

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«___» _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ ЖУРНАЛУ З АВТОМОБІЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ «ДРИФТ»

Виконавець: Ошурко Степан

Іванович _____

Керівник: канд. філ. наук, доц.

Васильченко В'ячеслав Миколайович _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. АВТОМОБІЛЬНА ЖУРНАЛІСТИКА: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ, РОЗВИТОК ТА МОЖЛИВОСТІ.....	8
1.1. Історія розвитку автомобільної журналістики.....	8
1.2. Типи автомобільної журналістики.....	18
1.3. Цілі та завдання автомобільної журналістики.....	25
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ЖУРНАЛУ "ДРИФТ" ТА ЙОГО ЗМІСТОВЕ НАПОВНЕННЯ.....	30
2.1. Просування журналу, його особливості, цільова аудиторія та реклама у виданні.....	30
2.2. Контент журналу "Дрифт".....	35
Висновки до розділу 2.....	38
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	43
ДОДАТКИ	46

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Тема створення журналу з автомобільної тематики є дуже актуальною в сучасному світі. Ось декілька причин, чому ця тема варта дослідження:

- автомобільна індустрія постійно розвивається, і інформація про нові моделі, технології та тренди завжди цікава широкій аудиторії.

- зростає інтерес до зелених технологій у автомобільній галузі, таких як електричні та гібридні автомобілі. Журнал, який присвячений цим темам, має багато потенціалу для привернення уваги читачів.

- журнал з автомобільної тематики може бути корисним джерелом інформації для автолюбителів, допомагаючи їм зробити обґрунтовані вибори щодо покупки автомобіля, ремонту та обслуговування.

- велика кількість автовласників зацікавлені в удосконаленні та тюнінгу своїх автомобілів. Журнал може надати їм поради, рекомендації та нові ідеї для покращення їх транспортних засобів.

- розумні технології, такі як автономні автомобілі і системи допомоги водію, швидко набувають популярності. Журнал з автомобільної тематики може розкрити потенціал цих технологій і розібратися в їх перевагах та недоліках.

- водіння безпечної є важливою темою, і журнал може ділитися порадами та інформацією про безпеку на дорозі, правила дорожнього руху та актуальні статистичні дані про аварії.

- журнал може бути майданчиком для обговорення проблем та тенденцій в автомобільній галузі, таких як екологічність, затори, інфраструктура та інші проблеми, які впливають на автомобільну індустрію і суспільство в цілому.

- журнал може надавати огляди та рейтинги автомобілів, дозволяючи читачам отримати об'єктивну інформацію про різні моделі та їх характеристики.
- запровадження електромобілів та інших екологічних технологій вимагає розуміння та освіти. Журнал може бути засобом популяризації екологічно свідомого автопарку та інформування громадськості про переваги таких рішень.
- автомобільний спорт, такий як Формула-1, ралі та інші змагання, має велике число прихильників. Журнал може присвятити свої сторінки цьому захоплюючому світу, розповідаючи про гонщиків, команди, технології та емоції, пов'язані з автоспортом.
- водійські правила та навички постійно змінюються та удосконалюються. Журнал може надавати корисні поради та інструкції щодо безпечного водіння, правильної посадки за кермом, технік уникнення аварій та багато іншого.
- автомобільна культура є складною та багатогранною. Журнал може досліджувати різні аспекти цієї культури, такі як автомобільний дизайн, історія автомобілів, класичні моделі та інші цікаві факти, що цікавлять автолюбителів.
- автомобільна індустрія є важливим галуззю економіки багатьох країн.
- журнал з автомобільної тематики може аналізувати економічні тенденції, вплив автомобільного сектору на зайнятість та інвестиції, а також розкривати перспективи розвитку автомобільної промисловості.
- з підвищенням свідомості щодо екологічних проблем та зміни клімату, популярність альтернативних видів транспорту, таких як велосипеди, електроскутери та громадський транспорт, зростає. Журнал може досліджувати ці тренди та порівнювати різні види транспорту з точки зору ефективності, екологічності та комфорту.
- водіння автомобілів є важливою складовою культури різних країн. Журнал може досліджувати особливості автомобільного способу життя у різних країнах, включаючи традиції, звичаї та стереотипи, пов'язані з автомобілями та водінням.
- розвиток нових технологій, таких як штучний інтелект, інтернет речей та автономні системи, розширює можливості автомобільної галузі. Журнал може

висвітлювати інновації та новітні розробки у цих сферах, що впливають на автомобільний досвід та майбутнє транспорту.

- автомобілі використовуються не тільки для особистого транспорту, а й у комерційних сферах, таких як логістика, доставка та таксі. Журнал може розкривати аспекти бізнесу, пов'язані з автомобільними послугами, аналізувати ринок та нові підходи до організації автомобільних перевезень.

- водіння та володіння автомобілем можуть бути пов'язані з різними аспектами життя, такими як стиль життя, соціальний статус та індивідуальна свобода. Журнал може вивчати ці зв'язки, досліджувати психологічний вплив автомобілів на людей та розглядати теми, пов'язані з автомобільною культурою і самовираженням.

- важливим аспектом автомобільної галузі є питання безпеки. Журнал може присвятити свої сторінки розгляду різних аспектів безпеки на дорогах, включаючи технології активної та пасивної безпеки, просування дотримання правил дорожнього руху та популяризацію свідомого водіння.

- останнім часом спостерігається збільшений інтерес до ретро автомобілів та класичних моделей. Журнал з автомобільної тематики може досліджувати цей тренд, висвітлювати історію та відновлення старих автомобілів, розповідати про колекціонерів та клуби любителів ретро автомобілів.

Тому, тема створення журналу з автомобільної тематики є дуже актуальною, оскільки вона охоплює широкий спектр питань, пов'язаних з автомобільною індустрією, технологіями, культурою, безпекою та багато іншого. Такий журнал може задовольнити інтереси автолюбителів, експертів, бізнесу та широкої громадськості, надаючи цінну інформацію, аналіз та розвагу в галузі автомобільної тематики.

Мета дослідження. Метою даного дослідження є вивчення особливостей створення та поширення журнального видання автомобільної тематики в Україні на основі аналізу сучасної ситуації в галузі автомобільної журналістики.

Завдання дослідження. Для досягнення мети було поставлено наступні завдання:

1. Дослідити та проаналізувати особливості журнальних видань, що присвячені автомобільній тематиці, на українському ринку мас-медіа.
2. Визначити роль та значення категорії «експертність» у контенті журнальних видань даної тематики та її вплив на формування довіри до журналу серед читачів.
3. Розробити індивідуальний проєкт журнального видання, що відповідатиме сучасним тенденціям в автомобільній журналістиці та відповідатиме запитам цільової аудиторії.
4. Створити унікальний та якісний контент для журналу, що буде максимально цікавим та корисним для читачів.
5. Розробити ефективний та привабливий дизайн журналу «Гараж», що буде відповідати сучасним стандартам дизайну та забезпечувати зручність та легкість сприйняття матеріалів для читачів.

Об'єктом дослідження є світові та українські журнальні видання на автомобільну тематику, зокрема авторський проєкт «Дрифт».

Предметом дослідження є вивчення специфіки функціонування та просування українських журнальних видань, що присвячені автомобільній тематиці, зокрема, досліджується авторський проєкт "Дрифт".

Методи дослідження: дослідження включало в себе використання різноманітних теоретичних та емпіричних методів, що дозволило провести глибоке та комплексне вивчення автомобільної тематики. Для теоретичного аналізу були використані такі методи, як контент-аналіз, синтез, узагальнення, систематизація, класифікація та порівняння. Окрім цього, була проведена наукова інтерпретація матеріалу з використанням наукової літератури. У свою чергу, для емпіричного аналізу був застосований констатувальний експеримент, що дозволило отримати фактичний стан досліджуваного об'єкта і встановити його вихідні параметри та якості.

Наукова новизна отриманих результатів. У даній роботі було вдосконалено комплексний підхід до вивчення автомобільної тематики, який враховує економічні, соціальні та інші фактори. З метою популяризації автомобільної

тематики було створено журнальне видання з цікавим контентом, який зосереджується на нових та актуальних аспектах автомобільної галузі.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження можуть бути корисні для автомобільних журналістів, які займаються дослідженням цієї галузі, а також для студентів-журналістів, які готуються до практичних занять з видавничої справи. Отримані в результаті дослідження дані можуть бути використані для розробки автомобільного журналу, щоб забезпечити читачів свіжою та цікавою інформацією про автомобілі та автомобільну галузь. Під час створення журналу можна використати отримані результати для виявлення потреб та інтересів читачів, визначення тематичних напрямів та розробки контенту, який буде привабливим для аудиторії.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження були опубліковані в I Міжвузівській студентській науково-практичній конференції "Світові тенденції у сфері реклами і зв'язків з громадськістю: проблеми та перспективи" та на II Науково-методологічному семінарі «Права людини: відображення у медіапросторі»

Публікації. Ошурко С. І. Особливості визначення цільової аудиторії, її купівельної спроможності Автор: Ошурко Степан Іванович / Ошурко Степан І. – Київ, 2021. – 3 с.

Ошурко С. І. Роль журналістів у висвітленні дотримання поліцейськими прав водіїв / Ошурко Степан І. – Київ, 2023. – 3 с.

Структура й обсяг дипломної роботи. Робота складається зі вступу, 2 розділів (5 підрозділів), висновків до розділів та загальних висновків, списку використаних джерел (45 джерел) та 4 додатки. Загальний обсяг роботи складає 46 сторінок, основний текст викладено на 40 сторінках.

РОЗДІЛ 1

АВТОМОБІЛЬНА ЖУРНАЛІСТИКА: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ, РОЗВИТОК ТА МОЖЛИВОСТІ

1.1. Історія розвитку автомобільної журналістики

Поява перших автомобілів у другій половині XIX століття спричинила неабиякий інтерес у суспільстві. У цей період почалося формування автомобільної журналістики, хоча вона ще не мала офіційного статусу.

Перші журналісти, що писали про автомобілі, були зазвичай технічно обізнані особи, що виявляли захоплення цим новим видом транспорту. Вони старалися передати своїм читачам враження від поїздок на автомобілях і описувати їх характеристики

Одним із найвідоміших автомобільних журналістів того часу був Карл Бенц, винахідник автомобіля з внутрішнім згорянням. Він не лише створив автомобіль, але й активно пропагував його, ділився новинами та інформацією про свою техніку [26].

