

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра журналістики та нових медіа

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-КАНАЛУ ПРО СОКАЛЬЩИНУ:
КУЛЬТУРА ТА ІСТОРІЯ**

Здобувача першого
(бакалаврського) рівня вищої
освіти
групи ЖУРБ-2-22-4.0д.
галузі знань 06
Журналістика
спеціальності 061
Журналістика
освітньої програми
061.00.01
Журналістика
Коткевич Вікторії Сергіївни

Використання чужих ідей,
результатів і текстів
мають посилання на відповідне
джерело

Науковий керівник:
Безулік Г.В.,
доцент кафедри журналістики

_____ (підпис студента) (ініціали, прізвище)

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

І.В. Погребняк,

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

завідувач кафедри журналістики та нових
медіа

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2026 рік

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	3
1.1. Обґрунтування актуальності проекту	3
1.2. Мета і завдання роботи	5
1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку	6
II. СПЕЦИФІКАЦІЯ МЕДІАПРОДУКТУ	8
2.1. Теоретико-методологічні засади	8
2.2. Структура і рубрикація медіапроєкту	12
2.3. Контент та засоби виразності	19
2.4. Технічні й програмні засоби	23
2.5. Сфера застосування та результати апробації.....	24
2.6. Висновки	29
III. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	31
IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ	34
V. АНОТАЦІЯ.....	46

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування актуальності проекту

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну загострило питання, яке давно назрівало: хто ми, звідки ми і що саме ми захищаємо? Відповідь на це запитання неможлива без звернення до культурної та історичної пам'яті регіонів – тих локальних ідентичностей, що разом складають великий образ України. Саме тому медіапроекти, які розповідають про культурну спадщину конкретних місць і громад, набувають сьогодні особливої ваги: вони не лише інформують, а й зміцнюють суспільний опір, формують почуття причетності й гордості [17; 21].

Сокальщина – це унікальний край на північ від Львова, на берегах Західного Бугу, де сторіччями перетиналися польська, єврейська і українська культури. Тут збережено понад 25 пам'яток історії, 33 пам'ятки археології, 11 об'єктів монументального мистецтва та 69 архітектурних споруд [14; 25]. Серед найвідоміших – Бернардинський монастир у Жвирці, Тартаківський палац, костел Святої Варвари (готична споруда початку ХХ століття) і церква Святого Миколая ХVІІІ ст. [22; 26]. Культурну цінність регіону підтверджує і офіційне визнання: Сокальська сорочка з її унікальним геометричним орнаментом увійшла до Національного переліку нематеріальної культурної спадщини України [24] – факт, який сам по собі є потужним приводом для медіапроекту.

Попри таке багатство, Сокальщина залишається мало відомою за межами регіону. Тематичні портали на зразок Туристично-інформаційного центру «Сокальщина Туристична» або ж серія публікацій туристичного маршруту «Галицька перлина: історія, легенди та сакральність» переважно орієнтовані на вузьке коло зацікавлених і слабо представлені в соціальних мережах [25]. Це готова ніша для журналістського проекту.

Серед українських онлайн-платформ Інстаграм входить до трійки найпопулярніших соціальних мереж. За даними дослідження медіаспоживання Gradus Research (жовтень 2024), упродовж останнього тижня Інстаграм використовували 61% опитаних, поряд із Фейсбук (72%) і ТікТок [27]. Водночас саме у віковій категорії 18–34 років Інстаграм стабільно утримує позиції провідного майданчика для візуально-текстового культурного й освітнього контенту, що поєднує статичні публікації, формат сторіз і коротких відео рілз. Молодь покоління Z і молодші міленіали звикли дізнаватися про культуру через мобільний екран – і саме там доцільно говорити про Сокаль, Белз, Угнів і Тартаків. Інстаграм давно вийшов за межі фотогалереї: це повноцінний медіаінструмент із вбудованим сторітелінгом, геотегами, прямими ефірами та функціями взаємодії з аудиторією [1]. Дослідження медіатизації культурної спадщини доводять, що Інстаграм є ефективним засобом залучення аудиторії до обговорення регіональних тем і популяризації об'єктів спадщини серед тих, хто ніколи не чув про них раніше [2; 3; 13].

Проект відповідає духу й букві чинного законодавства України. Конституція України гарантує право кожного громадянина на свободу думки і слова, а також на вільне збирання та поширення інформації [11]. Закон України «Про медіа» від 13.12.2022 № 2849-ІХ, що набрав чинності 31 березня 2023 р., регулює діяльність онлайн-медіа і соціальних платформ, впроваджуючи принципи прозорості авторства і відповідальності за зміст – саме ці принципи закладено в концепцію запропонованого проекту [20]. Закон України «Про інформацію» та Закон «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» окреслюють правові рамки, в яких функціонує авторська журналістська сторінка [18; 19]. Кодекс етики українського журналіста, ухвалений НСЖУ і Комісією з журналістської етики 12 грудня 2013 р., визначає обов'язок журналіста сприяти праву громадян на оперативну та достовірну інформацію [9; 12].

Проект є актуальним і в контексті міжнародних зобов'язань України. Конвенція ЮНЕСКО «Про охорону нематеріальної культурної спадщини» (2003), до якої Україна приєдналася у 2008 р., зобов'язує держави-учасниці сприяти поширенню знань про об'єкти нематеріальної культурної спадщини і залучати широке коло громадськості до їх популяризації [10]. Ціль сталого розвитку ООН № 11 (завдання 11.4) прямо передбачає активізацію зусиль із захисту та збереження всесвітньої культурної і природної спадщини, у тому числі через сучасні медійні інструменти [15]. Цей проект є малою, але конкретною відповіддю на цей глобальний виклик.

1.2. Мета і завдання роботи

Мета – створити концептуально оформлений авторський Інстаграм-медіапродукт, що популяризує культурну та історичну спадщину Сокальщини серед широкої цифрової аудиторії.

Концепція проєкту. Канал позиціонується як медіапровідник між минулим і теперішнім: він розповідає про Сокальщину живою мовою, без музейної сухості, але з повагою до фактів і джерел. Місія проєкту – зробити регіональну культурну спадщину видимою і близькою для тих, хто її ніколи не відвідував, і пишатися нею для тих, хто там виріс.

Об'єкт прикладної кваліфікаційної роботи – регіональна культурно-історична журналістика у форматі соціальних мереж.

Предмет – Інстаграм-канал як авторський медіапродукт для просування культурної та історичної спадщини Сокальщини: його структура, контент-стратегія, візуальна ідентичність і комунікація з аудиторією.

Для досягнення мети перед автором стояли такі **завдання**:

1. **Дослідити теоретичні засади** функціонування Інстаграм як медіаплатформи для просування регіонального культурного контенту: вивчити наявні дослідження про медіатизацію культурної спадщини у

соціальних мережах, проаналізувати алгоритми платформи та формати взаємодії з аудиторією.

2. **Вивчити культурно-історичну спадщину Сокальщини** як основу для формування контент-стратегії – опрацювати краєзнавчу літературу, архівні матеріали, провести польові дослідження, систематизувати об'єкти культурної і нематеріальної спадщини регіону.
3. **Розробити концепцію Інстаграм-каналу** – визначити місію, цільову аудиторію, рубрикатор, візуальну ідентичність (колірна гамма, шрифти, композиційний стиль фото) та тональність комунікації (tone of voice).
4. **Реалізувати пілотну версію каналу** – створити серію авторських публікацій різних форматів (пости, рілзи, сторіз, гайди), які наочно демонструють журналістський підхід до відбору, верифікації та подання матеріалу.

1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку

Робота над проектом вимагала поєднання кількох груп методів – теоретичних, емпіричних і суто практичних. Їхнє взаємодоповнення забезпечило як глибину дослідницького підходу, так і якість кінцевого медіапродукту.

Теоретичні методи. Аналіз наявних наукових і практичних досліджень дав змогу сформуванню понятійний апарат роботи: визначити, що таке медіатизація культурної спадщини, які механізми залучення аудиторії використовують у регіональній журналістиці та як функціонує контент у соціальних мережах. Метод синтезу дозволив об'єднати дані з різних галузей – журналістикознавства, культурології, медіадизайну – в єдину концептуальну рамку. Порівняльний аналіз подібних Інстаграм-каналів регіональної тематики виявив прогалини й можливості для нового медіапродукту.

Емпіричні методи. Польові дослідження стали серцем творчої лабораторії: авторські поїздки на Сокальщину, особисте знайомство з

пам'ятками, фотозйомка в різний час доби та за різних погодних умов – усе це сформувало унікальну власну базу візуального матеріалу. Метод інтерв'ю застосовувався для розмов із місцевими жителями, краєзнавцями, настоятелями церков і представниками культурних установ. Спостереження й включена участь дозволили зафіксувати живий культурний контекст регіону – народні традиції, говірку, побут.

Метод контент-аналізу використовувався для вивчення структури і стратегії аналогічних проєктів – українських Інстаграм-каналів регіональної тематики, туристичних акаунтів і культурних медіа. Це дало розуміння того, які формати «заходять» аудиторії, а які залишаються непоміченими.

Метод сторітелінгу став головним практичним інструментом: кожна публікація будується за принципом розповіді – є конкретна людина, місце або подія, є початок, розвиток і завершення. Це не ілюстрована довідка, а жива журналістська розповідь, яка запрошує читача до діалогу.

Метод верифікації гарантує достовірність поданої інформації: кожен факт про пам'ятку, дату або подію перевіряється за кількома джерелами – архівними, краєзнавчими та науковими.

Метод візуального моделювання застосовувався під час розробки візуальної ідентичності каналу: розробка кольорового коду, визначення стилю обробки фотографій, створення шаблонів для сторіз і постів.

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ МЕДІАПРОДУКТУ

2.1. Теоретико-методологічні засади

Інстаграм у сучасних дослідженнях медіаспоживання розглядається не лише як мережа особистих фотографій, а й як одне з найактивніших середовищ для культурного й освітнього контенту в Україні [2; 3; 13]. Для значної частини користувачів він є основним каналом, через який вони знайомляться з регіональною культурною тематикою [13]. Особливе значення Інстаграм має для аудиторії, що живе поза межами свого рідного регіону: уродженці малих міст, мешканці великих центрів та діаспора використовують його як один із найзручніших способів підтримувати зв'язок із місцем походження [3].

Водночас слід зауважити, що присутність у цифровому просторі не є сама по собі журналістикою – це лише середовище. Журналістику із простої присутності в Інстаграмі робить редакційна позиція: чіткість у відборі фактів, відповідальність за кожне твердження і розуміння того, хто читатиме текст і навіщо. Саме тому теоретичну базу проекту «sokal_history» складає не лише теорія соціальних медіа, а й класична журналістична традиція – зокрема, концепція верифікованого факту та ієрархії джерел [12; 21]. Платформа Інстаграм у цьому контексті розглядається не як мета, а як засіб: вона дає доступ до аудиторії, але не вирішує, що й як їй казати – це залишається редакційним завданням авторки.

Важливою особливістю Інстаграму як журналістського середовища є так звана культура участі – феномен, що детально досліджений у сучасній теорії соціальних медіа. На відміну від традиційних ЗМІ, де між виробником і споживачем контенту стоїть чіткий бар'єр, Інстаграм передбачає постійний зворотний зв'язок через коментарі, реакції та репости. Для «sokal_history» це означає, що читач може стати співавтором у прямому сенсі: доповнити публікацію родинною пам'яттю, вказати на неточність, поділитися архівним матеріалом, якого немає у відкритому доступі. Така участь аудиторії є не лише

бонусом, а органічним продовженням журналістської місії – розбудовою колективної пам'яті про регіон, де кожна людина із Сокальщини є потенційним первинним джерелом.

Сучасний медіапростір розвивається за логікою кластеризації: медіа з широким охопленням поступаються місцем нішевим спільнотам, об'єднаним спільним інтересом, географічною ідентичністю або певним типом запитань про минуле і теперішнє [5; 6]. Цей процес не є випадковим – він відображає глибшу трансформацію того, як люди шукають інформацію. Якщо раніше читач приходив до газети і отримував редакційну версію того, що важливо сьогодні, то тепер він сам формує своє медіасередовище, підписуючись на джерела, які відповідають його конкретному запиту. Для «sokal_history» це означає, що аудиторія знаходить сторінку не випадково – вона або шукала саме цю тему, або вже мала інтерес, який сторінка підтверджує і розширює.

