

**ОРОБСЬ В.О.**

*магістрант спеціальності «Журналістика»  
Національного університету «Запорізька політехніка»  
м. Запоріжжя, Україна*

**ПОГРЕБНА В.Л.**

*доктор філологічних наук, професор,  
зав. кафедри журналістики  
Національного університету «Запорізька політехніка»  
м. Запоріжжя, Україна*

### **ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕПЦІЇ ТА СТРУКТУРИ СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ОНЛАЙН-МЕДІА «INFOCAR.UA»**

Інтернет-журналістика включає в себе різноманітні типи онлайн-ресурсів, кожен з яких має свої характеристики та призначення. «InfoCar.ua» – найбільший автомобільний портал України. Це спеціалізоване онлайн-медіа є яскравим відображенням загальних тенденцій діджиталізації медіапростору та зростання інформаційних потреб споживачів, які цікавляться автомобільною тематикою.

Оскільки інтернет-журналістика стає основним інструментом комунікації у глобалізованому світі, аналіз її основних аспектів має важливе практичне значення як для медіаекспертів, так і для вчених, які досліджують нові форми журналістики. Специфіці онлайн-журналістики присвячені праці таких науковців, як Л. Городенко [1], А. Гусев [2], Б. Потятиник [3], І. Тонкіх [4], М. Чабаненко [5] та ін. Особливості концепції та структури спеціалізованого порталу «InfoCar.ua» поки не стали предметом зацікавлень дослідників, саме тому тема нашої розвідки є актуальною. Вивчення різноманітних типів онлайн-ресурсів дозволяє зрозуміти не лише сутність інтернет-журналістики, але й специфіку її взаємодії з аудиторією, а також шляхи розвитку цього сектора медіа в майбутньому.

Говорячи про типологічні особливості онлайн-медіа «InfoCar.ua», зазначимо, що воно орієнтоване переважно на широку аудиторію потенційних покупців нових та вживаних автомобілів, а також на існуючих автовласників, які цікавляться оглядами, новинами та експлуатацією авто. Значна частина аудиторії – це люди, що перебувають на етапі вибору та досліджують автомобільний ринок. За цільовим призначенням портал «InfoCar.ua» є комплексним інформаційно-сервісним онлайн-ресурсом.

Онлайн-медіа, подібно до традиційних медіа, характеризуються наявністю чіткої структурної організації. Структура portalу «InfoCar.ua» є логічною та орієнтованою на швидкий доступ до інформації. Тематичне розмежування контенту на розділи є ключовим елементом організації інформації на онлайн-ресурсі. Кожен розділ відповідає за певний тип контенту, відображає ключові потреби користувачів. Найважливіші з них:

Розділ «Нові автомобілі» – це серце portalу, де представлені тисячі моделей з детальними характеристиками, комплектаціями, цінами та зображеннями. Тут також доступні інструменти порівняння автомобілів. Поряд розташований розділ «Б/У авто».

Розділ «Відгуки» містить базу даних реальних відгуків власників авто про експлуатацію різних моделей, що є цінним джерелом «народної» думки.

Окремий розділ «Тест-драйви» присвячений відео- та текстовим оглядам нових моделей, проведеними експертами portalу. Відеоматеріали наявні і в розділі «Відео».

Актуальні події в автомобільному світі, анонси новинок, звіти з автосалонів містяться в розділі «Новини».

У розділі «Мото» представлені моделі мотоциклів, квадроциклів, мопедів, скутерів з детальними характеристиками, цінами та зображеннями.

У розділі «Розмитнення» надаються відомості про те, як розмитнити авто в Україні.

Види інтерактивності на portalі «InfoCar.ua» значною мірою зосереджені на залученні користувачів до формування контенту та обговорення. Взаємодія з аудиторією є одним з наріжних каменів успішного функціонування сучасних онлайн-медіа. Для користувачів інтернет-ресурсу «InfoCar.ua» є можливість залишати коментарі під новинами, статтями та тест-драйвами. Це сприяє обговоренню та обміну думками. Відгуки користувачів є важливим елементом інтерактивності, який дозволяє автовласникам ділитися своїм досвідом експлуатації конкретних моделей. Це формує унікальний користувацький контент.

Існує інтеграція portalу з соціальними мережами: наявні кнопки для швидкого поширення контенту на платформах Facebook, YouTube, Instagram та інших. Канал «InfoCar» на YouTube є потужним інтерактивним інструментом, де глядачі активно коментують відео, ставлять запитання, беруть участь в обговореннях.

Загалом, вербальний контент portalу «InfoCar.ua» є функціональним і прагматичним, спрямованим на надання максимально

корисної інформації для прийняття рішення про купівлю автомобіля та його подальшу експлуатацію.

Візуальний контент на онлайн-ресурсі «InfoCar.ua» є критично важливим і органічно інтегрований у структуру сайту, оскільки автомобільний ринок значною мірою спирається на візуальне сприйняття.

Кожен автомобіль у каталозі супроводжується великою кількістю високоякісних фотографій. Це включає зовнішній вигляд (з різних ракурсів), інтер'єр (салон, панель приладів, багажник), деталі. Фотографії зазвичай професійні, зроблені в студійних або добре освітлених умовах, щоб максимально точно передати вигляд автомобіля.

Відеоматеріали – це один із найсильніших аспектів порталу «InfoCar.ua», де активно використовується відеоформат для тест-драйвів. Відео є динамічними, включають кадри з різних ракурсів (в русі, статичні), демонстрацію функціоналу салону. Часто відео супроводжуються закадровим голосом експерта та графічними елементами. YouTube-канал «InfoCar.ua» є дуже популярним і є продовженням візуальної стратегії порталу.

Таким чином, портал «InfoCar.ua» у своєму розвитку демонструє загальні тенденції технологічної еволюції веб-ресурсів. Від простих статичних сторінок та баз даних воно перейшло до динамічної платформи з інтерактивним функціоналом, мультимедійним контентом та інтеграцією із соціальними мережами. Розвиток SEO-оптимізації, адаптивний дизайн для мобільних пристроїв, впровадження систем аналітики користувачів – все це стало невід'ємною частиною його функціонування.

Концепція порталу «InfoCar.ua» полягає у максимально вичерпному та об'єктивному інформуванні споживачів, що приймають рішення про купівлю автомобіля або цікавляться цією тематикою. Структура онлайн-ресурсу є логічною та орієнтованою на швидкий доступ до інформації. Кожен розділ відповідає за певний тип контенту, відображає ключові потреби користувачів.

### **Список використаних джерел**

1. Городенко Л. Типологія інтернет-видань. *Друкарство*. 2004. № 5. С. 25–28.
2. Гусев А. В. Особливості формування контенту інформаційних порталів. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 1 (33). С. 51–55.
3. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика: навч. посіб. Львів: ПАІС, 2010. 244 с.
4. Тонкіх І. Ю. Проблема типології інтернет-ЗМІ. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2010. № 2. С. 80–84.
5. Чабаненко М. В. Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України: монографія. Запоріжжя: ЗНУ, 2011. 184 с.