

occasional lockdowns, quick tests, and vaccines due to the coronavirus, people are ready for a summer of fewer concerns and more fun.

7Mind is not an ordinary meditation app. It is a mindfulness app to help transform the mind into a powerful tool. Its unique meditations are the best way to practice self-love and silence inner critic. Find calm in the hustle and bustle of daily life and become happier, more confident. This company is always looking for different ways to connect with its audience.

Cities become super noisy during the summer. People are sitting in the parks, bars, and restaurants, etc. It's warm, there is a lot of sun, and there are a lot of places you want to go. Especially after 2 years of pandemic people want to hang out and spend more time with their friends. Sometimes you want to be a part of it, sometimes it's too much and you need a break.

All over the world, urban life is a symphony of different sounds. There is a lot of what's going on and that's why you just need a moment of silence. How can we find peace in the loud city?

Every city has its quiet spots, no matter how busy and loud they could look. There will always be quiet places in the various areas of the city. That's why 7Mind wanted to create a map of these diverse locations, to help to de-stress from whatever is going on in people's lives. That is also an opportunity to see the city from another perspective and develop stronger connections with the city.

The realization of this idea consists of several steps:

1. Explore and make a list of places in Berlin where people can have a pause from the loud city.
2. Based on these places, we can create a map of these locations.
3. Depending on the area, we can suggest different types of meditation.

Effective interactive communication strategies can help you give and receive the input and feedback you need to run your small business effectively. Good business communication skills have the potential to eliminate or reduce workplace mistakes, oversights and team conflicts. A proactive stance to productive modes of communication — whether remotely or in person — can also improve efficiency and productivity in your small business environment.

T. Булах

РЕКЛАМА В КАРАЇМСЬКІЙ ПРЕСІ ПОЧАТКУ ХХ СТ.

T. Bulakh

ADVERTISING IN THE KARAIM PRESS AT THE BEGINNING OF THE XX CENTURY

Ухваленням відповідного закону у 2021 р. караїмів нарівні з кримськими татарами та кримчаками на законодавчому рівні визнано корінним народом України, що зумовлює інтерес до караїмської культури в будь-яких її проявах, зокрема до реклами на шпальтах караїмської преси кінця ХІХ — початку ХХ ст. як джерела відомостей про підприємницьку активність караїмів у той час.

Передусім слід відзначити, що преса, що видавалася караїмами й була призначена для караїмів, не мала тривалої історії. На початку ХХ ст. були зроблені кілька спроб видавати караїмські журнали, але жодна з них не була досить успішною. У кращому випадку, журнали видавали протягом двох-трьох років. Відповідно караїмська преса того часу не була численною: видавалися журнали «Караимское

слово», «Караимская жизнь», «Известия караимского духовного правления», «Karay Awazy», «Mysl Karaimska».

З перелічених видань видання «Mysl Karaimska» видавалося за державний кошт, реклама в ньому була відсутня. Не публікували рекламу також у караїмськомовному журналі «Karay Awazy». Тобто реклама публікувалася лише в журналах «Караимская жизнь», «Караимское слово». Зокрема із 72 рекламних оголошень, розміщених у журналі «Караимская жизнь» упродовж всього часу, доки він видавався, 32 являли собою саморекламу (заклики передплачувати видання, спонування до співпраці рекламодавців, ціни на рекламні оголошення у виданні), на другому місці була видавнича реклама — 21 оголошення, з них: 14 — реклама журналів та газет, 7 — книг різної тематики; на третьому місці — реклама тютюнових виробів — 12 оголошень. Інші: збір на будівництво кенаси — 3 оголошення; працевлаштування — 1, майстерня щіток — 1.

Журнал «Караимское слово» видавався у Вільні в 1913–1914 рр. Загалом вийшло його дев'ять випусків. Журнал позиціонував себе як загальнокараїмський, і його потенційною аудиторією були всі караїми російської імперії. Реклама в цьому журналі подібна до тієї, що публікувалася в «Караимской жизни», зокрема надавалися оголошення про купівлю караїмських книг у кенасі, продаж караїмських календарів, рекламувалися тютюнові вироби, розміщувалася самореклама.

Формат деяких видань не передбачав зайвих вольностей, наприклад журнал «Известия Таврического и Одесского караимского духовного правления», що видавався в переламну історичну епоху 1917–1919 рр. у Євпаторії, центрі караїмського релігійного та культурного життя, був офіційним виданням Одеського й Тавричного караїмського духовного правління — вищого духовного органу караїмів Східної Європи. Реклами там було мінімум. У семи випусках наявні лише три рекламні оголошення. Зокрема у числі 3 за 10 липня 1917 р. міститься оголошення такого змісту: *«Громадяни караїми! Армія виконала свій обов'язок перед Батьківщиною — вона перейшла у наступ. Виконайте свій обов'язок перед Батьківщиною і ви — підтримайте армію, підписуйтесь на позику свободи!»* Воно передувало редакційній статті, де докладно роз'яснювалася необхідність купувати

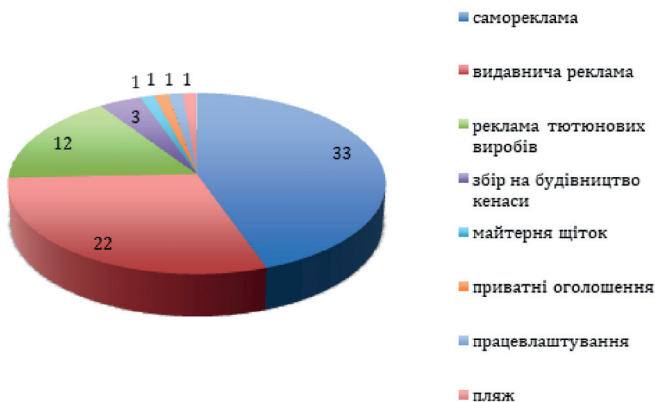


Рис. 1. Реклама в караїмських журналах

облігації займу на потреби армії, що в той час вела бої на східному фронті Першої світової війни, і є прикладом типової соціальної реклами, основним завданням якої було привернути увагу до певної соціальної проблеми, у цьому випадку — фінансової підтримки армії. Два інші оголошення стосувалися продажу видавничої продукції.

Узагальнені дані щодо реклами в караїмській пресі початку XX ст. подано на рис. 1.

Як свідчить діаграма, лівова частка рекламних матеріалів — самореклама, на другому місці — видавнича продукція, на третьому — реклама тютюнових виробів — традиційного промислу караїмів у середині XIX — на початку XX ст. Перспектива подальших досліджень полягає у вивченні відмітних ознак караїмської реклами, опублікованої на сторінках суспільно-політичної, літературної та іншої преси зазначеного періоду.