Цільову аудиторію проєкту можна описати через дві групи. Перша – люди з особистим зв'язком із Сокальщиною: уродженці міста й району (вік переважно 20–40 років), мешканці Львова та інших обласних центрів, які походять із Сокальщини, представники діаспорних родин (Канада, Польща, Німеччина), а також внутрішньо переміщені особи з регіону після 24 лютого 2022 р. Для них кожна публікація виконує функцію підтримки емоційного зв'язку з місцем походження – вона є підтвердженням того, що рідне місце заслуговує на увагу й пам'ять. Друга – ширше коло читачів без особистої прив'язки до регіону: студенти й молоді спеціалісти 18–34 років, які цікавляться українським краєзнавством, регіональною ідентичністю, малою архітектурною спадщиною Галичини й нематеріальною культурною спадщиною; журналісти, краєзнавці й дослідники культурної історії; мандрівники, які планують подорожі Україною. Для цієї групи канал є першою точкою входу в тему. Спільна ознака обох сегментів – звичка до візуально-текстового мобільного контенту і коротких сесій споживання інформації [3]. Знати свою аудиторію – це не маркетингова метафора, а практичний принцип:

текст, написаний без розуміння того, хто його читатиме, ризикує не потрапити ні до кого.

Перед запуском «sokal_history» проаналізовано Інстаграм-акаунти, що працюють із суміжною тематикою. Мета такого аналізу – не скопіювати успішні рішення, а зрозуміти, які запити аудиторії не задоволені наявними ресурсами і де є реальна ніша [1; 4]. Туристичні канали, зокрема офіційний акаунт «Сокальщина Туристична» [25], пропонують переважно практичний контент: де зупинитись, що сфотографувати, як дістатись. Це цілком повноцінний формат для своєї аудиторії, але він не відповідає на запит іншого порядку: що це означало для людей, які тут жили, і чому це місто таке, яке воно є. Різниця між туристичним гідом і культурною журналістикою – це різниця між «ось що можна побачити» і «ось що варто зрозуміти».

Інституційні канали краєзнавчих музеїв і бібліотек публікують рідко і, як правило, офіційним тоном, що передбачає читача, вже готового витратити зусилля на сприйняття академічного тексту. Але аудиторія Інстаграм здебільшого не є такою читачкою – вона прийшла не на лекцію, а в простір цікавого дозвілля, і завдання культурної журналістики саме в тому, щоб зустріти її там і провести до глибини без примусу. Регіональні культурні медіа на зразок «Ukraine Incognita» функціонують переважно через сайт і Фейсбук, їхня Інстаграм-присутність є вторинною, а матеріали про Сокальщину є одиничними і не складаються у систематичну розповідь.

Відтак, ніша, яку зайняв «sokal_history», до початку проєкту залишалась фактично незаповненою: авторський канал з документальним фокусом виключно на одному регіоні, написаний живою мовою без туристичного спрощення і музейного академізму. У медіатеорії такий тип ресурсу описується поняттям нішевого вертикального медіа – продукту для конкретної спільноти, що об'єднана спільним інтересом або ідентичністю [16; 17]. Вертикальне медіа не прагне охопити всіх – воно прагне бути незамінним для своїх. І саме ця незамінність, а не широта охоплення, є стратегічною метою «sokal_history».

Жанр публікацій «sokal_history» найточніше можна описати як авторський культурно-просвітницький нарис у форматі мікротексту. Він поєднує ознаки кількох суміжних жанрів: краєзнавчої нотатки, пояснювального нарису й авторської колонки з елементами мікроісторії. У межах цього проєкту під мікроісторичним підходом маємо на увазі такий спосіб розповіді, коли замість широких узагальнень обирається конкретна локальна точка – одне місце, одна людина, одна подія, – через яку стають видимими ширші соціальні, культурні та історичні процеси. Розповідь про один будинок, одну вулицю, одну ікону, одну людину, яка провела в місті тиждень у 1915-му – це не звуження теми, а навпаки, ефективний спосіб зробити абстрактну регіональну спадщину конкретною і відчутною.

Кожна публікація є самодостатнім цілим: вона розповідає про конкретне місце, подію або постать і дає читачеві завершений досвід розуміння. Водночас усі публікації разом утворюють серійну тканину регіональної розповіді, де кожен новий матеріал додає ще один шар до цілісного образу Сокальщини [13]. Авторська позиція тут принципова: публікації мають виразний голос, і читач упізнає підхід авторки через вибір деталі, через фінальне речення, через спосіб з'єднувати минуле і теперішнє. Саме ця авторська розпізнаваність перетворює набір фактів на журналістику і відрізняє «sokal_history» від анонімних краєзнавчих довідників [8; 12].

Принципово важливим є розмежування між фактом і думкою у кожному матеріалі. Факт – це твердження, підкріплене консенсусом дослідниць і дослідників або верифікованим первинним документом: датою надання магдебурзького права, роком спорудження синагоги, роком пожежі у монастирі [26]. Авторська інтерпретація цього факту – це вже думка, і чесна журналістика відрізняє одне від одного. У публікаціях «sokal_history» фактична основа є незмінною і верифікованою; авторський коментар, що з'являється в кінцевих рядках кожного поста, чітко сигналізує своєю риторичною структурою про те, що це інтерпретація, а не нова фактична інформація [12].

Достовірність є фундаментом проєкту, і вона забезпечується через чітку ієрархію джерел, що відповідає стандарту серйозної документальної журналістики [9; 12]. Первинними є матеріали, що надають прямі докази фактам: архівні листівки з оригінальними підписами, оцифровані фотографії з відкритих фондів, офіційні документи – зокрема, акт включення Сокальської вишивки до Національного переліку нематеріальної культурної спадщини України [24], видання регіональної преси, зокрема газети «Голос з-над Буга». Авторські польові фотографії пам'яток, зроблені безпосередньо на місці, також належать до первинних джерел: вони фіксують теперішній стан об'єктів і дозволяють проводити візуальне порівняння «тоді і тепер» – один із найдієвіших прийомів культурної журналістики.

Вторинними слугують краєзнавчі й наукові дослідження, монографії з регіональної та галицької історії, матеріали порталу «Ukraine Incognita» і ресурсів Туристично-інформаційного центру «Сокальщина» [25]. Ці джерела не є менш важливими – вони дають контекст і аналітичний апарат, без якого первинний документ залишається лише артефактом, а не джерелом розуміння. Третинні джерела – довідники й енциклопедії – використовуються виключно для перевірки базових хронологічних даних і назв, але ніколи не є самостійною аргументаційною базою [21]. Кожен факт верифікується за щонайменше двома незалежними джерелами – це практичний стандарт, що захищає проєкт від помилок і підтримує довіру аудиторії, яка не має можливості перевіряти первинні документи самостійно, але завжди відчуває, коли авторка впевнена у своєму матеріалі, а коли – ні [7; 9].

2.2. Структура і рубрикація медіапроєкту

Канал «sokal_history» (мал. 1) є спроектованою медіасистемою, а не просто колекцією публікацій. Ця відмінність – принципова: колекція публікацій існує сама по собі, медіасистема підпорядкована внутрішній логіці, де кожен елемент – назва, опис, зображення профілю, хештеги, чергування

тематичних ліній – є частиною цілісного редакційного задуму. Перше, що бачить відвідувач незнайомого профілю, – це не конкретна публікація, а загальне враження від каналу: чи виглядає вона послідовною, чи є в ній своя логіка, чи зрозуміло з першого погляду, навіщо тут підписуватись. Саме тому проєктування Інстаграм-медіапродукту починається не з написання першого поста, а зі структурування профілю як єдиного смислового простору [1; 3].

Назва @sokal_history є одночасно брендом і пошуковим ключем. Обидва складники – «sokal» і «history» – індексуються пошуковим алгоритмом платформи, і це не випадковість: назва обиралась з урахуванням того, які слова може набрати людина, яка шукає матеріали саме на цю тему, але ще не знає про існування каналу [1]. Це різниця між «красивою назвою» і «назвою, що працює»: перша радує авторку, друга знаходить нову аудиторію. Назва «sokal_history» обирає друге і при цьому не є сухою: у поєднанні двох слів уже є сюжет («Сокаль» + «історія»), що читається як обіцянка [13].

Опис профілю лаконічний: «місця, люди, традиції, історії». Короткий образний рядок спрацьовує ефективніше, ніж розгорнутий опис, тому що відвідувач має лише кілька секунд, щоб вирішити, чи варто залишитись на каналі. Повна описова анотація в цьому контексті гірша за метафору: вона намагається переконати там, де треба просто зачарувати.

Кількість відстежуваних акаунтів дорівнює нулю. Це свідоме редакційне рішення, і за ним стоїть чітка логіка позиціонування [12]. У культурі Інстаграм-спільнот нульова кількість підписок є сигналом: канал не є частиною взаємної рекламної мережі, де всі підписуються на всіх в обмін на підписки у відповідь. Він позиціонується як тематичне медіа з редакційним стандартом – видає контент, але не бере участі у взаємообмінному підписному трафіку. Для аудиторії це читається підсвідомо, але точно: якщо канал ні на кого не підписаний, він є автономним джерелом, а не учасником загального обміну посиланнями [3; 4]. Для культурного медіапродукту, в основі якого лежить довіра і достовірність, така автономність є частиною бренду.

Перші дві публікації виконують функцію редакційного маніфесту – вони дають відповідь на запитання «для кого ця сторінка і якою мовою він говорить», ще до того, як читач побачить будь-який тематичний матеріал. Це усвідомлений архітектурний прийом: перший пост не є «початком контенту» – він є встановленням договору між авторкою і читачем. Саме в цьому договорі закладено тональність, стиль і межі теми.

Вступний пост (мал. 2) будується на риторичному відмежуванні: «Тут не буде музейного пилу й текстів "наш край славиться багатою спадщиною". Бо так говорять тільки буклети, які ніхто не дочитує». Ця фраза є одночасно й самоіронією щодо жанру, якого авторка свідомо уникає, і прямим сигналом аудиторії: «якщо ти прийшов за офіційним текстом – тут його немає, але якщо тобі цікава жива розповідь – залишайся». Такий прийом ефективний саме тому, що говорить аудиторії не про те, що тут буде, а про те, чого тут не буде – а «від'ємне» визначення, як відомо з теорії риторики, часто є точнішим і більш пам'ятним, ніж пряме. Фраза знімає очікування «ще одного офіційного каналу» і натомість пропонує щось інше – розмову на рівних між людиною, яка знає регіон, і людиною, яка хоче дізнатись.

Другий вступний пост (мал. 3) конкретизує місію через образ: «Сокальщина цікава вже тим, що тут історія не лежить десь окремо "для туристів". Вона просто під ногами». Це не загальна фраза, а програмна заява. Вона закладає принцип, якому підпорядковані всі наступні публікації: регіон показаний не як туристичний об'єкт, що призначений для зовнішнього споглядання, а як простір живої пам'яті, у якій кожен, хто готовий придивитись, знайде щось особисте або несподіване [16; 17]. У такому формулюванні є глибока повага до читача: авторка не говорить «я вам розкажу» – вона говорить «тут є, і ви самі побачите».

Стрічку «sokal_history» я організувала за принципом неформальної тематичної рубрикації – і це свідомий редакційний вибір, а не відсутність структури. Жорстка рубрикація зі щотижневими рубриками і фіксованими днями публікацій є ефективним інструментом для новинних медіа, де

регулярність і передбачуваність є частиною контракту з аудиторією. Для авторського культурно-просвітницького медіа вона може стати пасткою: коли матеріал публікується «тому що субота – день рубрики», а не «тому що цей матеріал готовий і сильний», якість неминуче падає, а читач це відчуває раніше, ніж авторка встигає це зрозуміти [3; 5]. Натомість неформальна рубрикація зберігає свободу вибору теми і часу, не порушуючи при цьому внутрішньої логіки каналу, бо логіка тут задається не графіком, а тематичними лініями, між якими відбувається постійне чергування.

