одночасно звучить голос, з'являються титри й працює музика. Музичний супровід має підтримувати зміст, а не конкурувати з голосом чи нав'язувати надмірно героїчну або драматичну інтонацію.

Практичний досвід дав змогу сформулювати основні принципи такого формату: один ролик – одна центральна історія; початок одразу вводить глядача в проблему; гачок випливає зі змісту; візуальний ряд доповнює слова; історичне місце стає частиною оповіді; автор свідомо відмовляється від частини зібраного матеріалу; коротке відео відкриває тему, а не створює ілюзію її повного пояснення.

Такі відео можуть використовуватися в навчанні як вступ до теми, проблемне запитання, матеріал для перевірки фактів або приклад представлення історичного знання в публічному просторі. Їхня освітня цінність зростає тоді, коли перегляд супроводжується роботою з джерелами, порівнянням інтерпретацій, обговоренням подій або створенням учнівських відеопроєктів. Водночас цей формат може бути корисним і для громад: він привертає увагу до локальної спадщини, посилює інтерес до малих міст і створює можливості для співпраці освітян, науковців, музеїв, архівів та краєзнавців.

Висновки. Досвід створення проєкту «Історія, до якої можна доторкнутися» показав, що коротке історико-документальне відео може стати ефективним інструментом популяризації історії серед молоді, якщо поєднує достовірний зміст, чітку драматургію, виразний візуальний ряд і продуманий темп. Його роль полягає не в тому, щоб замінити систематичне навчання, наукову статтю чи документальний фільм, а в тому, щоб зацікавити глядача, пов'язати історичну подію з конкретним місцем і спонукати до подальшого пошуку інформації.

Практична робота над роликами засвідчила, що вирішальними є зосередження на одній центральній історії, змістовий початок, свідомий відбір фактів, включення реального історичного простору в оповідь

і взаємодоповнення слова та зображення. Первинний аналіз аудиторії TikTok також виявив, що найбільша втрата уваги відбувається вже в перші секунди перегляду.

Подальшого дослідження потребує вплив першого кадру, початкової фрази й темпу монтажу на утримання уваги аудиторії. Важливо також з'ясувати, чи здатні такі відео формувати інтерес до локальної історії та спонукати молодь самостійно поглиблювати знання.

Література:

1. Brame C. J. Effective Educational Videos: Principles and Guidelines for Maximizing Student Learning from Video Content. *CBE—Life Sciences Education.* 2016. Vol. 15, no. 4. Article es6. P. 1–6. DOI: 10.1187/cbe.16-03-0125.

2. Guo P. J., Kim J., Rubin R. How Video Production Affects Student Engagement: An Empirical Study of MOOC Videos. Proceedings of the First ACM Conference on Learning at Scale. New York : ACM, 2014. P. 41–50. DOI: 10.1145/2556325.2566239.

3. Cauvin T., Dalal M. Public History and Participation. *Public Humanities.* 2025. Vol. 1. Article e149. P. 1–12. DOI: 10.1017/pub.2025.10061.

4. Ломачинська І. М. Бібліотеки та архіви в цифрову епоху: соціальні мережі як інструмент збереження національної пам'яті. *Актуальні проблеми філософії та соціології.* 2024. Вип. 47. С. 164–170. DOI: 10.32782/apfs.v047.2024.29.

DOI https://doi.org/10.36059/978-966-397-667-9-10

МЕТОД РАДИКАЛЬНОЇ ДЕІДЕОЛОГІЗАЦІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ І ВИКЛАДАННЯ ІСТОРІЇ

Єременко О. М.
доктор філософських наук, професор,
професор кафедри філософії
Національний університет «Одеська юридична академія»
м. Одеса, Україна

Дискусії щодо неминуче ідеологічного характеру історичної науки є дуже жвавими. Вони загострилися у зв'язку з українсько-російським конфліктом, а особливо, – після початку Українсько-російської війни 2022–20?? років.