

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**
Факультет журналістики

Кафедра журналістики та
нових медіа

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

**ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ МЕДІАПРОЄКТ: АВТОРСЬКИЙ
САЙТ ПРО АВТОМОБІЛІ**

Здобувача другого (магістерського)
рівня вищої освіти
групи ЖУРМ-1-24-1.4д
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.01
Журналістика
Северенчука Данила Васильовича

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

Науковий керівник:
Погребняк І. В.,
кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри журналістики та
нових медіа

(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)

завідувач кафедри журналістики
та нових медіа

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Київ – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО МЕДІАПРОЄКТУ	5
1.1. Поняття та особливості інформаційно-аналітичних ресурсів.....	5
1.2. Сучасні тенденції розвитку авторських сайтів у сфері автомобільної тематики.	8
1.3. Приклади аналогічних медіа (аналіз конкурентів).....	9
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА АВТОРСЬКОГО САЙТУ AUTONEWS.UA ЯК ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО РЕСУРСУ.....	13
2.1. Концепція й структура сайту.	13
2.2. Цільова аудиторія.....	14
2.3. Контент-стратегія.....	16
2.4. Технічна реалізація сайту AutoNews.UA.....	18
РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ТА ПРОСУВАННЯ AUTONEWS.UA.....	21
3.1. Присутність у соціальних мережах.	21
3.2. Стратегії розвитку соціальних мереж.	23
3.3. Пошукова оптимізація.	27
3.4. Аналітика і плани розвитку.....	28
ВИСНОВКИ	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	35
ДОДАТКИ.....	37
АНОТАЦІЯ.....	42

ВСТУП

У сучасному інформаційному просторі цифрові медіа стали основним джерелом поширення новин. З розвитком інтернету споживання контенту серед аудиторії зазнало кардинальних змін: користувачі прагнуть оперативної, якісної, короткої, візуально привабливої інформації, адаптованої під інтереси конкретних спільнот.

В умовах інформаційного перенавантаження вузькоспеціалізовані інформаційно-аналітичні медіапроекти здатні ефективно задовольнити вищезгадані потреби цільової аудиторії. Однією з тематик, що викликає сталий інтерес, є автомобільна сфера, оскільки вона тісно пов'язана з життям великої групи людей.

AutoNews.UA – новий авторський інформаційно-аналітичний сайт, присвячений автомобільній тематиці, котрий поєднує новини, аналітику, огляди та інші види інформаційних матеріалів, орієнтуючись на українську аудиторію. Даний проєкт виник задля задоволення зростаючого інформаційного попиту на якісний, зважений та відповідальний контент.

Актуальність теми зумовлена вищезгаданим зростаючим попитом на достовірну інформацію про автомобільний ринок України в умовах економічних та логістичних трансформацій, змінами законодавства, пов'язаних з воєнним станом та тенденції “вуглецево-нейтрального” транспорту. Крім того, важливою залишається потреба в аналізі функціонування наявних авторських медіаплатформ на автомобільну тематику.

Питання створення авторських інформаційних медіа та розвитку нішевої журналістики, а також основ інформаційно-аналітичної діяльності досліджували українські науковці К. Сірінюк-Долгарьова, І. В. Захарова, Л. Я. Філіпова, які підкреслюють роль персоналізованого контенту у формуванні довіри до ЗМІ. Однак тематика автомобільної журналістики як складової аналітичних медіа поки залишається недостатньо висвітленою, що зумовлює наукову новизну даної роботи.

Метою кваліфікаційної магістерської роботи є розробка та реалізація авторського інформаційно-аналітичного медіапроекту AutoNews.UA, котрий висвітлює актуальні теми автомобільної сфери з дотриманням журналістських

стандартів та принципів професійної етики. Головна місія проєкту полягає у створенні якісного контенту для аудиторії, котрий сприятиме підвищенню рівня її проінформованості.

Об’єкт дослідження – цифрові журналістські практики в межах авторських інформаційно-аналітичних платформ.

Предмет дослідження – процес створення, контентного наповнення та комунікаційного просування авторського сайту AutoNews.UA.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- 1) Обґрунтувати актуальність автомобільної тематики в сучасному медіапросторі;
- 2) Провести аналіз аналогічних проєктів в Україні;
- 3) Розробити концепцію, структуру, візуальний стиль авторського сайту;
- 4) Створити контентну базу для сайту та реалізувати комунікаційну стратегію для його просування;
- 5) Проаналізувати результати функціонування та визначити перспективи його розвитку.

Практична значущість роботи полягає у створенні медіапроєкту, який може бути впроваджений як приклад практичного застосування знань і навичок у сфері журналістики та медіакомунікацій, а також як ресурс для подальших досліджень у галузі цифрових медіа.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури й чотирьох додатків. Загальний обсяг становить 40 сторінок, основний зміст викладено на 35 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО МЕДІАПРОЄКТУ

1.1. Поняття та особливості інформаційно-аналітичних ресурсів.

Інформаційно-аналітичні ресурси як форма якісної журналістики – це електронне або друковане видання, яке поєднує оперативну інформацію з її системним аналізом. Вони відіграють ключову роль у забезпеченні суспільства достовірною інформацією й через це стали одним з інструментів впливу й формування громадської думки. З огляду на це, важливо окреслити сутність та функції інформаційно-аналітичних ресурсів у сучасному медіапросторі [12].

В українському науковому дискурсі під інформаційним ресурсом розуміють «інформаційний продукт, що формується на основі збору, обробки, аналізу, синтезу, узагальнення та інтерпретації первинної інформації», хоча єдиного визначення цього поняття досі не існує [12, с. 43]. Проте, наприклад, універсальне бачення ІР було закріплено в Законі України «Про національну програму інформатизації» (1998 р.), де ІР визначався як сукупність документів в інформаційних системах [11].

Загальними та ключовими ознаками інформаційно-аналітичних ресурсів є: систематизація та обробка даних, глибоке висвітлення теми та точна інтерпретація фактів, оперативність, залучення експертних оцінок, аргументована подача матеріалу, дотримання стандартів журналістики, тематична спеціалізація. Вони поєднують функції новинного сервісу та аналітичного інструменту, тому здатні не лише повідомляти факти, а й пропонувати їхню експертну оцінку, порівняння, прогнозування подій, визначення тенденцій. Така специфіка потребує від журналіста вищого рівня компетентності, критичного мислення та аналітичних здібностей.

Аналітична журналістика передбачає «створення нової інформаційної цінності на основі інтерпретації наявних фактів», і є однією з найскладніших форм професійної діяльності журналіста [7].

У теоретичному обґрунтуванні медіапроекту AutoNews.UA доцільно звернутись до класичних підходів Г. Почепцова, зокрема з його праці «Теорія комунікацій». Г. Почепцов підкреслює, що комунікація — не просто передача інформації, а «соціальна система, в основі якої лежить не лише обмін

повідомленнями, а й взаємодія акторів, структурованих ролей і технологій впливу» [6].

Ця ідея особливо релевантна для AutoNews.UA, оскільки сайт прагне бути не просто джерелом новин, а платформою аналітичного впливу: він формує дискусію, стимулює участь аудиторії, виступає посередником між експертами, читачами й ринковими процесами. Модель Г. Почепцова допомагає аргументувати, чому важливо не лише створювати контент, а й налагоджувати системні комунікативні процеси, що впливають на формування громадської думки в автомобільній тематиці.

Сучасний розвиток інформаційно-аналітичних ресурсів тісно пов'язаний із цифровими технологіями. Використання алгоритмів обробки великих даних автоматизації новин і мультимедійного сторітелінгу дозволяє журналістам підвищувати якість аналітичних матеріалів, візуалізувати складні дані й покращувати користувацький досвід. Це розширює інструментарій аналітичної журналістики, роблячи її більш інтерактивною й персоналізованою.

Інформаційно-аналітичні ресурси можуть бути як з загальною тематикою, так і нішевими. Нішеві проєкти орієнтуються на вузьку аудиторію й спеціалізуються на конкретних темах. Такі ресурси відрізняються високим рівнем експертизи, персоналізації контенту та активною взаємодією з читачам за допомогою мультимедійних платформ та соціальних мереж. Вони також мають наступні особливості: мультимедійність, інтерактивність, персоналізація, мобільність, короткий життєвий цикл публікації й висока конкуренція за увагу читача.

Історичне зародження профільної автомобільної журналістики сягає початку ХХ століття, коли з розвитком автопромисловості виникла потреба в окремих виданнях, присвячених технічним характеристикам, оглядам моделей, інструкціям із користування транспортом, тощо. Одним із перших фахових автомобільних видань став британський журнал «Autocar» [14], заснований у 1895 році, який регулярно публікував тести, новини та технічні інновації.

У США особливу популярність здобули журнали «Motor Trend» (з 1949 року) [21] та «Car&Driver» [17], які встановили високі стандарти автомобільної аналітики, оглядів і рецензій. У Європі аналогічну функцію виконували німецький «Auto Bild»

[15] і французький «L'Automobile Magazine» [20]. Ці видання не лише інформували читачів про новинки ринку, а й формували культуру споживання, сприяли підвищенню автомобільної грамотності та впливали на формування громадської думки щодо транспорту, інфраструктури та безпеки руху.

В Україні профільна автомобільна журналістика почала зароджуватися в 1913 році з появою журналу «Автомобильная жизнь и авиация» та продовжила становлення після здобуття незалежності у 1991 році. Одними з перших масових видань у цій галузі стали журнал «Сигнал» (1990) та газета «Автомобиль» (1992) [5,10].