Це чергування є не стихійним, а продуманим: після матеріалу про сакральну спадщину йде матеріал про персоналію або ландшафт, після трагічної теми – більш нейтральна або навіть оптимістична, після архівного зображення – авторська фотографія. Такий ритм забезпечує емоційну різноманітність стрічки і не дає читачеві відчутти втому від одноманітного тону [3; 13]. Психологія сприйняття соціальних медіа фіксує, що аудиторія відписується від каналу не тоді, коли якийсь конкретний пост їй не сподобався, а тоді, коли стрічка стає передбачуваною до нудьги – і зворотна ситуація є так само несприятливою: хаотичне чергування тем без внутрішньої логіки руйнує відчуття цілісного медіапродукту.

Перша тематична лінія охоплює хронологію і ключові дати в розвитку міста. Це опорна лінія всієї стрічки: вона задає часовий каркас, у який вписуються інші матеріали. Пост про 1424 рік – надання Сокалю магдебурзького права (мал. 4) – є першим матеріалом цієї лінії і водночас одним із найсильніших у проекті з точки зору змістового потенціалу. Магдебурзьке право – це не просто юридичний статус; це момент, коли громада отримала право і відповідальність управляти собою, коли з'явилися власна ратуша, власна торговельна площа, власна система суду. Ілюстрацією слугує стара листівка «Rzeka Bug w Sokalu – Der Bug in Sokal» – первинний документальний матеріал, що виконує одразу дві функції: підтверджує факт і наочно демонструє поліетнічну природу Сокальщини через паралельні

польський і німецький підписи на одній листівці. Це є прикладом того, як одне зображення може бути одночасно ілюстрацією і аргументом.

Друга тематична лінія – персоналії – є одним із найефективніших форматів у культурній журналістиці з простої причини: люди цікавляться людьми. Конкретна людина – з ім'ям, обличчям, долею – є набагато сильнішим входом у тему, ніж абстрактна «спадщина» чи «події». Пост про Ярослава Гашека (мал. 5) є показовим прикладом того, як локальна точка на карті стає входом у ширший культурний контекст: автор «Швейка» воював під Сокалем у 1915 р., отримав тут медаль і присвятив місту один із розділів свого роману. Читач, який приходить на «sokal_history» через запит «Сокаль», і не очікує зустріти тут Гашека. Ця несподіваність – і є медійна сила публікації: вона руйнує стереотип «маленьке місто нікому невідоме» і пропонує натомість зовсім інший кут зору – Сокальщина як точка перетину доль, про які ми вже чули, але не підозрювали, що вони пов'язані з цим регіоном [17; 22].

Третя лінія – сакральна і духовна спадщина – працює з темою, у якій особливо важливо знайти правильний тон: між надмірно пафосною риторикою і холодним протоколом є тонка смуга, де живе справжня розповідь про духовне. Пост про Сокальську Богоматір (мал. 6) побудований навколо теми відсутності: ікони більше немає в Сокалі, але є пам'ять про роль, яку вона відігравала у житті громади, і є сама назва – «Сокальська Богоматір» – як незнищений лінгвістичний слід присутності, що стала відсутністю. Текст не намагається компенсувати втрату пафосом – він просто фіксує факт і дає читачеві самому відчувати, що за ним стоїть. Цей прийом – «промовиста пауза» замість прямого коментаря – є одним із найтонших інструментів культурної журналістики.

Четверта лінія – архітектурна спадщина і її теперішній стан – є найбільш суспільно значущою частиною проекту, тому що говорить не лише про минуле, а й про те, що з ним відбувається зараз і чия це відповідальність. Пост про монастир бернардинів із костелом Діви Марії (мал. 7) є найвідповідальнішим за тональністю матеріалом у всій стрічці: на місці барокового комплексу XVII

ст. сьогодні функціонує виправна колонія, а після пожежі 2012 р. пам'ятка національного значення фактично знищена. Авторка не ухиляється від цього факту і не пом'якшує його евфемізмами – текст говорить прямо, і фінальна фраза «Будівля може мовчати. Але її стан дуже голосно говорить про нас» залишає читача не в стані журби, а в стані питання: хто ці «ми» і що «ми» готові зробити. Саме так діє журналістика громадської відповідальності: не звинувачення, але й не замовчування [9; 26].

П'ята лінія – мультикультурна пам'ять – є особливо важливою в контексті повномасштабного вторгнення і загальноукраїнської дискусії про те, яку саме спадщину вважати «своєю». Сокальщина протягом сторіч була багатоетнічним і багатоконфесійним простором, де поруч жили поляки, українці, євреї, вірмени. Пост про синагогу 1762 р. (мал. 8) розповідає про єврейську громаду Сокаля, знищену в роки нацистської окупації. Авторка свідомо обирає аскетичний, майже мінімалістичний стиль: «Такі місця непросто описувати. Тут не хочеться красивих фраз. Вони зайві». Це не стилістична поза – це позиція: там, де є реальна трагедія, надмірна образність стає незручною і може ображати. Текст про трагедію, написаний з літературним блиском, ризикує перетворити трагедію на «контент», і уникнення цього ризику є редакційним і етичним рішенням одночасно [9; 12].

Шоста лінія – ландшафт і природне середовище – могла б виглядати найменш «журналістською» з усіх тематичних напрямків, якби не підхід авторки. Природний елемент тут ніколи не лишається просто пейзажем – він завжди переводиться у соціальний, економічний або культурний контекст. Пост про річку Буг (мал. 9) є показовим: «Тому Буг для Сокаля – це не декорація. Це причина, чому місто розвивалося саме тут». За кожним пейзажем стоїть людська логістика: торгівля, митниця, переправа, войовничі перетини кордонів, рибальство, млини [25]. Такий підхід перекидає місток між природознавством і соціальною історією – і дає читачеві інструмент розуміти ландшафт не як декорацію, а як одного з авторів місцевої долі.

Сьома лінія – міська ідентичність і символи самоврядування – повертає читача до питання, яке є ключовим для розуміння будь-якого міста: яким чином воно вирішувало власні справи і чи відчувало себе суб'єктом власної історії? Пост про ратушу (мал. 10) розкриває сенс будівлі не як туристичного об'єкта, а як матеріального знаку правового статусу: «Ратуша – це не "старий будинок для фото". Це знак, що Сокаль умів керувати собою». Цей текст є частиною ширшої редакційної позиції проєкту: Сокальщина показана не як місце, де просто відбувались події, а як простір, у якому люди мали власну волю, власні рішення й власну відповідальність. І це – важливий момент для формування локальної ідентичності в сучасного читача: розуміти, що твій регіон має традицію самоврядування, означає розуміти, що у нього є і право, і досвід, і підстави керувати собою знову [16; 22].

Хештег-стратегія «sokal_history» є дворівневою – і кожен рівень виконує свою чітку функцію, що не дублює, а доповнює іншу [1]. Перший рівень – «ядро» постійного набору тегів (#Сокаль, #Сокальщина, #ІсторіяСокаля, #Галичина, #Краєзнавство, #ІсторіяУкраїни) – забезпечує стабільну видимість у пошуку і перетворює хештег із декоративного елемента на навігаційний інструмент [5]. Для читача, що вже знає канал, ці теги дозволяють знаходити публікації на конкретну підтему; для того, хто шукає тему вперше – є вхідними воротами. Другий рівень – точкові тематичні теги до кожного конкретного матеріалу (#МагдебурзькеПраво, #ЄврейськаСпадщина, #ЯрославГашек, #БернардиниСокаль, #СокальськаБогоматір) – охоплює вузькі аудиторії: дослідників, краєзнавців, людей, що шукають саме цей предмет, а не загальну географію. Такі читачі є найбільш цінними для проєкту, бо вони приходять із готовим запитом і залишаються, якщо знаходять відповідь [4].

Алгоритм Інстаграм аналізує відповідність хештегів змісту публікації і пріоритизує матеріали з точними тегами над тими, де теги підібрані лише для охоплення: нерелевантний широкий тег може навіть знизити органічне поширення публікації, бо сигналізує алгоритму про невідповідність між обіцянкою і змістом [1; 7]. Тому в «sokal_history» жоден тег не є «випадковим»

або «загальним заради більшого охоплення» – кожен відповідає конкретному матеріалу і конкретній тематичній спільноті.

Стрічка у цілому (мал. 11) демонструє чергування архівних матеріалів, авторських фотографій і графічних елементів, що забезпечує візуальну різноманітність і не дозволяє стрічці перетворюватись на монотонний потік однотипних зображень.

2.3. Контент та засоби виразності

Проект «sokal_history» є текстово-візуальним медіапродуктом, у якому статичне зображення і розгорнутий підпис виступають рівноправними складовими кожної публікації, а не ілюстрацією одне до одного. Ця рівноправність є принциповою: якщо зображення є лише «картинкою до тексту», а текст – лише «підписом до фото», публікація розпадається на два незалежні елементи, жоден із яких не є самодостатнім. У «sokal_history» натомість обидва елементи несуть власну функцію і разом утворюють єдиний комунікативний акт – де фото відкриває емоційний канал сприйняття, а текст розгортає його у розуміння і осмислення. Дослідниця візуальних текстів у соціальних мережах Людмила Городенко фіксує цю механіку як цикл, у якому зображення актуалізує запитання, текст на нього відповідає [3], і саме цей цикл утримує читача в публікації від першого погляду до останнього рядка.

Вибір на користь статичного поста, а не відео або сторіз, обумовлений природою матеріалу, з яким працює «sokal_history». Архівний документ – листівка, стара фотографія, офіційний папір – є об'єктом споглядання: він потребує часу, погляду, що затримується на деталях. На поштівці «Rzeka Bug w Sokalu – Der Bug in Sokal» (мал. 4) є підпис двома мовами – і цей двомовний підпис є самостійним смисловим фактом, що говорить про поліетнічну природу регіону більше, ніж будь-яке авторське пояснення. Але щоб читач це помітив, йому потрібен час – і статичний пост його дає. Відеоформат прискорює досвід сприйняття і через це позбавляє його глибини: глядач

бачить зображення, але не встигає прочитати, що на ньому написано; чує текст, але не може зупинитись на потрібному реченні і повернутись до нього. Для контенту, де деталь є аргументом, статичний формат є не «простішим», а точнішим інструментом [3; 5].

Підписи «sokal_history» побудовані за редакційною моделлю, що поєднує прийоми новинної журналістики та авторського есе, – і ця комбінація є нетривіальною. Чиста новинна журналістика тяжіє до бездоганної нейтральності і безособового тону, що є чудовим для новини, але вбиває живу розповідь про минуле. Чисте есе тяжіє до авторської рефлексії, що є цінним, але може відштовхнути читача, який шукає факти. Синтез двох підходів дає те, чого бракує кожному окремо: достовірність і фактична точність – від новинної традиції, живий голос і відчуття особистої присутності – від есе [16; 21].

Перший абзац кожної публікації завжди несе конкретний і несподіваний факт. Він відіграє роль так званого «зупинника» – елемента, що перериває рефлекторне гортання стрічки і примушує читача затриматись. «До 1951 року в Сокалі перебувала чудотворна ікона Сокальської Богоматері» (мал. 6). «У Сокалі є синагога, збудована у 1762 році» (мал. 8). «1424 рік – важлива дата для Сокаля» (мал. 4). Жодне з цих речень не є ні складним, ні особливо довгим – і саме в цій простоті є їхня сила. Просте речення зчитується миттєво, але при цьому кожне з них одразу породжує конкретне запитання: що сталося з іконою після 1951 р.? Хто будував синагогу в маленькому містечку над Бугом? Що особливого трапилось у Сокалі у 1424 р.? Запитання, що виникло в голові читача, є набагато сильнішою мотивацією читати далі, ніж будь-яка зовнішня спонукка: людина шукає відповідь на питання, яке сама щойно сформулювала [1; 3].

Середня частина підпису розгортає контекст: хто, коли, чому і що це означало для людей тієї доби. Тут я свідомо уникала двох крайнощів – сухого переліку дат і подій та надмірно художнього викладу фактів. Кожен абзац містить одну думку, і між абзацами залишається порожній рядок. Це не декоративний елемент типографіки, а інструмент. Дослідження читацьких

патернів на мобільних пристроях фіксують, що суцільний текстовий масив підсвідомо сприймається читачем як «стіна», яку треба подолати, і перший рефлекс – продовжити гортати стрічку [3]. Короткі відокремлені абзаци, навпаки, зчитуються як послідовність кроків: читач переходить від одного до іншого природно, без відчуття опору чи втоми [1]. Таким чином, «повітряний простір» у тексті є не порожнечою, а ритмом – тим самим, що відрізняє добре прочитаний вірш від суцільного тексту.

