

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО  
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

**Кафедра політології та журналістики**

**КУРСОВА РОБОТА  
з дисципліни  
«ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО»**

**«Концепція та дизайн-макет журналу про автомобілі «АвтоЧорнило»»**

Виконала:  
студентка  
**Литовка Руслана Сергіївна**  
Група С-9-23-Б1Жр(4.0д)  
Перевірила:  
кандидат філологічних наук,  
професор кафедри політології  
та журналістики Холод Г. Я

Київ 2025

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП.....                                                                                                                                                  | 3  |
| РОЗДІЛ 1. ЖУРНАЛИ ПРО АВТОМОБІЛІ: СУЧАСНИЙ СТАН.....                                                                                                        | 5  |
| 1.1 Сучасні українські («Autolady+», «Автошляховик України») й зарубіжні («Car and Driver», «Top Gear») журнали: специфіка контенту й жанрової системи..... | 5  |
| 1.2 Дизайн-макети сучасних українських («Autolady+», «Автошляховик України») і зарубіжних («Car and Driver», «Top Gear») журналів: порівняльний аспект..... | 8  |
| Висновки до першого розділу.....                                                                                                                            | 12 |
| <br>РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ Й<br>ДИЗАЙН-МАКЕТА АВТОМОБІЛЬНОГО ЖУРНАЛУ<br>«АВТОЧОРНИЛО».....                                               | 13 |
| 2.1. Концепція журналу «АвтоЧорнило».....                                                                                                                   | 13 |
| 2.2. Текстовий і зображальний контент журналу «АвтоЧорнило».....                                                                                            | 15 |
| 2.3. Композиція й заголовки журналу «АвтоЧорнило».....                                                                                                      | 18 |
| 2.4. Колористика й шрифти журналу «АвтоЧорнило».....                                                                                                        | 20 |
| Висновки до другого розділу.....                                                                                                                            | 22 |
| <br>РОЗДІЛ 3. АПРОБАЦІЯ ДИЗАЙН-МАКЕТА АВТОМОБІЛЬНОГО<br>ЖУРНАЛУ «АВТОЧОРНИЛО».....                                                                          | 24 |
| 3.1. Відеопрезентація дизайн-макета журналу «АвтоЧорнило» й опитувальник для споживачів медіапродукту.....                                                  | 24 |
| 3.2. Результати опитування фокус-групи.....                                                                                                                 | 25 |
| 3.3. Рекомендації щодо вдосконалення журналу «АвтоЧорнило».....                                                                                             | 32 |
| Висновки до третього розділу.....                                                                                                                           | 32 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                                                                                               | 34 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....                                                                                                                         | 35 |
| ДОДАТКИ.....                                                                                                                                                | 38 |

Нині медіа займають досить високу нішу і розвиваються у хвилі цифрових платформ. У постійному пошуку нових форматів комунікації вони трансформуються, витісняючи друкований формат видань.

Друковані видання, перетворюються на онлайн-платформи або зовсім зникають. Не дивлячись на це, такі видання залишаються важливим сегментом інформаційного простору. Вони формують інший спосіб подачі матеріалу, де між собою поєднуються текстові та зображальні елементи [2].

На сьогодні в Україні та Європі попит на друковані медіа стає все менший, але і досі є аудиторія яка їх читає. [15].

**Актуальність теми** журналів про автомобілі полягає, в необхідності їх розвитку, адже щороку виробляється велика кількість автомобілів і попит на якісну та об'єктивну інформацію про них зростає. На сьогодні автомобільні журнали дедалі більше стають елементом культури та їх створення стає досить продуктивним. В Україні такі журнали переважно нішеві, тоді як закордонні видання поєднують в них аналітику, розваги і стиль життя, що робить їх подачу більш цікавою. Це створює потребу в дослідженні контенту й дизайну таких видань, для створення конкурентного та цікавішого для аудиторії медіапродукту.

**Об'єкт дослідження** - журнал про автомобілі «АвтоЧорнило».

**Предмет дослідження** - концепція та дизайн-макет журналу про автомобілі «АвтоЧорнило».

**Мета дослідження** - створити відповідно до розробленої концепції дизайн-макет журналу «АвтоЧорнило», визначити його специфіку згідно з вимогами, зазначеними в пояснювальній записці, здійснити апробацію медіапродукту [14].

**Завдання дослідження:**

1. Проаналізувати специфіку та жанрову структуру сучасних українських («Autolady+», «Автошляховик України») і зарубіжних («Car and Driver», «Top Gear») автомобільних журналів.
2. Здійснити порівняльний аналіз дизайн-макетів, вибраних двох українських («Autolady+», «Автошляховик України») та двох зарубіжних («Car and Driver», «Top Gear») журналів.

3. Розробити концепцію власного медіапродукту «АвтоЧорнило», його текстовий та зображальний контент.
4. Створити дизайн-макет автомобільного журналу «АвтоЧорнило», відповідно до концепції.
5. Описати обрану композицію, заголовки, колористику та шрифти дизайн-макету автомобільного журналу «АвтоЧорнило».
6. Підготувати відеопрезентацію медіапродукту «АвтоЧорнило» для його подальшої апробації.
7. Опрацювати результати опитування респондентів щодо оцінки створеного автомобільного журналу «АвтоЧорнило».
8. Розробити рекомендації для подальшого вдосконалення автомобільного журналу «АвтоЧорнило».

**Методи дослідження** - *порівняльний метод*, використовувався для зіставлення контенту, жанрової палітри, дизайн-макетів та цільової аудиторії чотирьох видань - двох українських («Autolady+», «Автошляховик України») та двох зарубіжних («Car and Driver», «Top Gear»), що дозволило виявити спільні та відмінні елементи автомобільної періодики у цих виданнях. *Описовий метод*, застосовувався для детальної характеристики аналізованих нижче видань, а також для повного представлення розробленого медіапродукту - журналу «АвтоЧорнило». *Метод аналізу*, використовувався для вивчення структури українських й зарубіжних журналів та аналізу, результатів опитування фокус-групи з метою виявлення переваг та недоліків створеного журналу «АвтоЧорнило». *Метод синтезу* було використано на етапі створення концепції журналу «АвтоЧорнило». *Метод опитування*, застосовувався для отримання зворотного зв'язку від респондентів щодо якості контенту та дизайн-макету журналу «АвтоЧорнило». *Метод узагальнення*, використовувався для підведення підсумків кожного етапу роботи, формулювання остаточних висновків та розробки рекомендацій щодо вдосконалення журналу «АвтоЧорнило».

**Структура роботи** складається із вступу, трьох розділів, що мають підрозділи, висновків та списку використаних джерел у кількості 20 найменувань. Загальна кількість сторінок - 72.

## РОЗДІЛ 1. ЖУРНАЛИ ПРО АВТОМОБІЛІ: СУЧАСНИЙ СТАН

### 1.1 Сучасні українські («Autolady+», «Автошляховик України») й зарубіжні («Car and Driver», «Top Gear») журнали: специфіка контенту та жанрової системи

Для аналізу сучасного стану автомобільної періодики мною було обрано чотири друковані видання, що демонструють різні сегменти ринку: два українських - глянцевиий журнал «Auto Lady+» та науково-технічний журнал «Автошляховик України», і також два закордонних видання - американський журнал «Car and Driver» та британський журнал «Top Gear».

Огляд специфіки контенту та жанрової системи видань, сформований на основі останніх випусків журналу за серпень та вересень 2025 року, крім одного науково-виробничого журналу «Автошляховик України», там огляд робився за період з 31 березня по 31 липня 2025 року, так як цей журнал випускається 4 рази на рік і другий випуск цього року ще не вийшов.

Сучасні українські автомобільні видання, орієнтуються на інтереси читачів. Яскравим прикладом такого видання є «Auto Lady+» - нішевий український журнал, контент якого повністю сформований з огляду на інтереси цільової аудиторії — жінок за кермом [5]. Саме ця специфіка і визначає його унікальність. На відміну від класичних автомобільних журналів, де акцент приділяється більше технічним характеристикам автомобіля, тут увагу зміщено на практичність, безпеку, комфорт, дизайн та емоційну складову володіння автомобілем. Можна виділити такі основні теми випусків 2025 року: включають матеріали про вибір сімейного автомобіля, поради щодо встановлення дитячих крісел, огляди систем безпеки. Статті, присвячені естетиці автомобілів, кольоровим рішенням, дизайну автомобіля. Інтерв'ю з успішними жінками в автоспорті та бізнесі, статті про автоподорожі та догляд за авто.

Жанрова система видання більше працює в таких жанрах, як інформаційному: інтерв'ю з успішними жінками в автоспорті та бізнесі, репортажі з тест-драйвів та подорожей, які передають атмосферу та особисті враження. Аналітичні жанри: використовуються у вигляді оглядів автомобілів та практичних рецензій на конкретні моделі, де акцент робиться на безпеці, комфорті та дизайні. Художньо-публіцистичному жанрі: в журналі присутня авторська колонка, яка наближена до жанру есе, яку веде сама засновниця журналу Людмила Кладієва, де висловлює свої думки та почуття.

Водночас вузькоспеціалізовані журнали, такий як «Автошляховик України», - це науково-виробниче видання Державного автотранспортного науково-дослідного і проектного університету, що видається з 1932 року і нині має статус фахового наукового журналу категорії «Б» [3]. Його контент кардинально відрізняється від інших проаналізованих журналів, оскільки складається з результатів наукових і прикладних досліджень у сфері дорожнього господарства, транспорту та суміжних галузей. Основні випуски 2025 року включають: дослідження кібербезпеки електромобілів і зарядних пристроїв, характеристики транспортної інфраструктури міст, порівняння вагових і габаритних параметрів автопарку України, аналіз підвіски авто в умовах бездоріжжя, екологічні аспекти транспортного навантаження.

Цільова аудиторія - науковці, інженери, аспіранти та студенти транспортних і будівельних спеціальностей, а також фахівці дорожніх організацій, підприємств транспорту і логістики.

Журнал має одноманітну жанрову систему, яка представлена у вигляді аналітичних матеріалів. Практично весь контент представлений у жанрі науково-технічної статті. Ці матеріали присвячені результатам досліджень у сферах дорожнього господарства, транспорту та суміжних галузей.

Світові лідери ринку, такі як «Car and Driver» та «Top Gear», мають ширшу аудиторію та ресурси і тому, демонструють більш універсальний контент. Вони намагаються подати технічну складову автомобіля у розважальній формі.

Журнал «Car and Driver» - одне з найстаріших і найавторитетніших автомобільних видань у світі. Його контент формується на принципах глибини та експертності [20].

Основою кожного номера є порівняльні тест-драйви конкурентних моделей, що включають не тільки суб'єктивні враження журналістів, а й точні інструментальні виміри: динаміку розгону, гальмівний шлях, рівень шуму в салоні. Також журнал містить огляди нових моделей авто, новини автопрому, аналітичні статті про тенденції ринку, технічні статті в основі яких лежить, детальний розбір інноваційних інженерних рішень, принципів роботи нових двигунів, трансмісій та систем допомоги водію, а також репортажі з автомобільних виставок.

Жанрова палітра є досить широка і збалансована, охоплюючи як інформаційний жанр: короткі замітки про новини автопрому та репортажі з автомобільних

виставок, так і аналітичні жанри, які є основою журналу. Кожен номер містить детальні технічні статті, розгорнуті рецензії на нові авто, тест-драйви з інструментальними вимірами та огляди, де порівнюються кілька конкурентних моделей. Особливістю є рубрика довготривалих тестів, де редакція експлуатує автомобіль протягом року, описуючи всі нюанси.

Журнал «Top Gear» - сформувався на основі однойменного телешоу, узявши його стиль [19].

Контент «Top Gear» вирізняється своєю яскраво вираженою розважальною складовою де основою є емоції. Журнал містить: репортажі про екстремальні подорожі на суперкарах через екзотичні країни, незвичайні випробування для 8 автомобілів. Огляди: тексти, написані їх фірмовим стилем, з великою кількістю гумору, іронії та гіпербол. А також матеріали про класичні авто, тюнінг, автомобільний дизайн як мистецтво, інтерв'ю зі світовими зірками автоспорту та шоу-бізнесу. Технічна інформація про складові авто подається у простішій та доступнішій формі, ніж у журналі «Car and Driver». Акцент робиться на емоціях, драйві та видовищності.

Жанрова система зміщена в бік художньо-публіцистичного жанру, де у вигляді нариса або есе описуються екстремальні подорожі та незвичайні випробування автомобілів, головна мета- розповісти про пригоди та враження. Іронічні та сатиричні матеріали про автокультуру можна віднести до жанру фейлетону. Інформаційні жанри: тест-драйви часто подаються як захопливі репортажі, а бесіди із запрошеними гостями у форматі інтерв'ю. Аналітичні матеріали подаються в не класичній для них формі. Вони є суб'єктивними та досить емоційними, статистика в них подається у невеликій кількості.

## **1.2 Дизайн-макети сучасних українських («Autolady+», «Автошляховик України») і зарубіжних («Car and Driver», «Top Gear») журналів: порівняльний аспект**

Дизайн-макет є важливим елементом медіапродукту адже саме він створює перше враження, привертає увагу та формує візуальний образ видання.

У цьому розділі, у вигляді таблиці буде представлено порівняльний аналіз чотирьох дизайн макетів, які складаються з двох основних компонентів - обкладинки та внутрішньої структури [11-16]. Це дозволить виявити ключові тенденції та відмінності в підходах до візуального оформлення журналів (див. табл. 1).

Таблиця 1

| Критерії          | Журнал<br>«Auto Lady+»                                                                                                                                                                                  | Журнал<br>«Автошляховик<br>України»                                                                                                                                                    | Журнал<br>«Car and Driver»                                                                                                                                                      | Журнал<br>«Top Gear»                                                                                                                                                                                |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Обкладинка</b> | Яскраве фото жінки у напівпрофіль поряд з авто. Глянцева обкладинка акцент якої робиться на візуальну привабливість жінки, яка передає сильну енергетику та цитата, яка це підкреслює. (Див. додаток А) | Стримана, лаконічна, мінімалістична. Логотип та текст, іноді схема чи фото дорожньої техніки. Відсутність фото. (Див. додаток Б)                                                       | Масивне фото автомобіля, який стоїть. Мінімум виносів з журналу. Число, відразу привертає увагу. Має лаконічну назву, яка добре вписується в основу картинки. (Див. додаток В)  | Епатажне фото автомобіля в русі. Цифра випуску та напис одразу дає зрозуміти, що це Ювілейний випуск. Яскраві, заголовки. Фото з тест-драйвів, які вписуються в основу обкладинки. (Див. додаток Д) |
| <b>Шрифти</b>     | Рукописний для заголовків та більш класичний (із засічками) для основного тексту. Легкі шрифти, без засічок, схожі на «Montserrat», «Lato». Підкреслюють індивідуальність.                              | Академічний, стандартний шрифт із засічками «Times New Roman» для майже всього тексту. На деяких сторінках також приступний інший шрифт, схожий на «Georgia». Мінімальне форматування. | Поєднання подібних до гротеску шрифтів «Helvetica Neue», «Trade Gothic», «Impras» для заголовків та шрифт «Sans-serif» для основного тексту. Стримані та лаконічні без засічок. | Великі, агресивні, більше подібні до шрифтів гротеску для заголовків та основного тексту. Використовується шрифт як із засічками, так і без них.                                                    |

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                              |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Верстка та композиція</b> | <p>Переважно 2-3 колонки. Фото + декілька анонс блоків та блоків з інформацією справа та зліва. На деяких сторінках забагато тексту. Також є сторінки де забагато вільного простору. Активне використання вставок, цитат. (Див. додаток А)</p> | <p>Одно та двоколонкова верстка. Велика кількість тексту, виглядає перезавантаженим інформацією. Відсутність декоративних елементів або їх дуже мала кількість. Мінімальна кількість фото, переважають таблиці й схеми. (Див. додаток Б)</p> | <p>Колонкова журнальна верстка. Чітка модульна сітка. Структурована, впорядкована та збалансована подача. Зображення + текст подані в балансі. Журнал цікаво читати, неперевантажени й елементами, все виглядає скомпоновано. (Див. додаток В)</p> | <p>Динамічна, асиметрична. Частково використовуються ламані лінії, діагональні елементи, текст навколо зображень. Створення відчуття руху, динаміки. Журнал цікаво читати. Він не перенасичений іншим елементами, все гарно поєднано між собою. Цікаве рішення у нестандартному розташуванні фото, тексту. (Див. додаток Д)</p> |
| <b>Колористика</b>           | <p>Світлі, пастельні відтінки: рожевий, м'ятний, бежевий. Яскраві кольорові акценти. Створюють відчуття легкості</p>                                                                                                                           | <p>Чорно-біла палітра. Різнобарвність майже відсутня, окрім, графіків, діаграм, схем та фото з деталями.</p>                                                                                                                                 | <p>Стримана палітра: синій, червоний, чорний, білий, сірий. Кольори використовуються для навігації та акцентів. Створюють асоціацію надійності.</p>                                                                                                | <p>Насичена, контрастна, палітра. Широке використання яскравих кольорів: червоного, жовтого, рожевого, блакитного. Неонові акценти, градієнт.</p>                                                                                                                                                                               |

|                             |                                                                        |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                             |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                             | спокою, невимушеності.                                                 |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                             |
| <b>Зображальний контент</b> | Якісні, постановочні фотографії. Акцент на естетиці, деталях, емоціях. | Схеми, креслення, графіки, діаграми та порівняльна характеристика. Фото використовуються рідко, переважно дорожні об'єкти чи обладнання. | Професійні студійні та репортажні фото. Велика кількість детальних фотографій: двигуна, салону, тест-драйвів, конструкцій, доріг. Чіткі та якісні фото. | Динамічні фото з незвичних ракурсів. Часто використовуються фотоколажі, ілюстрації, карикатури. Цікаві рішення в обробці фото та їх подачі. |
| <b>Аудиторія</b>            | Молодь та жінки від 18 до 40+ років.                                   | Науковці, інженери, аспіранти, студенти технічних спеціальностей, дорожні та транспортні фахівці.                                        | Автопоціновувачі, покупці, люди, що цікавляться технікою.                                                                                               | Широка масова аудиторія, поціновувачі авто, екстремали.                                                                                     |

### Висновки до першого розділу

Розглянувши чотири автомобільні журнали, два з яких українські видання «Auto Lady+» й «Автошляховик України» та два зарубіжні, «Car and Driver» та «Top Gear» була помітна різниця, у підходах до викладу матеріалу та представленню його аудиторії.