Журналісти того часу використовували різні засоби масової комунікації, такі як газети, брошури та лекції, щоб розповісти про автомобілі і їх переваги. Одним з головних завдань перших автомобільних журналістів була популяризація автомобілів серед широкого загалу і виклик інтересу до цієї нової технології. Вони підкреслювали зручність, швидкість та економічність автомобілів, а також їхню перспективу для майбутнього розвитку.

Перші автомобільні журналісти допомагали виробникам просувати свою продукцію, розповідаючи про нові моделі та технологічні досягнення. Вони проводили тест-драйви автомобілів і давали відгуки про їхній вигляд, комфортність, безпеку та ефективність.

Перші журналісти автомобільної галузі також активно займалися поширенням технічних знань про автомобілі. Вони розповідали про механізми, принципи роботи двигунів і систем управління, допомагаючи читачам краще зрозуміти технологію, яка стояла за автомобілем [28].

Перші автомобільні журналісти були своєрідними першопроходцями, які вносили свій вклад у становлення автомобільної індустрії. Вони були засновниками автомобільних журналів та газет, які стали спеціалізованими виданнями, призначеними саме для автомобілістів і тих, хто цікавиться автомобілями.

Перший автомобільний журнал у світі був запущений у 1895 році в Німеччині під назвою "Motorwagen- und Fahrzeug-Zeitung". У Сполучених Штатах Америки перший автомобільний журнал з'явився у 1900 році і називався "The Horseless Age" [30].

Перших автомобільних журналістів можна вважати експертами автомобільної культури, оскільки вони прогнозували майбутні тенденції розвитку автомобілів і впливали на їхнє сприйняття громадськістю.

Важливою роллю перших автомобільних журналістів було збирання і поширення інформації про нові моделі автомобілів, технологічні інновації і події в автомобільній галузі. Вони створювали рубрики, де ділилися новинами про автоподії, змагання, виставки та інші події, пов'язані з автомобілями. Перші автомобільні журналісти використовували свої публікації для підтримки і сприяння розвитку автомобільної промисловості, сприяючи залученню інвестицій та підтримці виробників автомобілів. Вони відіграли важливу роль у формуванні образу автомобіля як символу прогресу, свободи і престижу [29].

Перші автомобільні журналісти також стали посередниками між виробниками та споживачами, надаючи об'єктивну інформацію про якість і характеристики

автомобілів. Вони вплинули на формування уподобань і смаків автомобілістів, рекомендуючи певні марки та моделі.

Перші журналісти автомобільної галузі допомагали розвивати автомобільну культуру шляхом популяризації правил дорожнього руху, безпеки на дорогах і етики водіння. Вони надавали поради автомобілістам щодо технічного обслуговування автомобілів, вибору запчастин та аксесуарів [40].

Перших автомобільних журналістів можна вважати "голосом" автомобільної індустрії, які відстоювали інтереси виробників і споживачів, а також сприяли їх взаємодії і співробітництву. Їхні статті і рецензії стали початковою точкою для багатьох наступних автомобільних журналів, які з'явилися в подальшому.

Завдяки їхній праці і внеску, автомобільна журналістика почала набувати все більшого значення і статусу як окрема галузь журналістики. Сьогодні автомобільні журналісти не тільки розповідають про автомобілі, але й тестують їх, проводять розслідування, пишуть про зелені технології та інші актуальні теми в галузі.

Вони залишаються ключовим посередником між автомобільною індустрією і громадськістю, інформуючи про нові моделі, технологічні інновації та тренди.

Після Другої світової війни спостерігалось значне відновлення автомобільного ринку, що призвело до зростання популярності автомобільних журналів. В цей період з'явилося багато нових видань, які пропонували широкий спектр тематики, пов'язаної з автомобілями [38].

Автомобільні журнали почали публікувати статті про технічні характеристики автомобілів, порівняння моделей, відгуки про новинки ринку і рекомендації щодо покупки та обслуговування авто. Поява спеціалізованих видань також стала трендом після війни, коли автомобільна індустрія стала більш розмахованою і різноманітною.

Наприклад, з'явилися журнали, присвячені конкретним маркам автомобілів, автоспорту, технічним новинкам, класичним автомобілям і багато інших спеціалізованих тем. Це дозволило задовольнити потреби різних категорій читачів, які мали інтерес до конкретних аспектів автомобільної галузі.

Розширення тематики публікацій сприяло збільшенню аудиторії автомобільних журналів і підвищенню їхньої популярності в цей період.

Перехід до цифрової епохи мав значний вплив на автомобільну журналістику, зокрема завдяки інтернету та цифровим технологіям. З'явлення інтернету надало можливість автомобільним журналістам широко розповсюджувати свої матеріали та залучати більшу аудиторію [39].

Онлайн-журнали про автомобілі стали популярними, дозволяючи читачам отримувати свіжу інформацію швидко і зручно. Автомобільні блоги стали популярними серед автолюбителів, які могли ділитися своїми думками, досвідом володіння автомобілями та надавати свої рекомендації.

Завдяки цифровим технологіям, таким як фото- та відеозйомка, автомобільні журналісти мали можливість втілити свої матеріали у візуальні формати. Відео-контент, такий як тест-драйви автомобілів, огляди, порівняння моделей, став популярним серед автомобільних ентузіастів [27].

Соціальні медіа стали платформою, де автомобільні журналісти могли активно спілкуватися зі своєю аудиторією, отримувати зворотний зв'язок та взаємодіяти з читачами.

З'явилися нові формати споживання інформації, такі як подкасти про автомобілі, вебінари та стрімінгові передачі, які дозволяли залучати аудиторію в режимі реального часу.

Цифрові технології також сприяли розширенню міжнародної співпраці та обміну інформацією між автомобільними журналістами з різних країн. Більше людей отримали можливість висловлювати свої думки і коментарі щодо автомобілів через коментарі, форуми та соціальні медіа [36].

Онлайн-журналістика також надала можливість автомобільним журналістам бути більш взаємодійними зі своєю аудиторією. Вони могли отримувати запитання та пропозиції від читачів і відповідати на них безпосередньо.

Завдяки цифровим технологіям і соціальним медіа, автомобільні журналісти могли також використовувати свої канали для взаємодії з автовиробниками та отримання ексклюзивної інформації. Цифрові платформи також дозволили

автомобільним журналістам ширше досліджувати та публікувати матеріали про нові технології в автомобільній галузі, такі як електромобілі, автономні автомобілі та зв'язані з ними інновації [37].

Завдяки цифровому формату, автомобільні журналісти мали можливість оновлювати свої матеріали швидко і легко, вносячи корективи в статті, огляди та відео-контент залежно від останніх подій і новин. Окрім того, цифрова епоха дала можливість автомобільним журналістам спростити процес розповсюдження своїх матеріалів, зменшивши залежність від традиційних видавництв і друкованих видань.

Цифрові платформи також дозволили автомобільним журналістам отримувати статистику та аналітику про свою аудиторію, що надало їм можливість ліпше розуміти своїх читачів та адаптувати свій контент до їхніх потреб і вимог.

У підсумку, перехід до цифрової епохи суттєво змінив автомобільну журналістику. Інтернет та цифрові технології надали журналістам нові можливості для широкого поширення інформації, взаємодії з аудиторією та створення різноманітного контенту.

З'явлення онлайн-журналів, блогів та відео-контенту змусило традиційні видання переглянути свою стратегію і адаптуватися до нових умов. Читачі отримали доступ до більшої кількості інформації, різноманітних джерел та думок експертів.

Зростання популярності соціальних медіа дозволило журналістам залучати широку аудиторію та створювати зміст, який є відповідним їхнім потребам. Нові формати споживання інформації, такі як подкасти та вебінари, надали можливість більш інтерактивного досвіду для читачів. З цифровими технологіями автомобільні журналісти стали більш гнучкими та інноваційними, використовуючи візуальні елементи, інтерактивність та активну взаємодію з аудиторією.

Цифрова епоха перетворила автомобільну журналістику, розширивши її потенціал і сприяючи більш широкому та доступному обміну інформацією про автомобілі.

Автомобільні журнали відіграють важливу роль у формуванні автомобільних трендів і впровадженні нових технологій у галузі. Журналісти та редакції мають значний вплив на сприйняття автомобілів споживачами. Вони висвітлюють та аналізують нові моделі, тренди та інновації, що залучає увагу широкої аудиторії автомобілістів.

Журналісти здатні підкреслити особливі характеристики і переваги конкретних автомобілів, впливаючи на вибір споживачів. Їхні огляди, тест-драйви та рекомендації можуть збільшити популярність певних моделей або підтримати впровадження нових технологій у автомобільній галузі.

Журналісти також можуть виконувати функцію критиків і вказувати на недоліки або проблеми у нових моделях або технологіях, що стимулює виробників до подальшого вдосконалення та розвитку.

Редакції автомобільних журналів мають можливість встановлювати тенденції, вирішуючи, які моделі та технології отримують більше уваги в публікаціях та рекламних матеріалах. Їхні вибори впливають на сприйняття автомобілів споживачами та можуть спонукати виробників до змін у своїй стратегії розвитку.

В цілому, автомобільні журнали створюють своєрідну екосистему, де взаємодіють журналісти, редакції, виробники та споживачі, формуючи тренд в автомобільній галузі.

Розвиток автомобільної журналістики відрізняється у різних країнах світу, оскільки цей жанр має свої національні традиції впливає на нього культурні особливості кожної країни. Ось деякі особливості розвитку автомобільної журналістики:

- США: Американська автомобільна журналістика відома своїми масштабами і ентузіазмом до автомобілів. Вона орієнтована на практичність, драйв та швидкість. Американські журнали акцентують увагу на показниках швидкості, прискорення і потужності автомобілів.
- Велика Британія: Британські автомобільні журнали відрізняються своїм підходом до високої якості виготовлення та деталізації. Вони надають більше уваги дизайну, комфорту та розкоші. Британські журнали також

відомі своїми високоякісними фотографіями та літературним стилем письма.