Згодом, у 1994 році з'явився журнал Motor News — це була спроба створити видання європейського рівня [10]. Окремо варто зазначити про видання “Автоцентр” (засноване у 1996 році), яке існує й досі й охоплює новини ринку, тест-драйви, поради споживачам та аналітику змін у законодавстві [4].

Пізніше з'явилися інші видання, а також онлайн-ресурси, які трансформували класичну журналістику в цифровий формат. У 2010-х роках розпочалася активна цифровізація автоЗМІ, зокрема запуск сайтів «Автосвіт», «Топ Жир Україна» «Auto24», «InfoCar.ua», «Motorcar.com.ua», які нині є провідними інформаційно-аналітичними платформами у своїй галузі.

Ці ЗМІ стали джерелом спеціалізованої, аналітичної та прикладної інформації для автомобільної спільноти, сприяючи формуванню медіаполя навколо теми транспорту. Вони поєднують оперативність з глибиною аналізу, доступність з експертністю, а також активно впроваджують мультимедійні формати, такі як відеоогляди, стріми, подкасти.

Отже, інформаційно-аналітичні ресурси, зокрема у сфері автомобільної журналістики, виконують ряд важливих функцій: просвітницьку (навчання аудиторії щодо технічних та правових питань), орієнтаційну (допомога у виборі, покупці, експлуатації авто, тощо), аналітичну (оцінка тенденцій, змін на ринку), соціальну (формування спільнот за інтересами) та контрольно-критичну (висвітлення проблем, зловживань, недоліків системи). Їх розвиток свідчить про зростання попиту на якісний, професійний і спеціалізований контент.

1.2. Сучасні тенденції розвитку авторських сайтів у сфері автомобільної тематики. Розвиток цифрових технологій і зміна медіаспоживання призвели до стрімкого зростання авторських проєктів у сфері автомобільної журналістики. Авторські сайти, на відміну від класичних ЗМІ, мають менше інституційних обмежень, оперативніші в ухваленні рішень та орієнтуються на нішеву аудиторію, яка шукає не лише новини, а й експертну думку, досвід користування, порівняльні аналізи, аналітику й навіть персоналізовані поради.

Після простого контент-аналізу можна зрозуміти, що сучасні авторські автомобільні сайти формуються як індивідуальні або малі редакції з високим рівнем автономності. Їхніми авторами часто виступають автооглядачі, блогери, журналісти-практики, експерти в галузі автомобільного ринку, або звичайні ентузіасти, які поєднують досвід, аналітику та комунікацію з аудиторією на цифрових платформах. Серед ключових тенденцій розвитку таких сайтів варто виділити наступні риси:

- **Нішевість і спеціалізація.** Авторські сайти зазвичай зосереджуються на вузьких темах: електромобілі, бюджетні авто, преміум-клас, новини ринку України, вторинний ринок, страхування, тест-драйви. Завдяки цьому формується стабільне ядро цільової аудиторії.
- **Інтеграція з соціальними мережами.** Автори активно використовують Телеграм, Ютуб, Інстаграм, Фейсбук та інші соціальні мережі для поширення контенту, зворотного зв'язку, залучення підписників до обговорень. Контент часто адаптується до кожної платформи (короткі відео, рілси, опитування, прямі ефіри).
- **Багатоформатність.** Текстові статті доповнюються відеооглядами, інфографікою, фотогалереями, інтерактивами. Це підвищує залучення аудиторії та збільшує середній час перебування на сайті.
- **Персональний стиль.** Авторські платформи вирізняються індивідуальною подачею матеріалу, унікальним голосом автора, власною позицією, що формує довіру та емоційний зв'язок з читачем.
- **Можливість монетизації.** За рахунок інтеграції реклами, партнерських оглядів, донатів, спонсорства або платного доступу до преміум-контенту.

В Україні тенденції розвитку авторських автомобільних медіа відображають загальносвітові процеси. Наприклад, авторські блоги, як-от “InfoCar”, зуміли перетворити персональний медіапроект у повноцінний контент-ресурс із високою залученістю.

Не менш важливу роль відіграє адаптація до умов війни: автори змінюють фокус із розважального на практичний контент (евакуація, безпека, паливо, перереєстрація авто, зміни в законодавстві), що зміщує пріоритети у бік корисності. Актуальним є також екологічний дискурс — електромобілі, гібриди, урбаністика, розвиток інфраструктури зарядних станцій. Таким чином, сучасні авторські авто-сайти — це гнучкі, адаптивні інформаційно-аналітичні проекти, які поєднують професіоналізм, персональну експертизу та цифрову комунікацію.

Зростання кількості авторських автомобільних сайтів пояснюється також кризою довіри до великих медіа. Користувачі дедалі частіше звертаються до незалежних експертів і блогерів, які мають репутацію фахівців і відкрито комунікують з аудиторією. Такий підхід забезпечує ефект автентичності, а відтак — довіру й сталість споживання контенту. Розвиток подібних ресурсів сприяє підвищенню якості автомобільного контенту в Україні, формуванню нових підходів до журналістики та наближенню медіа до запитів сучасного споживача.

1.3. Приклади аналогічних медіа (аналіз конкурентів). У межах аналізу інформаційного середовища важливо дослідити авторські або комерційні проекти, що функціонують у ніші автомобільної тематики в українському цифровому просторі. Це дозволяє визначити конкурентне поле, окреслити сильні та слабкі сторони аналогічних платформ, а також краще позиціонувати медіапроект AutoNews.UA.

«Auto24» — один із найавторитетніших українських автомобільних порталів, який охоплює широкий спектр тем: новини, тести, аналітику, поради автомобілістам, ринкові огляди, зміни в законодавстві, страхування, вторинний ринок. Був запущений в 2017 році й отримав оновлення в 2024 році [16]. Портал має значну читацьку аудиторію, активно оновлюється та позиціонується як універсальний ресурс для водіїв. Його сильні сторони — регулярне оновлення контенту, професійна редакція,

широка тематика. Слабкою стороною можна вважати досить консервативний формат подачі та часткову відсутність персоналізованої точки зору.

«InfoCar.ua» — медіа, засноване в 2005 році, що спеціалізується на тест-драйвах, оглядах моделей авто, відеоконтенті [19]. На відміну від Auto24, це приклад мультимедійної платформи з розвиненим Ютуб-каналом з аудиторією в понад 780 тисяч підписників, який суттєво підсилює охоплення й вплив ресурсу. Сайт орієнтований як на практичну інформацію (інформація про авто, порівняння моделей), так і на розважальний контент. Його переваги — відеоформат, візуальна якість, експертність. Недоліком є переважно рекламна подача деяких матеріалів.

«Фокус.Авто» — розділ автомобільної тематики на загальнонаціональному новинному порталі «Фокус» [18]. Ресурс висвітлює актуальні новини автоіндустрії, новинки моделей, аналітику ринку, зміни в законодавстві та дорожньому регулюванні. Хоча сайт не є виключно автомобільним, рубрика «Авто» має самостійну редакційну лінію та стабільне оновлення. Серед переваг — оперативність новин, зв'язок із загальнополітичним контекстом, широка читацька аудиторія. Недоліком є обмеженість вузькоспеціалізованого аналітичного контенту та мінімальна кількість відеоформатів.

«Автоцентр» — цифрова версія одного з найдавніших автомобільних друкованих видань України. Портал має великий архів, інтенсивне новинне наповнення та сильний авторитет у галузі [2]. Його контент — класичний, систематизований, проте подекуди застарілий у форматі подачі.

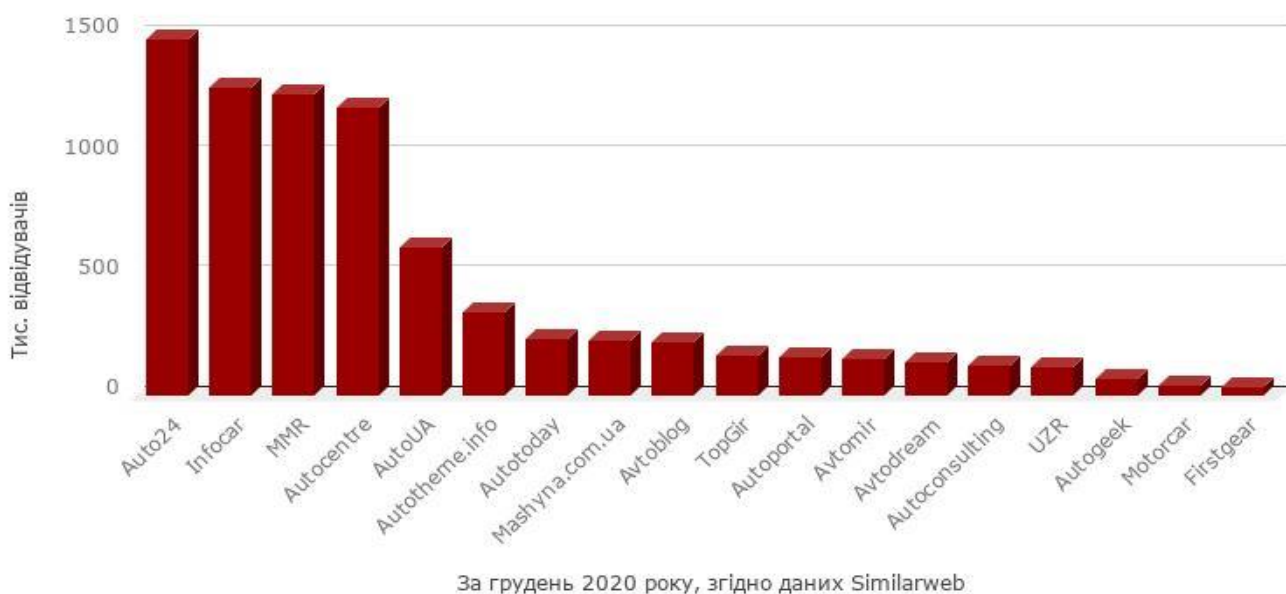
«ТопЖир» — платформа орієнтована переважно на розважальний формат з елементами шоу, оглядами авто в нестандартному ключі, гумором і візуально привабливими тест-драйвами.[9] Видання поєднує огляди та текстові публікації. Основна аудиторія — молодь і автолюбители, які шукають не стільки суху технічну інформацію, скільки видовищну подачу. Попри наявність інформативного контенту, «ТопЖир» менше фокусується на серйозній аналітиці чи локальних проблемах українського ринку. Однак це потужний гравець у створенні емоційного, брендованого автомобільного контенту, що має значний вплив на формування автокультури.