Закордонні видання подають технічну інформацію більш цікаво, балансуючи її з розважальним контентом та наповнюючи візуальною складовою, тому вона сприймається краще. Натомість, українські видання подавали інформацію з наукової сторони, заглиблюючись, у комплектацію характеристик авто або подавали загально інформацію про все, що сприймалось не достатньо цікаво.

Якщо говорити про формат видань та інформацію яка публікується, українські журнали націлені не на широку аудиторію.

Досліджуючи жанрову специфіку закордонних видань, то вони подають інформацію більше у аналітичному та інформаційному жанрі або публіцистично-розважальному. Натомість українські видання подають всю інформацію в наукову жанрі або використовують інформаційно-публіцистичний жанр і лише трішки пишуть у розважальному.

Проаналізувавши дизайн- макети закордонних видань, які одразу привертають увагу, адже поєднують яскравість, екстремальні елементи, захоплення та викликають емоції. Українські видання не такі експериментуючі, а більш спокійні, стримані, поєднують естетику і візуальну складову, що також є цікавою рішенням.

Цей аналіз показує, що на українському ринку є вільне місце для нового медіапродукту, який би поєднав у собі всі складові, набуті у процесі дослідження українських та закордонних видань.

## РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ Й ДИЗАЙН-МАКЕТА АВТОМОБІЛЬНОГО ЖУРНАЛУ «АВТОЧОРНИЛО»

### 2.1 Концепція журналу «АвтоЧорнило»

Журнал «АвтоЧорнило» популяризує автомобільну культуру через особисті історії, практичний досвід та візуальну естетику - показуючи, що автомобіль є не лише технічним об'єктом, а й засобом для творчості й самовираження.[4]

*Місія журналу* - популяризація автомобільної культури через особисті історії, досвід та візуальну естетику. Видання прагне показати, що автомобіль є не лише засобом пересування чи символом статусу, а й об'єктом мистецтва чи інструментом для самовираження.

*Головне завдання* - створити спеціалізований журнал про автомобілі, який поєднуватиме технічну компетентність і художню подачу матеріалу.

*Назва* «АвтоЧорнило» є стилістичним прийомом, що відображає основну ідею журналу. Вона утворена з двох слів: «Авто» (що символізує автомобіль, техніку, рух) та «Чорнило» (що символізує письмо, творчість, журналістику та естетику). Це поєднання підкреслює єдність технічного та творчого напрямів, представляючи автомобіль як джерело історій та натхнення. Журнал не просто описує технічні характеристики, він «пише» про них, осмислюючи тему через текст, фотографію та атмосферу. Навмисне написання обох частин слова з великої літери («Авто» і «Чорнило») є елементом айдентики, що візуально підкреслює рівнозначність цих двох складових – технічної та творчої.

#### *Цільова аудиторія*

Аудиторія журналу охоплює вікову категорію 18-45+ років і включає декілька ключових сегментів:

*Молодь та водії-початківці*: ті, хто тільки починає свій шлях за кермом.

*Автолюбители*: справжні поціновувачі автомобілів.

*Естети*: люди, що цінують естетику та емоційність.

*Жінки-водії*: аудиторія, для якої важливі аспекти практичності, безпеки та дизайну.

#### *Тематика та типологія*

Спеціалізований журнал про автомобілі, який популяризує технічні знання про автомобілі, пояснюючи принципи роботи механізмів (двигун, підвіска, паливна система)

простою та зрозумілою мовою, а також пропонує читачам конкретні поради з ремонту, догляду та експлуатації транспортних засобів.

*Формат* - А4. *Мова* - українська. *Періодичність* - щоквартальний.

*Тираж* - 100 примірників.

*Кількість сторінок* - 29. *Папір* - глянцевиий.

*Рубрики журналу:*

«Двигун в деталях/Розбірка»(фото та опис деталей авто).

«Гаражні історії»(розповіді про ремонт авто та цікаві історії від водіїв).

«Автолайфхаки»(маленькі хитрощі, поради для водіїв).

«Естетика фото»(поради щодо фотографування авто, підбір ракурсу, світла).

«Тест-драйв по-мерседесовські»(огляд, репортаж про конкретне авто).

«Покоління за кермом»(історії про автомобілі з досвіду).

«Автомийка»(корисні поради та лайфхаки для миття автомобіля).

*Спеціальні випуски, плануються:*

«Унікальні авто» - огляд унікальних автомобілів, що випущені у невеликій кількості та є в Україні.

«Ціна авто» - найдорожчі машини, що є в Україні, порівняння цін, аналіз ринку.

«Автодорога» - історії з автомобільних подорожей.

*Канали розповсюдження*- веб-сайт та соціальні мережі, а також розповсюдження через партнерські мережі (автосалони, дитейлінг-студії).

## **2.2. Текстовий і зображальний контент журналу «АвтоЧорнило»**

Текстовий контент журналу «АвтоЧорнило», охоплює ключові сфери інтересів цільової аудиторії та має широкий тематичний, проблемний та жанровий діапазон.

Якщо говорити про тематичний та проблемний діапазони то у виданні висвітлюється:

*Практична експлуатація та економія*, в якій піднімаються актуальні проблеми водіїв, такі як зростання цін на паливо «лайфхаки для економії», сезонні виклики «підготовка до зими, мийка взимку», «боротьба з реагентами», «запітнінням вікон та поганою видимістю під час дощу» .

*Глибокий технічний аналіз*, у якому розглядаються конкретні технічні об'єкти. Наприклад, рубрика «Двигун в деталях» надає детальний аналіз легендарних

двигунів OM606, M103 та сучасних TSI, пояснюючи їхні переваги, недоліки та причини надійності .

*Тест-драйви та аналіз моделей*, у яких проводиться аналіз конкретних автомобілів, що поєднує технічні характеристики та суб'єктивні враження Mercedes W210, GL 350, W213 vs W206 .

*Аналіз ринку та фінанси*, також окрема увага приділена фінансовій стороні володіння авто. Піднімаються проблеми ціноутворення на преміум-авто , прихованої вартості обслуговування , аналізу ринку «свіжопригнаних» авто та «невидимих витрат», таких як, обслуговування АКПП, адаптація оптики .

*Особисті історії та досвід*, демонструється людський фактор, який є ключовою частиною контенту. Це репортажі у рубриці «Гаражні історії», про кота-інспектора та колекцію номерних знаків, інтерв'ю-монологи у рубриці «Покоління за кермом», що протиставляють погляди власника старого преміуму та нового авто, і емоційні репортажі-спогади, рубрики «Автодорога» .

*Автомобільна культура та естетика*, де контент виходить за рамки суто техніки, охоплюючи унікальні авто Lucid Air, Zeekr 001, G-Class та поради з фотографування автомобілів .

Жанровий діапазон журналу охоплює та комбінує- інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри у таких проявах:

*Лайфхаки/ поради* - основний жанр для рубрик «Автолайфхаки» та «Автомийка». Подається у форматі коротких, чітких інструкцій.

*Аналітична стаття та огляд* - використовується для глибокого розкриття теми у рубриках «Тест-драйв по мерседесовські» , «Спецвипуск ціна авто» , «Двигун в деталях\Розбірка». Ці тексти поєднують аналіз характеристик з оцінкою проблем.

*Репортаж* - використовується для передачі атмосфери, особистих вражень та історій у рубриках «Гаражні історії», опис ситуації з котом, «Двигун в деталях» репортаж з розбірки M103 та TSI, «Автодорога», репортаж-спогад про подорож .

*Інтерв'ю (Монолог)* - ключовий жанр рубрики «Покоління за кермом». Подається у формі прямих монологів власників, що створює ефект щирої розмови.

*Інструкція* - використовується в рубриці «Естетика фото» для покрокового пояснення, як зробити якісний знімок.

Зображальний контент, також є важливим елементом журналу [11-12], адже з ним можна цілісно візуалізувати та зрозуміти інформацію яка доноситься, тому в медіапродукті використовуються такі фото:

*Атмосферні та естетичні фото* - велика увага приділяється художній фотографії. Це, кадри, зроблені під час «золотої години», фото W210 та VW Tiguan. Такі фото реалізують місію візуальної естетики і слугують не просто ілюстрацією, а наочним прикладом для інструкцій з фотографування [4].

*Деталізовані (макро) фото* - крупні плани деталей авто (емблеми, диски, елементи салону, текстури піни на мийці). Вони використовуються для візуалізації рубрики «Естетика фото», «Автомийка» та для детального технічного огляду, такого як, фото двигунів M103 та TSI.

*Репортажні фото* - знімки, що фіксують події та персонажів, описаних у текстовому контенті. Це фото кота на капоті Toyota Prius, фото стіни з номерними знаками, а також фото водіїв рубрики «Покоління за кермом».

*Технічні та ілюстративні фото* - зображення, що демонструють процес, авто на мийці та об'єкти порівняння, Audi Q7 та Mercedes E-Class.

Загалом, в журналі використовуються, чіткі, якісні та динамічні фото автомобілів у яких акцент робиться, на емоціях, русі, деталях.

*Обкладинка журналу «АвтоЧорнило» [9-11]*

Глянцева обкладинка журналу, фокус якої направлений на візуальну привабливість та естетику зображення автомобіля на фоні осіннього пейзажу. Фото автомобіля у осінніх тонах, створює атмосферу затишку та робить обкладинку естетично привабливою. Інтригуючі винос інформації для зацікавлення та привернення уваги читачів. На обкладинці присутній логотип та назва журналу, що добре вписуються в основу фотографії та доповнюють її (див., додаток Е).

### 2.3.Композиція й заголовки журналу «АвтоЧорнило»

Композиція журналу та його заголовки розроблені для забезпечення логічної навігації, легкості читання й сприймання інформації та реалізації творчої концепції видання [18]. Вона структурована таким чином, щоб провести читача від простих і практичних тем до глибокого аналізу та особистих історій.

*Практичний блок*- журнал відкривається рубриками «Автолайфхаки» та «Автомийка». Така композиція обґрунтована тим, що читач одразу отримує практичну користь, що підвищує зацікавленість до видання.

*Аналітичний блок*- потім йдуть матеріали, що вимагають більшого занурення: «Тест-драйв по мерседесовські» , «Спецвипуск ціна авто» та «Двигун в деталях». Це середина журналу, яка демонструє його експертність.

*Творчий блок*- у структуру інтегровано рубрику «Естетика фото», що служить візуальним та смисловим «містком» між технічною та візуальною частинами журналу.

*Завершальний блок*- завершують номер найбільш особисті рубрики, пов'язані з людьми: «Гаражні історії» , «Покоління за кермом» та «Автодорога». Таке розташування створює емоційне завершення та посилює зв'язок читача з виданням.

*Верстка журналу* [1-8,9-13]

Концепція передбачає використання класичної двоколонкової та одноколонкової верстки. Це рішення обґрунтоване тим, що дві та одна колонки є оптимальними та зручними для читання великих обсягів тексту. Композиція сторінок активно поєднує текст, фотографії та графічні елементи на деяких сторінках, що робить макет динамічним і запобігає монотонності під час читання.

*Заголовки журналу* [13-17]

Заголовки рубрик є інформативними та стилістично забарвленими:

«Гаражні історії»- назва одразу створює атмосферу неформальної, довірливої розповіді «від водія для водія».

«Двигун в деталях/Розбірка»- прямий, функціональний заголовок, що чітко вказує на глибокий технічний аналіз.

«Автолайфхаки»- використання популярного неологізму робить рубрику сучасною та зрозумілою для аудиторії.

«Естетика фото»- заголовок прямо вказує на унікальну "творчу" складову журналу.

«Покоління за кермом»- метафоричний заголовок, що вдало описує суть рубрики – порівняння досвіду та поглядів різних поколінь водіїв.

### *Заголовки текстів*

Заголовки до статей, оглядів, репортажів, використовують широкий спектр стилістичних прийомів для привернення уваги:

*Заголовки-питання* - створюють інтригу та апелюють до досвіду читача. Наприклад: «Що дорожче: володіти чи купити? Парадокси ціноутворення».

*Заголовки-інструкції* - прямо вказують на користь. Наприклад: «Лайфхаки, які допоможуть зменшити розхід палива», «Магія Золотої години: як зробити естетичне фото вашого авто».

*Метафоричні та образні заголовки*- використовуються для аналітики та репортажів, додаючи емоційного забарвлення. Наприклад: «Очкарик». Або Mercedes-Benz - вічна класика». «Серце звіра: розбираємо класичний M103», «Привид із Каліфорнії: унікальний Lucid Air».

*Заголовки-цитати* - використовуються для інтерв'ю та монологів, що є класичним прийомом для цього жанру, який одразу передає головну думку героя. Наприклад: «Я ціную свій час: чому покоління 20+ обирає практичність».

Система заголовків є ефективною, адже вона не лише структурує матеріал, але й використовує яскраву, емоційну лексику, яка відповідає творчій та емоційній концепції журналу «АвтоЧорнило».

Вибір колористики та шрифтів є ключовим елементом для візуальної ідентичності журналу та має на меті підтримати його унікальну концепцію, тобто поєднати техніку та естетику [6-7, 10].

Для журналу була обрана тепла палітра кольорів, що створює відчуття затишку, естетики та експертності, відмежовуючись від агресивних кольорів або стандартної чорно-білої палітри видань.

*Основні кольори*- лазурний блакитний, білий та колір темної вишні. Використовуються для основного тексту та заголовків. Ці кольори обґрунтовані тим, що вони символізують надійність, легкість, класику та досвід, що ідеально пасує для аналітичних та технічних рубрик.

*Додаткові кольори*- відтінки блакитного, темна вишня, та гірчичний жовтий. Використовуються для акцентів, змісту журналу та деяких підзаголовків. Їх вибір обґрунтований необхідністю додати журналу структурованості, легкості, ніжності та сучасності. Ці кольори підходять для «естетичної» частини аудиторії.

*Фоновий колір* молочний для основного фону всіх сторінок журналу та відтінки блакитного для виділення спеціальних випусків. На відміну від сліпучо-білого, ці кольори для фону є приємнішими для ока при тривалому читанні та підтримують загальну естетику й атмосферу журналу.

#### *Шрифти журналу*

Для журналу обрано класичне контрастне поєднання шрифтів [13-17].

*Для заголовків та підзаголовків обрано шрифт без засічок, гротеск*- Laguna. Шрифти без засічок виглядають сучасно та чітко, а висока читабельність у великому кеглі робить їх ідеальними для привернення уваги. Цей вибір обґрунтований тим, що він візуально представляє – технічну, сучасну складову журналу.

*Для основного тексту та текстівок під фото, обрано шрифт із засічками, антиква*- Loga. Антиква традиційно вважається найбільш комфортною для читання у великих обсягах суцільного тексту. Вона додає тексту класичності, елегантності та зручності у прочитанні. Цей вибір обґрунтований тим, що він представляє творчу, текстову та класичну складову журналу.

Поєднання сучасного, чистого гротеску в заголовках та елегантної, легко

читабельної антикви в тексті створює необхідний візуальний контраст і є доречними для журналу.

### **Висновки до другого розділу**

У другому розділі курсової роботи було комплексно розроблено та обґрунтовано концепцію, змістове наповнення та візуальну складову авторського автомобільного журналу «АвтоЧорнило».

По-перше, сформовано унікальну концепцію видання, що базується на принципі дуалізму, закладеному в назві: поєднання технічної експертності «Авто» з естетикою та художньою подачею «Чорнило». Визначено місію журналу - популяризація автомобільної культури через призму особистих історій та візуального мистецтва. Видання позиціонується як науково-популярне та виробничо-практичне, орієнтоване на широку аудиторію віком 18-45+ років, включаючи як досвідчених автолюбителів, так і водіїв-початківців та естетів.

По-друге, проведено детальний аналіз текстового та зображального контенту. Встановлено, що текстове наповнення має широкий діапазон: від практичних лайфхаків та глибокої технічної аналітики двигунів до емоційних репортажів і інтерв'ю. Така різноманітність жанрів: інструкція, огляд, есе, монолог дозволяє всебічно розкрити тему та задовольнити інтереси різних сегментів аудиторії. Зображальний контент, представлений атмосферними фотографіями «золотої години», макрозйомкою деталей та живими репортажними кадрами, виконує не лише ілюстративну, а й контентноутворюючу функцію, безпосередньо реалізуючи естетичну місію журналу.