- Німеччина: Німецькі автомобільні журнали славляться своїм професіоналізмом і технічними знаннями. Вони надають багато уваги технічним характеристикам автомобілів, інноваційним технологіям та детальним оглядам. Німецькі журнали також акцентують увагу на безпеці та динамічних характеристиках автомобілів.
- Японія: Японська автомобільна журналістика часто відображає культурні особливості Японії, такі як акцент на технології, ефективність та екологічність.
- Франція: Французька автомобільна журналістика відома своїм художнім підходом і естетикою. Журнали часто зосереджуються на дизайні автомобілів, високій якості матеріалів та елегантності. Вони підкреслюють важливість стилю і комфорту, а також підтримують французькі виробники автомобілів.
- Італія: Італійська автомобільна журналістика славиться своїм внеском у світ автомобільного дизайну. Журнали акцентують увагу на елегантності, спортивності та престижі автомобілів. Вони розповідають про італійські автомобільні бренди та їхню історію, а також відображають національну гордість Італії в своїх публікаціях.
- Китай: З огляду на стрімкий розвиток автомобільної галузі в Китаї, китайські автомобільні журнали зростають у популярності. Вони акцентують увагу на електричних та гібридних автомобілях, а також на ринкових тенденціях і прогнозах. Китайські журнали також відображають національні пріоритети, зокрема ставлять акцент на сталі розвиток та сталі зростання в галузі автомобілебудування.
- Індія: Індійська автомобільна журналістика відрізняється своїм фокусом на доступних і економічних автомобілях. Журнали надають інформацію про автомобілі, які відповідають місцевим умовам та бюджетам споживачів.

Вони також розповідають про новини з автомобільного ринку та економічних аспектів автомобільної галузі.

- Бразилія: Бразильська автомобільна журналістика відображає велику популярність автомобілів у країні, де вони є важливою частиною культури і способу життя. Журнали акцентують увагу на гнучкості, витривалості та здатності автомобілів перебувати в різних дорожніх умовах, а також враховують місцеві традиції та вплив бразильської автомобільної промисловості.

Ці різноманітні особливості розвитку автомобільної журналістики у різних країнах світу створюють багатогранну інформаційну ландшафт, в якому відбиваються національні пріоритети, культурні цінності та потреби споживачів. Кожна країна вносить свій унікальний вклад у формування автомобільних трендів, а стиль та зміст автомобільних журналів відображають багатство автомобільної культури у всьому світі.

Українська автомобільна журналістика має свої особливості, які відображають специфіку автомобільного ринку та культурні особливості країни. Ось кілька рис розвитку автомобільної журналістики в Україні:

- Адаптація до місцевого ринку: Українські автомобільні журнали акцентують увагу на моделях та брендах, які популярні серед українських споживачів. Вони надають інформацію про автомобілі, доступні на українському ринку, а також про сервісну та післяпродажну підтримку.
- Регіональні особливості: Україна має різноманітні кліматичні та дорожні умови. Журнали звертають увагу на автомобілі, які ефективно функціонують в умовах української зими, мають підвищену прохідність для бездоріжжя або надійно працюють на поганому дорожньому покритті [8].
- Культурні переваги: Україна має свої унікальні традиції та культурні цінності, які можуть впливати на зміст і стиль автомобільних журналів. Вони можуть відображати важливість сімейних автомобілів, економічну ефективність або популярність автомобілів з автентичним дизайном.

- Розвиток електромобілів: За останні роки в Україні зросло зацікавлення до електромобілів. Українські автомобільні журнали активно публікують матеріали про електричні та гібридні моделі, зарядну інфраструктуру та специфіку використання таких автомобілів в українських умовах. Журнали розповідають про переваги електромобілів у контексті екологічної чистоти та зниження залежності від нафтових видобувань. Вони також висвітлюють ініціативи та програми, спрямовані на популяризацію електромобілів в Україні, а також відгуки користувачів, які поділяють свої досвіди використання таких автомобілів.
- Майданчик для взаємодії з автопромом: Українські автомобільні журнали часто стають майданчиком для взаємодії між автомобільними компаніями та споживачами. Вони проводять тести автомобілів, огляди новинок та розміщують рекламні матеріали, що допомагає виробникам просунути свої продукти на українському ринку.

Українська автомобільна журналістика відіграє важливу роль у формуванні автомобільних трендів в країні, поширюючи інформацію про нові моделі, технології та тренди у галузі. Вона впливає на свідомість споживачів, допомагаючи їм зробити освічений вибір під час покупки автомобіля [13].

Спочатку автомобільні журнали були доступні виключно у друкованому форматі. Вони мали стійку структуру з текстовими статтями, фотографіями та графіками, які надавали читачам інформацію про автомобільні новинки, огляди та поради.

З появою Інтернету автомобільні журнали розширили свою аудиторію, започаткувавши онлайн-версії. Вони надавали можливість отримати актуальну інформацію про автомобілі та автоновини в режимі реального часу. Також інтернет-версії журналів мали більшу свободу у використанні фотографій та відео.

Сучасні автомобільні журнали стали використовувати мультимедійні платформи для збагачення змісту. Вони використовують фотографії високої

якості, відеоогляди автомобілів, анімацію та інші інтерактивні елементи, щоб привернути увагу читачів і надати більш глибоку іммерсивну експертизу [15].

Автомобільні журнали також активно використовують соціальні медіа платформи для залучення аудиторії. Вони створюють власні сторінки та профілі в мережах, де публікують короткі огляди, новини та фотографії, що дозволяє споживачам швидко отримувати оновлення та зв'язуватися з журналами.

З поширенням смартфонів і планшетів автомобільні журнали також стали розробляти мобільні додатки. Це дозволяє читачам зручно отримувати доступ до автомобільної інформації на своїх мобільних пристроях. Мобільні додатки автомобільних журналів часто пропонують інтерактивні функції, такі як можливість здійснювати віртуальні тури по автомобілях, переглядати 360-градусні зображення та використовувати живу взаємодію з експертами через чат або коментарі [16].

Еволюція формату автомобільних журналів від традиційного друкованого формату до мультимедійних платформ відкриває безліч нових можливостей для споживачів. Вони можуть отримати більш різноманітний та збагачений зміст, бути в курсі останніх трендів у автомобільній галузі та взаємодіяти з експертами та іншими читачами. Це також стимулює журналістів і редакції до творчості та інновацій, щоб задовольнити потреби сучасної аудиторії та підтримувати популярність автомобільних журналів у цифрову еру.

Автомобільна журналістика має довгу історію розвитку, яка почалася з появою перших автомобілів в кінці 19-го століття. Початково, журналістика, пов'язана з автомобілями, була переважно технічною та інформативною, спрямованою на передачу новин про автомобільну промисловість, технологічні досягнення та нові моделі [23].

З плином часу автомобільна журналістика стала більш широкою та різноманітною. Вона розширилася на огляди автомобілів, тест-драйви, поради щодо обслуговування та ремонту, звіти про автоспорт та подорожі автомобілем. Журналісти почали детально аналізувати якість, продуктивність та безпеку

автомобілів, надавати поради споживачам та впливати на формування смаків у сфері автомобілів.

У наш час автомобільна журналістика відображає велику кількість аспектів автомобільної індустрії, включаючи розгляд нових технологій, зелені тенденції, електромобілі, автономні автомобілі та майбутнє мобільності. Журналісти використовують різноманітні медіаформати, включаючи паперові журнали, веб-сайти, блоги, подкасти та відео, щоб передати інформацію та враження про автомобілі своїм аудиторіям.

Загалом, історія розвитку автомобільної журналістики свідчить про її поступове становлення від інформаційного до більш розвиненого та впливового жанру журналістики, який впливає на автомобільну індустрію та задовольняє інтереси автомобілістів.

1.2. Типи автомобільної журналістики

Загалом, виділяють 5 основних типів автомобільної журналістики:

- автомобільні новини;
- тест-драйви;
- автоспорт;
- поради та практичні статті;
- автомобільний стиль та дизайн.

Розглянемо кожен з цих типів окремо:

Автомобільні новини - це один із ключових підрозділів автомобільної журналістики, який спрямований на передачу актуальних інформаційних матеріалів про автомобільну індустрію. Журналісти, що займаються автомобільними новинами, постійно стежать за оновленнями, трендами та розвитком у світі автомобілів і передають цю інформацію своїм читачам, глядачам або слухачам [25].

Цей тип журналістики охоплює різноманітні аспекти автомобільної промисловості, включаючи випуск нових моделей автомобілів, технологічні досягнення, концепт-кари, оголошення про електричні та гібридні автомобілі,

автономні транспортні засоби, розробки в області безпеки, енергоефективності та екології.

Журналісти автомобільних новин активно співпрацюють з автовиробниками, проводять інтерв'ю з керівниками компаній, відвідують автомобільні виставки та презентації, щоб бути в курсі найсвіжіших подій. Вони аналізують стратегії компаній, плани на майбутнє, спрогнозовують тренди та роблять прогнози для автомобільного ринку.

Основна мета автомобільних новин - надати споживачам корисну та достовірну інформацію, допомогти їм вибрати автомобіль, який відповідає їхнім потребам та бюджету. Журналісти стараються передати важливі технічні характеристики, функції та особливості нових моделей, а також оцінити їх продуктивність, надійність, комфортність та безпеку.

Автомобільні новини можуть бути представлені у різних форматах, таких як статті, новинні репортажі, відео-огляди, аудіоподкасти та соціальні медіа-публікації. Журналісти активно використовують інтернет-ресурси, автомобільні журнали та спеціалізовані медіа-платформи для поширення своїх матеріалів [20].

Окрім передачі актуальних новин, автомобільні журналісти також аналізують і коментують ключові події, тренди та проблеми, які впливають на автомобільну індустрію. Вони стежать за економічними факторами, правовими змінами, екологічними вимогами та іншими впливовими чинниками, що мають значення для авто сектора.

Також варто відзначити, що автомобільні новини не обмежуються лише глобальним ринком. Журналісти також активно висвітлюють локальні автомобільні події, новини про місцеві виробники, дилерські центри, автомобільні заходи та інші події, що цікаві місцевим автомобілістам.

Враховуючи швидкий розвиток технологій та зміни в автомобільній індустрії, автомобільні журналісти повинні бути гнучкими і адаптивними, постійно покращувати свої навички та знання, щоб забезпечувати своїм читачам чи глядачам актуальну та цікаву інформацію.

Загалом, автомобільні новини є важливим джерелом інформації для автомобілістів, автолюбителів та всіх зацікавлених у світі автомобілів. Цей тип авто журналістики виконує важливу роль у сприянні освіченості автомобілістів [21].