«Автосвіт» — ще один приклад українського видання з тривалою історією. Журнал і сайт спеціалізуються на поєднанні технічних оглядів, порад водіям, новин ринку та практичних рекомендацій [1]. Платформа орієнтована на більш зрілу аудиторію, часто практичного спрямування — автосервіси, експлуатація, безпека, страхування. Сайт «Автосвіт» є прикладом класичної автомобільної журналістики, що зберігає довіру аудиторії завдяки стабільному контенту, відсутності «жовтизни» й орієнтації на корисну інформацію. Разом із тим, у візуальному та мультимедійному аспектах видання дещо поступається новим гравцям ринку.

Аналітичні дані сервісу SimilarWeb за грудень 2020 року (див. Діаграму 1.1.) свідчать про домінування в українському медіаполі сайтів «Auto24», «InfoCar.UA» та «Автоцентр». Актуальні відкриті рейтинги недоступні, оскільки SimilarWeb та подібні сервіси закрили доступ до своїх даних.

До того ж вищезгадані ресурси не публікують власну внутрішню статистику, тому наявні історичні показники залишаються єдиним найточнішим джерелом. Хоча структура ринку після початку повномасштабної війни зазнала певних змін, ці показники все ще залишаються репрезентативними для аналізу конкурентного середовища.

Рейтинг автомобільних новинних сайтів в Україні



Діаграма 1.1. – Рейтинг новинних сайтів в Україні (за даними SimilarWeb)

Проведений контент-аналіз дозволяє дійти висновку, що, попри різноманітність форматів, усі згадані ресурси тяжіють до поєднання інформаційного й практичного контенту, проте їм часто бракує цілісної аналітичної концепції. У цьому контексті AutoNews.UA пропонує поєднання академічного підходу з гнучкістю авторського медіа, акцентуючи на системному аналізі, контексті подій та якісному поясненні тенденцій ринку.

Ці приклади ще раз підкреслюють: AutoNews.UA функціонує у конкурентному, але різноформатному середовищі. Його перевагою є поєднання аналітики, достовірності та сучасної подачі, що дозволяє ефективно займати власну нішу.

Порівняльна характеристика:

- Усі перелічені ресурси є прикладами стабільних платформ із великою аудиторією, здебільшого комерційного спрямування.
- Їхній контент орієнтований переважно на масове споживання, з фокусом на новини, тест-драйви, практичну користь.
- Переважає консервативна структура сайтів, подача без яскраво вираженого авторського голосу або аналітичної суб'єктивності.

AutoNews.UA, на відміну від вищезгаданих проєктів, створюється як авторський інформаційно-аналітичний сайт з індивідуальним стилем, орієнтацією на фокус-теми, суспільну аналітику та дотримання журналістських стандартів. Проєкт має на меті поєднати глибину контенту з сучасною подачею, мультиплатформеністю та активною комунікацією з читачем.

Таким чином, аналіз конкурентного середовища дозволяє окреслити стратегічні орієнтири та визначити власну нішу для AutoNews.UA серед українських автомобільних онлайн-медіа.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА АВТОРСЬКОГО САЙТУ AUTONEWS.UA ЯК ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО РЕСУРСУ

2.1. Концепція й структура сайту. Проєкт AutoNews.UA створено у відповідь на зростаючу потребу у якісному авторському ресурсі, що поєднуватиме оперативність новинної подачі з глибиною аналітичного осмислення. Основна ідея сайту полягає в поєднанні журналістської відповідальності, нішевої тематики та актуального формату подачі матеріалу.

Фокусом сайту є автомобільна тематика, подана через призму змін у законодавстві, ринкових тенденцій, інфраструктурних трансформацій, розвитку новітніх технологій і досвіду водіїв в умовах воєнного часу. Про це також свідчить слоган ресурсу “AutoNews.UA – сайт для активних фанатів автоіндустрії”.

AutoNews.UA — це авторський підхід, заснований на суб’єктивному баченні редактора, але з обов’язковим дотриманням журналістських стандартів. Такий формат дозволяє поєднати експертність і доступність, академічну аналітику і популярну мову викладу, широке охоплення тем і чітку структурованість.

Місія проєкту — створення надійного джерела аналітичної інформації з автомобільної тематики, що буде корисним як для фахової, так і для широкої аудиторії. Сайт орієнтується на читачів, які прагнуть не лише знати факти, а й розуміти їхні причини, наслідки та контекст.

Концептуальні засади сайту:

- **Тематика:** автомобільна сфера (новини, ринок, законодавство, огляди, техніка, урбаністика, екологія).
- **Цінності:** достовірність, глибина, етичність, аналітичність, інноваційність.
- **Формати:** текстові матеріали, фотогалереї, відео, інфографіка, блоги, дайджести.

Структура сайту AutoNews.UA: сайт реалізовано на платформі WordPress — зручному й універсальному інструменті для створення авторських медіа. Дана платформа дозволяє реалізовувати сайт на безоплатній основі протягом року, без втрати критично-важливих функцій у сфері UI/UX.

Це також важливий аспект, оскільки відсутність вартості запуску й підтримки сайту дозволяє спрямовувати кошти на залучення нових фахівців до команди, чи покращення пілотних форматів проєкту. Структура ресурсу передбачає наявність таких основних розділів:

- **Головна сторінка** — огляд найважливіших новин і матеріалів, візуальні елементи (слайдери, прев'ю статей);
- **Новини** — розділ коротких інформаційних повідомлень про актуальні події в Україні та світі (авторинок, події, новинки, теми електротранспорту, інновацій, мобільності, урбаністики);
- **Огляди** — тест-драйви, суб'єктивні огляди моделей авто, порівняльні аналізи;
- **Блоги** — авторські колонки, репліки, враження, міні-розслідування;
- **Контакти** — місце для ознайомлення з принципами роботи та можливості фідбеку;

Такий поділ сприяє чіткому розмежуванню тематичних блоків і дозволяє аудиторії швидко знаходити необхідну інформацію. Сайт також має адаптацію під мобільні пристрої, зрозумілу навігацію, інтеграцію з соціальними мережами та оптимізацію для пошукових систем (SEO).

Візуал сайту (Додаток А) виконано в жовто-чорних тонах, що створюють унікальний стиль і дозволяють платформі AutoNews.UA виділятися на фоні конкурентів, що використовують переважно сині, червоні, або білі кольори. В майбутньому загальний дизайн сайту може бути змінений, аби він залишався актуальним та не втрачав своєї привабливості.

Актуальний візуал і функціонал не можна вважати сталим, оскільки він потребує суттєвого покращення від фахівця зі сфери UI/UX. Однак, поточна версія вирізняється наявністю необхідних розділів, зокрема простою для сприйняття головною сторінкою, а також привабливим “підвалом” з новинами.

2.2. Цільова аудиторія. Цільова аудиторія сайту AutoNews.UA визначається через призму інтересу до автомобільної тематики, стилю споживання інформації та рівня цифрової компетентності. Головною характеристикою аудиторії є потреба в

достовірній, аналітичній та тематично спеціалізованій інформації, яка стосується транспортної сфери, новин законодавства, оглядів новинок ринку, технічних характеристик автомобілів, умов купівлі-продажу, безпеки дорожнього руху та ін.

Для платформи AutoNews.UA за методикою 5W Марка Шеррінгтона [3] було виділено кілька ключових груп аудиторії (детальні дані наведено в таблиці в Додатку Б):

- **Автомобілісти-практики (25–55 років):** це люди, що мають власний автомобіль, слідкують за змінами в цінах на паливе, технічними оновленнями та автоновинками. Вони зацікавлені у прикладній інформації — тест-драйвах, порадах щодо вибору авто, роз'ясненнях щодо нових правил дорожнього руху чи митного законодавства.
- **Молодь, яка планує придбати авто (18–25 років):** студенти, молоді фахівці, які активно шукають інформацію про перші автомобілі, електромобілі, альтернативні варіанти транспорту, умови кредитування або розмитнення. Ця аудиторія часто споживає інформацію через смартфони, віддає перевагу відеоформатам, коротким інфографікам і дайджестам.
- **Фахівці з транспортної сфери, урбаністи, аналітики:** професійна спільнота, зацікавлена в розширеному контенті з аналітикою, глибокими оглядами ринку, експертними думками. Ця група цінує систематизованість, якість джерел та авторитетність автора.
- **Журналісти, блогери, медіааналітики:** ця група цікавиться формою подачі, підходами до побудови матеріалів, темпами оновлення сайту, структурою проєкту. Вони використовують сайт як джерело референтного контенту для створення власних матеріалів.

Важливим критерієм також є **географія аудиторії**: сайт орієнтований переважно на українську аудиторію, однак не виключає залучення користувачів з-за кордону (емігрантів, діаспори), які цікавляться ситуацією на українському авторинку. Крім того, платформа пропонуватиме корисну інформацію для представників інших країн, зокрема актуальні ціни на паливе, оренду автомобілів, тощо.