По-третє, розроблено композиційну структуру та систему рубрикації. Обрано класичну двоколонкову та для деяких сторінок одноколонкову верстку, яка є оптимальною для читання аналітичних текстів у форматі А4. Композиція журналу побудована за логікою «занурення»: від швидких практичних порад на початку до глибокої аналітики в центрі та емоційних історій наприкінці. Система заголовків, що поєднує прямі вказівки з метафоричними зворотами, вдало підтримує загальний тон видання.

По-четверте, обґрунтовано вибір колористики та шрифтів. Тепла кольорова гама: лазурний блакитний та його відтінки, вишневий, гірчичний жовтий та молочний для фону, створюють атмосферу затишку та експертності, відмежовуючи

видання від агресивного дизайну. Використання контрастної пари шрифтів: сучасний гротеск для заголовків та класична антиква для тексту, візуально закріплює ідею поєднання технологій та творчості.

Таким чином, усі розроблені елементи дизайн-макету - від змісту до візуального оформлення - є взаємопов'язаними та спрямовані на створення цілісного, конкурентоспроможного медіапродукту.

### **3.1. Відеопрезентація дизайн-макета журналу «АвтоЧорнило» й опитувальник для споживачів медіапродукту**

Важливим етапом у створенні нового медіапродукту є його апробація, яка дозволяє проаналізувати якість створеного продукту та отримати зворотний зв'язок від аудиторії. Для ефективної демонстрації дизайн-макета журналу «АвтоЧорнило» було створено відеопрезентацію (див., додаток Ж). Відеоряд був розроблений із метою не просто показати сторінки видання, а й передати його унікальну філософію - поєднання технічної культури з візуальною естетикою (див., додаток Ж).

Сценарій відеопрезентації охоплює ключові структурні елементи журналу, починаючи від динамічної заставки до детального огляду рубрик та демонстрації макета журналу в поєднанні з закадровим голосом авторки, яка розповідає про вибір шрифтів, колористики, рубрик, що підкреслює особистий підхід до створення медіапродукту (див., додаток Ж).

У відеопрезентації наочно продемонстровано реалізацію рубрик:

«Автолайфхаки»- для демонстрації практичної користі видання (див., додаток Ж), «Автомийка» - як приклад порад щодо догляду за авто (див., додаток Ж), «Двигун в деталях»- для підтвердження технічної експертності журналу (див., додаток Ж), а також унікальної рубрики «Естетика фото» (див. додаток ж), що дозволило глядачам максимально повно оцінити як зміст, так і візуальну складову.

Для отримання об'єктивної оцінки візуальної та змістової складових журналу «АвтоЧорнило» було розроблено опитувальник, що складається з блоку питань про особисті дані респондентів та 12 ключових оціночних питань.

Анкетування проводилося дистанційно серед фокус-групи після перегляду відеопрезентації та ознайомлення з дизайн-макетом. Основним завданням опитування було виявлення сильних сторін, що можуть стати основою для подальшого просування журналу, а також фіксація технічних недоліків, що потребують вдосконалення.

Така кількість запитань є доцільною та обґрунтованою, оскільки охоплює всі ключові аспекти медіапродукту: від якості контенту до технічного виконання дизайну та оформлення журналу. Опитувальник також містив поле для відкритих

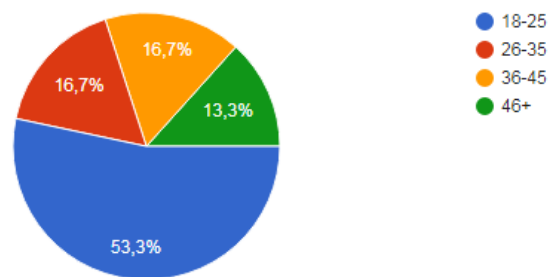
рекомендацій, що дозволило респондентам висловити власні пропозиції щодо вдосконалення журналу.

### 3.2.Результати опитування фокус-групи

У ході виконання курсової роботи та створення журналу, в мене було завдання провести опитування, щодо оцінки якості створеного дизайн-макету та контенту журналу. У результаті дослідження було опитано 30 респондентів, яким було задано 15 питань, 3 з яких стосувались інформації про них. Якщо подивитись на діаграму (рис.2.1) ми можемо побачити, що більша кількість опитаних респондентів були молодшого віку від 18-25 років їх було 53.3% , вік двох наступних вікових категорій 26-35 та 36-45 років, за кількістю був однаковий 16.7%, і найменше респондентів за віком, було від 46+ років, 13.3%.

Оберіть ваш вік

30 відповідей

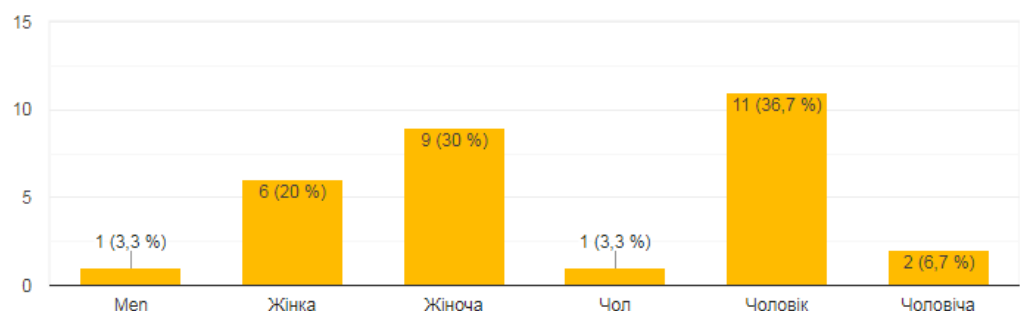


(Рис., 2.1 вік респондентів)

Наступне питання, стосувалося статі респондентів, на діаграмі видно, що було задіяно однакову кількість жінок та чоловіків по 15 людей (див. рис. 2.2), серед них були респонденти з різною професійною діяльністю ( див. рис. 2.3).

Ваша стаття

30 відповідей



(Рис., 2.2 стаття респондентів)

Напишіть ваш вид діяльності

30 відповідей



(Рис., 2.3 професійна діяльність респондентів)

Далі, на відкрите запитання, «Що у журналі "АвтоЧорнило" привернуло вашу увагу?» респонденти найчастіше відзначали- обкладинку, макет, влучно викладену та корисну інформацію, фото матеріали та стиль подачі. Це свідчить про якісно пророблену роботу над журналом ( див. рис. 2.4).

Що у журналі "АвтоЧорнило" привернуло вашу увагу ?

|                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Обкладинка                                                                                                                                      |
| Інформація                                                                                                                                      |
| Цікаво                                                                                                                                          |
| Цікавість матеріалу та доречність фото                                                                                                          |
| Обложка                                                                                                                                         |
| -                                                                                                                                               |
| Ілюстрації                                                                                                                                      |
| Приємно вразила продуманість оформлення: чіткі записи, структуровані розділи та фотографії автомобілів, що дозволяють легко сприймати матеріал. |
| Фото                                                                                                                                            |

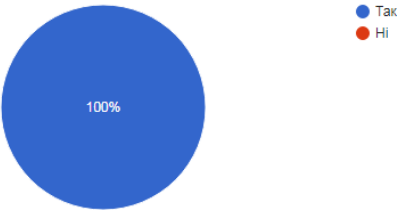
Що у журналі "АвтоЧорнило" привернуло вашу увагу ?

|                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------|
| Розповідь про різні моделі авто                                    |
| Стиль                                                              |
| Корисна інформація для водіїв                                      |
| Інформація                                                         |
| Макет                                                              |
| Не знаю                                                            |
| Цікава інформація, сама подача інформації, дизайн, картинки, зміст |
| Все, особливо автолайфхаки                                         |
| Обкладинка                                                         |

(Рис., 2.4 привернення уваги респондентів у журналі)

На наступній циклограмі ( див. рис. 2.5), на запитання: «Чи була інформація із журналу для вас цікавою та корисною?» 100% респондентів відповіли «Так». Цей показник підтверджує, що дані рубрики та написана інформація підібрані вдало.

Чи була інформація із журналу для вас цікавою та корисною ?  
30 відповідей



(Рис., 2.5 інформація журналу)

Наступне питання було таким, «Чи відповідає стиль і подача матеріалів, тематиці журналу»? , респонденти 100% дали відповідь так, а це означає, що матеріали повністю відповідають поставленій задачі ( див. рис. 2.6).

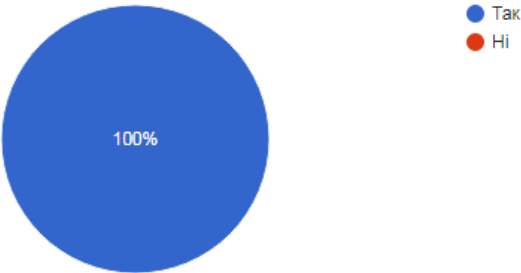
Чи відповідає на вашу думку, стиль і подача матеріалів тематиці журналу ?  
30 відповідей



(Рис., 2.6 матеріали журналу)

На циклограмі ( див. рис. 2.7), респонденти дали 100% відповідь «так», на питання: «Чи подобається вам обрана кольорова палітра журналу ?». А це значить, що обрана палітра теплих кольорів сприяє комфортному та тривалому читанню з екранів, що є важливим для онлайн-журналу.

Чи подобаються вам, кольори які використані у журналі "АвтоЧорнило" ?  
30 відповідей

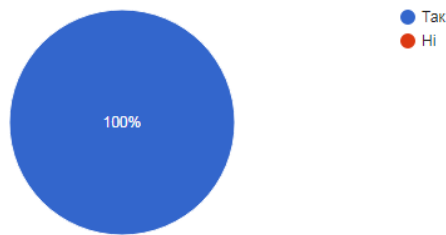


(Рис., 2.7 колористика журналу)

На питання: «Чи доречно підібрані фото та відеоілюстрації до матеріалів?» та «Чи дотримано у журналі баланс між текстовим та зображальним контентом?» ( див. рис. 2.8) та ( див. рис. 2.9) відповідь респондентів також була позитивною 100% «так», це свідчить про вдале поєднання та вибір зображень у співвідношенні до тексту.

На вашу думку, чи доречно підібрані фото та відео до матеріалів ?

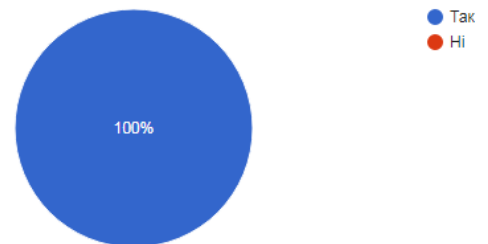
30 відповідей



(Рис., 2.8 доречність матеріалів журналу)

Чи дотримується у журналі баланс між текстом та фото ?

30 відповідей

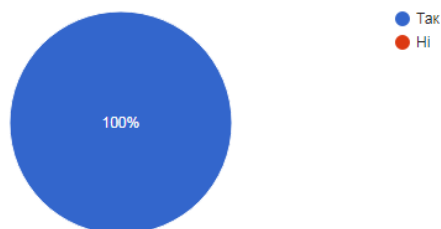


(Рис., 2.9 баланс фото і тексту)

На циклограмі( див. рис. 2.10), видно, що опитуванні 100% відповіли: «так», щодо зручності та знаходження інформації, можна сказати, що це є підтвердження вдало побудованої структури журналу.

Чи допомагають вам заголовки та виноси із тексту зрозуміти про що розповідатиметься у тексті ?

30 відповідей

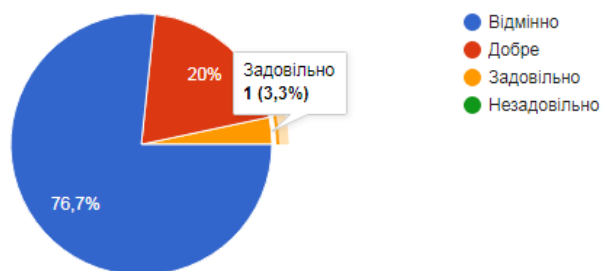


(Рис., 2.10 навігація журналу)

На двох інших циклограмах ( див. рис. 2.11) і ( див. рис. 2.12), респонденти оцінювали шрифти журналу та їх зручність для читання. Отже, щодо оцінки то 76.7% вважають використанні шрифти відмінними, 20 % відповіли, що шрифти підібрані добре і 3.3% обрали відповідь задовільно. Про зручність шрифтів 96.7% вибрали, що обрані шрифти зручні для читання і 3,3%, написали, що ні.

Оцініть будь ласка шрифти ?

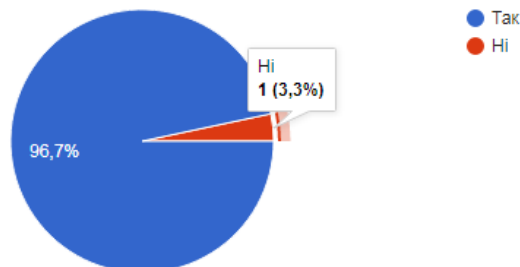
30 відповідей



(Рис., 2.11 оцінка шрифтів)

Чи зручно вам читати текст ?

30 відповідей

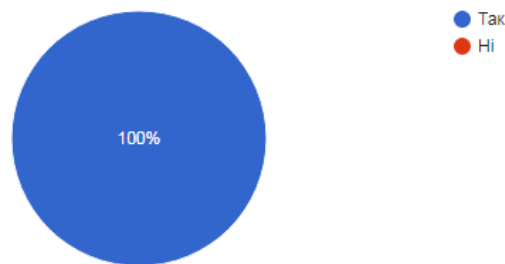


(Рис., 2.12 оцінка читання шрифтів)

На питання: «Чи порадили б ви цей журнал знайомим?» ( див. рис. 2.13), респонденти 100% відповіли «так». Цей показник є найвищим критерієм успіху апробації та гарантує високий потенціал видання для подальшого поширення.

Чи порадили ви, б цей журнал комусь із знайомих ?

30 відповідей



(Рис., 2.13 поширення журналу)

У кінці опитування, респондентам надавалось відкрите питання, щодо їх рекомендації для покращення журналу «АвтоЧорнило» і на нього дали відповідь 29 респондентів які написали, що їм все сподобалось, хочуть продовжувати читати це видання, ще більше його покращити і декілька опитаних, а саме двоє, написали щодо збільшення шрифту ( див. рис. 2.14).

Які рекомендації ви можете надати для покращення журналу. Якщо все сподобалось так і напишіть

|                                                         |
|---------------------------------------------------------|
| Все сподобалось                                         |
| Все сподобалось                                         |
| Ще більше покращити                                     |
| Все сподобалось, працювати далі над наступним випуском) |
| Все супер                                               |
| -                                                       |
| Все сподобалось!                                        |
| Все супер , мені сподобалось                            |
| Збільшити шрифт                                         |

Які рекомендації ви можете надати для покращення журналу. Якщо все сподобалось так і напишіть

|                                                            |
|------------------------------------------------------------|
| Все сподобалось,матеріал подано ясно, все було зрозуміло!! |
| Так                                                        |
| Добре                                                      |
| Крутий журнал, все подобається                             |
| Сподобалось так                                            |
| Більше натхнення його працівникам                          |
| Мені подобається даний журнал                              |
| Ніяких                                                     |
| Так                                                        |

Які рекомендації ви можете надати для покращення журналу. Якщо все сподобалось так і напишіть

|                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------|
| Мені все сподобалося                                                   |
| Все сподобалось, нічого змінювати не потрібно.                         |
| Все сподобалось)                                                       |
| Все сподобалося                                                        |
| Дуже влучне поєднання формату викладення,фото та цікавої інформації    |
| Можна зробити трошки більший текст                                     |
| Все чудово                                                             |
| Для всіх бажуючи                                                       |
| Хотів би читати цей журнал і надалі. Захоплююсь автомобільними темами. |

( Рис. 2.14 рекомендації для покращення журналу).

Аналізуючи відповіді респондентів, можна сказати, що вони цілком задоволені контентом та дизайн-макетом журналу «АвтоЧорнило», адже тільки двоє із них написали, що необхідно збільшити шрифт, а тому додатково, можу запропонувати такі загальні рекомендації для подальшого вдосконалення журналу:

1. Необхідно збільшити шрифт, мінімум на 1 кегль для підвищення комфорту читання журналу на електронних пристроях.
2. Додати інтерактивну складову, інтегрувати QR-коди або прямі гіперпосилання на сторінках, які переводитимуть на відповідні відеоогляди або на додатковий візуальний контент.
3. Розширення контенту, орієнтованого на практичну користь та естетику.
4. Створити постійну рубрику яка заохочуватиме аудиторію розповідати в ній про свої історії.
5. Слідкувати за деталями та дотримуватись вдалої колористики для журналу.
6. Спробувати розвивати журнал «АвтоЧорнило» у подальшому.

### **Висновки до третього розділу**

Проведений етап апробації дизайн-макета журналу «АвтоЧорнило», який включав демонстрацію відеопрезентації та створення опитувальника для проведення опитування фокус-групи, дозволив підтвердити цікавість, зручність та актуальність розробленої концепції.

Мету третього розділу, яка полягала в отриманні та аналізі об'єктивного зворотного зв'язку від респондентів, було досягнуто. Можна сказати, що результати дослідження свідчать про високий рівень схвалення медіапродукту цільовою аудиторією:

Змістова цінність - зафіксовано 100% схвальних відповідей щодо корисності та цікавості контенту. Це є прямим доказом ефективності обраних рубрик та написаної у них інформації, яка поєднує технічну експертність із естетичною подачею.