Фінальний рядок у більшості публікацій «sokal_history» містить так званий авторський поворот – несподіваний кут зору, що пов'язує минуле з теперішнім або ставить перед читачем питання, яке залишається після закриття публікації. «Будівля може мовчати. Але її стан дуже голосно говорить про нас» (мал. 7). «Тому Буг для Сокаля – це не декорація. Це причина, чому місто розвивалося саме тут» (мал. 9). «Сама назва – Сокальська Богоматір – досі нагадує, що місто мало свою велику духовну історію» (мал. 6). Ці рядки не підсумовують сказане – вони відкривають ширший смисловий простір, у якому описана подія або місце набуває значення за межами самого факту [3].

Ця техніка виконує подвійну функцію. По-перше, вона дає читачеві відчуття завершеності: публікація не уривається посеред думки, а закінчується «ключем», що замикає смислову дугу від першого рядка до останнього. По-друге, вона залишає відкритим запитання іншого порядку – не «що?», а «чому це важливо для мене?» і «що з цим робити?» [16; 17]. Читач, що залишається з таким запитанням, має причину повернутись на канал – не тому що сподівається дочитати незакінчену думку, а тому що знайшов у проєкті власний внутрішній резонанс.

Я свідомо відмовилася від генеративних нейромережових інструментів і від надмірної кольорокорекції – це принципова редакційна позиція «sokal_history», що спирається на журналістський стандарт достовірності [9; 12]. Документальна фотографія є актом довіри між авторкою і читачем: зображення без штучного покращення говорить: «я це бачила, воно виглядало

саме так». Ця довіра – неочевидна і непомітна, коли вона є; але руйнівна для всього проєкту, якщо її немає.

Коли архівну листівку обробляють у модному пресеті або занедбану пам'ятку знімають у «теплому атмосферному» фільтрі, відбувається підміна: документ перетворюється на «красивий контент», руйнація стає «естетичним занепадом», і читач несвідомо починає сприймати реальну проблему як художній образ. Але показувати занедбаний пам'ятник красивим – це не журналістика, це реклама відсутності. У медіапросторі 2025–2026 рр. ця небезпека набула нового виміру: дослідники фіксують, що аудиторія дедалі чутливіша до ознак ШІ-генерації й надмірної обробки і дедалі частіше підозрює такий контент у нещирості, навіть якщо не може точно назвати, що саме викликає підозру [2; 7]. Для проєкту, у центрі якого стоять культурна пам'ять і достовірність, така підозра є критичною: якщо читач сумнівається у зображенні, він автоматично починає сумніватись і в тексті під ним, і ніякі посилання на первинні джерела не відновлять довіру, яку вже підірвано візуальним рядом.

З цих причин єдиним допустимим технічним коригуванням у «sokal_history» є мінімальне вирівнювання яскравості при зйомці в несприятливих умовах освітлення – і виключно тоді, коли це необхідно для фактичної видимості деталей, а не для «покращення» загального вигляду [11]. Архівні чорно-білі фотографії залишаються монохромними: кольоризація старих знімків є технічно можливою, але редакційно неприпустимою, бо замінює архівну реальність реконструйованою і тим знищує первинну документальну цінність зображення [3; 9]. Архівний документ є цінним саме у своїй незмінності – він зафіксував момент таким, яким він був, і будь-яке «покращення» є по суті підробкою, навіть якщо авторський намір був добросовісним.

Єдиний випадок, коли у «sokal_history» використовується конструйоване, а не документальне зображення, – ситуація, коли архівного матеріалу або авторської фотографії об'єкта фізично не існує. Пост про

Ярослава Гашека (мал. 5) є показовим прикладом: архівний портрет письменника поєднаний із панорамою Сокаля і шрифтовим рішенням у стилі початку ХХ ст. Ця графіка не претендує на документальність – вона є візуальною реконструкцією контексту, що допомагає читачеві уявити зв'язок між конкретною людиною і конкретним місцем, але не видає себе за архівний матеріал [12; 16]. Ілюстративна функція є очевидною: комбінований колаж із портретом і панорамою є візуально розпізнаваним як «контекстне зображення», а не як «архівна фотографія, на якій Гашек у Сокалі» – і саме ця ясність є умовою, за якої такий підхід є допустимим.

Важливо окремо наголосити, що навіть у таких випадках авторська графіка «sokal_history» ґрунтується виключно на реальних архівних зображеннях і фотографіях – а не на нейромережових генеративних інструментах, що можуть «добудовувати» неіснуючі деталі. Будь-яке зображення, що може бути сприйняте аудиторією як документальне, але не є таким, є потенційним джерелом дезінформації – і уникнення цього ризику є частиною редакційної відповідальності перед читачем [7; 12].

2.4. Технічні й програмні засоби

Технічна база «sokal_history» відповідає принципу достатності: вона не потребує студійного обладнання, але забезпечує необхідний рівень якості для платформи. Архівні матеріали отримуються з відкритих оцифрованих фондів: сайту sokal.lviv.ua, порталу «Ukraina Incognita», матеріалів ТІЦ «Сокальщина Туристична», а також приватних краєзнавчих колекцій у публічному доступі. Для підготовки авторської графіки використовується онлайн-редактор Canva: він дозволяє компоувати колажі, підбирати шрифти і поєднувати зображення без залучення складного програмного забезпечення.

Мінімальна корекція яскравості й тональності сучасних фотографій здійснюється у вбудованому редакторі Інстаграм. Публікація матеріалів, адміністрування і моніторинг статистики здійснюються безпосередньо через

мобільний застосунок Інстаграм. Відеоформат рiлз потребує додаткового технічного компонента – субтитрів, що супроводжують голос авторки протягом усього відео. У «sokal_history» субтитри генеруються за допомогою мобільного застосунку Verbe, що використовує технологію розпізнавання мовлення для автоматичного створення синхронізованих із голосом текстових рядків. Готові субтитри редагуються вручну: виправляються спірні розпізнавання слів (особливо власних назв – прізвищ, топонімів, історичних термінів), коригуються переноси й розставляється пунктуація. Такий підхід забезпечує доступність відеоконтенту для глядачів, які переглядають рiлз без звуку (а це, за оцінками алгоритмів самого Інстаграм, понад 60% першого перегляду), а також підвищує охоплення публікації за рахунок індексації тексту субтитрів пошуком платформи.

2.5. Сфера застосування та результати апробації

Проект «sokal_history» має потенціал для органічної інтеграції в ширший медіапростір і культурно-просвітницьку інфраструктуру регіону на засадах партнерства. Найбільш природним партнером для проекту є офіційний туристичний ресурс «Сокальщина Туристична» [25]. Обидва ресурси розповідають про один регіон, але виконують принципово різні функції, що не конкурують, а доповнюють одна одну. Туристичний ресурс відповідає на запит «що тут можна побачити і як це організувати»; «sokal_history» відповідає на запит «що це означає і чому це важливо», і ця глибина розуміння є саме тим, чого туристичному контенту системно бракує. Читач, що прийшов на Сокальщину після туристичного гiду, знатиме маршрут; читач, що прийшов після «sokal_history», буде розуміти, що і чому він бачить. Поєднання обох ресурсів дає повноцінний туристично-пізнавальний досвід, де логістика і сенс працюють разом.

Іншим вектором розвитку є співпраця із Сокальським краєзнавчим музеєм і регіональними культурними інституціями. Музеї в Україні

традиційно стикаються з викликом цифрової комунікації з молодіжною аудиторією: їхні офіційні сайти й сторінки у Фейсбук орієнтовані на старшу аудиторію і не мають ефективного інструменту для роботи з Інстаграм-спільнотою. «sokal_history», у свою чергу, вже сформував живу й залучену аудиторію, що цікавиться саме тією тематикою, якою займається музей. Партнерські публікації, де матеріали «sokal_history» посилаються на фонди і виставки музею, а музей у свою чергу рекомендує канал своїй офлайн-аудиторії, є взаємовигідною моделлю.

Формат і методика «sokal_history» можуть слугувати практичною моделлю для аналогічних авторських проєктів у малих містах Галичини та Волині, де культурна спадщина ще чекає на цифрове представлення [13; 16]. Показово, що таких міст – із багатим поліетнічним минулим, недостатньо представленим у цифровому просторі, – у регіоні є десятки: Белз, Кам'янка-Бузька, Червоноград, Жовква. Кожне з них має матеріал, подібний до Сокальщини за потенціалом, але без аналогічного авторського каналу. У цьому сенсі «sokal_history» є не просто окремим проєктом, а моделлю відтворюваного підходу до популяризації регіональної культурної спадщини засобами авторської Інстаграм-журналістики.

Значним є також потенціал взаємодії з ініціативою Міністерства культури України «Тисячovesна», метою якої є збільшення кількості якісного українського контенту в мережі. «sokal_history» повністю відповідає критеріям такого контенту: він україномовний, культурно значущий, орієнтований на широку аудиторію і вибудовує позитивну ідентичність навколо конкретного регіону в умовах війни.

Апробація проєкту відбулася через запуск реального профілю і публікацію серії тематичних матеріалів, що охоплюють усі ключові рубрики каналу (мал. 2–11). Загальний обсяг апробованого контенту станом на 26 травня 2026 р. – 50 публікацій і 171 підписник (мал. 12), досягнутих за умов виключно органічного зростання – без платного просування і без залучення зовнішніх рекламних інструментів. Ця обставина є принципово важливою для

оцінки результатів: органічне зростання відображає реальний інтерес аудиторії, тоді як платне просування дає лише тимчасовий приріст, що не відповідає справжньому запиту.

Стабільна публікаційна активність і послідовне зростання аудиторії підтверджують реалістичність запропонованого редакційного формату. «sokal_history» є проєктом без редакції, бюджету і технічного персоналу – і при цьому залишається живим і регулярно оновлюваним, що робить цю модель відтворюваною іншими студентами-журналістами або краєзнавцями без залучення спеціальних ресурсів. Зібрана аудиторія є вимірюваним доказом того, що запит на регіональну культурну спадщину існує, і користувачі готові до регулярного споживання глибинного, а не поверхового матеріалу [1; 12].

Метрики Інстаграм-аналітики за період апробації (1 квітня – 26 травня 2026 р.) дають кількісний підсумок якісним редакційним рішенням, описаним у попередніх розділах. Загальна кількість переглядів за цей період становить 4 746 (мал. 13), при цьому 77,9% переглядів припадає на читачів, які вже підписані на канал, а 22,1% – на користувачів, що не є підписниками, але побачили матеріали в рекомендаціях, через хештеги або репости. Це співвідношення є показовим: переважання переглядів від наявних читачів свідчить про сформоване ядро лояльної аудиторії, яка повертається до каналу регулярно, а не випадково. Кількість охоплених облікових записів за цей же період – 234, що для проєкту без платного просування є органічним результатом саме того типу, на який і розраховувалась редакційна модель.

Найбільш промовистим показником ефективності обраної редакційної стратегії є динаміка переглядів у порівнянні двох суміжних місяців. За квітень 2026 р. (мал. 14) канал набрав лише 251 перегляд, причому 78,1% з них – від користувачів, які не є підписниками, а охоплення становило 17 облікових записів. Це показники нижні за середні для нового тематичного каналу в період його становлення. Натомість за період з 1 по 26 травня 2026 р. (мал. 15) кількість переглядів зросла до 4 495, частка переглядів від підписників піднялась до 81%, а охоплення збільшилось до 220 облікових записів – що

становить приріст +1194,1% порівняно з попереднім місячним періодом. Такий стрибок не пояснюється алгоритмічним випадком: він збігається з активізацією у травні відеоформату рілз, який, як буде показано далі, став основним драйвером залучення нової аудиторії.

Аналіз рейтингу публікацій за популярністю (мал. 16, мал. 17) виявляє таку закономірність: верхні позиції з 174, 172, 170, 162, 160, 147, 146, 120 і 117 переглядами займають саме ті матеріали, що відповідають провідним тематичним лініям проєкту – сакральна архітектура, міські ландшафти, мультикультурна пам'ять, традиційний костюм, відеорозповіді про конкретні локації. Розкид показників між найпопулярнішим і найслабшим постом у топ-дев'ятці – від 174 до 117 переглядів – є помірним і свідчить про відсутність “єдиного хіта, що тягне статистику”: аудиторія читає канал рівномірно, що для невеликого тематичного медіа є важливішим показником, ніж випадковий вірусний матеріал.