Варто зазначити, що залученість аудиторії може змінюватись залежно від тематики. Так, наприклад, тема електромобільності переважно цікава жителям західних та центральних регіонів, новини законодавства збирають перегляди з усіх регіонів нашої країни.

2.3. Контент-стратегія. Контент-стратегія AutoNews.UA визначає логіку створення та поширення матеріалів, що забезпечує ефективність комунікації з цільовою аудиторією, підвищення рівня її залученості та формування довіри до ресурсу. Вона поєднує класичні стандарти журналістики з вимогами сучасного цифрового середовища.

Основні рубрики контенту:

- **Новини.** Короткі інформаційні повідомлення (до 2000 знаків), що висвітлюють ключові події автомобільної сфери в Україні та світі. Основний акцент робиться на змінах у законодавстві, тенденціях українського авторинку, інноваціях і питаннях безпеки. Цей тип контенту в майбутньому може бути розділений на менші підрубрики.
- **Аналітика.** Розгорнуті матеріали (4000–6000 знаків), що пояснюють причини й наслідки подій, містять прогнози, експертні коментарі, інфографіку. Цей формат орієнтований на професійну аудиторію та тих, хто хоче отримати глибше розуміння теми.
- **Огляди й тест-драйви.** Практичні матеріали з візуальним наповненням (фотогалереї, відео), що допомагають користувачам оцінити технічні характеристики, ергономіку та експлуатаційні якості автомобілів.
- **Еко-авто.** Статті про електромобілі, гібриди, альтернативне паливо, інфраструктуру зарядних станцій, урбаністичні рішення. Ця рубрика формує нову культуру споживання транспорту.
- **Блоги.** Авторські колонки та репліки з елементами суб'єктивності, що створюють унікальний стиль ресурсу та дозволяють вибудувати емоційний зв'язок з аудиторією.

Частота публікацій:

- новини — щодня (2-4 матеріали);
- аналітичні тексти — 1–2 рази на тиждень;
- огляди/тест-драйви — щомісяця;
- блоги — за наявності інфоприводу чи актуальної події.

Подібний графік публікацій дозволяє підтримувати періодичність та систематичність оновлення, що є ключовим фактором залучення аудиторії та підвищення довіри до сайту. Крім того, така систематичність формуватиме довірливі зв'язки з аудиторією, оскільки читачі зможуть розраховувати на появу конкретного типу контенту через певний час. (Приклад інформаційних матеріалів наведено в Додатку В).

Мультимедійність і формати: Сайт AutoNews.UA інтегрує різні формати подачі — текстові матеріали, фотогалереї, відео, інфографіку, інтерактиви. Використання мультимедіа підвищує зрозумілість матеріалів, робить їх привабливішими та сприяє поширенню в соціальних мережах. Такі можливості, як, наприклад, інтеграція відео з Ютуб на сайт, в подальшому майбутньому може позитивно вплинути на розвиток власного бренду в соціальних мережах, що, як наслідок, також підвищить його авторитет та впізнаваність серед аудиторії.

Тональність і стиль подачі: Ресурс поєднує експертність із доступністю. Тексти написані зрозумілою мовою, без надмірної технічної термінології, але з інформативним поясненням термінів, а також дотриманням журналістських стандартів (баланс думок, точність, перевірка джерел). Такий підхід дозволить охопити як професійну спільноту, так і широку аудиторію.

Особливий акцент: AutoNews.UA приділяє увагу локальним українським темам: зміни в митному й дорожньому законодавстві, ситуація з цінами на пальне на АЗК, ринок вживаних та нових авто в умовах війни, специфіка української інфраструктури. Саме завдяки цьому контент проєкту набуває актуальності та відмінності від міжнародних аналогів.

Таким чином, контентна стратегія AutoNews.UA повністю узгоджується з концепцією проєкту — створювати корисний, достовірний та аналітичний контент,

який не лише інформує, а й формує критичне мислення аудиторії. Поєднання якісної журналістики та сучасних форматів подачі забезпечує конкурентоспроможність ресурсу в українському медіапросторі.

2.4. Технічна реалізація сайту AutoNews.UA. Технічна реалізація сайту AutoNews.UA здійснювалася на базі системи управління контентом WordPress, яка є одним із найпопулярніших інструментів для створення сучасних медіапроектів. Вибір цієї платформи зумовлений її відкритістю, гнучкістю, великою спільнотою розробників та широкими можливостями кастомізації без потреби у глибоких знаннях програмування.

WordPress дозволяє швидко публікувати контент, інтегрувати мультимедіа, налаштовувати візуальну структуру сайту, а також забезпечує базовий рівень безпеки та SEO-оптимізації. Для AutoNews.UA було використано базову тему з адаптивним дизайном, що автоматично підлаштовується під різні типи пристроїв — комп'ютери, планшети, смартфони. Це відповідає сучасним вимогам до користувацького досвіду (UX) і забезпечує комфортне сприйняття контенту на будь-якому екрані.

Для підвищення функціональності сайту було інтегровано низку плагінів, які відповідають за аналітику, SEO, оптимізацію швидкодії та взаємодію з користувачами:

- Yoast SEO – інструмент для створення метаданих, ключових слів, покращення структури сторінок та аналізу читабельності текстів;
- Jetpack – універсальний плагін для статистики, аналітики трафіку, соціального поширення та захисту від спаму;
- WP Super Cache – забезпечує кешування сторінок і прискорює завантаження сайту;
- Elementor – візуальний конструктор сторінок, який дозволив гнучко налаштувати розміщення контентних блоків;
- Site Kit by Google – забезпечує інтеграцію з Google Analytics, Search Console і AdSense для моніторингу ефективності ресурсу;
- Contact Form 7 – реалізує функцію зворотного зв'язку між читачами та автором.

Використання цих інструментів дозволило зробити сайт технічно стабільним, швидким і зручним у підтримці, що є ключовими факторами для медіаресурсу з регулярним оновленням контенту. На етапі реалізації було проведено базову пошукову оптимізацію для підвищення видимості ресурсу в мережі. Зокрема:

- оптимізовано структуру URL-адрес (людинозрозумілі посилання);
- налаштовано метаописи (meta description) для кожної сторінки;
- додано alt-теги до всіх зображень для поліпшення SEO-індексації;
- створено внутрішню перелінковку між розділами;
- визначено основні ключові запити (“автоновини Україна”, “електромобілі”, “тест-драйв”, “зміни в законодавстві для водіїв” тощо).

Результатом є підвищення позицій у пошукових системах і покращення показників залученості користувачів. Зважаючи на те, що понад 70% користувачів споживають медіаконтент зі смартфонів, сайт розроблено за принципом першочергової адаптації для них — тобто дизайн і структура спершу тестуються для мобільних пристроїв, а потім масштабуються для більших екранів.

Користувацький інтерфейс побудований за принципами UX-дизайну:

- інтуїтивна навігація;
- логічна структура меню;
- контрастна типографіка;
- зручне розташування інтерактивних елементів.

Для забезпечення стабільності та захисту сайту використано плагін Wordfence Security, який блокує спроби несанкціонованого доступу, виявляє спам-ботів та підозрілі активності. Система WordPress автоматично створює резервні копії бази даних, що дозволяє швидко відновити ресурс у разі технічних збоїв.

За допомогою Google Analytics відстежується активність відвідувачів, їхні інтереси, джерела трафіку та поведінка на сайті. Це дає змогу коригувати контентну політику, а також визначати найпопулярніші теми й формати публікацій.

WordPress є одним із найпоширеніших інструментів для створення журналістських ресурсів у світі. Його перевага полягає у відкритій архітектурі,

гнучкому налаштуванні шаблонів і дружньому інтерфейсі, який не вимагає знань програмування.

Навіть у безкоштовному тарифі доступні всі базові можливості для професійного медіа: створення категорій і тегів, планування публікацій, візуальне редагування, вбудовування відео з Ютуб або інтерактивних елементів. Завдяки цьому AutoNews.UA може розвиватися поступово, нарощуючи контент без втрати якості або потреби у складному технічному обслуговуванні.

У перспективі передбачається можливість переходу сайту на платний тариф WordPress або, в якості альтернативи — на власний домен autonews.ua, що розширить функціональність. Це дасть змогу підключити SEO-плагіни (Yoast SEO або Rank Math), аналітику Google Search Console, систему підписки на оновлення, а також інтегрувати коментарі через соціальні мережі.

Крім того, з'явиться змога додати інструменти монетизації (Google AdSense, нативна реклама), а також інтерактивні сервіси — калькулятори вартості розмитнення, інтеграцію з Google Maps тощо. Таким чином, технічна база AutoNews.UA має потенціал до розширення, що забезпечує гнучкість і стабільність розвитку.

Отже, таким чином, технічна реалізація AutoNews.UA ґрунтується на ефективному використанні безкоштовних можливостей платформи, що дозволяє забезпечити стабільну роботу сайту, доступність для широкої аудиторії та базову пошукову оптимізацію.

РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ТА ПРОСУВАННЯ AUTONEWS.UA

3.1. Присутність у соціальних мережах. У сучасному медіапросторі соціальні мережі є невід’ємним інструментом комунікації, просування контенту та формування лояльної аудиторії. Для авторського інформаційно-аналітичного ресурсу AutoNews.UA соціальні платформи відіграють стратегічну роль, адже саме через них здійснюється поширення матеріалів, зворотний зв’язок із читачами та побудова брендової впізнаваності.

Комунікаційна політика AutoNews.UA базується на принципі мультиплатформеності — поєднанні кількох соціальних мереж, кожна з яких виконує свою функцію у взаємодії з аудиторією. Такий підхід забезпечує стабільне охоплення, гнучкість форматів і персоналізовану подачу контенту відповідно до особливостей кожної платформи.