Успішність візуальної складової журналу - 100% респондентів схвалили обраний стиль, кольорову палітру та баланс тексту й зображень, що підтверджує якість верстки та її відповідність вимогам.

Лояльність читачів - 100% опитаних готові рекомендувати журнал знайомим, що є найвищим показником успіху апробації та гарантує високий потенціал для подальшого поширення.

Водночас, детальний аналіз складових журналу виявив незначні технічні недоліки, з яких було сформовано рекомендації для покращення журналу. Зокрема, наявність оцінок «Добре» щодо шрифтів та 3,3% незадоволення зручністю читання шрифтів.

Таким чином, отримані дані доводять, що дизайн-макет журналу «АвтоЧорнило» є конкурентоспроможним, естетично привабливим та функціональним медіапродуктом. Після внесення мінімальних виправлень, спрямованих на посилення інтерактивності та оптимізацію шрифту, журнал може бути готовий до подальшого поширення.

Виконана курсова робота на тему «Концепція та дизайн-макет журналу про автомобілі» є завершеним дослідженням, у ході якого було повністю досягнуто поставленої мети, розроблено цілісну концепцію та створено дизайн-макет журналу «АвтоЧорнило, здатного задовольнити потреби сучасної автомобільної аудиторії.

Проведений аналіз українського та зарубіжного ринку журналів про автомобілі «Auto lady+», «Автошляховик України», «Top Gear», «Car and Driver» встановив, що більшість видань орієнтована або на суто технічний аспект, або на глянцеви, розважальний контент, залишаючи нішу для продукту, який би успішно поєднав технічну складову з візуально-естетичною. Це обґрунтувало необхідність створення онлайн-журналу, орієнтованого на інтереси аудиторії.

Була розроблена концепція журналу «АвтоЧорнило», що поєднає технічну складову володіння авто з візуальною та естетичною складовими. Створений дизайн-макет базується на принципах одно-двоколонкової верстки, використовує класичну, але адаптивну шрифтову пару (Montserrat/Lora) та теплу, стриману кольорову палітру. Сформовані рубрики зокрема, «Естетика фото», «Автолайфхаки», «Автомийка», «Двигун в деталях\Розбірка» та інші, забезпечує універсальність та практичну цінність видання.

Апробація макета серед фокус-групи, яка складалась із 30 респондентів підтвердила його високу конкурентоспроможність. Зафіксовано 100% схвалення корисності, стилю, балансу, відповідності інформації та дизайну. Виявлено єдиний технічний недолік - потреба у незначній корекції розміру основного шрифту.

Розроблений дизайн-макет є високофункціональним, естетично привабливим та має всі шанси на подальше зростання і поширення. Мета курсової роботи вважається досягнутою, а медіапродукт «АвтоЧорнило» є готовим до впровадження на цифровий ринок після внесення мінімальних технічних виправлень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1.Віртуальна академія-навчальні комп'ютерні відео. Як додати і налаштувати колонтитул в Microsoft Word. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=RHPb8h7D\\_m8](https://www.youtube.com/watch?v=RHPb8h7D_m8). 19.11.2025
- 2.Гоцур Оксана. Специфіка розвитку українського та європейського ринку друкованих медіа в сучасних умовах. *Communications and Communicative Technologies*. Issue 24. P. 186–191. DOI:10.15421/292420. 27.09.2025
- 3.Державний автотранспортний науково-дослідного і проектний університет. Автошляховик України. *Автошляховик України*. Вип. 1, № 282. DOI:10.33868/0365-8392-2025-1-282. 19.09.2025
- 4.Дорошенко Ізабелла Естетика сучасних друкованих видань. Луганський національний університет імені Тараса Шевченка. URL: <https://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/11570/%D0%9A%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B8%CC%86%D0%BD%D0%B0%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0%20%D0%94%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. 13.11.2025
- 5.Кладійова Людмила. Журнал Auto lady+. URL: [https://issuu.com/idsferaaaa/docs/autolady\\_2025\\_79932d2f1275bc](https://issuu.com/idsferaaaa/docs/autolady_2025_79932d2f1275bc). 10.09.2025
6. Костюченко Олена, Михайлова Рада. Стратегії кольору в сучасному бренд-дизайні. *Demiurge: Ideas, Technologies, Perspectives of Design*. Vol. 5, Issue 2. P. 227–242. DOI:10.31866/2617-7951.5.2.2022.266909. 13.11.2025
- 7.Левенець Олександр. Колір. Теорія кольору. Колористика. Колірний круг. *Електронний посібник графічний дизайн у поліграфії*. URL: <https://sites.google.com/view/dcptoformat/%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B01011/%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BB%D1%8C%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD/%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D1%96%D1%97%D1%82%D0%B0-%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D1%83/3-1%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%80%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D1%80%D1%83-%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B>

8%D0%B9-

%D0%BA%D1%80%D1%83%D0%B3%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0-pantone. 19.11.2025

8. Левенець Олександр. Комп'ютерна верстка. Програми для комп'ютерної верстки. *Електронний посібник. графічний дизайн у поліграфії.* URL: <https://sites.google.com/view/dcptoinformat/%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-1011/%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BB%D1%8C%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD/%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D1%83%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%97/51%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%B0>. 03.11.2025

9. Левенець Олександр. Створення шпальт(смуг) набору багатосторінкового видання (ескіз). Обкладинка журналу. *Графічний дизайн у поліграфії* URL: <https://sites.google.com/view/dcptoinformat/%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0-1011/%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BB%D1%8C%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD/%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD-%D1%83-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%97/5-6-%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%D1%88%D0%BF%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%81%D0%BC%D1%83%D0%B3-%D0%BD%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%80%D1%83-%D0%B1%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%B5%D1%81%D0%BA%D1%96%D0%B7>. 10.10.2025

10. Овсяник Світлана. Колір. Теорія кольору. Колористика. *Основи композиції та дизайну.* URL: <https://sites.google.com/view/grdesign99/%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D1%96%D1%97-%D1%82%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D1%83/%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%80-%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F-%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D1%80%D1%83> 19.11.2025

11. Овсяник Світлана. Макет журнального розвороту. Підбір ілюстративного матеріалу. *Графічний дизайн у поліграфії*. URL: <https://sites.google.com/view/grdesign99/%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD-%D1%83-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%97/%D0%BE%D0%B1%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D0%B0-%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%83>. 19.11.2025
12. Табінський Ярослав. Візуальні концепти фотоілюстрації в медіа. 03.03.2021. DOI:10.30970/vjo.2021.50.11099. 19.11.2025
13. Тимошик Микола. Книга для автора, редактора, видавця. 2 стереотипне. Київ : Науково-видавничий центр наша культура і наука, 2006. 559 с. (Серія "Бібліотека видавця, редактора, автора"). URL: <https://ru.scribd.com/document/719238052/%D0%A2%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%88%D0%B8%D0%BA-%D0%9A%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B0%D0%94%D0%BB%D1%8F-%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%A0%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0-%D0%92%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D0%B2%D1%86%D1%8F#page=350>. 10.10.2025
14. Холод Ганна. Методичні рекомендації з навчальної дисципліни «Газетно-журнальне виробництво»: Методичні рекомендації. Міжрегіональна академія управління персоналом. URL: <https://maup.com.ua/assets/files/kafedra/jornalist/metod/metodichni-rekomendacii-do-vikonannya-kursovoi-roboti-z-disciplini-gazetno-zhurnalne-virobnictvo.pdf>. 12.09.2025
15. Чернявський Сергій. Медіа ландшафт друкованих медіа в Україні - 2024. *сайт Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/234226/2024-11-02-media-landshaft-drukovanykh-media-v-ukraini-2024/>. 27.09.2025
16. Шаповал Анатолій, Астанін Михайло. Інтеграція графічного та мультимедійного дизайну в цифрову епоху: естетичні та аксіологічні принципи дизайну. *Theory and Practice of Design*. Issue 37. Р. 480–488. DOI:10.32782/2415-8151.2025.37.49. 13.11.2025
17. Cases.media. Як обирати шрифти для заголовків та основного тексту. URL: <https://cases.media/article/yak-obirati-shrifti-dlya-zagolovkiv-ta-osnovnogo-tekstu>. 13.12.2025
18. Cases.media. Композиція в графічному дизайні. URL: <https://cases.media/article/kompoziciya-v-grafichnomu-dizaini>. 13.12.2025
19. Immediate Media Co. Top Gear. № 400. URL: <https://www.pressreader.com/uk/top-gear-uk/20250903/page/1>. 10.09.2025

20.Hearst\_Corporation. Car and Drive. URL: <https://www.ebay.com/itm/406194682559?itmmeta=01K4Q4PEVGTJ63YE82P08W9Q9X&hash=item5e9316fabf:g:wJoAAeSwWepotM0b&itmprp=enc%3AAQAKAAAA4MHg7L1Zz0LA5DYYmRTS30ncEFbxPrEnKuCcrUg%2FoZySCGHb220meOJ2vp4Ddj%2B714OwwkHB9ydJPj2%2BIA52iKLAAAx2sT8u9wc5ROljU0%2FG5sA6F7Ozoe0u%2BSekFzjvhxGOnKb54y2Rp6UAJBOwnLxbCIHkjqlhyai8aSIZKfGxo0F0j%2BU%2FWuFg2O%2BUnrTMvaSWM%2F9yPwkaz45hUdHCCis7Em46P4oWxwG76jG8MH0guYdp8fN9ZdCYQaeVy92gTKadmWHBmNsrPMecqGn42SRCT0VQCVfFoiBHdhDp3euE%7Ctkp%3ABk9SR-7t2eSlZg>. 10.09.2025



Додаток А (Обкладинка та внутрішня сторінка журналу «Autolady+»)



Додаток Б (Обкладинка та внутрішня складова журналу «Автошляховик України»)

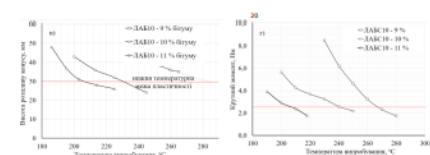


Рис. 2. Приклади встановлення технологічної пластичності, визначених прийняттями в роботі методами: а – температурна залежність глибини Люера, визначеної методом А, б – часова та температурна залежність глибини вдавлення штампом, визначеної методом Б, в – температурна залежність висоти розливу конуса суміші, визначеної методом В, г – температурна залежність крутного моменту при перемішуванні суміші, визначеної методом Г

#### Зіставлення методів визначення технологічної пластичності

Згідно з даними, представленими на рис. 2, встановлення раціонального складу литої асфальтобетонної суміші з оптимальним вмістом бітуміну в'язучого є складною задачею, оскільки підвищення технологічної пластичності може спостерігатися у разі збільшення кількості в'язучого та підвищення температури виготовлення суміші. Водночас це може призводити до невідповідності вимог литого асфальтобетону нормам, представленим в національних стандартах та суттєвому підвищенню вартості приготування литої асфальтобетонної суміші. Виходячи з цього, є доцільним оцінювати технологічну пластичність литих асфальтобетонних сумішей, враховуючи значення експлуатаційної пластичності литого асфальтобетону, визначеної методом вдавлення штампом (згідно з вітчизняними нормами значення вдавлення штампом має бути в межах від 1,0 мм до 3,5 мм).

Так, наприклад, згідно з даними, представленими на рис. 2, а, температурні діапазони технологічної пластичності, визначені за показником глибини Люера складають:

- для ЛАБС-10 з 9 % бітуму 273...284 °С;
- для ЛАБС-10 з 10 % бітуму 234...269 °С;
- для ЛАБС-10 з 11 % бітуму 196...240 °С.

Виходячи з цих даних, найбільш прийнятним є вміст бітуму 11 % та технологічна температура приготування суміші від 196 °С.

Виготовляти литу асфальтобетонну суміш із 9 % бітуму марки БНД 35/50 є недоцільним,

оскільки температури, що відповідають значенням пластичності Люера, є надто високими (273...284 °С). Це є неприйнятним для виробництва, виходячи з урахування забезпечення такої високої температури та підвищеною складністю до старіння бітуму.

У разі врахування експлуатаційної пластичності литих асфальтобетонів (рис. 3) оптимально стає вміст бітуму в 10%, а прийнятною температурою приготування литої суміші та укладання її в покриття є діапазон від 234 °С до 269 °С. Водночас у литої асфальтобетонної суміші з 11 % бітуму можна спостерігати невідповідність температурних діапазонів заданої пластичності, визначеної методом Люера, та діапазону технологічної температури приготування суміші, за якої показники експлуатаційної пластичності (глибина вдавлення штампом за температури 40 °С) буде відповідати встановленим нормам. Отже, показники технологічної та експлуатаційної пластичності необхідно нормувати, а їхні значення сильно враховувати під час визначення складу суміші та встановлення технологічного режиму виготовлення і укладання в дорожнє покриття.

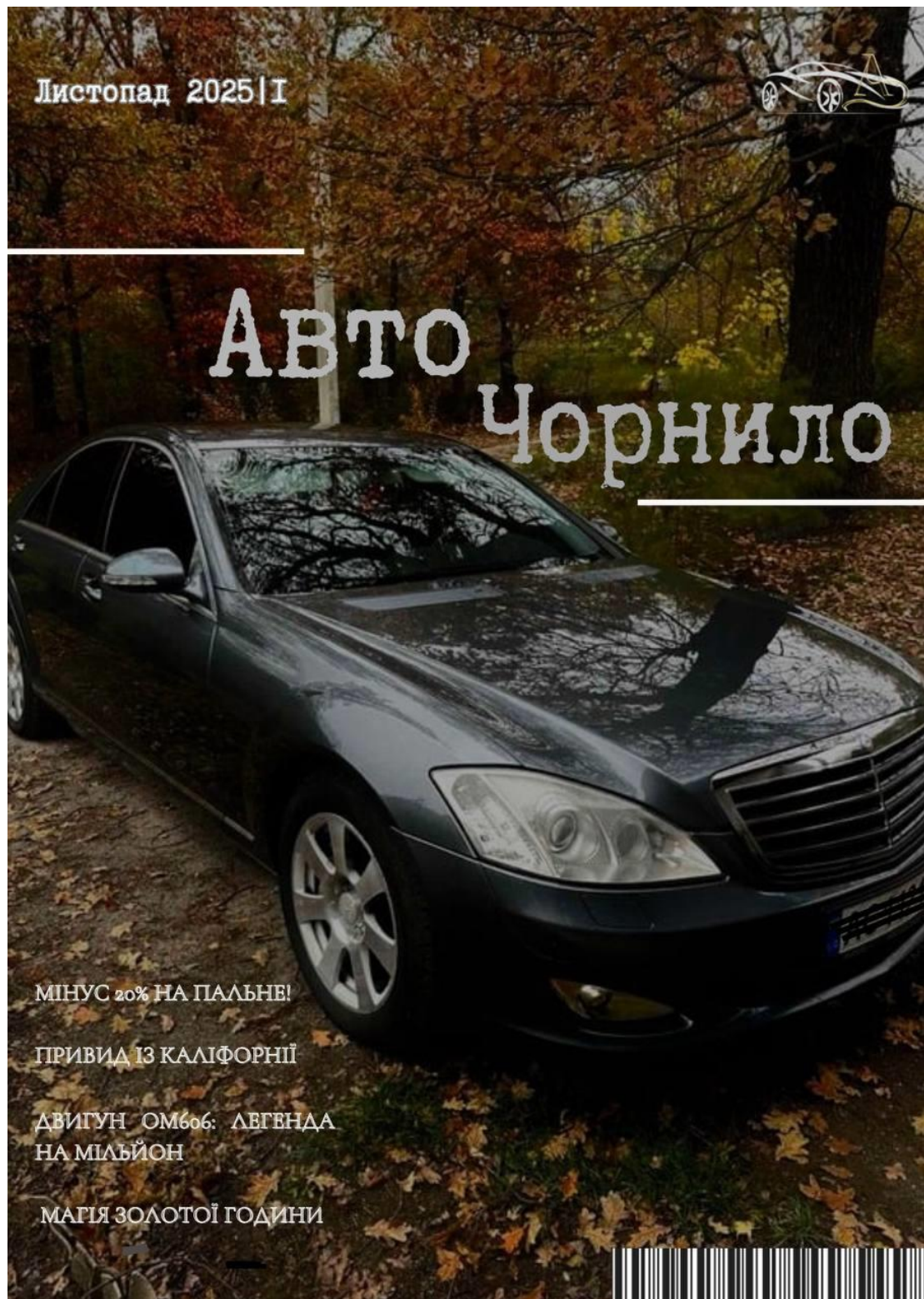
На основі отриманих у роботі експериментальних даних встановлено, що оптимальні температури приготування розглянутої літої асфальтобетонної суміші ЛАБС-10 із різною кількістю бітуму, визначені за значеннями технологічної пластичності, отриманими різними методами, є близькими (рис. 4). Водночас значення технологічної пластичності, встановлені методами Люера (метод А) та методом, що



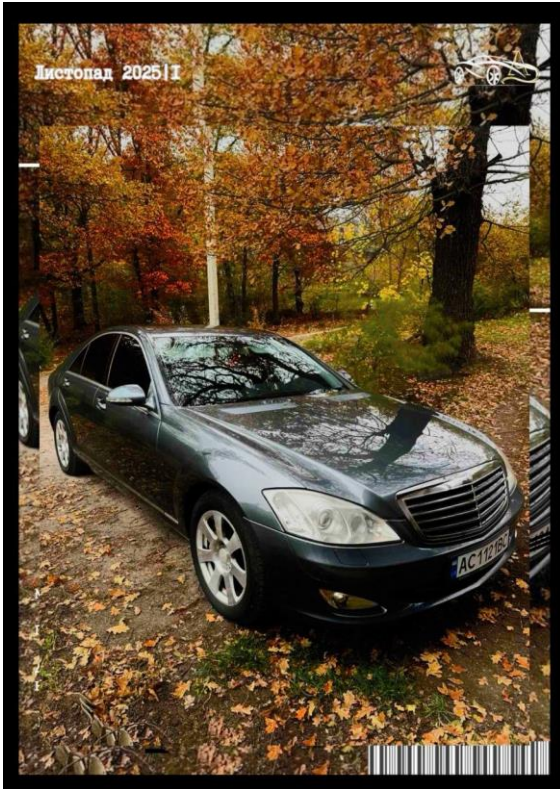
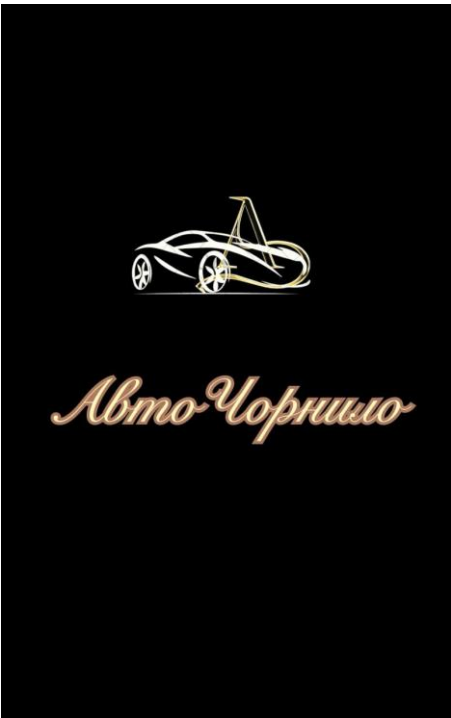
Додаток В (Обкладинка та внутрішня сторінка журналу «Car and Driver»)



Додаток Д (Обкладинка та внутрішній макет журналу «Top Gear»)



Додаток Ж(Усі скріни відеопрезентації)



# Big редактора

Дорогі читачі, автолюбители та естети!