Географічний розподіл аудиторії (мал. 18) є додатковим підтвердженням сформульованої у п. 2.1 гіпотези про дві ключові групи читачів. Найбільша частка аудиторії – 53,8% – зосереджена в самому Сокалі, що відповідає першій цільовій групі (місцева громада, для якої сторінка є зв'язком зі своїм містом). Друга позиція – Львів (30,8%), що логічно віддзеркалює освітню і трудову міграцію уродженців Сокальщини до обласного центру, а також інтерес ширшого галицького краєзнавчого середовища. На третій позиції з однаковою часткою 7,7% – Міссіссауга (Канада) і Кегичівка (Харківська область, Україна). Перша точка є типовим маркером діаспорної аудиторії: Міссіссауга – одне з найбільших осередків української діаспори в Північній Америці, і присутність читачів звідти підтверджує другий цільовий сегмент проєкту (діаспорні родини, для яких сторінка є каналом збереження зв'язку з регіоном походження). Друга точка є показовою з іншого боку: Кегичівка перебуває на сході України, в Харківській області, тобто проєкт долає не лише географічну дистанцію між галицьким регіоном і діаспорою, а й внутрішньоукраїнську

дистанцію між заходом і сходом країни, що в умовах війни є окремою комунікативною цінністю.

Демографічний розріз аудиторії (мал. 19) також заслуговує окремого коментаря. Серед користувачів, що взаємодіяли з контентом каналу впродовж останніх 30 днів, 69,2% припадає на вікову групу 18–24 роки, ще 23,1% – на групу 25–34 років, 7,7% – на 35–44 років, тоді як старші вікові категорії (45+ і 65+) представлені нульовою часткою. Це є важливим методологічним підтвердженням: цільова аудиторія проєкту, окреслена в п. 2.1, – молоді люди покоління Z і молодші мілленіали, що звикли отримувати інформацію через мобільний екран – емпірично співпадає з реальною аудиторією, що сформувалась навколо каналу. Це означає, що мова, формати і ритм публікацій було підібрано адекватно – саме до тих читачів, для яких проєкт замислювався.

Окремої уваги заслуговують показники роботи формату рілз (мал. 20). За тиждень напередодні підбиття проміжних результатів канал опублікував 2 рілз-відео, що сумарно дали 1,1 тис. переглядів, при цьому 25% переглядів припадає на користувачів, які не є підписниками (+50% порівняно з попереднім тижнем). Аналіз окремого рілз-відео (мал. 21), створеного на основі архівних світлин і авторського супроводу із субтитрами, виконаними в застосунку Verbe, демонструє 109 переглядів, 22 одиниці взаємодій і 23 дії в профілі (переходи на канал, відвідування). Це підтверджує, що відеоформат працює не лише як інструмент розваги, а як ефективний канал залучення нової аудиторії на канал: 21% переглядів конвертуються у дію в профілі – високий показник для тематичного просвітницького контенту.

Сукупність наведених показників – зростання переглядів на +1194,1% за місяць, географічне охоплення від Сокаля до Канади, концентрація молодшої аудиторії у віковому діапазоні 18–34 (92,3% сукупно), стабільна кількість лайків (25 за останній місяць) і високий показник конверсії переглядів у дії профілю – дозволяє стверджувати, що обрана редакційна стратегія є ефективною. Відеоформат рілз із субтитрами, виконаними у Verbe, виявився

оптимальним каналом залучення нової аудиторії без втрати глибинного фокусу проєкту. Подальший розвиток каналу передбачає закріплення цієї моделі: збереження статичних постів як основи контенту і нарощування частки ріلز-матеріалів як інструмента розширення охоплення [1; 13].

Підбиваючи підсумки апробації, варто співвіднести отримані результати зі сформульованою у п. 1.2 метою – створити концептуально оформлений авторський Інстаграм-медіапродукт, що популяризує культурну та історичну спадщину Сокальщини серед широкої цифрової аудиторії. Аналіз метрик за період 1 квітня – 26 травня 2026 р. дозволяє оцінити мету як досягнуту частково, але з підтвердженням ключових редакційних гіпотез. По-перше, канал функціонує як цілісний медіапродукт із власною редакційною позицією, тематичною структурою з семи ліній і впізнаваним візуальним рядом – це підтверджує концептуальну складову мети. По-друге, реальна аудиторія каналу збіглася з обома цільовими сегментами, описаними в п. 2.1: місцевим (Сокаль і Львів сукупно становлять 84,6% переглядів) і діаспорно-краєзнавчим (Міссіссауга, Кегичівка). По-третє, демографічний розріз (18–34 роки – 92,3% сукупно) емпірично підтвердив гіпотезу про віковий діапазон цільового читача, на якого було розраховано мову, формат і ритм публікацій. Водночас формулювання «широка цифрова аудиторія» на цьому етапі реалізовано в межах 171 підписника й 234 охоплених облікових записів – це обмежений, але органічно сформований сегмент, який є реалістичним стартом для авторського проєкту без бюджету і платного просування. Подальше масштабування аудиторії потребує продовження роботи із каналом за межами кваліфікаційного періоду.

2.6. Висновки

Прикладна кваліфікаційна робота реалізована у форматі авторського Інстаграм-каналу «sokal_history» – документального культурно-просвітницького медіапродукту, присвяченого культурній і історичній

спадщині Сокальщини. У ході роботи над проектом сформовано концептуальну і теоретико-методологічну базу, що спирається на дослідження регіональної журналістики, теорії сторітелінгу, документальної фотографії та алгоритмів Інстаграму [1; 3; 13].

Кожне редакційне рішення у проекті підкріплене конкретною логікою. Вибір формату статичного поста і розгорнутого підпису обумовлений природою архівного матеріалу: документ говорить через нерухомість і деталь, і відеоформат цю якість знищив би. Мінімальна обробка зображень і повна відмова від нейромережових генеративних інструментів – це принцип документальності і довіри, без якого у читача зникає підстава вірити фактам [9; 12]. Структура підпису з коротких абзаців і обов'язковим сильним першим реченням – відповідь на реальні умови мобільного читання і механізм утримання уваги від першого рядка до фінального [3]. Дворівнева хештег-стратегія – інструмент одночасного охоплення широкої географічної аудиторії і вузьких тематичних спільнот [1; 5]. Авторський поворот у фінальному реченні кожного поста – це спосіб перевести читача з позиції споживача інформації у позицію людини, яка відчуває особистий зв'язок з описаним.

Результати апробації підтверджують: культурна спадщина малого галицького міста здатна зацікавити широку аудиторію, якщо подати її не як музейний інвентар, а як живу пам'ять, що стосується кожного, хто хоча б раз запитав себе: «звідки ми?». Проект відповідає вимогам Закону України «Про медіа» [20], журналістським стандартам достовірності й балансу та Кодексу етики українського журналіста в частині верифікації джерел і відповідального висвітлення чутливих тем [9; 12].

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алгоритми Інстаграм 2025: як помножити охоплення і взаємодії. Projector Institute. URL: <https://prjctr.com/knowledge-base/marketing/smm/how-work-with-instagram-algorithm>
2. Аудіовізуальна культура участі: роль соціальних медіа у системі сучасних комунікацій. Вісник Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв. 2023. № 4. С. 215–221. URL: <https://journals.urau.ua/visnyknakkkim/article/view/289817/283280>
3. Візуальні тексти в соціальних мережах: рефлексії. Вісник Львів. ун-ту. Серія «Журналістика». 2016. Вип. 41. С. 78–85. URL: <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/download/5819/5831>
4. Городенко Л. М. Нові медіа: журналістика чи комунікація? Current Issues of Mass Communication. 2013. С. 65–69. URL: http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Cimc_2013_14_12
5. Городенко Л. М. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси : монографія. Київ : Академія Української Преси, 2010. 172 с.
6. Городенко Л. М. Теорія мережевої комунікації : монографія / наук. ред. В. Ф. Іванов. Київ : Академія Української Преси, 2011. 235 с.
7. Інстаграм і правда: як у сторіз, рілз та публікаціях ховають фейки і маніпуляції. 6262.com.ua. 2025. URL: <https://www.6262.com.ua/news/4045726/instagram-i-pravda-ak-u-storiz-reels-ta-publikaciah-hovaut-fejki-i-manipulacii>
8. Канал @sokal_history в Інстаграм : авторський медіапроект. URL: https://www.instagram.com/sokal_history/

9. Кодекс етики українського журналіста : затв. з'їздом Національної спілки журналістів України. URL: <https://nsju.org/codex/>
10. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини : прийн. Генер. конф. ЮНЕСКО, Париж, 17.10.2003 р. ; ратиф. Законом України від 06.03.2008 р. № 132-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/952_006
11. Конституція України від 28.06.1996 р. Відом. Верхов. Ради України. 1996. № 30. Ст. 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
12. Кузнецова О. Д. Журналістська етика та журналістські стандарти : навч.-метод. посіб. Львів : ПАІС, 2002. 352 с.
13. Культурна тематика в Інстаграм: примітивізація чи популяризація? Медіакритика. URL: <http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/ohlyady-analityka/kulturna-tematyka-v-instagram-prymityvizatsiya-chy-populyaryzatsiya.html>
14. Офіційний вебсайт Сокальської міської ради. URL: <https://www.sokal-rada.gov.ua>
15. Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року : резолюція Генер. Асамблеї ООН A/RES/70/1 від 25.09.2015 р. URL: <https://sdgs.un.org/goals/goal11>
16. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. 244 с.
17. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння. Серія «Медіакритика». Львів : ПАІС, 2004. 312 с.
18. Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів : Закон України від 23.09.1997 р. № 540/97-ВР. Відом. Верхов. Ради України. 1997. № 50. Ст. 302. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-вр>
19. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. Відом. Верхов. Ради України. 1992. № 48. Ст. 650. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

20. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 р. № 2849-IX. Відом. Верхов. Ради України. 2023. № 7. Ст. 50. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20>
21. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник для студентів галузі «Журналістика та інформація». Київ : ВЦ «Просвіта», 2008. 260 с.
22. Сокаль: що варто побачити у найпівнічнішому місті Львівщини. Zaxid.net. 2025. URL: https://zaxid.net/sokal_shho_varto_pobachiti_u_naypivnichnishomu_misti_lvivshh_ini_foto_n1615565
23. Сокальська сорочка увійшла у Національний перелік нематеріальної культурної спадщини України. Львівська обласна військова адміністрація. 2025. URL: <https://loda.gov.ua/news/131912>
24. Сокальську сорочку внесли до нематеріальної культурної спадщини України. Портал Львівської ОВА. 2025. URL: <https://portal.lviv.ua/news/2025/03/26/sokalsku-sorochku-vnesly-do-nematerialnoi-kulturnoi-spadshchyny-ukrainy>
25. Туристична Сокальщина. Галицька перлина: історія, легенди та сакральність. ORC.org.ua. 2021. URL: <https://orc.org.ua/en/advertisement/turystychna-sokalshchyna>
26. Хохон Ю. І. Оборонні споруди монастирів отців бернардинів Західної України. Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». 2020. № 2 (12). С. 215–225. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2020/dec/22893/27-khokhon.pdf>
27. Як змінилося медіаспоживання в Україні у 2024 : дослідження Gradus Research. Gradus Research. 2024. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/changes-media-consumption-ukraine-2024/>

IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ








Контент план до сторінки

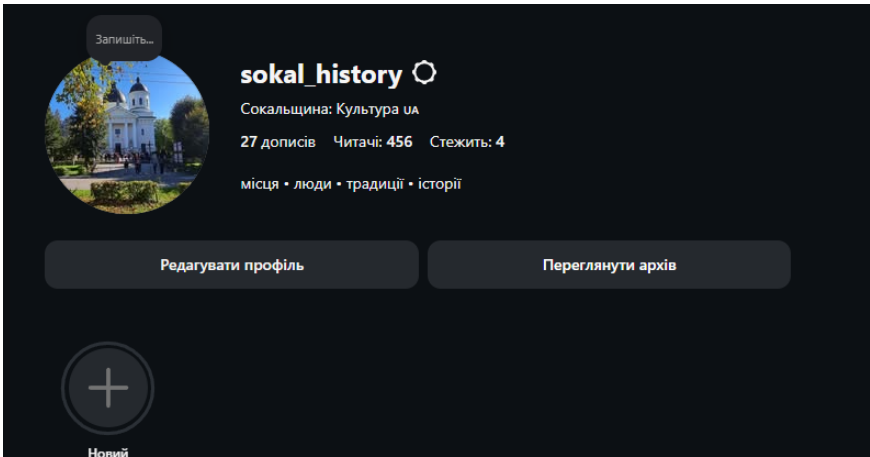
РУБРИКИ, ЛЕГЕНДА КОЛЬОРІВ ТА ЧАСТОТА ПУБЛІКАЦІЙ			
Рубрика	Опис / Ідеї контенту	Колір	Частота на місяць
Замки & Фортеці	Сокальський замок, замки Золотої Підкови, оборонні споруди, легенди та облоги, архітектура фортець	Зелений (спокій, природа, вічність)	4-5 постів
Храми & Монастирі	Церкви, костели, монастирі, сакральне мистецтво, паломницькі маршрути, дерев'яні святині	Золотисто бежевий (духовність, тепло)	3-4 пости
Традиції & Обряди	Обжинки, Купала, колядки, весільні обряди, народний календар, аграрні свята	Фіолетовий (таємниця, глибина)	4-5 постів
Народне мистецтво	Вишивка, кераміка, ткацтво, писанкарство, різьблення, ковалі та гончарі	Помаранчевий (творчість, енергія)	3-4 пости
Цікаві факти	Несподівані факти, дати, рекорди, таємниці, порівняння, загадки краю	Синій (знання, довіра)	4-5 постів
Маршрути & Місця	Маршрути вихідного дня, GPS точки, кафе, краєвиди, природні пам'ятки, урочища	Темно синій (пригода, дорога)	2-3 пости
Люди & Постаті	Відомі уродженці, майстри, священики, козаки, культурні діячі, герої краю	Романевий (особистість, людяність)	2-3 пости
Свята & Календар	Народні та релігійні свята в контексті Сокальщини, сезонний контент	Світло зелений (радість, світло)	2-3 пости

КОНТЕНТ-ПЛАН INSTAGRAM: СОКАЛЬЩИНА — СКАРБИ РІДНОГО КРАЮ								
№	Рубрика	Формат	Заголовок / Тема поста	Текст поста (скарип)	Хештеги	Візуал / Фото ідея	CTA (закли)	Нотатки
3	Традиції & Обряди	Фото-пост	Колода на Сокальщині: коли поше пре більше, ніж зогонь.	Місто радості, спокій... — це слова у Сокальщині звучать щасливими. Міська колода — це не просто гра, це давній ритуал, який дарує вивірну кожен, викликає віру у коханий пошуку й ідеї від волі до всти. Зараз оновлювала відеосерию зруч — маю в жупі — особливе регіональне традиції, в кожному столі — свої колади, свої мелодії. Сокальська колода занесена до реєстру нематеріальної культурної спадщини України на... "Колода крилаті" — це традиційна, що символізує, тодішніми: Сокальська вишивка вирізняється серед усіх регіонів України своєю складністю та особливим підходом до червоного кольору. Червоний — символ краси, любові, сонця Коричневий — земля, врожаю, сила Етнографію краєвиду, проаналізуйте сокальський друшляк — як прикрасити мобільну.	#КолодаУкраїна #СокальськіТрадиції #НародніОбряди #ЕтнографіяУкраїна #УкраїнськіТрадиції #Сокальщина #ВишивкиОбряди	Фото: колодами в зруч / Стара листівка / Сучасна реконструкція	👉 Яку колоду ти пам'ятаєш з дитинства? Напиши перший рядок! 📄	Дізнай подальше в коротких відео-Ріелті з звуком колоди
4	Народне мистецтво	Картуаль	Сокальська вишивка: яка кольору, яку треба вміти читати	Сокальська вишивка вирізняється серед усіх регіонів України своєю складністю та особливим підходом до червоного кольору. Червоний — символ краси, любові, сонця Коричневий — земля, врожаю, сила Етнографію краєвиду, проаналізуйте сокальський друшляк — як прикрасити мобільну.	#СокальськаВишивка #УкраїнськаВишивка #НароднеМистецтво #Сокальщина #ЕтнографіяУкраїна #УкраїнськаНароднаТрадиція	Крупний план вишивки / Рушник / Жупка з стріч / Деталь орнаменту	👉 Чи є у тебе така сокальська вишивка? Поділись у коментарі!	7:30 склади загальний вид-деталь в стилі "а-ля-модерн" → майстри
5	Цікаві факти	Фото-пост	5 фактів про Сокаль, які вас здивують	Погоди здивуватись? Ось 5 фактів про Сокаль, про які мало хто знає: 1) Місто отримало магдебурзьке право ще у 1424 році — одне з перших у регіоні! 2) У 1700 ст. Сокаль має власний козацький загін. 3) Через місто пролягав старий торговий шлях з Сходу до Балтики. 4) В 1919 р. татарська оада спалила місто дощенту — аж його виварилося! 5) Назва "Сокаль" може походити від слова "корінь". Який факт вас здивував найбільше? Пишіть у коментарях! Пишіть у коментарях!	#ФактиПроСокаль #ІсторіяСокаля #Сокальщина #МагдебурзькеПраво #ІсторіяУкраїни #Україна/Міста/Які/Вас/Здивують	Нотатки: порів'яйте місто з старою картою + фото гупи	📄 Номер якого факту вас здивував найбільше? Пишіть у коментарі!	Інформація або емоційний дизайн пост
6	Маршрути & Місця	Картуаль	Маршрут вихідного дня: Top 5 місць Сокальщини	1) Зупинка 1: Центр Сокаля — ринкова площа та ратуша 2) Зупинка 2: Костел Святого Станіслава (XVII ст.) 3) Зупинка 3: Місце Сокальського замку — оглядова точка 4) Зупинка 4: Ринка Вуї — планова та природна 5) Зупинка 5: Місцевий ринок — купити вишиванку або кордону Візьміть маршрути "5 6 годин" 📄 Факти: "5 6 годин" — це скільки часу потрібно, щоб дістатися до всіх цих місць і назад! Мисливо вібравши — пов'язаний з Сокальщиною? Композитор і священик, які провади частину свого життя на цій землі, де налізав музичну до національного гвіму України аж Він не має великого театру чи консертаторії — лише скромну церкву і боскиму любов до рідного краю. #ЗабудуйтесяНаСокальщині #Сокальщина #Україна/Міста/Які/Вас/Здивують	#МаршрутУкраїна #Сокальщина #ВихіднийДень #УкраїнськаТрадиція #УкраїнськаТрадиція #УкраїнськаТрадиція	Карта маршруту / Фото кожної зупинки (5 фото)	👉 Зберіть пост і поділіть на вихідні! Де ще краще побувати?	Перший склай — карта з маршрутом. Далі — фото кожного місця
7	Люди & Постаті	Фото-пост	Михайло Воробецький: затоп гвіму народним тут	Михайло Воробецький — пов'язаний з Сокальщиною? Композитор і священик, які провади частину свого життя на цій землі, де налізав музичну до національного гвіму України аж Він не має великого театру чи консертаторії — лише скромну церкву і боскиму любов до рідного краю. #ЗабудуйтесяНаСокальщині #Сокальщина #Україна/Міста/Які/Вас/Здивують	#МихайлоВоробецький #МузикаУкраїни #Сокальщина #УкраїнськаТрадиція #УкраїнськаТрадиція #УкраїнськаТрадиція	Портрет Воробецького / Ноти гвіму / Церква де служив	👉 Зберіть перший рядок гвіму у коментарях — пов'язано традицією!	Пост з нотами народних мелодій. Дати аудіо гвіму до Реєст
8	Свята & Календар	Картуаль	Івано Купала на Сокальщині: вогонь, вишиві і любов	Молодь стрибче через вогонь — це старе рідко, не рідко в усіх Важко зникати рідко — для країн і народів! #Купала #Україна/Свята #Сокальщина #НародніСвята #УкраїнськіТрадиції #УкраїнськаТрадиція	#ІваноКупала #УкраїнськіСвята #Сокальщина #НародніСвята #УкраїнськіТрадиції #УкраїнськаТрадиція	Вогонь з вогонь / Вогонь / Дівчата з стріч / Ніч на річці	👉 Спробуй через вогонь або ніч? Голосує! 🗳️	Ріелті з кульшовою поною — особливо для освітлених

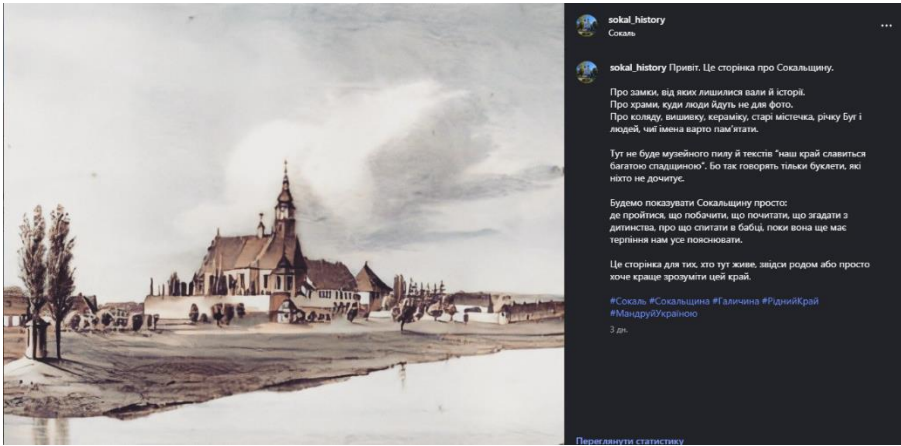
Пошукові концепти позиціонування сторінки (варіанти назв, описів та кольорових палітр)

 ОФОРМЛЕННЯ INSTAGRAM-ПРОФІЛЮ	
<i>Тематика: Сокальщина — Історія • Культура • Традиції</i>	
 НАЗВА СТОРІНКИ ТА АВТАР	
Назва сторінки (username)	@sokalshchyna.ua Показова назва: Сокальщина 🏰 Стародавня Земля
Варіанти назви (альтернативи)	<ul style="list-style-type: none"> • @sokal.spadshhyna — «Сокал. Спадщина» • @zolota.sokalshchyna — «Золота Сокальщина» • @sokal.history.ua — класичний англомовний формат
Аватар (опис зображення)	🖼️ Варіант 1: фото Сокальського замку на заході сонця (золоте світло, силует мурів) 🖼️ Варіант 2: орнамент сокальської вишивки в колі — яскравий народний мотив 🖼️ Варіант 3: логотип — стилізована вежа замку + колоски пшениці
Кольорова палітра профілю	🎨 Основні: темно-зелений #1B4332 + золотий #C9A84C + кремовий #F8F4E3 Асоціації: земля, жито, стародавня цегла, сонце над полями
 ОПИС ПРОФІЛЮ (БІО) — до 150 символів	
БІО — Варіант 1 <input checked="" type="checkbox"/> Рекомендований	🏰 Сокальщина — жива легенда 📍 Замки • Церкви • Традиції • Скарби 🗺️ Досліджуємо рідний край разом 📍 Посилання на мапи та джерела
БІО — Варіант 2 (лаконічний)	🏰 Історія & культура Сокальщини Замки Обряди Цікаві факти 📸 Фото • Пости • Відкриття

 ЗАГАЛЬНА СТРАТЕГІЯ СТОРІНКИ	
Мета сторінки	Популяризація історії та культури Сокальщини; збереження місцевої ідентичності; розвиток культурного туризму в регіоні
Цільова аудиторія	 Місцеві мешканці (гордість за край) • Діаспора (ностальгія) • Туристи та мандрівники • Студенти й дослідники • Любителі краєзнавства (25–55 років)
Частота публікацій	 Опimalьно: 3–4 пости на тиждень + 5–7 Stories щодня  Найкращий час: вт–чт 18:00–21:00 (за Київським часом)
Тон голосу (tone of voice)	 Теплий, захоплений, освічений — як гід, який закоханий у свій край. Не академічний і сухий, а живий і особистий
Формати контенту	 Фото-пост з описом  Карусель (5–10 фото)  Reels (30–60 сек)  Інфографіка  Тест/вікторина  Маршрут дня



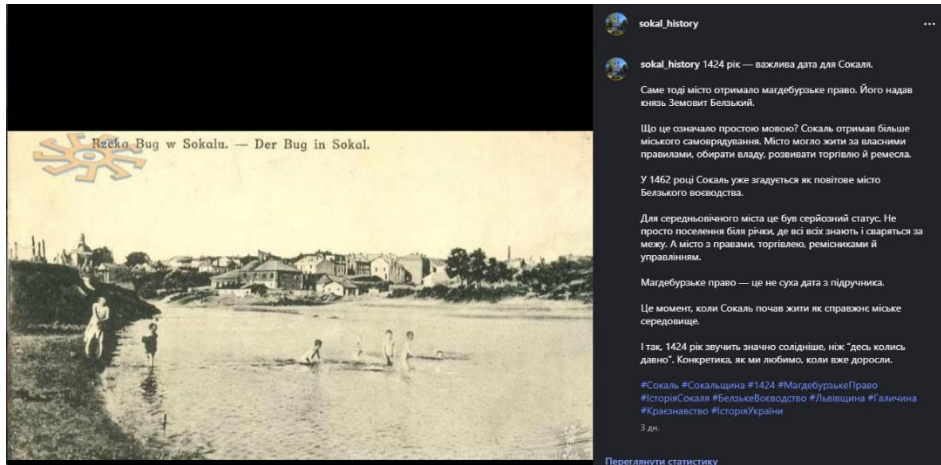
Мал. 1. Головна сторінка профілю @sokal_history станом на квітень 2026 р.