Фейсбук використовується насамперед для поширення аналітичних публікацій, новин і організації тематичних обговорень у коментарях. Завдяки алгоритмічним особливостям платформи досягається органічне залучення користувачів через участь у групах, репости та рекламні публікації. Це дозволяє розширювати охоплення без значних фінансових витрат, а також формувати професійну спільноту навколо теми автомобільної журналістики.

Інстаграм орієнтований на візуальну комунікацію — тут публікуються фотографії нових моделей автомобілів, короткі відеофрагменти тест-драйвів, сторіз із новинами ринку та бекстейдж-матеріалами. Через цю платформу формується візуальний імідж бренду, розвивається впізнаваність AutoNews.UA та підтримується емоційна залученість аудиторії.

Telegram, хоча й залишається популярним серед українських медіа, у випадку AutoNews.UA не розглядається як основний канал комунікації. Практика провідних автомобільних проєктів (зокрема Auto24 та Автоцентр) показала, що Telegram-канали з цієї тематики мають низький рівень залученості та не забезпечують стабільного трафіку на сайт. Алгоритми платформи не сприяють органічному росту, а набір аудиторії вимагає значних ресурсів і додаткової реклами. Тому використання

Telegram у стратегії AutoNews.UA вважається недоцільним на початковому етапі розвитку — натомість увага зосереджується на ефективніших платформах, таких як Фейсбук та Інстаграм.

Ютуб, навпаки, є перспективною платформою для майбутнього розвитку AutoNews.UA, однак потребує значних фінансових і людських ресурсів. Створення якісних відеооглядів, тест-драйвів, інтерв'ю з експертами вимагає технічного забезпечення, монтажу, сценарної роботи й маркетингової підтримки. На стартовому етапі реалізації проєкту від створення відеоконтенту на Ютубі вирішено відмовитися, оскільки головним завданням є формування стабільного текстового та аналітичного контенту на сайті.

Водночас у перспективі запуск Ютуб-каналу може стати стратегічним кроком, який дозволить суттєво розширити аудиторію та підсилити мультимедійний потенціал проєкту.

Таким чином, у поточній комунікаційній моделі пріоритетними платформами для AutoNews.UA є Фейсбук та Інстаграм, які забезпечують максимальний рівень взаємодії з користувачами та дають змогу будувати довготривалу комунікацію з цільовою аудиторією. Ютуб розглядається як потенційний пріоритетний напрям розвитку в подальшій перспективі, що може бути інтегрований у стратегію після зміцнення ресурсної бази й розширення команди.

Крім поширення контенту, соціальні мережі виконують аналітичну функцію. Вони дозволяють відстежувати рівень залученості, перегляди, коментарі, кліки на посилання, збереження публікацій і час взаємодії користувачів із матеріалом. Ці показники використовуються для корекції контентної стратегії та оптимізації часу публікацій. Таким чином, соціальні платформи не лише поширюють інформацію, а й стають важливим інструментом зворотного зв'язку, який допомагає вдосконалювати роботу медіапроєкту.

Окремо варто підкреслити іміджеву функцію соціальних мереж. Вони формують “тон голосу” AutoNews.UA — сучасного, професійного, відкритого до діалогу медіа, що орієнтується на чесність, прозорість і повагу до читача. Через уважну модерацію коментарів, швидке реагування на запити користувачів і якісну

комунікацію у форматі “автор–аудиторія” соціальні мережі підсилюють довіру до бренду. Це допомагає не лише збільшувати кількість підписників, а й формувати спільноту постійних читачів, які ідентифікують себе з медіапроектом.

Загалом, присутність AutoNews.UA у соціальних мережах спрямована на побудову комплексної системи взаємодії з аудиторією. Комбінація різних платформ забезпечує баланс між швидкістю подачі інформації, глибиною аналітики та візуальною привабливістю контенту. Такий підхід дозволяє проекту не лише поширювати матеріали, а й формувати навколо себе активну, зацікавлену спільноту, що є ключовим чинником успіху сучасного цифрового медіа.

3.2. Стратегії розвитку соціальних мереж. Ефективна присутність AutoNews.UA у соціальних мережах є одним із ключових елементів комунікаційної стратегії проекту. Соціальні платформи забезпечують не лише поширення контенту, але й формування спільноти, взаємодію з аудиторією та підвищення впізнаваності бренду.

В умовах сучасного цифрового середовища соціальні мережі виступають основними каналами для просування нішевих медіа, оскільки забезпечують швидку реакцію аудиторії, зручність споживання контенту та можливість точного аналізу результатів комунікації.

Стратегії розвитку соціальних мереж AutoNews.UA орієнтовані на три основні платформи — Фейсбук, Інстаграм та Ютуб (з перспективою запуску). Кожна з них має власну специфіку, алгоритми та аудиторські поведінкові моделі, що визначає різні підходи до формату, частоти та стилю подачі контенту.

Фейсбук є ключовою соціальною платформою для AutoNews.UA, оскільки має високу частку користувачів, зацікавлених у новинах, аналітиці та тематичних дискусіях. Аудиторія Фейсбук одного віку з аудиторією AutoNews.UA й характеризується більшою увагою до аналітичного контенту, практичних матеріалів і обговорень, що відповідає концепції AutoNews.UA як інформаційно-аналітичного ресурсу.

Основні цілі використання Фейсбук:

- залучення органічного трафіку на сайт;
- формування стабільної спільноти читачів;
- стимулювання взаємодії через коментарі, репости та групи;
- поширення новинного та аналітичного контенту.

Формати контенту для Фейсбук:

1. **Новинні пости** з короткими підсумками подій і посиланням на повні матеріали на сайті.
2. **Аналітичні добірки** — огляди ринку, зміни законодавства, пояснення складних тем.
3. **Візуалізовані пости** (інфографіка, порівняльні таблиці, фото нових моделей авто).
4. **Пости-дискусії** з питаннями до аудиторії: *«Що думаєте про нові правила розмитнення?»*, *«Який електромобіль здається найоптимальнішим у 2025 році?»*.
5. **Лінк-пости** із заголовками, які максимально ефективно ведуть трафік на сайт.

Частота публікацій:

- 1–2 пости щодня, включно з вихідними.
- Вечірні та ранкові часові слоти (07:00–10:00 і 18:00–21:00) — найбільш ефективні для української аудиторії.

Механізми просування:

- розміщення постів у тематичних групах (автофорум, автоновини, ринок вживаних авто);
- використання Facebook Events та Facebook Notes для важливих тем;
- мінімальна кількість платної реклами на старті — лише під окремі матеріали з потенціалом високого охоплення;
- робота з коментарями для формування довірливої комунікації.

Фейсбук виступає основним джерелом початкового зростання AutoNews.UA, оскільки забезпечує поєднання новинності, аналітики та соціальної взаємодії.

Водночас Інстаграм орієнтований на візуальний формат, що дозволяє створити сильний імідж AutoNews.UA як сучасного, динамічного та естетично впізнаваного медіа. Аудиторія Інстаграм молодша, тому активно реагує на короткі відео, сторіз і візуальні добірки, тому контент на цій платформі має бути більш емоційним, простим і доступним.

Цілі Інстаграм у межах проєкту:

- формування візуальної ідентичності AutoNews.UA;
- залучення молодшої аудиторії (18–30 років);
- підвищення впізнаваності бренду;
- перенаправлення трафіку на сайт через сторіз і рілси.

Формати контенту:

- Reels (короткі відео до 15–30 секунд): огляди моделей, фрагменти тест-драйвів, новинки автопрому.
- Каруселі: добірки (топ-5 авто, зміни ПДР, порівняння моделей).
- Інфографіка: тарифи на пальне, ціни на авто, інфраструктурні зміни.
- Stories: опитування, реакції на новини, анонси публікацій.
- Brand content: фірмовий жовто-чорний стиль, логотип, автентичні теми.

Частота публікацій:

- 3–4 пости на тиждень;
- 5–10 сторіз щоденно;
- 2–3 Reels на тиждень.

Принципи роботи з аудиторією:

- використання стикерів-опитувань та реакцій у сторіз;
- регулярні репліки: «*Читай повну версію у нас на сайті*», «*Збережи, щоб не загубити*»;
- робота з хештегами (автомобільні, регіональні, тематичні);
- публікація контенту в пікові години: 12:00–14:00 та 19:00–23:00.

Інстаграм виконує функцію брендингу та емоційної комунікації, що підсилює ефективність інших платформ.

Ютуб є потенційним каналом масштабування AutoNews.UA, однак реалізація цього напрямку вимагає значних ресурсів. На початковому етапі створення сайту фокус зосереджений на текстовому контенті, однак у перспективі запуск YouTube стане важливою частиною мультимедійного розвитку.

Причини відтермінування запуску каналу:

- потреба у професійній відеозйомці та монтажі;
- необхідність команди (оператор, монтажер, звукорежисер, копірайтер);
- висока вартість продакшену;
- конкуренція з уже сформованими каналами (InfoCar, ТопЖир, Автоцентр).

Перспективні формати YouTube для AutoNews.UA:

- експлейнери (зміни законодавства, правила розмитнення, нові регуляції);
- огляди авто (короткі відео 5–7 хвилин);
- порівняльні тести: «Яке авто обрати за 10 000\$?»;
- аналітичні сюжети: тенденції ринку, інфраструктурні проекти, електромобільність;
- формат «авторської думки» з включенням особистої позиції автора.