Тест-драйви - це один із найпопулярніших підрозділів автомобільної журналістики, який зосереджений на відгуках, враженнях та аналізі автомобілів, здійснених професійними журналістами. Цей тип журналістики дозволяє споживачам отримати об'єктивну оцінку автомобілів перед придбанням.

Журналісти, що займаються тест-драйвами, отримують можливість перевірити автомобілі на різних аспектах, таких як продуктивність, керованість, комфорт, безпека, паливна ефективність та багато інших. Вони проводять випробування на дорозі, на трасі або в спеціально обладнаному тестовому майданчику, щоб отримати повний образ автомобіля.

Під час тест-драйву, журналісти розглядають різні аспекти автомобіля, включаючи його зовнішній вигляд, дизайн, якість матеріалів в салоні, функціональність сучасних систем інфотейнменту та безпеки. Вони також оцінюють рівень шуму, вібрацій, рівень комфорту під час поїздки і загальну ергономіку автомобіля.

Після проведення тест-драйву, журналісти пишуть детальні огляди та рецензії, у яких передають свої враження, аналізують переваги та недоліки конкретного автомобіля. Вони надають поради споживачам щодо вибору автомобіля, звертають увагу на його конкурентів та пропонують альтернативні варіанти [1].

Тест-драйви є важливим джерелом інформації для автомобілістів, оскільки вони дозволяють отримати реальну інформацію від експертів, які мають багатий досвід у сфері автомобільних тестувань. Журналісти ретельно аналізують технічні характеристики автомобілів, їхню динаміку, показники розгону та гальмування, а також перевіряють різні режими їзди, включаючи міські вулиці, траси та гірські дороги.

Крім того, тест-драйви дають можливість зрозуміти особливості різних видів автомобілів, включаючи легкові автомобілі, кросовери, спортивні автомобілі,

електричні та гібридні моделі. Журналісти розглядають такі аспекти, як характеристики силової установки, системи управління, підвіску, динаміку руху та інші фактори, що визначають якість та характер автомобіля.

Тест-драйви можуть бути проведені як на спеціально обладнаних трасах, так і на звичайних дорогах. Це дозволяє журналістам оцінити автомобілі в різних умовах експлуатації, включаючи різні типи покриття, маневреність в міських умовах та зручність в довгих поїздках.

Однак, варто пам'ятати, що тест-драйви відображають особисті думки та враження конкретних журналістів. Оцінка автомобіля може залежати від їхніх власних преференцій та підходу до тестування. Тому, для отримання повної картини про автомобіль, рекомендується звертатися до декількох джерел інформації, включаючи різні автомобільні журнали та веб-сайти, щоб отримати ширший огляд автомобіля [7].

Автоспорт - це тип авто журналістики, який зосереджений на покритті різних видів автомобільних змагань та подій, включаючи гоночні серії, ралі, формулу-1, дрифтінг, ралі-крос та багато інших. Журналісти, що спеціалізуються на автоспорті, відстежують та передають новини, аналізують результати гонок та подій, проводять інтерв'ю з гонщиками та експертами.

Цей тип авто журналістики передає емоції та адреналін, пов'язаний з автомобільними змаганнями. Журналісти розповідають про швидкість, майстерність та напруженість гонок, а також про технічні аспекти автомобілів, використовуваних у спорті. Вони досліджують технологічний прогрес, який зумовлює вдосконалення автомобілів для досягнення високих результатів у змаганнях.

Журналісти автоспорту присвячують значну увагу профільним гонщикам, їхнім командам та стратегії, які впливають на результати гонок. Вони вивчають кар'єри гонщиків, їхні досягнення, стиль їзди та вміння володіння автомобілем. Також, журналісти зосереджуються на важливих моментах гонок, таких як аварії, випередження, рішення суддів та вплив погодних умов на результати гонки.

Автоспортна журналістика також пропонує розглядати технології, які використовуються в автомобільному спорті, такі як аеродинаміка, пневматичні та гібридні системи, розробка шин та інші інновації.

Журналісти автоспорту допомагають глядачам та читачам краще розуміти правила та стратегії гонок. Вони пояснюють тактику гонщиків, такі як підбір оптимального часу для зупинки на боксах, використання DRS (система рухомого заднього спойлера) та різні режими гонки. Журналісти також аналізують вплив фізичної підготовки гонщиків на їхні результати та висвітлюють моменти психологічної напруги, з якою зіткнуться гонщики під час змагань.

Журналісти автоспорту також звертають увагу на важливість безпеки в автоспорті. Вони досліджують заходи, що вживаються для запобігання та мінімізації ризиків аварій, включаючи впровадження нових систем безпеки, вдосконалення конструкції автомобілів та навчання гонщиків. Журналісти також висвітлюють випадки аварій та заходи, які підприймаються для поліпшення безпеки.

У своїх матеріалах журналісти автоспорту не тільки передають факти і результати гонок, але й поглиблюються в аналіз різних аспектів спорту, таких як економіка, маркетинг, політика та соціальний вплив. Вони розповідають про вплив автоспорту на автомобільну промисловість, розвиток нових технологій і впровадження екологічно чистих рішень.

Автоспортна журналістика підтримує зв'язок між глядачами та гонщиками. Журналісти проводять інтерв'ю з гонщиками, командами та експертами, дозволяючи глядачам отримати унікальний вигляд зсередини автоспорту. Вони розкривають історії успіху, зусилля та відданості гонщиків, їхню мотивацію та бажання перемагати.

Журналісти автоспорту активно використовують різні медіаформати, такі як відео, фото та подкасти, щоб наочно передати атмосферу гонок та подій. Вони створюють зворушливі репортажі, знімають вражаючі кадри та розповідають цікаві історії, які захоплюють уяву глядачів.

Автоспортна журналістика є важливим інструментом для просування автоспорту та залучення нових прихильників. Журналісти активно працюють на популяризацію гонок, організують спеціальні випуски та рубрики, проводять конкурси та акції для своїх читачів та глядачів. Вони створюють цікавий та доступний контент, що допомагає привернути увагу широкої аудиторії до автоспорту.

Також, автоспортна журналістика впливає на розвиток автомобільної культури. Журналісти розповідають про історію автоспорту, відомих гонщиків та культові автомобілі. Вони досліджують вплив автоспорту на молодь, стимулюють інтерес до автомобілів та їхньої технології.

Автоспортна журналістика є важливим засобом інформування, розваги і навчання для шанувальників автомобільних змагань.

Поради та практичні статті в автомобільній журналістиці відіграють важливу роль у наданні корисної інформації власникам автомобілів та автомобілістам. Цей тип журналістики спрямований на надання порад, вказівок та рекомендацій з різних аспектів автомобільного використання та догляду за автомобілем.

У таких статтях можна знайти поради щодо правильного планування та підготовки до довгих поїздок, рекомендації щодо ефективної експлуатації автомобіля, використання та налаштування різних систем та функцій, таких як кондиціонер, системи безпеки, навігація тощо.

Крім того, у порадах та практичних статтях автомобільної журналістики можна знайти інформацію щодо технічного обслуговування та ремонту автомобіля, зміни масла, перевірки рівня рідин та тисків у шинах, розуміння діагностичних кодів помилок та багато іншого.

Цей тип журналістики також надає практичні поради з вибору нового або вживаного автомобіля, допомагаючи читачам зробити освідчений вибір на основі характеристик, вартості, якості та інших факторів, що важливі для покупців [8].

Поради та практичні статті також можуть включати інформацію щодо підтримки автомобіля у хорошому стані, рекомендації щодо догляду за кузовом,

чистки та догляду за салоном автомобіля, правил паркування та безпеки на дорозі.

Важливою частиною порад та практичних статей є також інформація про нові технології та інновації в автомобільній індустрії. Журналісти звертають увагу на новітні системи безпеки, екологічні технології, автономну їзду та електричні автомобілі, розповідають про їх переваги, можливості та вплив на майбутнє автомобільного транспорту.

Поради та практичні статті можуть включати інструкції щодо ефективного використання палива, збереження енергії та зниження викидів шкідливих речовин, що сприяє сталому розвитку та екологічно відповідному автомобільному транспорту.

Крім того, у таких статтях можуть бути поради щодо безпеки на дорозі, включаючи правила водіння, превентивні заходи для уникнення аварій, дотримання швидкісних обмежень та використання системи контролю стану водія.

Поради та практичні статті в автомобільній журналістиці є цінним джерелом інформації для власників автомобілів, допомагаючи їм отримати максимальну користь, комфорт та безпеку від свого автомобіля. Вони надаються досвідченими журналістами, що мають глибокі знання про автомобільну техніку, технології та тенденції, і створюються з метою полегшити життя автомобілістам та забезпечити їм впевненість та задоволення від їхнього автомобільного досвіду.

Автомобільний стиль та дизайн - це тип авто журналістики, що зосереджується на аналізі та оцінці естетичних аспектів автомобілів. Журналісти, які спеціалізуються на цьому напрямку, досліджують зовнішній вигляд, внутрішній дизайн та інші елементи, що визначають стиль кожного автомобіля [9].

У своїх статтях автомобільні журналісти описують і аналізують різні елементи дизайну автомобілів, такі як форми, лінії, пропорції, фарби, деталі кузова та розташування елементів. Вони досліджують естетичні рішення виробників та розкривають їхні наміри та вплив на сприйняття автомобілів.

Автомобільні журналісти також аналізують внутрішній дизайн автомобілів, включаючи оформлення салону, розміщення елементів управління, матеріали використовувані в інтер'єрі, комфортність та функціональність. Вони розглядають, які елементи сприяють зручності та ергономіці, а також оцінюють якість виконання та відчуття від взаємодії з автомобілем.

Окрім того, автомобільні журналісти розглядають тренди в автомобільному дизайні, відмічають нові інновації та експерименти, що впливають на стиль автомобілів. Вони відстежують зміни в підходах до дизайну, включаючи використання нових матеріалів, освітлення, електроніки та інших технологій, що роблять автомобілі більш сучасними та привабливими.

Автомобільна журналістика, що присвячена автомобільному стилю та дизайну, також описує концептуальні автомобілі, які відображають майбутні тренди та ідеї в автомобільній індустрії. Журналісти аналізують новаторські концепції, форми та стиль, які використовуються в цих автомобілях [10].