Мал. 2. Вступний пост Інстаграм-сторінки @sokal_history.



Мал. 3. Другий вступний пост Інстаграм-сторінки @sokal_history.



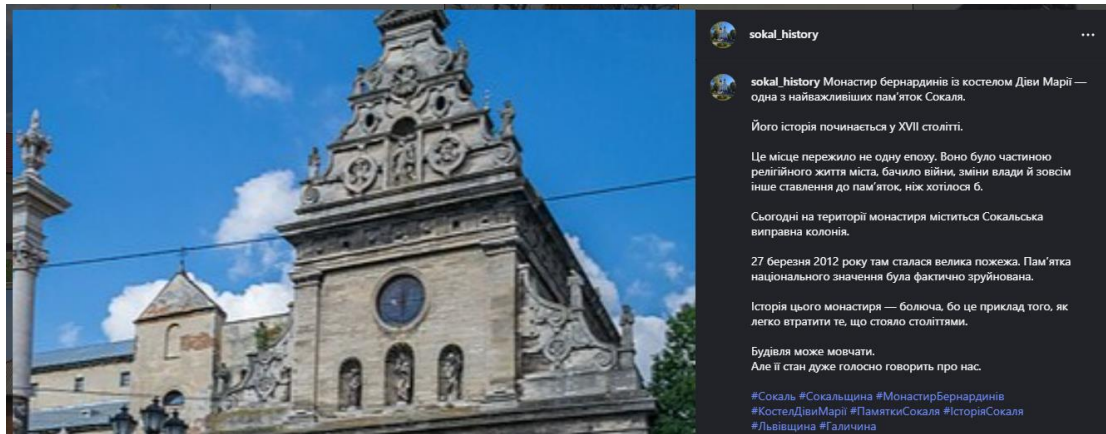
Мал. 4. Пост про 1424 рік і магдебурзьке право міста.



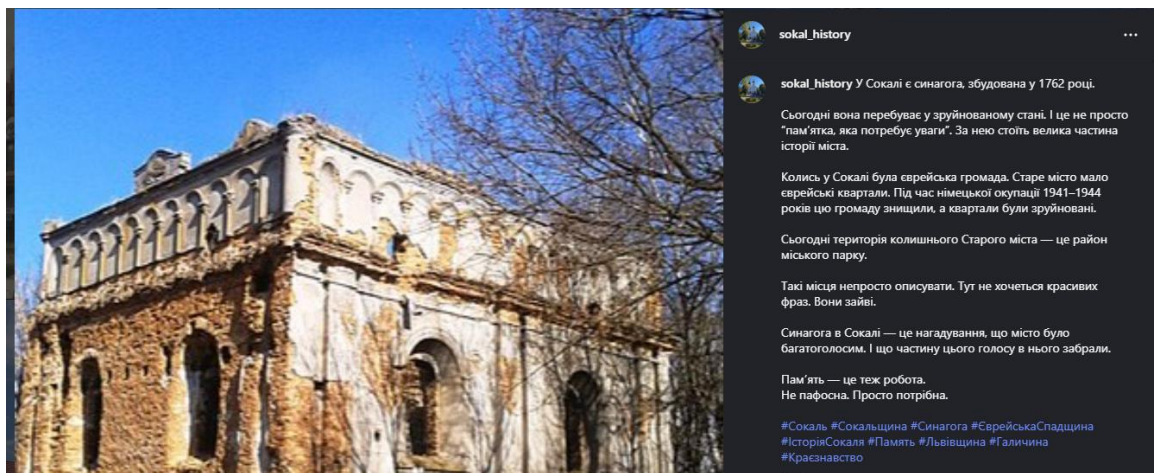
Мал. 5. Пост «Ярослав Гашек у Сокалі».



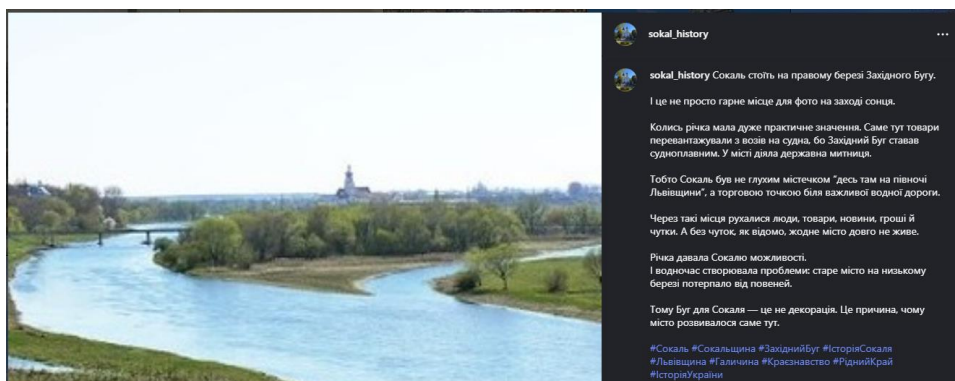
Мал. 6. Пост про ікону Сокальської Богоматері.



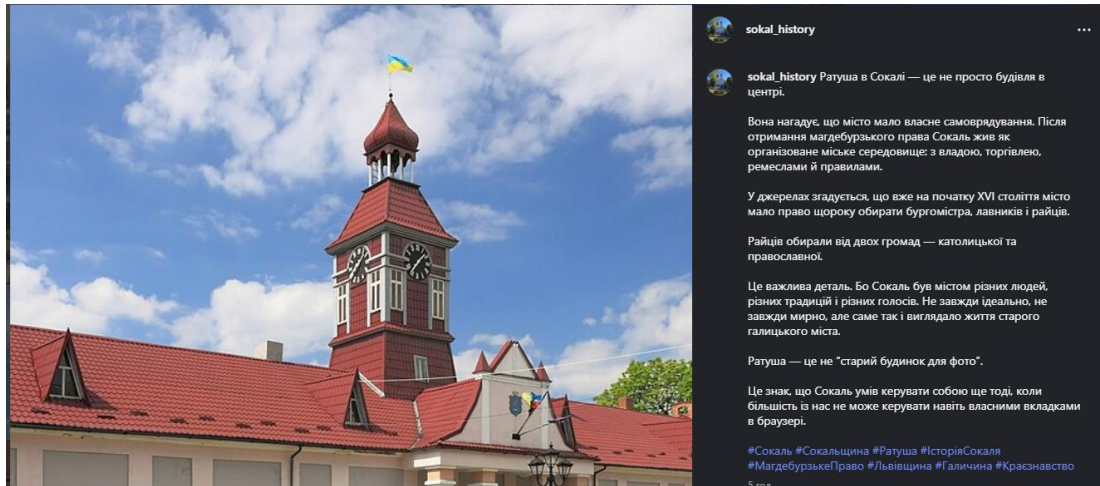
Мал. 7. Пост про монастир бернардинів і костел Діви Марії.



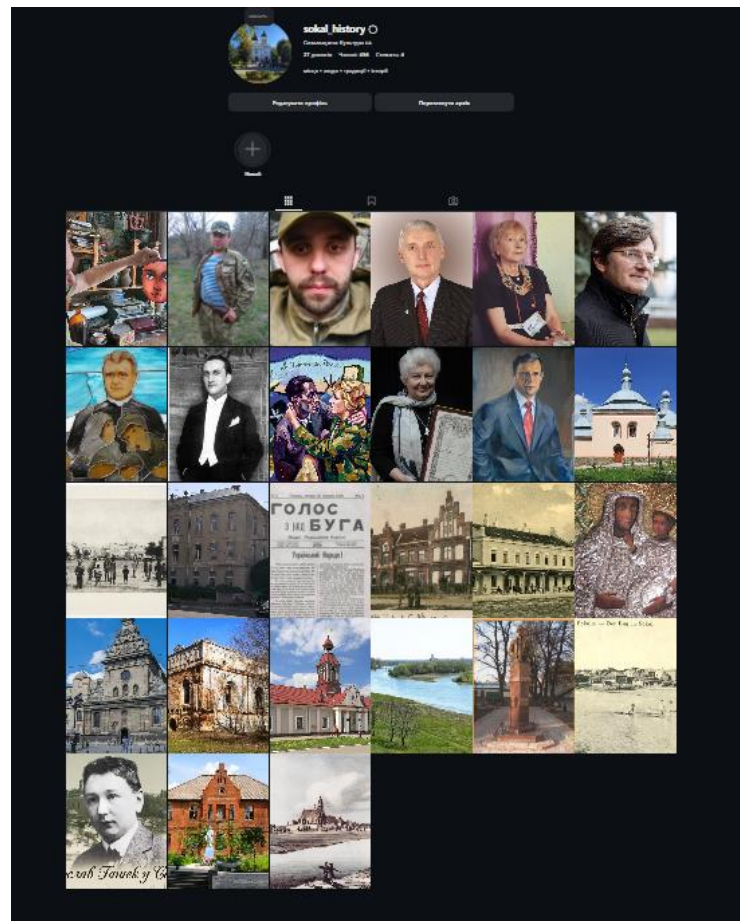
Мал. 8. Пост про синагогу 1762 р.



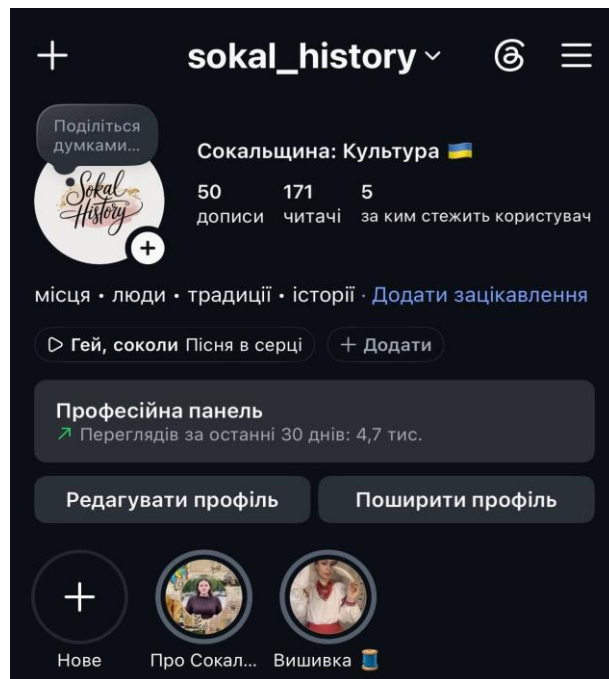
Мал. 9. Пост про річку Буг.