Переваги YouTube у перспективі:

- довготривалий ефект від контенту (відео працюють роками);
- підвищення авторитетності медіа через живий формат подачі;
- розширення аудиторії за межі соціальних мереж;
- можливість монетизації в майбутньому.

Ефективність комунікаційної стратегії також можна підвищити завдяки інтегрованому використанню вищезгаданих платформ. Кожна соціальна мережа виконує свою роль, проте в комплексі вони здатні створити універсальну систему з охоплення та залучення аудиторії. Принципами крос-платформеності в даному випадку є: єдина візуальна стилістика, спільні теми для різних форматів, перехресне поширення та стратегія повторного використання контенту. Переваги такого підходу полягають в збільшенні охоплення, економії ресурсів та підвищенні впізнаваності бренду.

3.3. Пошукова оптимізація. Ефективність функціонування інформаційно-аналітичного ресурсу значною мірою залежить від його видимості у пошукових системах. Пошукова оптимізація (Search Engine Optimization, SEO) — це сукупність технічних і контентних заходів, спрямованих на підвищення позицій сайту в результатах пошуку та забезпечення стабільного органічного трафіку. Для авторського проєкту AutoNews.UA SEO-стратегія відіграє ключову роль, оскільки саме від її ефективності залежить рівень охоплення матеріалів і зростання аудиторії без додаткових фінансових витрат на рекламу.

Оптимізація ресурсу здійснюється у двох напрямках — внутрішньому (on-page SEO) та зовнішньому (off-page SEO).

Внутрішня оптимізація передбачає роботу безпосередньо зі структурою сайту та його контентом. Зокрема, під час створення AutoNews.UA було враховано такі ключові принципи:

- чітка логічна структура сайту (розділи «Новини», «Аналітика», «Огляди», «Еко-авто», «Блоги»), що полегшує навігацію та індексацію сторінок;
- оптимізація заголовків і підзаголовків за ключовими словами («автоновини України», «огляд електромобіля», «тест-драйв Toyota» тощо);
- правильне використання мета-тегів title і description, які відображаються у результатах пошуку;
- адаптація зображень (стиснення розміру) для підвищення швидкості завантаження сторінок;
- впровадження внутрішньої перелінковки між матеріалами — посилення з аналітичних статей на новини чи блоги, що покращує час перебування користувача на сайті.

Окрему увагу приділено семантичному ядру — набору ключових слів, за якими користувачі здійснюють пошук автомобільної інформації. Під час наповнення сайту враховуються запити на кшталт «ціни на авто в Україні 2025», «нові правила розмитнення», «огляд електрокарів», що дозволяє формувати релевантні тексти й збільшувати відвідуваність через органічний пошук.

Зовнішня оптимізація передбачає нарощування посилальної маси та формування репутації ресурсу через згадки на інших платформах. Для цього застосовується розміщення гостьових публікацій, посилань у тематичних блогах, автомобільних форумах та соціальних мережах. Такі дії сприяють підвищенню авторитетності домену (domain authority) і покращують позиції сайту в рейтингу Google.

Важливим елементом сучасного SEO є мобільна оптимізація. Оскільки більшість користувачів споживає інформацію через смартфони, сайт AutoNews.UA адаптований для мобільних пристроїв. Усі сторінки автоматично підлаштовуються під розмір екрана, а швидкість завантаження збережена навіть при повільному з'єднанні. Це відповідає рекомендаціям Google Mobile First Indexing, що покращує індексацію та знижує показник відмов.

Для аналітики та контролю результатів використовуються інструменти Google Search Console і Google Analytics, які дозволяють відстежувати запити користувачів, джерела трафіку, CTR (Click Through Rate) і показники поведінки на сайті. На основі цих даних проводиться корекція контентної політики, зокрема оптимізація ключових слів і структури заголовків.

Крім того, SEO-стратегія AutoNews.UA передбачає поступове впровадження контент-маркетингових підходів — створення аналітичних статей і гідів, що мають довгострокову цінність для пошукових систем. Такий підхід дозволяє не лише підвищити рейтинг сайту, а й закріпити його репутацію як експертного джерела у сфері автомобільної тематики.

Таким чином, пошукова оптимізація AutoNews.UA є невід'ємним елементом комунікаційної стратегії проєкту. Вона спрямована не лише на технічне покращення видимості сайту, а й на забезпечення стабільного органічного зростання аудиторії через якісний контент, структурну логіку й релевантність матеріалів до реальних запитів користувачів.

3.4. Аналітика і плани розвитку. Аналіз ефективності функціонування інформаційно-аналітичного ресурсу є ключовим етапом для визначення подальших напрямів розвитку проєкту. У контексті AutoNews.UA аналітика дає змогу оцінити

рівень охоплення аудиторії, якість взаємодії користувачів із контентом, а також визначити сильні та слабкі сторони комунікаційної стратегії.

На початковому етапі впровадження сайту використовуються базові інструменти веб-аналітики, серед яких Google Analytics і WordPress Statistics. Вони дозволяють відстежувати кількість відвідувань, джерела трафіку, середню тривалість перебування користувачів на сторінках, показники відмов і найпопулярніші рубрики. На підставі цих даних формується динамічна картина поведінки аудиторії, що є основою для корекції контентної та SEO-стратегії.

Важливу роль відіграє аналіз залученості: кількість коментарів, поширень, реакцій у соціальних мережах та зворотного зв'язку через форму «Контакти». Такі метрики свідчать не лише про кількісні показники аудиторії, а й про якість комунікації — наскільки контент проєкту викликає інтерес, довіру та емоційний відгук.

На основі цих спостережень визначаються теми, формати й рубрики, а також платформи, що приносять найкращі результати. Наприклад, публікації, пов'язані з реформами у сфері розмитнення авто чи оглядами електромобілів, демонструють вищий рівень переглядів і взаємодії.

Подальший розвиток AutoNews.UA передбачає розширення системи аналітики за рахунок підключення Google Search Console для моніторингу ключових запитів, а також Hotjar для аналізу поведінки користувачів на сторінках (теплові карти, кліки, скролінг). Це дозволить глибше зрозуміти, як саме відвідувачі споживають контент, які розділи привертають найбільшу увагу, а які потребують редизайну чи додаткового інформативного наповнення.

У стратегічному вимірі розвиток AutoNews.UA планується за кількома напрямками:

- Мультимедійна експансія — поступове впровадження відеоконтенту, інфографіки, подкастів для розширення охоплення аудиторії.
- Редакційне зростання — залучення нових авторів, експертів з автомобільної галузі та фахівців із цифрового маркетингу.

- Інтерактивність — впровадження опитувань, інтерактивних тестів і форм зворотного зв'язку для підвищення рівня взаємодії користувачів.
- Мобільний додаток — розроблення мобільної версії або Progressive Web App (PWA), що забезпечить швидкий доступ до матеріалів та push-сповіщення про новини.
- Партнерські колаборації — співпраця з автомобільними компаніями, сервісами техобслуговування, дилерами, що дозволить отримати актуальні дані та підвищити рівень експертності матеріалів.

Такий підхід є особливо важливим для авторського медіа, адже формування лояльної спільноти часто залежить від індивідуального стилю, експертності автора та здатності відповідати на актуальні інформаційні запити.

Крім того, у межах планування подальшого розвитку AutoNews.UA не слід також нехтувати регулярним аудитом конкурентів, що включатиме порівняння динаміки публікацій, їх тематик, структури, а також популярних форматів. Аналіз роботи лідерів ринку («Auto24», «InfoCar» чи «Автоцентр») дозволить оперативно скорегувати контент-стратегію та дизайн ресурсу. Крім того, таке порівняння дозволить виявити теми, які ще не охоплені конкурентами, і запропонувати їх власній аудиторії.

Не менш перспективним напрямом розвитку аналітичної системи AutoNews.UA є впровадження інструментів автоматизації, які дозволяють оперативно отримувати ключові показники ефективності без ручного моніторингу. Використання сервісів автоматичних дашбордів (Google Looker Studio або аналогів) забезпечить візуалізацію даних у реальному часі, що дасть змогу швидко реагувати на зміни трафіку, провали у видачі пошуку чи зростання інтересу до певних тем. Автоматизація також полегшує стратегічне планування, дозволяючи побачити довготривалі тренди та прогнозувати розвиток аудиторії.

Аналітика також відіграє ключову роль у виявленні ризиків, які можуть впливати на розвиток AutoNews.UA. До них належать: сезонні коливання інтересу до автомобільної тематики, зміни алгоритмів соціальних мереж, поява нових конкурентів і законодавчі зміни, що впливають на контент. Враховуючи ці фактори,

стратегія розвитку має бути адаптивною: передбачати можливість оперативної зміни тематики, формату або інтенсивності публікацій. Гнучкість дозволяє мінімізувати негативні наслідки зовнішніх факторів і підтримувати стабільний інтерес аудиторії.

Окремо розглядається перспектива монетизації ресурсу. Вона може реалізовуватись через рекламні інтеграції, партнерські огляди, створення спецпроектів та нативну рекламу, однак лише за умови збереження незалежності редакційної політики. Пріоритетом залишається достовірність інформації, дотримання стандартів журналістики та етичних норм.

Підсумовуючи, можна зазначити, що аналітика AutoNews.UA є не лише інструментом контролю ефективності, а й засобом стратегічного планування. Вона сприяє оптимізації контенту, підвищенню якості взаємодії з аудиторією та формуванню перспектив розвитку ресурсу як сучасного, динамічного та впливового медіапроекту в українському автомобільному сегменті.

ВИСНОВКИ

Проект «AutoNews.UA» успішно реалізовано як повноцінний авторський інформаційно-аналітичний сайт, що поєднує новинну, аналітичну та оглядову тематику автомобільної сфери. Запуск здійснено на платформі WordPress з нішевою тематикою (новинки авторинку, інфраструктури, електромобільності й законодавства). Такий підхід продемонстрував низку недоліків та переваг.