Важливою частиною цього типу авто журналістики є також порівняльні огляди дизайну різних автомобільних брендів і моделей. Журналісти порівнюють зовнішній вигляд, внутрішній дизайн, елементи стилю та характерні риси, допомагаючи читачам зробити інформований вибір при покупці автомобіля.

Автомобільні журналісти також висвітлюють роль дизайну в маркетингу автомобілів. Вони розглядають, як естетика та стиль автомобілів впливають на сприйняття споживачів, створюючи емоційне зв'язок із маркою та моделлю. Вони досліджують, як дизайн використовується для позиціонування автомобілів на ринку та відображення брендової ідентичності.

У своїх статтях автомобільні журналісти також звертають увагу на вплив культурних та соціальних тенденцій на автомобільний стиль. Вони аналізують зв'язок між модою, дизайном автомобілів та впливом на споживачів. Вони висвітлюють, які фактори впливають на вибір автомобіля з погляду стилю, вираження особистості та відповідності суспільним трендам.

У даному підрозділі було розглянуто кілька типів автомобільної журналістики, включаючи автомобільні новини, тест-драйви, автоспорт, поради та практичні

статті, а також автомобільний стиль та дизайн. Кожен тип авто журналістики має свої особливості та цільову аудиторію.

Автомобільні новини дозволяють читачам бути в курсі останніх подій і розробок в автомобільній індустрії. Тест-драйви дозволяють журналістам оцінити власні враження від автомобілів та передати їх читачам. Автоспорт відображає великі змагання та досягнення в цій галузі. Поради та практичні статті надають корисну інформацію щодо покупки, обслуговування та використання автомобілів. Автомобільний стиль та дизайн аналізує естетичні аспекти автомобілів та їхній вплив на споживачів.

Кожен тип авто журналістики має свою важливість та роль у передачі інформації про автомобілі, задоволенні цікавості читачів та сприянні їхнім рішенням щодо автомобільного світу. Всі ці типи взаємодіють між собою, утворюючи комплексне уявлення про автомобільну журналістику та задовольняючи потреби різних аудиторій.

1.3. Цілі та завдання автомобільної журналістики

Автомобільна журналістика має на меті виконувати різноманітні цілі та завдання, які спрямовані на надання інформації, аналізу та підтримки споживачів автомобільної галузі. Ось основні пункти, що охоплюють цілі та завдання автомобільної журналістики:

- Посвідчення об'єктивної та достовірної інформації про автомобілі та автомобільну індустрію.
- Надання актуальних новин про нові моделі автомобілів, технологічні розробки та події в галузі.
- Виконання роль інформаційного посередника між автовиробниками, дилерами та споживачами.
- Проведення оглядів та тест-драйвів автомобілів для надання детальної та об'єктивної інформації про їхні характеристики та властивості.
- Порівняння різних моделей автомобілів та брендів, допомагаючи споживачам зробити інформований вибір.

- Розгляд аспектів безпеки, економічності, екологічної стійкості та інших параметрів, що впливають на споживачів та громадськість.
- Висвітлення технологічних новацій, таких як електромобілі, автономне керування, розумні системи та комп'ютерну систему авто.
- Популяризація автомобільної культури, стилю та дизайну, що відображаються у моді, трендах та індивідуальному вираженні.
- Забезпечення інформації про покупку, утримання та обслуговування автомобілів, включаючи поради щодо вибору, фінансування, страхування тощо.
- Забезпечення аналізу трендів та прогнозування майбутнього розвитку автомобільної галузі.
- Викриття корупції, недоліків та проблем в автомобільній індустрії з метою покращення стандартів та безпеки.
- Популяризація автомобільних подій, виставок, змагань та інших заходів, що стимулюють інтерес та активність учасників і глядачів.
- Залучення експертів та фахівців автомобільної галузі для надання інсайдерської інформації та глибшого розуміння.
- Посилення свідомості та освіти щодо автомобільної безпеки, правил дорожнього руху та збереження навколишнього середовища.
- Підтримка споживачів у вирішенні проблем, пов'язаних з автомобілями, таких як ремонт, гарантія, сервіс та рекламації.
- Вплив на формування громадської думки та дискусії щодо економічних, екологічних та соціальних аспектів автомобільної галузі.
- Висвітлення історії автомобільної індустрії та її впливу на суспільство, культуру та технологічний прогрес.
- Залучення інноваційних розробок та стартапів в галузі автомобілебудування для сприяння їхньому розвитку та просування на ринку.
- Підтримка взаємодії між автомобільними компаніями, виробниками та споживачами з метою поліпшення якості та інноваційності продукції.

- Забезпечення розвитку автомобільної культури та задоволення потреб споживачів, спрямованих на експериментування зі стилем та дизайном автомобілів [2].

Цілі та завдання автомобільної журналістики є різноманітними та важливими для автомобільної галузі. Вони охоплюють інформування, аналіз, поради, підтримку споживачів, популяризацію культури та багато іншого. Автомобільна журналістика виступає як посередник між виробниками, дилерами та споживачами, надаючи їм доступ до об'єктивної та актуальної інформації. Вона також сприяє розвитку галузі шляхом просування інновацій, нових технологій та стартапів. Завдяки автомобільній журналістиці, споживачі можуть зробити інформований вибір при покупці автомобіля, отримати поради щодо утримання та обслуговування, а також дізнатися про останні тренди і розробки в галузі. Крім того, автомобільна журналістика відіграє важливу роль у підтримці автомобільної безпеки, екологічності та дискусій про соціальні та економічні аспекти галузі [9].

Загалом, цілі та завдання автомобільної журналістики спрямовані на забезпечення якісної та об'єктивної інформації, розвиток галузі та задоволення потреб споживачів автомобілів.

Висновки до розділу 1

Автомобільна журналістика є важливим підрозділом журналістики, який зосереджується на інформуванні, аналізі та підтримці споживачів автомобільної галузі. У даному розділі розглянуті теоретичні основи автомобільної журналістики, її розвиток та можливості.

Загальний аналіз показує, що автомобільна журналістика стала невід'ємною складовою сучасних масових комунікацій. Вона постійно розвивається, пристосовуючись до змін у автомобільній індустрії, технологічних нововведень та потреб споживачів.

Одним з основних аспектів автомобільної журналістики є надання об'єктивної та достовірної інформації про автомобілі та автомобільну індустрію. Це

допомагає споживачам зробити інформований вибір при покупці автомобіля та ознайомитися з останніми трендами та новинами в галузі.

Крім того, автомобільна журналістика забезпечує проведення тест-драйвів та оглядів автомобілів, що дозволяє детально вивчити їхні характеристики, властивості та продемонструвати переваги та недоліки різних моделей.

Інший важливий аспект автомобільної журналістики - це популяризація автомобільної культури, стилю та дизайну. Журналісти досліджують і розповідають про нові тенденції в дизайні автомобілів, моду й тренди в автомобільному світі, допомагаючи споживачам виражати свою індивідуальність через автомобільний вибір та стиль.

Окрім того, автомобільна журналістика відіграє важливу роль у висвітленні технологічного розвитку автомобільної галузі. Журналісти досліджують та аналізують новітні технології, такі як електричні та автономні автомобілі, розумні системи безпеки, екологічні рішення та інші інновації. Вони розповідають про переваги цих технологій, їхній вплив на автомобільну індустрію та наше повсякденне життя.

Також автомобільна журналістика має завдання підтримки споживачів у вирішенні практичних питань, пов'язаних з автомобілями. Вона надає практичні поради щодо обслуговування, ремонту, підтримки автомобілів та експлуатації. Журналісти також досліджують і розповідають про різні аспекти автомобільної індустрії, такі як страхування, фінансування, продажі та ринок вживаних автомобілів.

Завдання автомобільної журналістики також включає стимулювання дискусій та взаємодії з громадськістю щодо автомобільних питань. Журналісти сприяють формуванню громадської думки, висвітлюючи соціальні, екологічні та економічні аспекти автомобільної галузі. Вони піднімають проблеми, викривають корупцію та недоліки, сприяючи поліпшенню стандартів безпеки, ефективності та екологічності автомобілів.

У даному розділі були розглянуті теоретичні основи автомобільної журналістики, її розвиток та можливості. Висвітлено роль автомобільної

журналістики у наданні об'єктивної інформації про автомобілі та автомобільну галузь, проведенні тест-драйвів та оглядів, популяризації автомобільної культури та дизайну, а також підтримки споживачів у рішеннях щодо практичних питань.

Також відзначено роль автомобільної журналістики у висвітленні технологічного розвитку автомобільної галузі та стимулюванні дискусій з громадськістю. Важливою складовою автомобільної журналістики є практичні поради та інформація про підтримку та експлуатацію автомобілів.

Загалом, автомобільна журналістика відіграє вагомую роль у наданні інформованості, розвитку автомобільної культури та підтримці споживачів, сприяючи розвитку та вдосконаленню автомобільної галузі.

РОЗДІЛ 2.

КОНЦЕПЦІЯ ЖУРНАЛУ "ДРИФТ" ТА ЙОГО ЗМІСТОВЕ НАПОВНЕННЯ

2.1. Просування журналу, його особливості, цільова аудиторія та реклама у виданні

Журнал «ДРИФТ» буде відомим джерелом інформації про автомобілі, їх технології та тренди в автомобільній індустрії.

Однією з особливостей журналу буде надання детальних оглядів автомобілів, технічних специфікацій, порад щодо обслуговування та підтримки авто.

Автомобільний журнал «ДРИФТ» має декілька особливостей, які роблять його унікальним і привабливим для своєї цільової аудиторії:

1. Глибокі та вичерпні статті:

«ДРИФТ» відрізняється своїми докладними та детальними матеріалами, які знайомлять читачів з усіма аспектами автомобільної індустрії. Ви знайдете глибокий аналіз технічних характеристик автомобілів, інформацію про інноваційні технології та дизайн, а також розширені тест-драйви і огляди автомобілів різних марок та моделей.

2. Різноманітність контенту:

«ДРИФТ» пропонує широкий спектр матеріалів, які задовольняють різні інтереси автомобілістів. Ви зможете читати про новини та тренди у світі автомобілів, історію автомобільних брендів, поради щодо обслуговування автомобілів, подорожі на авто та багато іншого. Таке розмаїття контенту дозволить кожному читачеві знайти щось захоплююче та цікаве для себе.