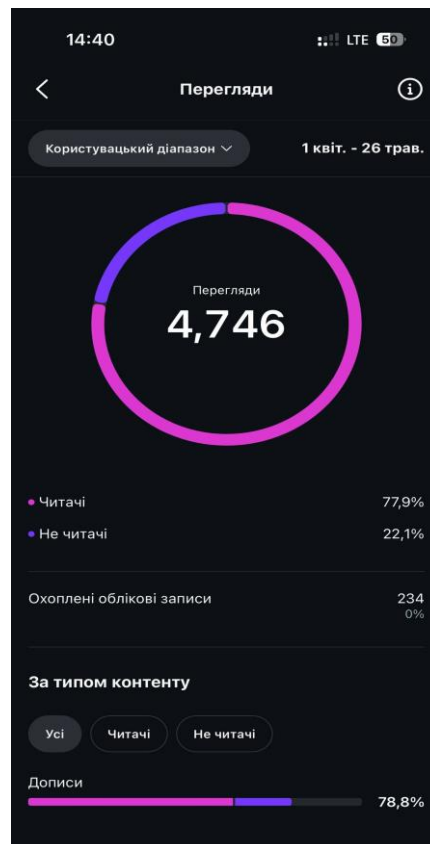
Мал. 10. Пост про ратушу і традицію міського самоврядування.



Мал. 11. Загальний вигляд стрічки @sokal_history.



Мал. 12. Профіль @sokal_history: 50 публікацій, 171 підписник, 4,7 тис. переглядів за останні 30 днів.



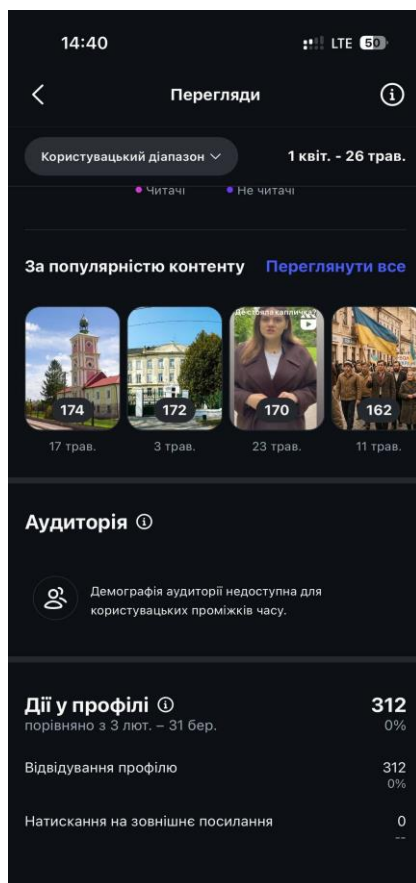
Мал. 13. Перегляди сторінки за період 1 квітня – 26 травня 2026 р. (4 746 переглядів).



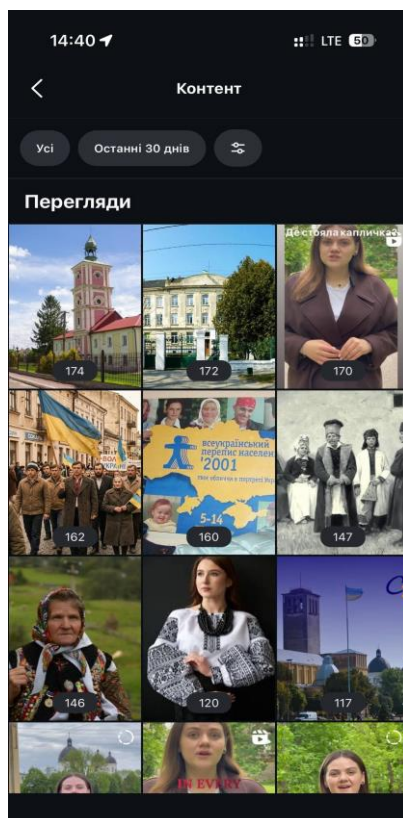
Мал. 14. Перегляди за квітень 2026 р. (251 перегляд, 78,1% – не читачі).



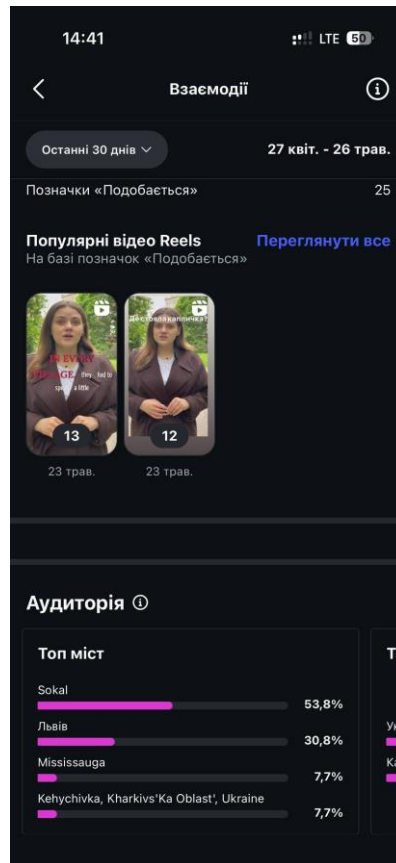
Мал. 15. Перегляди за 1–26 травня 2026 р. (4 495, +1194,1% до квітня).



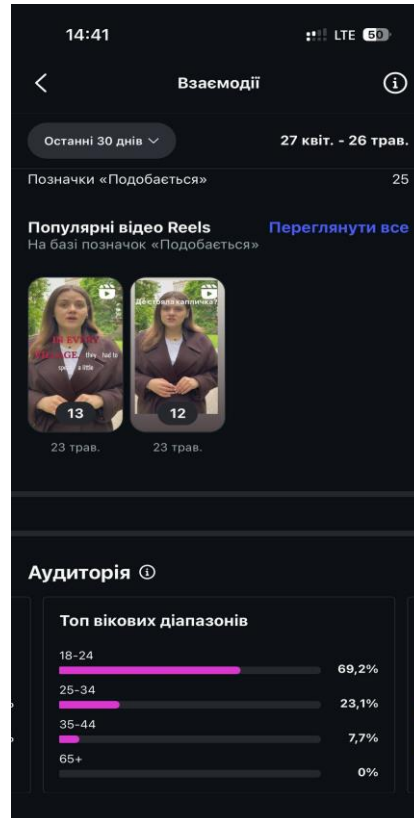
Мал. 16. Топ публікацій за популярністю контенту та активність у профілі (312 відвідувань).



Мал. 17. Загальний рейтинг публікацій за переглядами (топ-9 матеріалів).



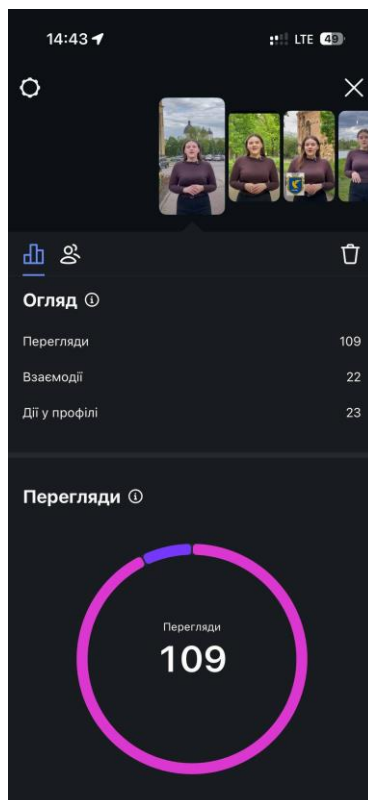
Мал. 18. Географічний розподіл аудиторії



Мал. 19. Топ вікових діапазонів аудиторії: 18–24 (69,2%), 25–34 (23,1%), 35–44 (7,7%).



Мал. 20. Тижневий підсумок: 2 рілз, 1,1 тис. переглядів, +50% залучення нової аудиторії.



Мал 21. Аналітика окремого рілз-відео: 109 переглядів, 22 взаємодії, 23 дії у профілі.

V. АНОТАЦІЯ

«СТВОРЕННЯ ІНСТАГРАМ-КАНАЛУ ПРО СОКАЛЬЩИНУ: КУЛЬТУРА ТА ІСТОРІЯ»

Ключові слова: Інстаграм, краєзнавство, культурна спадщина, регіональна журналістика, Сокальщина, текстово-візуальний контент, цифровий медіапродукт.

«Створення Інстаграм-каналу про Сокальщину: культура та історія» – це авторський цифровий медіапродукт у форматі тематичної Інстаграм-каналу (@sokal_history), створений з метою популяризації культурної та історичної спадщини Сокальщини серед широкої інтернет-аудиторії засобами сучасної регіональної журналістики.

Актуальність роботи визначається необхідністю цифрового представлення культурної та архітектурної спадщини малих міст Галичини в умовах збройної агресії Росії проти України, коли питання регіональної ідентичності та збереження пам'яті набуло стратегічного суспільного значення. Проєкт відповідає Цілі сталого розвитку ООН № 11.4 щодо захисту культурної і природної спадщини, Конвенції ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини, а також чинному українському медіазаконодавству.

За структурою Інстаграм-канал охоплює сім тематичних ліній: хронологію і ключові дати в розвитку міста, персоналії, сакральну та духовну спадщину, архітектурні пам'ятки та їхній теперішній стан, мультикультурну пам'ять, природне середовище регіону та символи міського самоврядування. Контент побудований на основі архівних документів, першоджерел і авторської фотографії без застосування генеративних нейромережових інструментів. Кожна публікація поєднує документальне зображення і авторський текст-підпис, структурований за трьохчастинною моделлю:

несподіваний факт – розгортання контексту – авторський поворот зі зв'язком між минулим і теперішнім.

Станом на 26 травня 2026 р. канал @sokal_history налічує 50 публікацій і 171 підписника за умов виключно органічного зростання без платного просування. За період апробації (1 квітня – 26 травня 2026 р.) канал набрала 4 746 переглядів з охопленням 234 облікові записи; найбільшу частку аудиторії становить вікова група 18–34 років (понад 92 %), географія охоплює Сокаль, Львів, українську діаспору в Канаді (Міссіссауга) та Харківську область, що підтверджує сформованість двох цільових сегментів – місцевого і діаспорно-краєзнавчого. Поширення контенту здійснюється через платформу Інстаграм із використанням дворівневої хештег-стратегії, що забезпечує охоплення як широкої регіональної аудиторії, так і вузьких тематичних спільнот дослідників, краєзнавців та любителів регіональної історії.

ANNOTATION

“CREATING AN INSTAGRAM CHANNEL ABOUT SOKALSHCHYNA: CULTURE AND HISTORY”

Keywords: Instagram, cultural heritage, digital media, local history, regional journalism, Sokalshchyna, visual content.

“Creating an Instagram Channel about Sokalshchyna: Culture and History” is an authored digital media project in the format of a thematic Instagram page (@sokal_history), created to popularise the cultural and historical heritage of the Sokal region through the tools of contemporary regional journalism.

The relevance of the project is shaped by the urgent need to provide digital representation of the cultural and architectural heritage of small Galician towns in the context of Russia’s full-scale military aggression against Ukraine, which has made regional identity and the preservation of historical memory a matter of strategic public importance. The project aligns with UN Sustainable Development Goal 11.4 on the protection of cultural and natural heritage, the UNESCO Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage, and current Ukrainian media legislation.

Structurally, the Instagram page encompasses seven thematic lines: the chronology of the city’s development, notable personalities, sacred and spiritual heritage, architectural monuments and their current condition, multicultural memory, natural landscape, and symbols of civic self-governance. All content is based on archival documents, primary sources, and original photography, with no use of generative AI tools. Each publication combines a documentary image with an authored caption structured according to a three-part model: an unexpected fact – contextual development – an authorial turn connecting past and present.

As of 26 May 2026, the @sokal_history page has accumulated 50 publications and 171 subscribers through exclusively organic growth, with no paid promotion. During the probation period (1 April – 26 May 2026), the page received 4,746 views with a reach of 234 accounts; the largest share of the audience belongs to the 18–34 age group (over 92 %), and the geography of viewers covers Sokal, Lviv, the Ukrainian diaspora in Canada (Mississauga), and the Kharkiv region, confirming the formation of the two target audience segments – local and diasporic-ethnographic. Content is distributed via the Instagram platform using a two-tier hashtag strategy that ensures reach among both broad regional audiences and specialised communities of researchers, local historians, and enthusiasts of regional history.