Базова технічна інфраструктура (адаптивний дизайн, плагіни для SEO та аналітики) налаштована, що забезпечило стартовий рівень функціональності та готовність до подальшого розвитку. Створено рубрикацію з розділами, розроблено стилі публікацій, впроваджено фірмову візуальну стилістику в жовто-чорних тонах.

Однак, очікувано, подібний рівень не приніс рекордних переглядів – відвідуваність сайту залишається надзвичайно низькою, порівняно з ресурсами вищезгаданих конкурентів. Попри це створення сайту стало прикладом того, як індивідуальний проект може бути успішно структурований і представлений у форматі повноцінного медіа, що поєднує оперативність новинного висвітлення з глибиною аналітичних матеріалів.

Використання WordPress дозволило досягнути балансу між бажаною функціональністю, технічною доступністю та привабливим дизайном. Це особливо важливо для проекту, що перебуває на етапі початкового становлення та створення власного бренду.

Водночас про комплексний підхід реалізації проекту свідчить створена структура, робота над дизайном, формування контентної політики, розробка стратегії присутності в соціальних мережах і впровадження базової аналітики. Робота над AutoNews.UA довела актуальність поставлених завдань. На етапі концептуального створення вдалося визначити нішу майбутнього ресурсу, аргументувати потребу в незалежному авторському виданні про автомобільну тематику та здійснити огляд існуючих українських медіа, що працюють у цьому сегменті.

Проведений аналіз конкурентів дозволив окреслити слабкі та сильні сторони конкурентів та власного ресурсу, виокремити недооцінені формати подачі інформації й обґрунтувати модель позиціонування AutoNews.UA.

Робота над структурою сайту відповідала поставленим завданням: сформовано логічний перелік рубрик, підбрано оптимальний шаблон оформлення, створено навігаційно зрозумілу архітектуру сторінок, яка поєднує мінімалістичний дизайн із функціональністю. У процесі наповнення сайту матеріалами було реалізовано редакційну політику, орієнтовану на коректну, перевірену та суспільно значущу інформацію, а також запропоновано авторські огляди й аналітику, які формують індивідуальне обличчя медіа.

Комунікаційна стратегія теж відповідає визначеним завданням. У процесі дослідження визначено, що на початковому етапі найбільш оптимальними платформами серед соціальних мереж є Фейсбук та Інстаграм, тоді як Ютуб залишається перспективною нішею, оскільки використання відеоконтенту демонструє високу конкурентоздатність на ринку автомобільних медіа, проте потребує значно більших ресурсів. Водночас Телеграм не підходить для залучення, оскільки не приносить швидкого приросту аудиторії.

Важливим складником реалізації AutoNews.UA стала аналітика, що дала змогу оцінити стартову ефективність роботи ресурсу. Використання WordPress Statistics і Google Analytics на початковому етапі дозволило визначити джерела трафіку, показники відмов, час перебування на сайті та популярність окремих рубрик.

Ці дані стали основою для подальшого вдосконалення контентної стратегії, визначення тематик, що викликають найбільший інтерес у читачів, та формування подальших планів розвитку. Водночас робота ресурсу продемонструвала потребу в розширенні аналітичного інструментарію — зокрема, за рахунок підключення Google Search Console та Hotjar, що забезпечать глибше розуміння того, як користувачі взаємодіють із сайтом.

Фінальне узагальнення показників показало, що AutoNews.UA набув ознак повноцінного інформаційно-аналітичного медіа, яке має потенціал зайняти власну нішу в українському автомобільному сегменті. Перспективи авторського проєкту є широкими та можуть бути реалізовані у кількох напрямках. Один із ключових векторів розвитку — поглиблення мультимедійної складової.

Хоча відеоконтент наразі не є частиною активної стратегії, саме він може забезпечити якісний стрибок у рості аудиторії. Залучення експертів, створення тест-драйвів, оглядів, відеоаналітики й розширення рекламних можливостей платформи може стати основою для підсилення інфлюенсерської та брендової складової. Крім того, подальший розвиток ресурсу можливий виключно з розширенням команди редакторів. По перше, це дозволить значно збільшити інтенсивність висвітлення подій, а по друге, запровадити нові формати, як от авторські колонки.

Не меншу перспективу також має взаємодія з іншими медіа, автомобільними експертами, блогерами, спільнотами, сервісами тощо. Такі партнерства здатні забезпечити створення унікального контенту, додаткові можливості монетизації та суттєвий приріст аудиторії. Проте, подібні формати мають реалізовуватись з дотриманням принципів прозорості та редакційної політики, оскільки довіра аудиторії є ключовим капіталом для інформаційно-аналітичного ресурсу, що перебуває на етапі становлення.

У підсумку AutoNews.UA має всі ознаки перспективної медіаплатформи, здатної в подальшому трансформуватися й масштабуватися залежно від викликів та очікувань аудиторії. Ресурс демонструє поєднання доступності, функціональності та потенціалу для подальшого розвитку. Проте, результати проведеної роботи засвідчують, що AutoNews.UA може стати впливовим гравцем у сфері автомобільних медіа виключно за умови системного підходу до розвитку та уваги до змін в інформаційному середовищі.

Створена концептуальна, технічна та комунікаційна бази є міцним фундаментом для формування сучасного авторського автомобільного інформаційно-аналітичного медіапроєкту, котрий здатен відповідати потребам аудиторії.

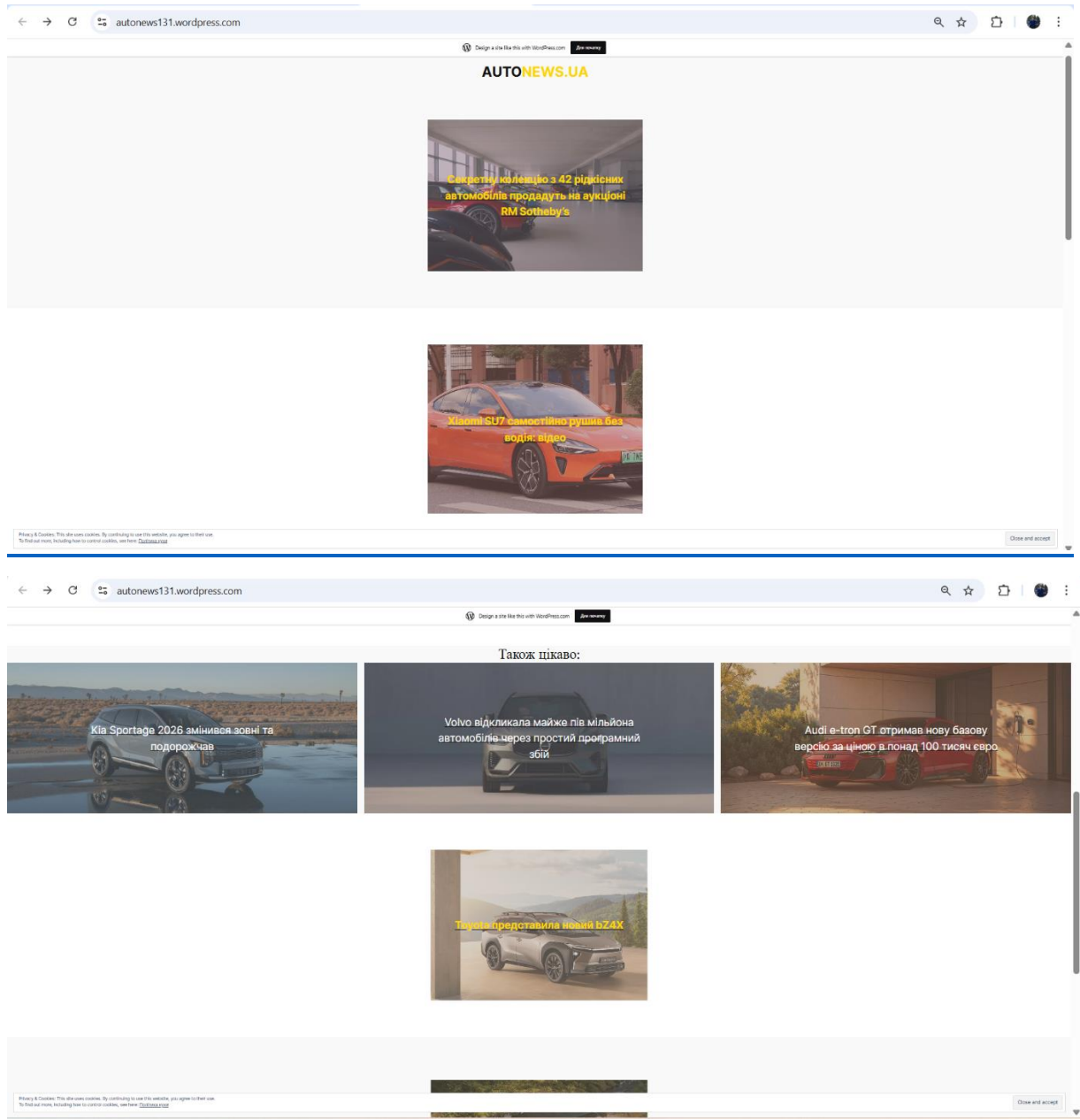
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Автосвіт — новинний авто-ресурс [Електронний ресурс]. URL: <https://www.avtomir.ua/>
2. Автоцентр — українське автомобільне видання [Електронний ресурс]. URL: <https://www.autocentre.ua/>
3. Основні методи сегментації аудиторії. *Ideadigital*. 25.11.2021. [Електронний ресурс]. URL: <https://surl.lt/zzqkxc>
4. Перші автомобільні медіа України. "Автоцентр" vs "АвтоФотоПродажа" | [Відео] // YouTube. URL: <https://surl.li/sylwjg>
5. Перші автомобільні медіа України. Журнал «Сигнал» | [Відео] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EqFt03eZjpA>
6. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації – К.: ВЦ «Київський університет», 1999. 308 с. URL: <https://surl.li/mpimzw>
7. Сіріньок-Долгарьова К. Г. (ред.) Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook). – Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 156 с. URL: <https://surl.li/rnqocz>
8. Словник української мови online. [Електронний ресурс]. URL: <https://sum20ua.com/Entry/search/>
9. ТопЖир — український автомобільний портал [Електронний ресурс]. URL: <https://topgir.com.ua/>
10. Хронологія автомобільних медіа на території України. Першому автомобільному виданню виповнилось 110 років | [Електронний ресурс]. URL: <https://autoconsulting.ua/article.php?sid=55222>
11. Закон України «Про національну програму інформатизації». Прийнятий 04.02.1998 р. № 74/98-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80#Text>
12. Захарова І. В., Філіпова Л.Я., Задорожний І.С., Тарасенко Д.А. Основи інформаційно-аналітичної діяльності. – Черкаси: СУЕМ, 2024. 250 с.