Ласкаво просимо на сторінки першого «АвтоЧорнила» – журналу, створеного на перетині емоцій та естетики.

Якщо ви читаете це видання, це означає, що бачите в автомобілі не тільки засіб пересування, а й вважаєте його інструментом самовираження.

Ми починаємо нашу подорож із думкою про те, що автомобільна культура полягає в досвіді та емоційному зв'язку між людиною та її автомобілем.

Звідси й наша назва:

«Авто» – технічна частина: двигуни, підвіски, та деталі автомобіля, яку ми популяризуємо зрозумілою мовою.

«Чорнило» – авторський погляд на автомобільні сліди, які ми залишаємо на асфальті, емоції, які ми відчуваємо.

ЗМІСТ

04 | АВТОЛАЙФХАКИ

Маленькі секрети водіїв. Лайфхаки, які допоможуть зменшити розхід палива.

Зима без наслідків: лайфхаки для холодного сезону.

06 | АВТОМІЯКА

Битва з реагентами: чому мити авто взимку – необхідність.

Економія на мийці самообслуговування: як витягнути максимум з одного жетона.

07 | ТЕСТ-ДРАЙВ ПО-МЕРСЕДЕСОВСЬКИ

“Очкерен”. Або Mercedes E-Class W210 – вічна класика.

Статус XXL: Mercedes GL 350 (s 164)

Виток покоління W213 проти W208: комфорт проти технологій.

10 | СПЕЦВИПУСК “ЦІНА АВТО”

Що дорожче: коледж чи купити? Парадокс ціноутворення на преміум ринку.

Виток за преміум: Audi Q7 проти Mercedes E-Class.

Ринок преміум-авто: як не переплатити за “свіжопризначені” E-Class.

13 | СПЕЦВИПУСК “УНІКАЛЬНІ АВТО”

Гелендасени в Україні: колекція статусу від “кубики” 80-х до G63 Brabus.

Привід із Каліфорнії: унікальний Lucid Air.

16 | ДВИГУН В ДЕТАЛЯХ / РОЗБІРКА

OM606 останній дизельний мільйонник.

Серце звіра: розберемо класичний M103 від Mercedes та сучасного TSI від VW.

Іскра унікальності дії. Дует надійності: OM608 та Mercedes W124.

19 | ЕСТЕТИКА ФОТО

Marin “Золотої години”: як зробити естетичне фото вашого авто на смартфон.

Характер у дрібницях: вчимося фотографувати деталі авто.

Практичний гайд для автомобіліста з телефоном.

22 | ГАРАЖНІ ІСТОРІЇ

Новий охоронець “Пірюс”: репортаж про найнеможливішого кімната мийки.

Хроніка автомобільних дол.

24 | ПОКОЛІННЯ ЗА КЕРМОМ

Я кінув свій час”: чому покоління 20+ обирає практичність.

Автомобіль із характером”: мільйон класики Mercedes GL.

26 | АВТОДОРОГА

Традиція у 500 кілометрів.

## Маленькі секрети водіїв

Лайфхаки, які допоможуть зменшити розхід палива.

Ціна на паливе росте, а їздити потрібно, отож, як зменшити витрати палива без зайвих затрат?

~

Тиск у шинах – ваш союзник. Недокатані колеса можуть збільшити витрату пального на 5-10%. Нижчий тиск у шинах, призводить до надмірного нагрівання гуми, її швидшого зносу та підвищеного споживання. Раз на два тижні перевіряйте тиск на «холодних» шинах.

~

Зайва вага – ворог швидкості. Кожні 50 кг зайвої ваги у багажнику чи салоні автомобіля, можуть підвищити витрату палива приблизно на 2%, змушуючи двигун працювати з більшим навантаженням, і розхід пального росте. Не перевантажуйте автомобіль зайвими речами.

~

Плавний старт – економія. Уникайте різких розгонів та гальмувань – різниця у витратах до 20%. Гіпермайлінг – це мистецтво мінімального споживання палива. Основним його принципом є рух накатом : заздалегідь відпускайте педаль газу, якщо бачите попереду червоний сигнал світлофора або скупчення машин.

~

Плануйте свій маршрут. Затори – це з’їдені літри.

На фото - колесо Mercedes (E 350).  
Авторка фото - Литовка Руслана



На фото - сонячна панель у Toyota Prius.  
Авторка фото - Литовка Руслана



На фото - салон Mercedes ML.  
Авторка фото - Литовка Руслана



На фото - шина VW Tiguan.  
Авторка фото - Литовка Руслана



На фото - панель управління в салоні Mercedes ML.  
Авторка фото - Литовка Руслана



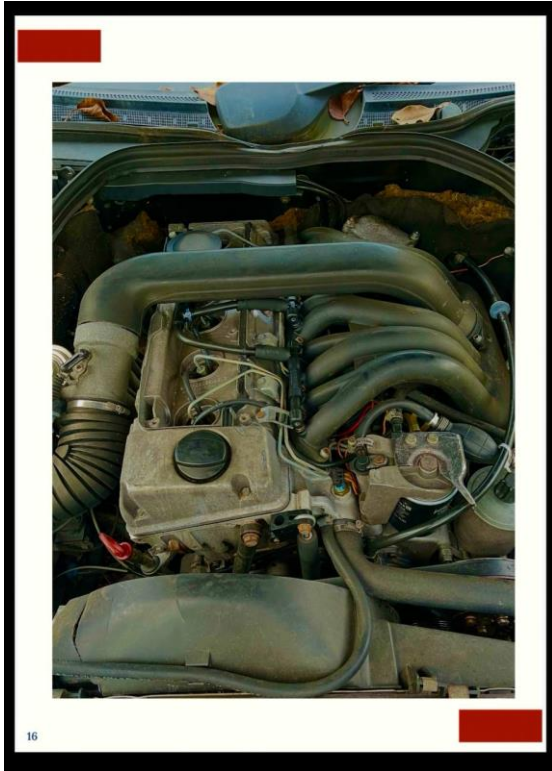
На фото - авто Ravon r4 з активною піною.

Авторка фото - Литовка Руслана



Мийка самообслуговування – це швидко і дешево, але тільки якщо ви знаєте, як правильно користуватися часом. Ось кілька порад, щоб ваша машина сяяла, а ви не витратили зайвого.

Не мийте авто під прямим сонцем. На



16



На фото- Mercedes W210.  
Авторка фото -  
Литовка Руслана



На фото -  
Volkswagen tiguan.  
Авторка фото-  
Литовка Руслана

2. Оберіть фон: знайдіть відкритий простір, де небо буде вашим головним фоном. Це може бути

## Характер у дрібницях: вчимося фотографувати деталі авто

Гарний загальний план авто – вже чудово. Але справжній характер машини ховається у деталях. Саме вони розповідають історію бренду, моделі та її стану.

Інструкція з фотографування деталей.

На фото - автомобіль Volkswagen Tiguan  
Авторка фото - Литовка Руслана



На фото - Toyota Rexus на вулиці  
Авторка фото - Литовка Руслана

На фото- салон Mercedes ML.  
Авторка фото- Литовка Руслана

На фото- вид авто Toyota Hybrid.  
Авторка фото- Литовка Руслана

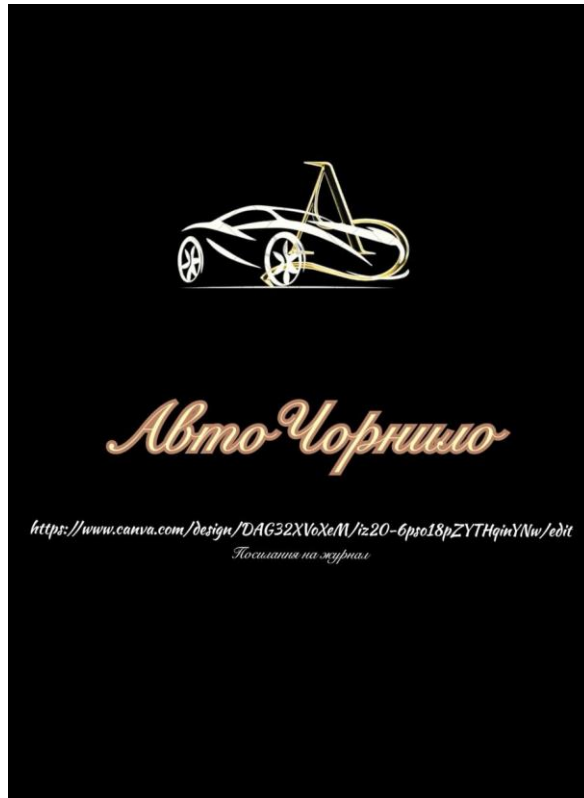
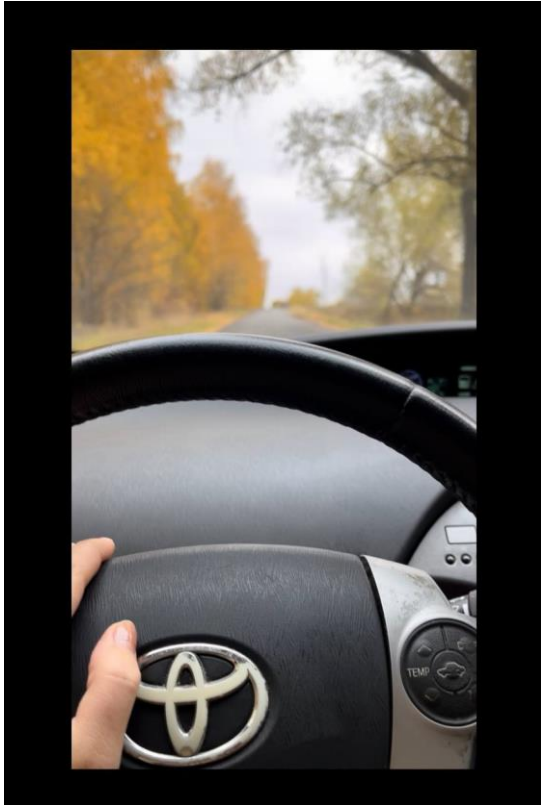


На фото - назва комплектації авто Blue efficiency.  
Авторка фото- Литовка Руслана



1. Фокус на емблемі: не фотографуйте просто логотип. Знайдіть у ньому віддзеркалення. Подивіться, як на фото у зірці Mercedes відбивається небо. Це додає знімку глибини. Шильдик "BlueEFFICIENCY" або "HYBRID" – це не просто літери, це заява бренду. Знімайте їх зблизька, злегка збоку, щоб показати об'єм.

2. Магія дисків: диски – це "взуття" авто. Вони не мають бути брудними. На фото диск Volkswagen знятий з низького ракурсу, що підкреслює його агресивний дизайн. На фото елегантний Mercedes. Лайфхак: поверніть кермо так, щоб диск "дивився" на вас, і присядьте. Фокусуйтеся на центральній емблемі.



## ЗМІСТ



### 04 | АВТОЛАЙФХАКИ

Маленькі секрети водіїв. Лайфхаки, які допоможуть зменшити розхід палива.

Зима без наслідків: лайфхаки для холодного сезону.

### 06 | АВТОМИЙКА

Битва з реагентами: чому мити авто взимку — необхідність.

Економія на мийці самообслуговування: як витиснути максимум з одного жетона.

### 07 | ТЕСТ-ДРАЙВ ПО-МЕРСЕДЕСОВСЬКИ

"Очкарик". Або Mercedes E-Class W210- вічна класика.

Статус XXL: Mercedes GL 350 (x 164)

Битва поколінь W213 проти W206: комфорт проти технологій.

### 10 | СПЕЦВИПУСК "ЦІНА АВТО"

Що дорожче: володіти чи купити? Парадокси ціноутворення на преміум ринку.

Битва за преміум: Audi Q7 проти Mercedes E-Class.

Ринок преміум-авто: як не переплатити за 'свіжопризнаний' E-Class.

### 13| СПЕЦВИПУСК "УНІКАЛЬНІ АВТО"

Гелендвагени в Україні: еволюція статусу від 'кубика' 80-х до G63 Brabus.

Привид із Каліфорнії: унікальний Lucid Air.

### 16| ДВИГУН В ДЕТАЛЯХ /РОЗБІРКА

OM606 останній дизельний мільйонник.

Серце звіра: розбираємо класичний M103 від Mercedes та сучасного TSI від VW.

Іскра уповільної дії. Дует надійності: OM60x та Mercedes W124.

### 19 | ЕСТЕТИКА ФОТО

Магія "Золотої години": як зробити естетичне фото вашого авто на смартфон.

Характер у дрібницях: вчимося фотографувати деталі авто.

Практичний гайд для автолюбителів з телефоном.

### 22 | ГАРАЖНІ ІСТОРІЇ

Новий охоронець "Пріуса": репортаж про найвимогливішого клієнта мийки.

Хроніка автомобільних доль.

### 24 | ПОКОЛІННЯ ЗА КЕРМОМ

Я ціную свій час": чому покоління 20+ обирає практичність.

Автомобіль із характером": монолог власника Mercedes GL.

### 26| АВТОДОРОГА

Традиція у 500 кілометрів.

## Big редактора

Дорогі читачі, автолюбители та естети!

Ласкаво просимо на сторінки першого випуску «АвтоЧорнила» – журналу, створеного на перетині техніки, емоції та естетики.

Якщо ви читаете це видання, це означає, що ви, як і ми, бачите в автомобілі не тільки засіб пересування чи символ статусу, а й вважаєте його інструментом для самовираження.

Ми починаємо нашу подорож із думкою про те, що справжня автомобільна культура полягає в досвіді та емоційному зв'язку, який виникає між людиною та її автомобілем.

Звідси й наша назва:

«Авто» – технічна частина: двигуни, підвіски, електроніка та деталі автомобіля, яку ми популяризуємо простою та зрозумілою мовою.

«Чорнило» – авторський погляд на автомобільну культуру, сліди, які ми залишаємо на асфальті, емоції, які ми відчуваємо під час поїздки.

Це естетика фотографії та глибина людських історій, тобто ми пишемо про техніку, осмислюючи її.

Наша місія полягає у тому, щоб створити унікальний авторський журнал, який поєднає у собі, технічну, практичну та естетичну складові авто.

Перший випуск журналу, побудований на глибоких контрастах та детальному зануренні у світ автомобілів.

Ми не просто даємо поради – ми ділимося інформацією, яка справді працює.

У рубриці «Автолайфхаки» ми розкриємо секрети економії палива та зимового догляду. Рубрика «Двигун в деталях» занурить вас у технічну експертизу, аналізуючи надійність двигунів. А для поціновувачів рідкісного у рубриці «Унікальні авто» на вас чекає «Привид із Каліфорнії» та інші ексклюзиви. Звісно, не обійдеться і без глибоких та цікавих тест-драйвів авто.