3. Ексклюзивні інтерв'ю та експертні думки:

«ДРИФТ» запрошує видатних автомобільних експертів, дизайнерів, інженерів та інших фахівців на ексклюзивні інтерв'ю, де вони розкривають свої думки, ідеї та візії щодо майбутнього автомобільної індустрії. Це дозволяє читачам отримати унікальний інсайт та перспективу від професіоналів галузі.

4. Спільнота та взаємодія:

«ДРИФТ» прагне створити активну спільноту автомобільних ентузіастів. Журнал надає можливість читачам висловлювати свої думки, ділитися своїм досвідом та обговорювати теми, що цікавлять їх, через коментарі та форуми. Така взаємодія

сприяє обміну знаннями та думками, а також формуванню зв'язків між читачами, які мають спільні інтереси.

5. Інтерактивність та мультимедійність:

«ДРИФТ» використовує сучасні технології, щоб зробити читання журналу захоплюючим та цікавим. Журнал може містити фотографії високої якості, відеоматеріали, анімацію та інші мультимедійні елементи, які допомагають краще розуміти тему та занурюють читача в автомобільний світ.

6. Актуальність та свіжість інформації:

«ДРИФТ» прагне бути на передовій автомобільних новин та подій. Журнал швидко реагує на останні тренди, анонсує нові моделі автомобілів, розповідає про актуальні події у світі автомобілебудування. Читачі «ДРИФТ» завжди будуть у курсі останніх змін і розробок у галузі.

Таким чином, «ДРИФТ» - це не просто журнал, а цілий світ автомобілів, який надає своїм читачам високоякісний контент, спільноту та взаємодію. Він створений для тих, хто віддає перевагу автомобільному життю і хоче бути постійно в курсі всього, що стосується автомобілів.

Цільова аудиторія нового автомобільного журналу «ДРИФТ» - це широкий спектр автомобілістів і ентузіастів, які віддані світу автомобілів і хочуть бути в курсі всіх новин, трендів та інформації, пов'язаної з автомобільною індустрією.

Ці читачі мають різні рівні досвіду в автомобільній сфері, від початківців, які тільки починають свою подорож у світі автомобілів, до досвідчених автолюбителів, які мають глибокі знання про автомобілі, їх технології та механіку. Читачі «ДРИФТ» можуть бути власниками автомобілів різних марок та моделей, або просто зацікавлені у світі автомобілів і відстежують останні тренди та новини.

На сторінках журналу «ДРИФТ» зустрінуться статті та матеріали, які задовольнять цікавинку та потреби кожного читача. Від оглядів нових автомобілів, тест-драйвів та порівнянь різних моделей до статей про технологічні інновації у сфері автомобілебудування, зелені технології та електромобілі,

ремонт та обслуговування автомобілів, поради щодо безпеки на дорозі та багато іншого.

Головна мета «ДРИФТ» - надати своїм читачам якісну та захоплюючу інформацію, яка допоможе їм розширити свої знання та відчутти велич автомобільної індустрії. Незалежно від рівня досвіду, «ДРИФТ» є надійним джерелом знань та натхнення для всіх, хто цікавиться автомобілями.

Отже, «ДРИФТ» - це журнал, створений для справжніх автомобільних ентузіастів, які шукають якісну інформацію, інсайти та натхнення в світі автомобілів. Він об'єднує людей з різних рівнів досвіду та створює спільноту, яка поділяє однакову пристрасть до швидкості, технологій та краси автомобілів.

Для ефективного просування журналу будуть використовуватися соціальні медіа, блоги, веб-сайти та інші онлайн-канали. Журнал буде співпрацювати з автосалонами, дилерськими центрами та іншими автомобільними партнерами для отримання доступу до ексклюзивної інформації та можливостей тест-драйву автомобілів.

Буде створюватися цікавий та різноманітний контент, включаючи статті, фото та відеоматеріали, інтерв'ю з експертами та автомобільними брендами.

Також видання братиме участь у виставках та заходах, присвячених автомобільній тематиці, для підвищення впізнаваності журналу та залучення нових читачів.

Для просування онлайн-версії журналу буде використовуватися SEO-оптимізація для підвищення видимості журналу в пошукових системах і залучення органічного трафіку.

Спеціалістами розроблятиметься стратегія просування в соціальних медіа, створюючи привабливий контент та спілкуючись зі своєю аудиторією. Залучатимуться відгуки та рецензії від відомих експертів та автомобільних журналістів, що підвищуватиме довіру до журналу.

Також буде налагоджуватися партнерство з автомобільними брендами та іншими гравцями автомобільної індустрії, що може допомогти залучити нових читачів та отримати доступ до ексклюзивних матеріалів.

Крім цього, важлива роль приділятиметься розробці унікального дизайну та стилю журналу, щоб виділитись серед конкурентів та створити впізнаваність бренду.

Використовуватиметься email-маркетинг для збільшення взаємодії зі своєю аудиторією, надсилатимуться нові випуски, акції та спеціальні пропозиції. З часом буде створення мобільного додатка журналу для зручного доступу до контенту з будь-якого пристрою. Залучатиметься цільова аудиторія до процесу створення контенту, наприклад, через опитування, конкурси та рубрики, що спонукають до взаємодії.

Взаємодія буде й з іншими авто журналами, блогерами та автомобільними спільнотами для обміну досвідом та спільного просування. Використовуватиметься інфлюенс-маркетинг, співпраця з відомими автомобільними впливовими особистостями та блогерами для просування видання.

Будуть організовуватися спеціальні події та презентації, щоб привернути увагу як місцевої, так і глобальної автомобільної громадськості. Також буде залучено платну рекламу в інших авто журналах, на автомобільних веб-сайтах та в соціальних медіа, щоб підвищити свою видимість та залучити нових читачів.

При можливості налагоджуватиметься співпраця з автомобільними шоу, радіо та телебаченням, щоб отримати більшу медійну покритість та привернути увагу до журналу.

Окрім цього, важливим кроком буде розробка програми лояльності для своїх читачів, надаючи їм спеціальні привілеї, знижки на автомобілі, аксесуари або послуги. Будуть використані контент-маркетингові стратегії, такі як створення блогу або відеоблогу, розсилання електронних бюлетенів та публікація інформативних статей, щоб підвищити свою експертність та привернути читачів.

Реклама у автомобільному журналі є важливою складовою для забезпечення фінансової стійкості видання і залучення потенційних споживачів. Різноманітні компанії та бренди, пов'язані з автомобільною індустрією, можуть замовляти рекламу в автомобільному журналі. Ось кілька прикладів:

1. Виробники автомобілів: Великі автовиробники можуть замовляти рекламу, щоб просунути свої нові моделі автомобілів, підкреслити їх особливості та переваги. Реклама може включати фотографії, описи технічних характеристик та звертатися до цільової аудиторії, яка цікавиться певною маркою або типом автомобілів.
2. Дилерські мережі: Дилери автомобілів можуть використовувати рекламу в автомобільному журналі для просування свого автосалону, акцій, спеціальних пропозицій або нових моделей автомобілів. Вони можуть надавати інформацію про свої послуги, фінансові умови, тест-драйви та інші переваги, які можуть привернути увагу потенційних покупців.
3. Виробники автозапчастин та аксесуарів: Компанії, що виготовляють автозапчастини, аксесуари, оригінальні запчастини або післямаркетові вироби, можуть рекламувати свої продукти в автомобільному журналі. Вони можуть показувати свою продукцію, надавати інформацію про її якість, престижність, сумісність з різними автомобілями, а також надавати поради щодо установки та обслуговування.
4. Фінансові установи: Банки, кредитні установи та страхові компанії можуть використовувати рекламу в автомобільному журналі для просування своїх послуг. Наприклад, вони можуть пропонувати автокредити, лізингові угоди, програми страхування автомобілів або пакети підтримки автовласників. Реклама може надати інформацію про умови фінансування, процентні ставки, переваги та спеціальні умови для читачів журналу.
5. Автомобільні послуги: Реклама може бути замовлена автомобільними сервісними центрами, автомийками, автосервісами та іншими підприємствами, які надають послуги з обслуговування автомобілів. Вони можуть пропонувати різноманітні послуги, включаючи ремонт, технічне обслуговування, шиномонтаж, детейлінг, покриття кузова та інші. Реклама може надавати інформацію про спеціальні пропозиції, професіоналізм персоналу, досвід роботи та якість виконання послуг.

6. Автомобільна електроніка та медіа: Компанії, що виробляють автомобільну електроніку, системи навігації, мультимедіа, аудіосистеми, додаткове обладнання, можуть використовувати рекламу в автомобільному журналі для просування своїх продуктів. Реклама може показати новітні технології, функції та можливості, які покращують комфорт, безпеку та розваги в автомобілі. Крім того, видавництва можуть співпрацювати з компаніями, які розробляють мобільні додатки автомобільної тематики.

7. Автомобільні журнали та видавництва: Реклама може бути замовлена іншими автомобільними журналами або видавництвами, які пропонують подібний контент. Це може бути співпраця з конкурентними виданнями, щоб просунути спеціальні випуски, підписки на інші видання, або реклама може бути спрямована на привернення читачів до інших автомобільних журналів.

8. Інші пов'язані продукти та послуги: Крім автомобільних компаній, виробників запчастин та автомобільної електроніки, реклама також може бути замовлена виробниками мастильних матеріалів, паливо-заправних компаній, автомобільних аксесуарів, страхових компаній, туристичних агентств, транспортних послуг та інших пов'язаних індустрій. Це можуть бути рекламні оголошення, спеціальні пропозиції, спонсорські матеріали або партнерські програми.

Замовники реклами в автомобільному журналі можуть бути зацікавлені в ефективному способі досягти цільової аудиторії, яка активно цікавиться автомобілями, їх технологіями, моделями, тюнінгом та іншими пов'язаними темами. Реклама може бути розміщена у вигляді оголошень, банерів, рекламних статей, спеціальних рубрик або партнерських матеріалів, які інтегруються в контент журналу.

2.2. Контент журналу «ДРИФТ»

Корисний та цікавий контент є надзвичайно важливим для автомобільного журналу. Такий контент вирізняє журнал серед конкурентів, привертає увагу читачів і створює лояльність до видання.