URL: <https://suem.edu.ua/storage/doc/books/osnovy-informaciyno-analitychnoi-dialnosti-zaharova2.pdf>

13. Кодекс етики українського журналіста. *Комісія з журналістської етики*. [Електронний ресурс]. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/>
14. Autocar — офіційний сайт британського автомобільного журналу [Електронний ресурс]. URL: <https://www.autocar.co.uk/>
15. Auto Bild — німецький автомобільний журнал [Електронний ресурс]. URL: <https://www.autobild.de/>
16. Auto24 — український автомобільний портал [Електронний ресурс]. URL: <https://auto.24tv.ua/>
17. Car and Driver — автомобільний портал з США [Електронний ресурс]. URL: <https://www.caranddriver.com/>
18. Focus.Auto — автомобільний розділ порталу Focus.ua [Електронний ресурс]. URL: <https://focus.ua/uk/auto>
19. InfoCar — український автомобільний медіаресурс [Електронний ресурс]. URL: <https://www.infocar.ua/>
20. L'Automobile Magazine — французьке автомобільне видання [Електронний ресурс]. URL: <https://www.automobile-magazine.fr/>
21. Motor Trend — американське автомобільне медіа [Електронний ресурс]. URL: <https://www.motortrend.com/>

ДОДАТОК А. Візуал сайту AutoNews.UA



ДОДАТОК Б. Аудиторія AutoNews.UA

Категорія	Опис
Хто? (Who?) (<i>Хто є основною аудиторією?</i>)	Водії-практики, фахівці з транспортної сфери, урбаністи, аналітики, журналісти, блогери, медіааналітики (25-55 років); молодь, котра планує покупку авто (18-25 років).
Що? (What?) (<i>Який контент шукають?</i>)	Оперативні інформаційні новини, аналітика, огляди авто, зміни законодавства, технічні поради, ринкові тенденції, підбірки та рейтинги.
Чому? (Why?) (<i>Яку потребу задовольняє контент?</i>)	Потреба в достовірній, швидкій та практичній інформації; допомога у виборі авто; розуміння ринкової ситуації; уникнення ризиків при купівлі; орієнтація у змінах законодавства.
Коли? (When?) (<i>Коли аудиторія найбільш активна?</i>)	Ранок (08:00–11:00) — новини; вечір (19:00–22:00) — аналітичні матеріали; перед вихідними — огляди; періоди реформ, змін у ПДР або митниці — піковий інтерес.
Де? (Where?) (<i>Де споживають контент?</i>)	Мобільні пристрої, соцмережі, пошукові запити Google.

ДОДАТОК В. Приклад інформаційних матеріалів сайту AutoNews.UA

У столиці відбулись перші тест-драйви претендентів на звання АвтоРоку 2026 в Україні

Експертне журі випробувало вісім автомобілів, які боротимуться за перемогу у всеукраїнській акції Авто року в Україні, яка проводиться в 25-ий раз.

Перше знайомство експертів акції Авто року в Україні з автомобілями-претендентами відбулась у Києві. На приміській трасі, шосе та бездоріжжі тестували нові автомобілі, які були вперше представлені на ринку або почали продаватись у 2025 році. Це Citroen C3 Aircross, CUPRA Formentor, CUPRA Terramar, Ford Tourneo Courier, Haval H6, Mercedes-Benz G580 Electric, Peugeot 3008, Renault Duster 4x4.

Серед експертів акції – автомобільні журналісти, автоблогери, ведучі та актори, які протягом 2025 року тестували автомобілі. Саме тому більшість представлених авто їм були знайомі, однак саме в порівнянні було цікаво визначити сильні та слабкі сторони претендентів.

Тести проходили на кількох видах покриттів: швидкісне шосе, вузька звивиста дорога, ґрунтівка (для позашляховиків). Під час тестів були присутні представники брендів, які надавали експертам всю необхідну інформацію.

13 січня – 23 лютого 2026 року оцінювати автомобілі також буде громадські журі – усі бажуючі, хто заповнить анкету на сайті Авто року. Громадське журі обере десятку претендентів на головну номінацію, а після фінального тест-драйву експерти зможуть обрати Авто Року в Україні 2026. Вага голосів експертів та громадян буде рівною.

В кінці березня 2026 року відбудеться церемонія нагородження переможців.

Довідка

Акція «Автомобіль року в Україні» була заснована у 2001 році, і саме цього року відзначає 25-річний ювілей! Понад 500 тисяч громадян України та найдосвідченіші автожурналісти й експерти вже 25 років допомагають у виборі автомобіля року та кращих авто у додаткових номінаціях.

(Посилання: <https://autonews131.wordpress.com/2025/12/06/%d1%83-%d1%81%d1%82%d0%be%d0%bb%d0%b8%d1%86%d1%96-%d0%b2%d1%96%d0%b4%d0%b1%d1%83%d0%bb%d0%b8%d1%81%d1%8c-%d0%bf%d0%b5%d1%80%d1%88%d1%96-%d1%82%d0%b5%d1%81%d1%82-%d0%b4%d1%80%d0%b0%d0%b9%d0%b2%d0%b8/>)

АНОТАЦІЯ

Северенчук Д.В. Інформаційно-аналітичний медіапроект: авторський сайт про автомобілі. — Кваліфікаційна робота магістра на правах рукопису.

Робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра за спеціальністю 061 «Журналістика», освітня програма «Журналістика». — Київський столичний університет імені Бориса Грінченка. — Київ, 2025. — 40 с.

У магістерській роботі представлено авторський інформаційно-аналітичний медіапроект AutoNews.UA, створений як сучасний цифровий ресурс, присвячений автомобільній тематиці. У межах роботи здійснено всебічний аналіз особливостей функціонування онлайн-ЗМІ, специфіки нішевої автомобільної журналістики, принципів формування контентної політики, системи аналітики та технологічних аспектів розробки сайту.

У дослідженні визначено теоретико-методологічні засади створення інформаційно-аналітичного ресурсу, проаналізовано специфіку автомобільних медіа України та світу, а також розглянуто сучасні моделі комунікації (зокрема Г. Почепцова) у контексті цифрової журналістики, структурі інформаційно-аналітичного контенту та вимогам до роботи з даними.

Практична частина роботи охоплює створення вебсайту AutoNews.UA на CMS WordPress, проєктування його структури, рубрикації, візуальних компонентів, SEO-налаштування та впровадження первинної системи вебаналітики. Проведено аналіз аудиторії за моделлю 5W, вивчено конкурентне середовище та визначено перспективи розвитку ресурсу.

Результатом роботи є функціональний інформаційно-аналітичний сайт, орієнтований на оперативне та аналітичне висвітлення новин автомобільної тематики, здатний до подальшої трансформації та масштабування, розширення мультимедійних форматів та впровадження моделей монетизації.

Ключові слова: журналістика, інформаційно-аналітичний ресурс, сайт, AutoNews.UA, автомобільні медіа, цифрові комунікації, контент-стратегія, вебаналітика, WordPress.

ABSTRACT

Severenchuk D. V. Information and Analytical Media Project: Autor's Website on Automobiles. — Master's Qualification Work (manuscript).

Master's degree in Specialty 061 "Journalism", educational program "Journalism". — Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University. — Kyiv, 2025. — 40 p.

The master's thesis presents the author's information and analytical media project AutoNews.UA, developed as a modern digital platform focused on automotive journalism. The research analyzes the functioning of online media, the specifics of niche automotive journalism, content production strategies, analytical tools, and technical aspects of website development.

The theoretical part outlines the methodological foundations of creating an information-analytical media resource, examines the evolution of automotive media in Ukraine and worldwide, and applies contemporary communication models (including H. Pocheptsov's communication theory) within the context of digital journalism. The study highlights the principles of high-quality journalism, structure of analytical content, and approaches to data-driven media production.

The practical part includes the development of the AutoNews.UA website using the WordPress CMS, creation of its structure, thematic sections, visual design, SEO optimization, and implementation of an initial web analytics system. The audience was studied using the 5W analysis model, the competitive landscape was evaluated, and promising directions for project growth were identified.

The result of the work is a fully functional information and analytical website designed for providing timely and in-depth coverage of automotive topics, scalable and ready for the integration of multimedia formats and monetization tools.

Keywords: journalism, information-analytical resource, AutoNews.UA, automotive media, digital communications, content strategy, web analytics, WordPress.