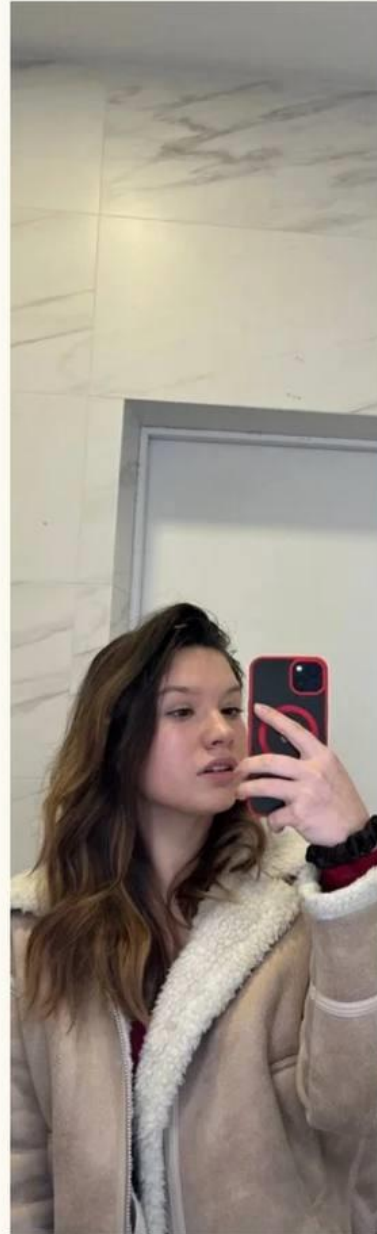
Наш журнал «АвтоЧорнило» пише, не лише про ремонт і ціни. Ми також про естетику, тому ми розповімо вам, як бачити свій автомобіль очима художника. Ви дізнаєтеся про магію «Золотої години» та порините у подорожі разом із нами у рубриці «Автодорога».

Ми віримо, що автомобільна культура в Україні заслуговує на якісний, глибокий та естетичний контент.

Ми запрошуємо вас у цю подорож, разом з нами. Нехай ваш шлях буде безпечним, бак – повним, а емоції від водіння – яскравими.

З повагою та натхненням!

Головний редактор – Литовка Руслана



~На фото- автор журналу.  
Авторка фото- Литовка Руслана~

## Маленькі секрети водіїв

### Лайфхаки, які допоможуть зменшити розхід палива.

Ціна на пальне росте, а їздити потрібно, отож, як зменшити витрати палива без зайвих затрат ?

~

Тиск у шинах — ваш союзник. Недокачані колеса можуть збільшити витрату пального на 5–10%. Нижчий тиск у шинах, призводить до надмірного нагрівання гуми, її швидшого зносу та підвищеного споживання. Раз на два тижні перевіряйте тиск на «холодних» шинах.

~

Зайва вага — ворог швидкості. Кожні 50 кг зайвої ваги у багажнику чи салоні автомобіля, можуть підвищити витрату палива приблизно на 2%, змушуючи двигун працювати з більшим навантаженням, і розхід пального росте. Не перевантажуйте автомобіль зайвими речами.

~

Плавний старт — економія. Уникайте різких розгонів та гальмувань — різниця у витратах до 20%. Гіпермайлінг — це мистецтво мінімального споживання палива. Основним його принципом є рух накатом : заздалегідь відпускайте педаль газу, якщо бачите попереду червоний сигнал світлофора або скупчення машин.

~

Плануйте свій маршрут. Затори — це з'їдені літри.

На фото- колесо Mercedes GL 350.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото- сонячна панель у Toyota prius.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото- салон Mercedes M1.  
Авторка фото- Литовка Руслана

На фото- диск VW Tiguan.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото-панель управління в салоні Mercedes M1.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото -панель з датчиками  
Авторка фото- Литовка Руслана

## Зима без ремонту: лайфхаки для холодного сезону

Зима – справжній іспит для водія. Мороз, лід, реагенти – все це шкодить авто.

Обробіть ущільнювачі силіконом. Волога, що потрапила в ущільнювачі дверей, вікон та багажника, на морозі перетворюється на лід, і ви просто не зможете відчинити двері. Силіконове мастило створює водовідштовхувальний шар і запобігає примерзанню.

Мийте машину взимку. Так, саме мийте – сіль з'їдає метал, а хімічні реагенти, якими посипають дороги утворює корозію. Миття взимку необхідне для видалення цих реагентів.

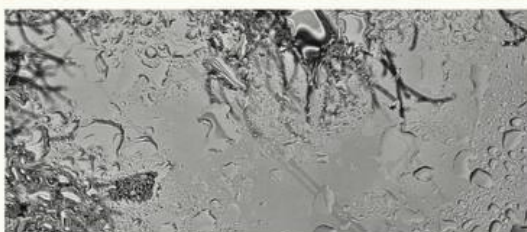


На фото - краплі дощу на склі.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото - провода під'єднані до АКБ.  
Авторка фото- Литовка Руслана

Слідкуйте за АКБ. Акумуляторна батарея на морозі втрачає до 50% своєї ємності. Заряджайте її раз на два тижні, особливо якщо мало їздите. Змащуйте замки спиртом. Жодних запальничок та прогрівання ключа – це може пошкодити електроніку. Використовуйте спеціальні розморожувачі на основі спирту. А найкращий лайфхак – якщо ви залишаєте авто на ніч, підкладіть під двірники сірникові коробки або невеликі шматочки тканини, щоб вони не примерзли до скла.



На фото - вода на склі.  
Авторка фото- Литовка Руслана

На фото - піна на склі авто.  
Авторка фото- Литовка Руслана



Лайфхак "Антидощ" своїми руками.

1. Спершу скло та дзеркала потрібно протерти, звичайною тканиною.
2. Секретний інгредієнт: Візьміть звичайну шкірку від банану та натріть нею скло. Секрет криється в натуральних оліях та воску, що містяться у внутрішній частині шкірки.
3. Дайте покриттю підсохнути 1-2 хвилини, а потім протріть чистою мікрофіброю. Все, тепер краплі будуть самі злітати з вікон, а на дзеркалах – збиратися у великі краплі та скочуватися вниз, залишаючи поверхню чистою.

### Запітнілі вікна - це не проблема.

Зимою волога в салоні миттєво викликає запітніння. Тримайте в салоні пакетик силікагелю (той, що кладуть у коробки з взуттям), або ж невеликий мішечок із сіллю чи содою – вони відмінно поглинають вологу.

### Антидощ: як миттєво покращити видимість у зливу

Кожен водій знає це відчуття: сильна злива, і вікна накриваються суцільним потоком води. Дзеркала стають майже марними, а маневрування, стає небезпечним. Є просте рішення яке допоможе у безпечити себе та інших.

Цей лайфхак допоможе вам убезпечити себе на деякий час, якщо швидко потрібно вирішити проблему, а під рукою немає професійного засобу.

## Битва з реагентами



На фото - VW Tiguan на мийці.  
Авторка фото- Литовка Руслана

Зима - це не лише засніжені та слизькі дороги, але й агресивна реальність для кузова вашого автомобіля. Сіль, пісок та хімічні реагенти створюють корозійний покрив, який атакує метал щоденно. Правильно вимите авто — це не розкіш, а необхідність. Наша інструкція допоможе зберегти ідеальний стан вашого кузова до весни.

**Миття.** Не просто збивання бруду. Забудьте про швидко обмили і готово. Узимку миття має бути двофазним.

Перший етап - безконтактна піна для видалення основного шару бруду та солі. Важливо — дайте піні попрацювати 3-5 хвилин, не допускаючи висихання.

Другий етап - ручне миття із застосуванням нейтрального шампуню та мікрофібрової рукавиці. Це прибере статичний наліт, що залишився від реагентів.

**Колісні арки.** Саме тут накопичується найбільша концентрація бруду та реагентів, що призводить до прихованої корозії. На автомийці завжди просіть, або самі промивайте арки окремо під високим напором води з внутрішньої сторони.

### Економія на мийці самообслуговування: як витиснути максимум з одного жетона



На фото - назва моделі авто.  
Авторка фото- Литовка Руслана

На фото - авто Ravon r4 з активною піною.

Авторка фото - Литовка Руслана



Мийка самообслуговування - це швидко і дешево, але тільки якщо ви знаєте, як правильно користуватися часом. Ось кілька порад, щоб ваша машина сяjala, а ви не витратили зайвого.

Не мийте авто під прямим сонцем. На гарячому кузові будь-яка хімія, особливо активна піна, висихає миттєво. Це залишає плями, які потім важко прибрати. Обирайте похмурий день або вечірній час.

Почніть з активної піни. Не змивайте бруд водою одразу. Першим жетоном увімкніть режим "Піна". Нанесіть її знизу догори - так вона довше протримається на найбрудніших частинах (порогах і бамперах). Дайте піні "попрацювати" 2-3 хвилини.

Візьміть з собою пензлик: головний лайфхак - деталінг-пензлик (або звичайна м'яка малярна щітка). Поки піна на машині, акуратно пройдіться пензликом по всіх шильдиках..

Змивайте зверху вниз. На відміну від нанесення піни, змивати основний бруд водою під високим тиском потрібно з даху. Так ви не будете двічі робити ту саму роботу.

Обов'язково - осмос та віск. Останній етап - найважливіший. Віск надає блиску і створює захисну плівку.

А "осмос" (демінералізована вода) - це ваш головний лайфхак. Якщо ви обіллете авто нею наостанок, на кузові не залишиться білих плям від висохлої води. Вам навіть не доведеться витирати машину насухо.

## Тест-драйв по - мерседесовські

### "Очкарик". Або Mercedes-Benz E-Class W210 – вічна класика.

Коли ми бачимо на дорозі Mercedes W210, перша думка у багатьох – "старий", "іржавіє", "машина з 90-х". Але подивіться на ці фото. Навіть через 25+ років після дебюту, його дизайн викликає повагу. Це був прорив. Перехід від брутального W124 до елегантного W210, відомий у народі як "Очкарик" завдяки своїм здвоєним овальним фарам, став революцією для Mercedes і водночас його "головним болем".



На фото - Mercedes-Benz E-Class W210.  
Авторка фото - Литовка Руслана



На фото - Mercedes-Benz E-Class W211.  
Авторка фото - Литовка Руслана

Дизайн авто – справжній шок. Mercedes W210 E-Class, був першим, який відійшов від класичної прямокутної форми своїх попередників. Здвоєні круглі фари, що нагадують очі, миттєво зробили його впізнаваним. Це дизайнерське рішення пізніше стало візитною карткою бренду.

Салон, виготовлений з високоякісних матеріалів: м'який пластик, натуральне дерево, міцна шкіра, створює відчуття вічної класики, Чи не так?.

Якщо говорити про комфорт, то однозначно Mercedes E-Class, де інженери зробили ставку на абсолютну плавність ходу. Саме W210 привчив світ до того, що бізнес-седан може "плисти" над дорогою. Це ідеальний автомобіль для далеких подорожей.

Двигуни.

W210 випускався з легендарними двигунами. З дизельних агрегатів особливої уваги заслуговує рядний шестициліндровий OM606, який вважається одним із найнадійніших дизельних двигунів у світі. Про нього ми детальніше поговоримо в рубриці "Двигун в деталях". З бензинових – M111, вирізняються своєю міцністю та надійністю. Вони добре піддаються встановленню ГБО. Трансмісія – відома 5-ступінчаста АКПП (5G-Tronic), яка, за умови належного обслуговування, є майже вічною. Головна проблема цього авто – корозія. Mercedes у ті роки експериментував з фарбами на водній основі, і це вилізло боком. Знайти "живий" W210 сьогодні, справжній квест.

#### Чому ж він "вічний"?

Бо це останній E-Class, де інженерія ще перемагала маркетинг. Він не ідеальний, але він "справжній".

Автомобіль з характером, який вимагає догляду, але дарує натомість незрівнянний комфорт і відчуття володіння легендою.

## Статус у форматі XXL: аналіз Mercedes-Benz GL 350 (X164)

На фото- Mercedes GL 350 .  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото-салон Mercedes GL 350.  
Авторка фото- Литовка Руслана

На фото- фара та номер кузова.  
Авторка фото- Литовка Руслана

Коли ми дивимося на сріблястий Mercedes-Benz GL-Class, ми бачимо не просто автомобіль. Ми бачимо заяву. Це флагманський позашляховик свого часу, американська мрія з німецьким інжинірингом. Але що ховається за ярликом "GL 350" і масивною решіткою радіатора?

Характеристики: модель GL 350 оснащувалася 3.0-літровим турбодизельним V6 {OM642}. Це не про спринт зі світлофора, хоча потужності вистачає, щоб впевнено переміщати цю "фортецю" вагою 2 тонни. Головні його козирі – це крутий момент та відносна {для такого гіганта} економічність.

Простір, звісно, вражає – справжній 7-місний автомобіль. На відміну від багатьох конкурентів, третій ряд сидінь – це не маркетинговий хід, а повноцінні місця, де можуть розміститися дорослі. Панорамний дах лише посилює відчуття неймовірного внутрішнього об'єму.

Пневмопідвіска Airmatic – це про комфорт. Вона перетворює дорогу на шовкове полотно, "ковтаючи" будь-які нерівності. Це ідеальний автомобіль для далеких подорожей.

Прохідність: не варто плутати його з G-Class, але система постійного повного приводу 4MATIC, разом із можливістю підняти кузов, дозволяє з'їхати з асфальту набагато далі, ніж наважиться більшість власників цього авто.

Статус: здвоєний вихлоп, 20-дюймові диски та загальний брутальний, але елегантний вигляд.

GL 350 – це вибір не розумом, а серцем. Він вимагатиме уваги до пневмопідвіски та дизельного двигуна, але натомість подарує незрівнянний рівень комфорту та відчуття переваги на дорозі. Його покупка – це інвестиція у власний комфорт.

## W213 проти C-Class W206. Битва поколінь: комфорт проти технологій.

Коли йдеться про бізнес-седан від Mercedes, більшість обирає перевірений C-Class W206. Але на ринок рішуче зайшов новий E-Class W213, який не просто "підтягнувся", а й перевершив за рівнем технологій.

Ми зіштовхнули ці два класи, щоб зрозуміти, що важливіше: комфорт чи технології.

На фото - Mercedes-Benz E-class.  
Авторка фото - Литовка Руслана



На фото - кермо та цифрова панель Mercedes E-class.  
Авторка фото - Литовка Руслана



На фото - Mercedes-Benz C-class.  
Авторка фото - Литовка Руслана

Салон W206 - останній справжній "старий" Mercedes. Його салон, особливо до рестайлінгу, пропонує відчуття затишку, обробленого деревом і шкірою. Два широкі дисплеї, об'єднані в один блок, здаються розкішними, але зберігають зрозумілі, фізичні кнопки керування кліматом.

W213, натомість, бере курс на футуризм. Його центральною домікантою є вертикально орієнтований екран MBUX, який нагадує зменшену версію S-Class W223. Керування майже повністю сенсорне, а цифрова панель приладів налаштовується в нескінченних комбінаціях.

Підвіска. пневма vs адаптив. Mercedes W213 з опціональною пневмопідвіскою Air Body Control пропонує неперевершений комфорт, що буквально "ковтає" нерівності. Це його головна перевага на українських дорогах.

W206, попри весь комфорт, пропонує лише опціональну адаптивну підвіску. Хоча вона чудово балансує, її ходові якості все ж відчуються жорсткіше.

## Спецвипуск

Ціна авто

# Що дорожче: володіти чи купити? Парадокси ціноутворення на преміум-авто в Україні.

У світі автомобільних цін панує своя, особлива логіка. Чому Audi A8 2012 року коштує стільки ж, скільки новий Hyundai Accent у максимальній комплектації? І чому ця "вигідна" на перший погляд покупка може фінансово знищити нового власника? "Ціна авто" – це не лише цифра на ціннику.

Фактор 1. Втрата вартості преміум-сегмент {Mercedes S-Class, BMW 7-Series, Audi A8} втрачає вартість найшвидше. За перші 3-5 років вони можуть подешевшати на 50-70%. Це робить їх неймовірно привабливими на вторинному ринку. Ви купуєте технології, комфорт та статус вартістю \$100,000 за ціною \$30,000.

На фото - Mercedes S-class.  
Авторка фото - Литовка Руслана



На фото - Audi a8.  
Авторка фото - Литовка Руслана

Отже, купуючи 10-річний преміум, ви купуєте не 10-річне авто. Ви купуєте 10-річні технології вартістю \$100,000 і відповідну вартість їх ремонту.

Ціна авто – це лише вхідний квиток. Справжня ціна – його утримання.

На фото - Mercedes S-class.  
Авторка фото - Литовка Руслана



Фактор 2. Ціна обслуговування, ось тут і криється пастка. Автомобіль подешевшав, але вартість запчастин – ні. Пневмопідвіска, складні алюмінієві важелі, 8-ступінчасті АКПП та високотехнологічні двигуни з турбінами вимагають обслуговування, яке коштує так само, як і 10 років тому. Заміна комплекту гальм на 10-річному( наприклад 2010-2012 року) Porsche Cayenne може коштувати як 10% його ринкової ціни, а це десь 65000 тисяч гривень, якщо брати, що середня ринкова ціна 650000 тисяч гривень.

Фактор 3. "Битва за імідж". В Україні досі сильний фактор іміджу. Volkswagen Touareg завжди буде дорожчим за аналогічний класом, але менш "статусним" за Porsche. "Німецька трійка" (Audi, BMW, Mercedes) – це окреме зібрання. Їхня ціна підтримується попитом, навіть якщо надійність вже не та.