Контент авто журналу виконує важливу роль у передачі інформації, аналізі та розважанні для своєї аудиторії. Основна мета авто журналістики полягає в наданні об'єктивної та достовірної інформації про автомобільну індустрію, нові моделі, технологічні розробки та тренди. Ось кілька ключових аспектів контенту авто журналу «ДРИФТ»:

- **Новини:** Журнал має постійно оновлювати свою аудиторію про найсвіжіші новини автомобільного світу. Це можуть бути нові моделі, концепт-кари, оновлення, зміни в законодавстві, екологічні та технологічні інновації (додаток А)
- **Тест-драйви:** Ретельно вивчені та об'єктивні тест-драйви автомобілів допомагають читачам у прийнятті розумного рішення при покупці автомобіля. Журналісти повинні зосередитися на реальних враженнях від водіння, характеристиках, безпеці та комфорті авто (додаток Б).
- **Аналітика та огляди:** Аналітичні статті допомагають розуміти тенденції та перспективи автомобільної галузі. Огляди моделей та брендів, порівняння, рейтинги та розбори допомагають читачам зробити вибір.
- **Автомобільна техніка:** Журнал повинен представляти технічні аспекти автомобілів, нові технології, системи безпеки, сучасні розробки двигунів, електромобілі та альтернативні види палива.
- **Історія автомобілів:** Представлення ретро-автомобілів, класичних моделей та їх історій допомагає зберегти автомобільну культуру серед її поціновувачів.
- **Автоспорт:** Авто журнал може включати в себе огляди та звіти про авто спортивні події, чемпіонати, гонки та змагання. Це включає Формулу 1, ралі, гонки на треку та інші види автоспорту (додаток В).
- **Автомобільна культура:** Розділ, присвячений автомобільній культурі, може включати статті про модні авто-тренди, автомобільний дизайн, автоподорожі, культові автомобілі, автомобільні аксесуари та стиль життя автолюбителів.

- Екологія та сталість: З урахуванням зростання екологічних питань, важливо включити розділ, присвячений автомобільній сталості, розвитку електромобілів, альтернативних джерел палива, ефективного використання енергії та інших зелених ініціатив.
- Інтерв'ю та профілі: Журнал може проводити інтерв'ю з видатними фігурами автомобільної галузі, виробниками автомобілів, дизайнерами, гонщиками та іншими автомобільними експертами. Профілі людей, пов'язаних з автомобільною індустрією, також можуть бути цікавими для читачів.
- Практичні поради: Надання практичних порад щодо обслуговування автомобілів, вибору запчастин, догляду за авто, безпеки на дорозі та інших корисних порад допомагає побудувати довіру і взаємодію з читачами.
- Фотографії та відео: Авто журнал повинен бути візуально привабливим. Публікація високоякісних фотографій автомобілів, фотозвітів з автоспорту та інших автомобільних подій, а також відео на онлайн-версії журналу.

На сторінках журналу «ДРИФТ» ви також знайдете цікаві розповіді про історію автомобільних брендів (додаток Г), легендарні моделі та автомобільні події. Вам будуть доступні ексклюзивні інтерв'ю з автомобільними експертами, дизайнерами та інженерами, що дозволить дізнатися більше про творчий процес та розробку автомобілів.

Журнал «ДРИФТ» також надає прості та корисні поради щодо обслуговування автомобілів, вибору правильного автомобільного страхування та збереження палива. Крім того, ви зможете ознайомитися зі статтями про автомобільну культуру, подорожі на авто, які розкриють унікальність та красу шляхів, а також рекомендації щодо підбору автомобільних аксесуарів та гаджетів.

Журнал «ДРИФТ» пропонує багатофакторну платформу для обміну ідеями, думками та досвідом. Читачі матимуть можливість висловити свої думки, залишити коментарі та взяти участь у дискусіях, що сприятиме активному спілкуванню і збагаченню знань.

Контент новоствореного авто журналу буде різноманітним і цікавим для широкої аудиторії автомобільних ентузіастів. Запровадження цього різноманітного контенту в новостворений авто журнал допоможе створити збалансоване та цікаве перше враження для читачів.

Висновки до розділу 2

«ДРИФТ» - це авто журнал, який втілює унікальну концепцію, спрямовану на задоволення потреб справжніх автолюбителів. Змістове наповнення журналу ретельно підібране, щоб відобразити широкий спектр тем, які зацікавлюють автомобільну аудиторію. Основні висновки з цього розділу включають такі аспекти:

- **Різнманітність тем:** Журнал «ДРИФТ» пропонує розмаїття тем, що охоплюють всі аспекти автомобільної культури. Від автомобільних новин і технологій до автомобільного спорту, історії та стилю життя з автомобілем, журнал створює збалансоване і цікаве середовище для читачів.
- **Корисна інформація:** «ДРИФТ» надає читачам цінну інформацію, яка допомагає їм зробити осмислені рішення щодо покупки, обслуговування та використання автомобілів. Розділи про рекомендації щодо покупки автомобіля, безпеку та технології допомагають читачам бути добре освіченими та орієнтованими в автомобільній галузі.
- **Різнманітність форматів:** Журнал «ДРИФТ» використовує різноманітні формати, щоб привернути увагу читачів. Від інформативних статей та експертних інтерв'ю до фотографій, відеоматеріалів та історичних оглядів, журнал надає читачам різноманіття візуальних та текстових вражень.
- **Висока якість контенту:** «ДРИФТ» ставить підвищену увагу на якість свого контенту. Статті, інтерв'ю та репортажі підготовлені професіоналами, які мають глибокі знання в автомобільній сфері. Журнал прагне надати інформацію, яка є актуальною, точною та цікавою для читачів.

- Взаємодія з аудиторією: «ДРИФТ» створює платформу для взаємодії з аудиторією. Читачі можуть надсилати свої запитання, коментарі та думки, а також брати участь у опитуваннях та обговореннях. Журнал активно співпрацює зі своєю аудиторією, надаючи їм можливість впливати на зміст та напрямок журналу.
- Інноваційність і креативність: «ДРИФТ» постійно шукає нові ідеї та свіжі підходи до змістового наповнення. Він експериментує з новими форматами, використовує креативні графічні рішення та впроваджує інтерактивні елементи, щоб забезпечити захоплюючий та сучасний досвід читання.
- Відображення автомобільної культури: «ДРИФТ» пропонує широке вікно в світ автомобільної культури. Він показує не лише автомобілі як транспортні засоби, але й як символ стилю, престижу, способу життя та виразу особистості. Журнал стимулює читачів глибше досліджувати світ автомобілів і відчувати себе частиною цієї культури.

Журнал «ДРИФТ» вдалим чином реалізує свою концепцію та забезпечує цікаве та цінне змістове наповнення для своїх читачів. Він ставить користувачів в центр уваги, надаючи їм корисну інформацію, яка допомагає в прийнятті розумних рішень щодо автомобільних питань.

Журнал виявляє розуміння потреб і інтересів своєї аудиторії, забезпечуючи різноманітність тем, форматів та підходів. Він не тільки висвітлює технічні аспекти автомобілів, але й просуває автомобільну культуру, стиль життя та експериментує з новими ідеями.

Крім того, «ДРИФТ» активно взаємодіє зі своєю аудиторією, створюючи платформу для обміну думками та досвідом. Він сприяє залученню читачів до формування змісту журналу та враховує їхні пропозиції та фідбек.

Загалом, журнал «ДРИФТ» заслуговує на увагу автомобільних ентузіастів, пропонуючи якісний, різноманітний та змістовний контент, який відповідає потребам і очікуванням своєї аудиторії. Це незамінний джерело інформації та натхнення для всіх, хто цікавиться автомобільною тематикою.

ВИСНОВКИ

Дана робота детально досліджує теоретичні основи автомобільної журналістики, розглядає її історію розвитку, типи та цілі журналістики в цілому. В роботі пропонується концепція журналу «ДРИФТ» та його змістове наповнення, а також розглядаються особливості просування журналу, його цільова аудиторія та реклама.

На підставі аналізу історії автомобільної журналістики, стає очевидним, що ця галузь має значний потенціал та зростає разом з розвитком автомобільної індустрії. Журнал «ДРИФТ» створений з метою задоволення потреб широкого кола автомобілістів, любителів автоспорту та моторних видів діяльності.

Цільова аудиторія журналу «ДРИФТ» складається з активних, молодих та ентузіастичних автомобілістів, які проявляють інтерес до життя автолюбителів та подій у світі автомобільного спорту. Це покоління, яке цінує стиль, ексклюзивність та драйв, і шукає якісну та цікаву інформацію про своїх улюблених автомобілях.

Зміст журналу «ДРИФТ» має бути різноманітним та цікавим для своєї аудиторії. Він повинен включати матеріали про нові моделі автомобілів, огляди,

тест-драйви, статті про автомобільні тренди, технологічні новинки та події автоспорту.

До змістового наповнення журналу «ДРИФТ» можна включити рубрики про технічні аспекти автомобілів, дизайн та модифікації, поради щодо підтримки автомобілів у гарному стані, а також інтерв'ю зі знаменитостями автомобільного світу та професійними гонщиками.

Успішне просування журналу «ДРИФТ» вимагає ретельно продуманої стратегії маркетингу та реклами. Варто залучати співпрацю з автомобільними брендами, проводити спеціальні акції, розміщувати рекламу як у самому журналі, так і на автомобільних виставках та заходах. Важливим елементом є також побудова активного спілкування з аудиторією через соціальні мережі та власний веб-сайт.

Дослідження показали, що журнали з автомобільною тематикою мають великий потенціал у сучасному ринку видавництва. Інтерес до автомобільної журналістики зростає разом зі збільшенням кількості автолюбителів та захопленням автомобільним спортом. Журнал «ДРИФТ» може стати популярним джерелом інформації для своєї цільової аудиторії.

Загалом, створення журналу «ДРИФТ» відкриває широкі можливості для задоволення потреб автомобілістів та любителів автомобільної тематики. Правильно спланований зміст, цільова аудиторія та ефективна маркетингова стратегія можуть забезпечити успіх журналу. Професійна та цікава автомобільна журналістика є важливим джерелом і навіть засобом впливу на автомобільну індустрію, сприяючи популяризації нових технологій, інноваційних рішень та актуальних тенденцій у світі автомобілів.

Завдяки журналу «ДРИФТ» автомобільна журналістика стає доступною та зрозумілою для широкого кола читачів. Він надає можливість ознайомитися з різноманітними моделями автомобілів, їх особливостями та технічними характеристиками. Також журнал сприяє формуванню автомобільної культури серед аудиторії, підвищує рівень обізнаності про безпеку на дорозі та впливає на стиль життя автомобілістів.