## Спецвипуск

### Битва за преміум: Audi Q7 проти Mercedes E-Class.

"Велика німецька трійка" у всій красі.

Зліва - монументальний Audi Q7, справа - витончений бізнес-седан Mercedes - Benz E-Class. Обидва автомобілі - символи успіху, але вони пропонують кардинально різну філософію за схожі на вторинному ринку гроші.

Так, що обрати і чому?

#### Фактор 1. Призначення

Audi Q7: великий простір, 7 місць, величезний багажник і фірмовий повний привід Quattro. Це вибір для великої родини, для подорожей, для того, щоб почуватися королем дороги в будь-яку погоду.

Його ціна - дорівнює універсальності.

Mercedes E-Class: про комфорт. Класичний седан для бізнесу, для ділових поїздок і для спокійного пересування містом. Його сильна сторона - плавність ходу, розкішний салон і престиж, що не потребує доказів.



На фото - Audi Q7 та Mercedes E-class.  
Авторка фото- Литовка Руслана

#### Фактор 2. Вартість володіння.

Q7: будьте готові. Великі двигуни {часто 3.0 TDI або 4.2 FSI}, складна пневмопідвіска і вага понад 2 тонни означають високі витрати на паливе, гальма та обслуговування.

E-Class: тут є вибір. Можна знайти версію з економним дизелем і пружинною підвіскою. Утримання седана, як правило, завжди дешевше за утримання великого позашляховика.

#### Фактор 3. Ціна на ринку

На вторинному ринку України ціни на Q7 та E-Class одного року випуску {наприклад, 2010-2012} можуть бути напрочуд близькими.

Чому? Тому що ринок "боїться" потенційних вкладень у Q7. Таким чином, за ціною одного доглянутого E-Class, а це від \$13 500 - \$16 500, ви можете купити "втомлений" Q7 за \$15 000 - \$18 000. І тут головне - не гнатися за статусом, а тверезо оцінювати фактори майбутніх витрат.



На фото- цифрова панель Mercedes та Audi Q7.  
Авторка фото- Литовка Руслана



Обидва коштують дорого, але E-Class - це продумана інвестиція в комфорт, а Q7 - емоційна покупка "максимум автомобіля" за свої гроші, яка може вимагати максимум вкладень.

## Спецвипуск

### Ринок преміум-авто: як не переплатити за 'свіжопригнаний' E-Class.

На фото - Mercedes-Benz 210 та Mercedes 221.  
Авторка фото - Литовка Руслана



Український ринок вживаних автомобілів преміум-класу постійно зростає, і Mercedes-Benz є його безумовним лідером. Найбільш популярні моделі: E-Class, у кузові W212, W213, W211, та S-Class W221, які завозяться переважно з Європи. Але як уникнути "підводних каменів" і не переплатити?

Невидимі витрати E-Class W212, W213. Ціна на E-Class виглядає привабливо, але кінцевий власник часто стикається з обов'язковими, але невидимими витратами.

Обслуговування АКПП: у багатьох європейських країнах заміна масла в коробці 7G-Tronic або 9G-Tronic не є обов'язковою до 100-120 тис. км. На українських дорогах цей інтервал слід скоротити.

Відкладіть \$300-400 на повне обслуговування коробки відразу після покупки.

Адаптація оптики: автомобілі зі США чи деяких країн ЄС можуть вимагати адаптації фар до українських стандартів. Це може коштувати \$150-500 за програмування.

Витратні матеріали: динамічні дизельні двигуни такий, як 2.2 CDI можуть вимагати заміни сажового фільтра або дорогого обслуговування системи AdBlue. Завчасно перевірте історію обслуговування цих вузлів.

Сюрпризи під капотом S-Class W221, особливо з невеликими бензиновими двигунами, має іншу специфіку. Зверніть увагу на: турбіни та електроніку. Ремонт цих блоків може бути дуже дорогим.

Порада: завжди закладайте у свій бюджет 10-15% від вартості авто на обов'язкове первинне обслуговування та усунення "небажаних сюрпризів". Це єдиний спосіб уникнути переплати і насолоджуватися покупкою.

## Спецвипуск

Унікальні авто

# Гелендвагени в Україні: еволюція статусу від 'кубика' 80-х до G63 Brabus



На фото- Mercedes G 463.

Фото- згенеровано за допомогою ШІ

Mercedes-Benz G-Class, відомий як "Гелендваген" або просто "Кубик", є, мабуть, найбільш унікальним автомобілем у модельному ряді Mercedes.

В Україні він пройшов дивовижну еволюцію: від суворого військового транспорту до символу абсолютної розкоші та статусу.

Модель 460 та 463 {1979-2018} перше покоління G-Class - вони історія про довговічність.

Спочатку розроблений для військових і цивільних служб, "Gelandewagen" був створений для безкомпромісного бездоріжжя. Він не мав нічого спільного з розкішшю. Його салон можна було мити зі шланга, а панель приладів була суто функціональною.

Багато старих екземплярів 460-ї та ранніх 463-ї серій досі перебувають у власності мисливців.

Їх цінують за механічну простоту та ремонтпридатність.

Ера AMG: від G55 до G63.

У середині 2000-х G-Class остаточно перетворився з позашляховика на суперкар.

Поява версій AMG {G55 Kompressor та пізніше G63} змусила його змагатися з Ferrari та Porsche за динамікою.

В Україні цей тренд підхопили тюнінг-ательє, насамперед Brabus. Вони брали і без того божевільний G63 і перетворювали його на монстра: 700, 800, а згодом і 900 кінських сил.

Це стало абсолютним символом статусу. Володіти Brabus G-Wagen означало мати не просто найдорожчий, але й найпотужніший, найгучніший і найбільш зухвалий автомобіль у місті.



На фото - Mercedes G 55.

Авторка фото - Литовка Руслана

## Спецвипуск

# Привид із Каліфорнії: унікальний Lucid Air

Електричний фантом, гіперкар у тілі седана – Lucid Air. Побачити такий автомобіль в Україні, це вже подія. Це не просто рідкісна машина – це заява.

Його дизайн – це "чиста" аеродинаміка. Вузька суцільна оптика спереду {Micro Lens Array}, плавні обводи кузова, відсутність фальшивої решітки радіатора. Це авто кидає виклик усьому автопрому.

Lucid – стартап із Кремнієвої долини, але його очолює не просто мрійник, а інженерний геній Пітер Роулінсон. Людина, яка була головним інженером Tesla Model S. Саме він відповідав за те, що зробило Model S революцією. І, залишивши Tesla, він поставив собі за мету не просто скопіювати, а перевершити свого вчителя. Він хотів збудувати не просто хороший електрокар, а найкращий автомобіль у світі. Роулінсон зосередився на тому, що він називає "ночною інженерією" – мініатюризацією.

Lucid самостійно розробляє свої електродвигуни. Вони настільки компактні, що поміщаються у спортивну сумку, але водночас шалено потужні. Топова версія Dream Edition видає понад 1100 кінських сил і розганяється до 100 км/год швидше, ніж ви встигнете вимовити її назву {близько 2.7 секунди}. Але потужність – це не головне. Головне – ефективність. Це і є головний козир Lucid Air.

Це перший серійний електромобіль, що офіційно подолав бар'єр у 500 миль, а це 800+ км на одному заряді за суворим американським циклом EPA. Це більше, ніж у будь-якої Tesla. Розкіш "Space-Concept": завдяки мініатюрним моторам салон автомобіля просто гігантський. Це справжній S-Клас зі світу електрокарів, але з більшим простором у середині.

Але поки Lucid завойовував титул "короля дальності" і змагався з Tesla за гаманці каліфорнійських мільйонерів, з Китаю прийшла несподівана, але потужна загроза. І це – Zeekr 001. Якщо Lucid – це інженерний шедевр, то Zeekr – маркетинговий та дизайнерський нокаут. Zeekr – авто преміального бренду китайського гіганта Geely.

Lucid Air – витончений седан-аристократ, то Zeekr 001 – це зухвалий універсал-купе. Його дизайн агресивний і неймовірно привабливий.

Технології: Lucid має перевагу в 900-вольтній батареї, що дає шалену швидкість зарядки {до 300 кВт}. Zeekr 001 {до рестайлінгу} мав 400-вольтну, але в моделях з 2024 року вже перейшов на 800-вольтну, наздоганяючи конкурента.

"Бау-ефект": Lucid вражає простором салону. Zeekr вражає пневмопідвіскою {яка є майже у всіх версіях}, безрамковими дверима, що самі відчиняються при вашому наближенні, та гігантським центральним дисплеєм.

Продуктивність: топовий Lucid має 1100 к.с. Топовий Zeekr 001 у версії Performance має 544 к.с., що менше, але дає змогу вистрілювати до 100 км/год за 3.8 секунди.

Дальність: Lucid {800+ км} є королем EPA. Zeekr 001 з новою батареєю Qilin на 140 кВт-год заявляє пробіг до 1000 км {щоправда, за менш реалістичним китайським циклом CLTC}, але в реальності це теж величезні 600-700 км.

А тепер найцікавіше – ціна. І тут стає зрозуміло, чому Zeekr став такою загрозою. Lucid Air: автомобіль "великих грошей" та технологічних ентузіастів. Ціна на Lucid Air в Україні на вторинному ринку або привезений "під ключ" стартує з \$75,000 – \$85,000, а це приблизно до 3.5 млн грн за базові версії, а топові версії легко перетинають позначку \$120,000+, тобто понад 5 млн грн. Zeekr 001: вибір "нових грошей" та прагматиків. Ціна на новий Zeekr 001 в Україні, який привезений з Китаю стартує від \$45,000 – \$55,000 за потужні версії 2023-2024 року.

Поява таких авто, як Lucid Air та Zeekr 001, в Україні – це показник.

По-перше, це свідчить про те, що українські поціновувачі технологій готові привозити найновіші та найексклюзивніші новинки світу.

По-друге, це виклик для інфраструктури. Адже повноцінно зарядити 900-вольтну батарею Lucid чи 800-вольтну Zeekr здатні лише найпотужніші станції.

## Спецвипуск

### Полювання на ексклюзив: що вважати "унікальним" авто на дорогах України?



На фото - Lincoln mkz.  
Авторка фото -Литовка Руслана



На фото - Zeekr 001.  
Авторка фото -Литовка Руслана

Наш фотожурналіст, отримав нове завдання: зловити в об'єктив не просто дороги, а по-справжньому унікальні автомобілі.

Але що це означає на сьогодні, коли вулиці заповнені новими Porsche та Tesla?

Наш спецвипуск "Унікальні авто" – це фотополювання на справжню унікальність.

У наступному випуску ми покажемо вам те, що нам вдалося "вполювати". Це буде галерея автомобілів, кожен з яких змушує обернутися. Залишайтеся з нами!



На фото - Lucid air.  
Фото- згенеровано за допомогою ШІ

На фото- двигун OM606.  
Авторка фото - Литовка Руслана



## OM606: останній дизельний мільйонник

Рядний шестициліндровий дизельний двигун Mercedes-Benz OM606 {об'єм 3.0 л}, що випускався з 1993 по 2000 рік, по праву носить звання "золотої ери" німецького двигунобудування.

Чому ж він досі актуальний на вторинному ринку?

OM606 — це рядний, а не V-подібний двигун. Ця компоновка забезпечує ідеальний баланс, завдяки шести циліндрам, вона значно простіша в обслуговуванні.

Головні причини його феноменальної надійності:

Чавунний блок: на відміну від сучасних алюмінієвих блоків, чавун забезпечує високу міцність і стійкість до перегріву, а також витримує високі навантаження при тюнінгу.

Проста паливна система: у ранніх версіях використовувалася класична механічна паливна помпа, що не вимагала складної електроніки. Пізніші версії OM606.962, мали електронне управління, але самі форсунки залишалися механічними, що робило їх більш стійкими до якості палива, ніж системи CDI.

Ланцюговий привід ГРМ: дворядний ланцюг має ресурс понад 500 тис. км і не вимагає регулярної заміни, на відміну від ремінних приводів.

Головні проблеми:

Прокладка ГБЦ, може "підтікати" масло.

Вакуумні лінії: система управління турбіною працює на вакуумі. Старі трубки потребують заміни.

Система охолодження: критично важливо слідкувати за станом радіатора та антифризом.

OM606. Завдяки армованому блоку та надійній конструкції, він може легко витримувати потужність понад 400-500 к.с. {з модифікаціями} без заміни внутрішніх частин. Ці мотори "мільйонники", вони могли пройти 1 000 000 км до капітального ремонту.



На фото- двигун M103.  
Авторка фото - Литовка  
Руслана

На фото- двигун TSI від VW.  
Авторка - Литовка Руслана

## Серце звіра: розбираємо класичний M103 від Mercedes та сучасний TSI від VW.

Сьогодні у нашому "гаражі" справжній день контрастів. По одну сторону стоїть – легенда 80-х, рядний 6-циліндровий двигун Mercedes-Benz M103, судячи з усього, знятий з кузова W124. По-іншій – серце сучасного автопрому, 2.0 TSI з Volkswagen Tiguan. Ми починаємо часткову розбірку, щоб показати вам еволюцію інженерії.

Двигун Mercedes M103 : погляньте на це! Це – епоха.

Чавунний блок і алюмінієва ГБЦ: класична схема.

K-Jetronic: система механічного впорскування – головний біль і гордість водночас. Надійна, як саме авто, але налаштувати її сьогодні може не кожен.

Випускний колектор: на фото ми бачимо чавунний колектор, який є надійним та стійким до високих температур.

Підкапотний простір: зверніть увагу, скільки вільного місця навколо. Можна зняти стартер чи генератор без проблем.

Двигун VW 2.0 TSI: а тепер переносимося у 21 століття.

Компонування: усе запаковано максимально щільно. Пластикові кришки приховують котушки запалювання та форсунки безпосереднього впорскування (FSI).

Турбіна: он вона, ховається за тепловим екраном. Саме вона дає цьому двигуну, об'ємом 2.0 літра таку вражаючу динаміку.

Лайфхак з догляду: що ми перевіряємо в першу чергу? Рівень мастила. Жовтий щуп. Ці двигуни вимогливі до якості та рівня мастила.

Система охолодження: круглий розширювальний бачок з рожевим антифризом. Рівень має бути між відмітками MIN та MAX на холодному двигуні.

## Іскра уповільної дії

Поруч з акумулятором часто знаходиться ще одна "іскра уповільної дії" – розширювальний бачок системи охолодження, який ми чітко бачимо на фото.

Їх проблема полягає, у тому, що у автомобілів групи VAG, круглі бачки з часом тріскаються від перепадів температур. Пластик стає крихким, і антифриз починає витікати, що може спричинити закип або займання авто.

Колір рідини має значення. На фото видно рожевий антифриз {клас G12/G13}. Якщо ви бачите, що рідина стала бурою або каламутною – це сигнал про корозію всередині двигуна. Потрібна термінова заміна !



На фото – розширювальний бачок у Volkswagen.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото - двигун OM 60х.

Авторка фото- Литовка Руслана



На фото - Mercedes W124

авторка фото- Литовка Руслана



## Дует надійності: OM60x та Mercedes W124

Якщо ви запитаете будь-якого механіка про найдовговічніший автомобіль, відповідь часто буде одна: Mercedes W124.

І його серцем, у більшості випадків, є саме дизельний двигун серії OM60x. На фото, ми можемо побачити саме такий двигун- масивний, чавунний, створений не для швидкості, а для нескінченної подорожі.

Чому OM60x — найкраще, що трапилося з W124 ?

Надміцність: коли інженери проектували W124, вони будували його з розрахунком на довгі роки роботи в таксі та жорстких умовах. Двигуни OM60x відповідали цим вимогам. Вони мають мінімальний тепловий стрес і неймовірний запас міцності.

Механічність: у двигунах, як на фото, панує механіка. Головний вузол – рядний ТНВД {паливний насос високого тиску}. Він не боїться електроніки, не вимагає складних діагностичних сканерів і, головне, не виходить з ладу раптово. Будь-яка проблема в ньому розвивається повільно, даючи власнику час на реагування.

Ідеальна пара: W124 сам по собі має винятково міцний кузов, довговічну підвіску та просту електроніку. Коли цей кузов поєднується з непересічним ресурсом OM60x, виходить транспортний засіб, який може прослужити вдвічі довше, ніж сучасні моделі.

## Магія "Золотої години": як зробити естетичне фото вашого авто на смартфон.

На фото- Mercedes W221.  
Авторка фото- Литовка Руслана



Вам не потрібна професійна камера, щоб зробити знімок, гідний обкладинки журналу. Вам потрібен правильний час та правильний ракурс. Фотографія чорного Mercedes E-Class W210 та сірого Mercedes S-Class W221 - ідеальний приклад для нашої інструкції, розберемо одну із них.

Що ми бачимо? Автомобіль, що стоїть на тлі неймовірного помаранчевого заходу сонця. Світло м'яке, тіні глибокі. Це і є естетика фото, без фільтрів

Інструкція: як повторити цей кадр?

1. Ловіть "Золоту годину": це короткий проміжок часу (30-60 хвилин) одразу після сходу сонця або, як у цьому випадку, перед його заходом. Небо палає фарбами, а сонячне світло стає м'яким і теплим. Звичайний денний знімок, ніколи не дасть такого драматичного ефекту.