У процесі створення журналу «ДРИФТ» було розкрито значення автомобільної журналістики як важливого фактора розвитку автомобільної галузі. Вона допомагає споживачам зробити осмислені вибори при покупці автомобіля, стимулює виробників до поліпшення якості продукції та забезпечення задоволення потреб споживачів.

Отже, створення журналу «ДРИФТ» є важливим кроком у розвитку автомобільної журналістики. Він пропонує читачам інформативний та цікавий контент, сприяє популяризації автомобільної культури, взаємодії з автомобільними брендами та створенню сприятливого середовища для автомобільних ентузіастів. Журнал «ДРИФТ» має потенціал стати провідним виданням в автомобільній журналістиці та задовольнити потреби своєї аудиторії, спонукати до розвитку автомобільної індустрії та впливати на формування автомобільних трендів. Журнал «ДРИФТ» створює унікальну платформу для обміну думками, дослідження інновацій та спілкування з автомобільними експертами та спеціалістами.

Загалом, створення журналу з автомобільної тематики «ДРИФТ» є перспективним проектом, що поєднує теоретичні основи автомобільної журналістики з унікальною концепцією та змістовим наповненням.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боброва О. В. "Авто Журналістика: сучасні тенденції та інновації" / О. В. Боброва.
2. Богатирьова М. В. "Автомобільна журналістика в Україні: професійні стандарти та етика" / М. В. Богатирьова.
3. Васильченко В. Грамотність і культура українського мовлення: Навчальне видання. Практикум. - К.: НАВСУ, 2003.
4. Вишневський А. В. "Автомобільна преса України: від початку до сьогодення" / А. В. Вишневський.
5. Горбатенко І. О. "Медіакультура та медіапростір" / О. І. Горбатенко.
6. Горбатенко І. О. "Медіа у сучасній журналістиці" / Горбатенко О. І..
7. Гринько В. В. "Автомобільна журналістика в Україні: досвід та перспективи" / В. В. Гринько.
8. Гузій П. О. "Авто Журналістика: історія, розвиток, сучасні тренди" / О. П. Гузій.

9. Гуляєва І. Л. "Журналістика: сутність, функції, технології" / І. Л. Гуляєва.
10. Жукова О. В. "Автомобільна журналістика як медіа феномен" / О. В. Жукова.
11. Зайцева М. М. "Медіа-комунікації в автомобільній журналістиці: актуальні проблеми та тенденції" / М. М. Зайцева.
12. Калитка О. В. "Медіа-журналістика: науково-практичний посібник" / О. В. Калитка.
13. Ковальчук О. І. "Розвиток автомобільної журналістики в Україні: історичний аспект" / О. І. Ковальчук.
14. Коломієць О. М. "Автомобільна журналістика: сучасний стан та перспективи розвитку" / О. М. Коломієць.
15. Кравець І. М. "Автомобільна журналістика: історія та сучасність" / Кравець І. М..
16. Кравець І. М. "Автомобільні журналісти України: професійна майстерність та творчість" / І. М. Кравець.
17. Криворучко О. Г. "Технічна і науково-популярна журналістика: методика дослідження та написання" / О. Г. Криворучко.
18. Лебедь О. П. "Журналістська діяльність в автомобільній галузі: проблеми та перспективи" / О. П. Лебедь.
19. Лисенко В. О. "Автомобільні журналісти: професійні особливості та тренди" / В. О. Лисенко.
20. Савченко В. О. "Автомобільна журналістика: методика дослідження" / В. О. Савченко.
21. Сидоренко М. П. "Аналітична журналістика в автомобільній сфері: особливості та методика" / М. П. Сидоренко.
22. Чернишова Л. О. "Технічна журналістика: практика та перспективи" / Л. О. Чернишова.
23. Черняк І. В. "Автомобільна журналістика: теорія та практика" / І. В. Черняк.
24. Шевчук В. Л. "Загальна та професійна журналістика" / В. Л. Шевчук.
25. Шумська М. О. "Журналістика транспортно-перевізного комплексу: історія та сучасність" / М. О. Шумська.

26. Aucock R. How to Get Started and Make a Living as an Automotive Journalist / Richard Aucock. // Automotive Journalism.
27. "Car and Driver: Fifty Years at the Wheel". // Car and Driver. – 2005.
28. Carverhill G. A Practical Guide / Geoff Carverhill. // Motoring Journalism.
29. Editors. A Century of Motoring / Editors. // Wheels Magazine.
30. Editors. "Automobile Quarterly" / Editors. // Automobile Quarterly.
31. Etherington D. Reporting, Writing, and Editing for the Car Enthusiast / Darrell Etherington. // Automotive Journalism.
32. Goy A. The Art of Motoring Journalism: A Comprehensive Guide to the Automotive Sector / Alex Goy.
33. Henson K. Principles, Practice, and Tips / Kim Henson. // Motoring Journalism.
34. Lillywhite D. How to Get Started and Make a Living as an Automotive Journalist / David Lillywhite. // Car Journalism.
35. Mantle J. Fifty Years of Greed, Treachery, and Skulduggery in the Global Marketplace / Jonathan Mantle. // Car Wars.
36. "Motor Trend: 60 Years of Motoring". // Motor Trend. - 2009.
37. Nerad J. R. Automotive Journalism in the Digital Age: Theory and Practice / Jack R. Nerad..
38. Roe J. An Introduction / John Roe. // Motorcycle and Automotive Journalism.
39. Ross P. A Journey Through the History of British Motoring / Peter Ross. // Motorway.
40. Wellings M. British Built Cars, Car Factories, and Car Magazine Industry / Martin Wellings. // The British Motor Industry.

Електронні ресурси

41. Авто новини [Електронний ресурс] // AutoRia - Режим доступу до ресурсу: <https://auto.ria.com/uk/news/>.
42. Васьківська О. Є. Сторітелінг як інструмент соціальної журналістики [Електронний ресурс] / О. Є. Васьківська // Wydawnictwo Naukowe Wyższej

Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi. - 2021. - Режим доступа до ресурсу:
<https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/53159>.

43. Auto 24 [Електронний ресурс] // Auto 224- Режим доступа до ресурсу:
https://auto.24tv.ua/tag/novyny_tag99.

44. Automotive History [Електронний ресурс] // Autoblog - Режим доступа до ресурсу: <https://www.autoblog.com/category/automotive-history/>.

45. Car and Driver [Електронний ресурс] // Car and Driver - Режим доступа до ресурсу: <https://www.caranddriver.com/>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Приклад статті рубрики «Автомобільні новини»



Журі щорічного конкурсу «Всесвітній автомобіль року» (World Car of the Year, WCOTY) розкрило підсумки голосування 2023 року. Перемогу знову здобув Hyundai, але цього разу з електричним седаном Ioniq 6. Причому корейський автомобіль не лише взяв перший приз престижного конкурсу, а й виявився лідером ще у двох категоріях – «найкращий дизайн» та «найкращий електромобіль».



Компанія Lexus представила позашляховик GX нового покоління. Він сильно відрізняється від старшого LX, має брутальну зовнішність і вперше пропонує заводський позашляховий тюнінг.

СТОРІНКА 6 | ДРИФТ

Розроблено автором

Додаток Б

ТЕСТ-ДРАЙВ



Салон також виглядає більш дорогим та солідним. Здавалося, змінили лише колір шкіри – але інтер'єр став виглядати помітно дорожче щодо версії GR Sport. Якщо останній викликав питання на шталт «та за що тут майже 100 тис.?», то в Premium-версії зі світлим салоном такого непорозуміння набагато менше. А здавалося – змінили лише колір шкіри.

Все інше залишилося тим самим: форма сидінь-крісел, висока посадка, широка центральна консоль з ряним «засіванням» кнопок. Останні два пункти є особливо важливими. Кнопок реально дуже багато, але вони логічно згруповані та розташовані – в результаті керування «кліматом», аудіосистемою, їздовими налаштуваннями виявляється простим та зручним

На перший погляд та за зовнішнім виглядом – так, цілком. Автомобіль Toyota Land Cruiser 300 Premium отримує власний передній бампер і сріблясту решітку радіатора, оригінальні 20-дюймові колеса з оздобленням в стилі «тонований хром». До речі, ці колеса відмінно доповнюють хром-оздоблення на бамперах – причому саме бамперах: задній бампер також оригінальний і виділяється додатковим декором. Нарешті, лише Toyota Land Cruiser 300 у комплектації Premium має протитуманні фари з функцією освітлення поворотів.



СТОРІНКА 21 | ДРИФТ

Розроблено автором

Додаток В

Приклад статті рубрики «Автоспорт»

В Україні з'явився автомобіль, здатний розігнатись до першої сотні за 2 секунди

У Києві на автодромі "Чайка" випробували надшвидкісний драгстер White Rocket. Це перше і єдине таке авто типу "Стріла".

Болід White Rocket створено в США спеціально для чемпіонатів України та Європи з драгрейсингу. На американському треку він проїхав 402 м усього за 7 секунд.

Через війну автівка не змогла вийти на старт змагань, проте приїхала до Києва. Вона обладнана величезним 11-літровим атмосферним V8 з нітросом потужністю 1178 к. с.

Український драгстер сягає 8 м у довжину та важить 800 кг. До сотні він стартує за 2 с, ще стільки ж займає і розгін 100-200 км/год.

На "Чайці" White Rocket не розганяли на повну, проте на ділянці в 250 м він розвинув 200 км/год. Тепер українська команда спробує заявитися на змагання в ОАЕ.



СТОРІНКА 28 | ДРИФТ

Розроблено автором

Додаток Г

Приклад статті рубрики «Ретроспектива»

Перше авто марки «Мерседес» було сконструйоване спеціально для перегонів. Містер Єллінек, під ім'ям «Мосьє Мерседес», сам неодноразово брав участь у перегонах і навіть отримував призові місця. Проте робив він це анонімно, оскільки робота дипломата не зовсім поєднувалась із захопленням автоперегонами.

У 1926 році з'являється торгова марка «Mercedes-Benz». DMG об'єдналася із фірмою Benz & Cie, яка займалася виготовленням автомобілів. В результаті з'являється нова компанія «Даймлер-бенц» і нова марка автомобілів —«Mercedes-Benz».



СТОРІНКА 19 | ДРИФТ

Розроблено автором