На фото- Mercedes W210.  
Авторка фото - Литовка Руслана



На фото - Volkswagen tiguan.  
Авторка фото- Литовка Руслана

2. Оберіть фон: знайдіть відкритий простір, де небо буде вашим головним фоном. Це може бути поле, пагорб або порожня парковка. Важливо, щоб позаду авто не було візуального "сміття" (інших машин, стовпів, будинків).

3. Присядьте (низький ракурс)- головний секрет. Не фотографуйте з висоти свого зросту. Присядьте, зйомка з низької точки (ракурс "три чверті спереду") робить автомобіль візуально масивнішим, агресивнішим і більш.

4. Грайте з відблисками: подивіться, як західне сонце відбивається на капоті та хромованій решітці. Трохи поверніть авто або змініть свою позицію, щоб "зловити" цей відблиск. Він додає знімку об'єму.

5. Увімкніть фари: спробуйте увімкнути габаритні вогні. Їхнє тепле світло створить гарний контраст із холодними тінями і додасть кадру "життя".

## Характер у дрібницях: вчимося фотографувати деталі авто

Гарний загальний план авто – вже чудово. Але справжній характер машини ховається у деталях. Саме вони розповідають історію бренду, моделі та її стану.

Інструкція з фотографування деталей.

На фото – колесо Volkswagen Tiguan  
авторка фото- Литовка Руслана



На фото - Toyota Prius на мийці.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото- салон Mercedes ML.  
Авторка фото- Литовка Руслана

3. Гра текстур: піна на мийці – це готова фотосесія. Контраст між блискучим металом та білою піною завжди виглядає ефектно. Або краплі дощу на склі. Не бійтеся підійти ближче і показати ці текстури.

4. Салон – це дім: замість того, щоб знімати салон з відчинених дверей, сядьте всередину. Зніміть кермо або приладову панель вночі. Це створює "ефект присутності".

На фото- вид авто Toyota Hybrid.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото -назва комплектації авто Blue efficiency.  
Авторка фото- Литовка Руслана



1. Фокус на емблемі: не фотографуйте просто логотип. Знайдіть у ньому віддзеркалення. Подивіться, як на фото у зірці Mercedes відбивається небо. Це додає знімку глибини. Шильдик "BlueEFFICIENCY" або "HYBRID" – це не просто літери, це заява бренду. Знімайте їх зблизька, злегка збоку, щоб показати об'єм.

2. Магія дисків: диски – це "взуття" авто. Вони не мають бути брудними. На фото диск Volkswagen знятий з низького ракурсу, що підкреслює його агресивний дизайн. На фото елегантний Mercedes. Лайфхак: поверніть кермо так, щоб диск "дивився" на вас, і присядьте. Фокусуйтеся на центральній емблемі.



На фото - передній бампер авто Mercedes E-class.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото- салон Mercedes ML.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото- салон Mercedes GL.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото- салон Mercedes W211.  
Авторка фото- Литовка Руслана

# Практичний гайд для автолюбителів з телефоном

Краса автомобіля – не лише у металі, а й у світлі. Фото може передати характер машини, якщо ловити правильний момент.

Світло – це 80% успіху. Знімайте на світанку або перед заходом сонця – кольори глибші, блиск кузова м'якший.

Кут зйомки. Низький ракурс робить машину могутнішою.

Фон. Мінімум зайвих деталей – лише авто й простір.

Деталі. Знімайте фару, шов на сидінні, ручку КПП – це додає життя кадру.

На фото- задній стоп та бампер Porsche.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото- задній стоп та салон Toyota prius.  
Авторка фото- Литовка Руслана

На фото- салон Mercedes ML 163.  
Авторка фото- Литовка Руслана

На фото- передня фара та бампер M1 163.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото- передня фара, задній стоп та бампер M1 164.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото- Mercedes-Benz W124.  
Авторка фото- Литовка Руслана

## ЯК ЗНЯТИ СВІЙ W124, ЩОБ ВІН ВИГЛЯДАВ НА МІЛЬЙОН

1. Золота година – ваш найкращий час. Найкращий час для зйомки – "Золота година" {перша година після світанку та остання година перед заходом сонця}. Тепле, м'яке світло підкреслить класичні лінії W124.

2. Низький ракурс – сила силуету. Автомобіль завжди виглядає ефектніше, якщо його знімати з низької точки, на рівні коліс. Це надає силуету агресивності.

3. Дзеркало в деталях. Зробіть кадр, де видно відображення навколишнього пейзажу в лакофарбовому покритті. Це підкреслює якість полірування та чистоту авто.



На фото- рижий кіт на авто.  
Авторка фото- Литовка Руслана



## Новий охоронець "Пріуса": репортаж про найвимогливішого клієнта мийки.

Зі слів власника авто....

Я майже завжди ремонтую свою машину сам. Варто мені відкрити капот чи просто дістати набір інструментів, як він тут як тут. Рудий кіт.

Він бачив, як я копався у старому Mercedes, як міняв колеса на Volkswagen і спостерігав за десятками інших машин, що бували у мене. Зазвичай він просто сидів десь збоку, або іноді підбігав, щоб погратись.

Але одного разу, після ретельної мийки нового автомобіля, я залишив його на сонці, не встиг піднятися до квартири, як помітив, що у машини з'явився новий "інспектор".

На капоті, який ще пахнув воском та піною, всівся рижий кіт. Спершу він просто сидів, оглядаючи околиці з нової висоти. Схоже, теплий від сонця метал здався йому ідеальною оглядовою позицією.

Потім "інспектор" перейшов до справи. Він повільно пройшовся по капоту, прискіпливо оглядаючи якість полірування та чистоту фари. Його хвіст трубою свідчив про повне задоволення роботою.

Моя дівчина, замість того, щоб прознати кота, дістала телефон і почала фотографувати. Ця сцена була надто милою, щоб її пропустити.

"Схоже, якість мийки схвалена найвищою інстанцією". Це той рідкісний випадок, коли сліди лапок на чистому капоті викликають не роздратування, а усмішку.

Репортаж з місця подій доводить: чистий автомобіль притягує не лише погляди людей, але й котів.





На фото- передня фара та кермо Volkswagen tiguan.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото- авто Volkswagen tiguan та його власник.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото - власник Volkswagen tiguan.  
Авторка- Литовка Руслана

## “Я ціную свій час”: чому покоління 20+ обирає практичність.

Ми спілкуємося з Дмитром , біля його білого Volkswagen Tiguan.

Це його вибір, який заснований на сучасних потребах..

Із слів Дмитра: “Знаєте, раніше мені подобалися великі, потужні автомобілі з масивним шкір'яним салоном. Це виглядає ефектно. Але з часом пріоритети змінюються. Ти починаєш цінувати прогнозованість”.

Коли я обирав наступне авто, у мене була одна вимога: надійність та технологічність. Я подивився на цей Tiguan і зрозумів,- це те, що мені потрібно.

Простий, зручний, авто без зайвого пафосу. Тут є сучасний двигун TSI, який їде бадьоро і споживає відносно не велику кількість пального. Тут є мультимедійна магнітола, моє покоління цінує час.

Я не хочу проводити вихідні у пошуках запчастин чи на сервісі. Я хочу вранці сісти в машину, завести її і поїхати у справах, а на вихідних – провести час на природі.

Хтось може сказати, що в сучасних авто забагато пластику чи електроніки. Але я скажу так: “сучасне авто, це як, інструмент який просто працює і виконує свої задачі. А пригоди я краще пошукаю у подорожах, на які цей автомобіль доведе мене з комфортом”.

## “Автомобіль із характером”: монолог власника Mercedes GL.



На фото- авто і салон Mercedes GL,  
авто і салон Volkswagen golf.  
Авторка фото - Литовка Руслана

Ми зустріли пана Миколу біля його сріблястого Mercedes-Benz GL.

Він погодився поділитися своїми думками про, його 30-річний стаж.

"Ви знаєте, я починав ще з "Жигулів". Тоді мати машину – це вже було досягнення. Ми в них усе самі ремонтували. Знали кожен гвинтик.

А потім, у 90-х, я вперше сів за кермо "Мерседеса". Це був кузов W124. І в той момент я відчув, що ці авто, зроблені для людей.

Чому я обрав цей автомобіль?

Спирається на капот своєї GL. Бо вона, про надійність... Відчуття, ніби ти знаходишся у захищеній фортеці. Подивіться на цей автомобіль. Так, він вимагає уваги, як і будь-яка складна техніка. Але коли ти сідаєш у цей салон, ти розумієш цінність кожної деталі. Тут використане справжнє дерево, якісна шкіра. Матеріали беруть роки, благородно, зберігаючи свій шарм.

Молодь зараз, женеться за іншим. Їм потрібен екран, щоб "карплей" був. Вони не відчують машину. Вони нею користуються.

А ми ... спитаєте ви. Ми з ними жили.

Ця GL, зі мною пів України об'їздила. І в дощ, і в сніг. Жодного разу не підвела. Вона дарує особливі емоції від керування, спроектована інженерами, які вклали в неї душу. І поки вона зі мною, я можу їздити на такому "залізному" коні, спокійно. Бо для мене цей автомобіль про надійність та комфорт.

Юлія, про свій сучасний автомобіль Volkswagen Golf, із її слів: « У мене сучасний двигун TSI, який їде бадьоро і не "їсть" паливо відрами».

Про технології: мультикермо, підігрів сидінь, музика bose, датчики світла та дощу, та найголовніший плюс - повністю панорамний дах.

Я ціную активні системи безпеки. Автомобіль для мене - це інструмент, який робить моє життя зручнішим і безпечнішим, а не предмет статусу.

# Традиція у 500 кілометрів



На фото- дівчина на фоні природи.  
Автор фото- Чиж Дмитро



На фото- поле.  
Авторка фото - Литовка Руслана

Це неможливо описати словами. Небо над степом спалахувало помаранчевим, потім рожевим. Повітря було неймовірно свіже. І в цей момент ти розумієш, що майже приїхав. Дорога, яка тривала всю ніч, у цей момент здавалася неймовірно швидкою, хоча 500 кілометрів – це не так і мало, якщо уявити.

Наші зупинки – це окрема історія. Ми завжди ставали десь по дорозі, щоб сфотографуватися, перекусити або просто розім'яти ноги. І, звісно, був сніданок у придорожньому кафе.

Я пам'ятаю атмосферу цих місць: трохи сонний персонал, запах міцної кави для батька і гарячого чаю для мене, далеkobійники, що тихо обговорювали свої справи і просто відпочивали перед далекою дорогою.

Це була наша маленька пауза.

На фото- захід сонця.  
Авторка фото- Литовка Руслана



Є поїздки, які вимірюються не просто кілометрами. Вони вимірюються традиціями, спогадами, емоціями, запахами та атмосферою. Для мене такою поїздкою завжди була щорічна літня дорога до Херсону. Це був наш із татом непорушний ритуал – повернення додому.

І цей ритуал мав унікальну особливість, яка ідеально пасувала б нашому журналу: ми майже щоразу поверталися на новій машині. Я, навіть, не згадаю скільки їх було. Пам'ятаю відчуття: трохи інший запах пластику в салоні, інакше налаштована підвіска, новий звук двигуна, до якого звикаєш перші 50 кілометрів. Це була невід'ємна частина пригоди – тестувати характер нового авто на нашій щорічній дистанції у 500 км.

Найбільше я любила нічні поїздки. Батько кермував, а я влаштовувалась на задньому сидінні, спочатку спостерігала за дорогою, а потім під гул шин та тиху музику з динаміків засинала.

А потім – магія. Я прокидалася від того, що салон наповнювався м'яким світлом і починало сходити сонце.

## Відстань у 500 кілометрів

Приїхавши, ми відпочивали, насолоджувалися сонцем і, звісно, морем.  
А назад...

Ми везли з собою трохи літа. Я не знаю, як ми це робили, але багажник будь-якої машини - чи то був седан, чи універсал - завжди був повний. Він був забитий херсонськими кавунами та динями. Вони були такі соковиті, що їхній солодкий запах пробивався навіть у салон.

Зараз ця дорога стала для мене чимось набагато більшим, ніж просто спогад. Це символ дому.  
І хоча зараз повторити цей маршрут неможливо, я точно знаю, що колись зроблю це знову.

Якщо ви колись будете їхати цією трасою, моя порада проста: не поспішайте.  
Зупиніться у випадковому кафе. Купіть кавуни просто біля дороги. Відчуйте цей смак, запах степу на світанку.

Бо, зрештою, кожна машина - це лише інструмент. А головне - це ті емоції, які вона нам дарує, і ті традиції, які вона допомагає створити. Це і є сенс автодороги.



На фото- море та силует на фоні моря.  
Авторка фото- Литовка Сюзанна



На фото-авто на світанку.  
Авторка фото- Литовка Руслана



На фото- багажник авто заповнений кавунами та динями.  
Фото- згенеровано за допомогою ШІ



Ви дочитали до кінця наш перший випуск “АвтоЧорнила”.

Ми вдячні, що ви пройшли цей шлях разом із нами: від детального розбору двигунів, практичних порад, естетики авто до подорожей “автодорогою”.

Нашою метою було довести те, що автомобільна культура — не лише про ціни та потужність. А іще про історії, емоції та естетику.

Ми сподіваємося, що ви знайшли тут натхнення, поринули у спогади та отримали користь від прочитаного.

Дякуємо.

Редактор журналу  
“АвтоЧорнило”



На фото– редактор журналу, автор фото та відео.  
Авторка фото– Сидоренко Богдана



Відповідно до рішення №.. (протокол №. від ...) Національної ради України з питань телебачення й

радіомовлення ідентифікатор друкованого медіа "АвтоЧорнило" - ...

Назва видання: "АвтоЧорнило"

Номер випуску: 1

Рік випуску: 2025

Назва організації: ...

Суб'єкт друкованого медіа: Литовка Руслана Сергіївна

Адреса редакції: місто Київ

ІПН:....

Головна редакторка/ дизайнерка / авторка фотографій,

обкладинки: Литовка Руслана Сергіївна

Технічний редактор: Литовка Руслана Сергіївна

Періодичність випуску: щоквартальний

Тематика: журнал популяризує технічні знання про автомобілі, пояснює принципи роботи механізмів. Має практичну спрямованість, читач отримує конкретні поради з ремонту, догляду та експлуатації транспортних засобів.

Мова: українська

Відомості про друкарню:....

Тираж: 100 примірників

Формат: А4

"АвтоЧорнило"

Папір: глянцевиий

Інформація про передплату:

Ціна 1-го випуску: 200 грн

Підписка на рік: 500 грн

Реквізити для оплати: Райфайзен банк аваль...

Правила розповсюдження: розповсюдження здійснюється на веб-сайтах та у соціальних мережах, а також через партнерські мережі міста Києва (автосалони, дитейлінг-студії).

Індекс ISSN:....

Усі матеріали, опубліковані в цьому журналі, захищені авторським правом.

Будь-яке використання матеріалів журналу, включаючи їх відтворення, поширення, переробку, переклад, без попереднього письмового дозволу автора заборонено.

Контактні дані видавництва: +380685880425 Kyivstar

Пошта: 2006ruslanavip@gmail.com

Авторка журналу - Литовка Руслана Сергіївна

2025



## Додаток Л (оформлений документ згоди на фото)

## Лист-згода

я, *Чим Дмитро Михайлович*

дата народження *24.01.2004*

даю свою добровільну згоду на фотографування мене та дозвіл на використання мого зображення у фотографіях, зроблених

Дозволю безоплатно й безстроково використовувати фотографії з моїм зображенням у друкованому медіа «АвтоЧорнило» та розміщати їх на інтернет-ресурсах як частину контенту вищезазначеного медіа. Фотографії з моїм зображенням не повинні використовуватися в контекстах, що принижують мої честь, гідність, честь і гідність інших осіб або якимось іншим чином порушують українське законодавство.

Дата: *14.12.2025*

Підпис: *Чим Дмитро Михайлович*

## Додаток М (оформлений документ, на публікацію інтерв'ю)

## Згода

на публікацію інтерв'ю

Я, Чити Дмитро Михайлович  
проживаю за адресою: м. Київ, вул. Солом'яна, 14  
добровільно надаю дозвіл здобувачці вищої освіти за спеціальністю  
"Журналістика" Литовкі Руслані Сергіївні, яка навчається в Міжрегіональній  
Академії управління персоналом, на публікацію інтерв'ю, наданого мною 10  
жовтня 2025 року, у друкованому журналі «АвтоЧорнило» та на інтернет-  
ресурсах, а також на обробку та використання моїх персональних даних під час  
публікації інтерв'ю. Цей дозвіл надається безстроково та без права на  
матеріальну компенсацію.

Дата: 14.12.2025Підпис:  Д. М. Чити

Згода  
на публікацію інтерв'ю

Я, Чиж Микола Алексійович  
проживаю за адресою: с. Чорнуха, вул. Миру, 23

добровільно надаю дозвіл здобувачці вищої освіти за спеціальністю  
"Журналістика" Литовкі Руслані Сергіївні, яка навчається в Міжрегіональній  
Академії управління персоналом, на публікацію інтерв'ю, наданого мною 10  
жовтня 2025 року, у друкованому журналі «АвтоЧорнило» та на інтернет-  
ресурсах, а також на обробку та використання моїх персональних даних під час  
публікації інтерв'ю. Цей дозвіл надається безстроково та без права на  
матеріальну компенсацію.

Дата : 14.12.2025

Підпис :

М.О. Чиж

