

VII. КНИГОЗНАВСТВО

УДК 070

© **Віталій Соколюков**, студент 4-го курсу, ХНУРЕ, м. Харків, Україна, 2020 р.

Науковий керівник: І. Б. Чеботарьова, старш. викл., ХНУРЕ

ЖУРНАЛИ ПРО СПОРТ — ЯК ЗАЦІКАВИТИ ПІДЛІТКІВ

In this paper, we study the issue of publishing popular and scientific periodicals on sports in Ukraine, as well as the publication of sports publications for teenagers. We consider a periodical that talks about the new Workout direction and the people who are developing this sports direction in Kharkiv.



На сьогодні в Україні існує потреба в спортивних журналах. Причому це стосується всіх вікових категорій. Якщо розглядати весь асортимент журналів про спорт, його можна об'єднати в дві групи. Перша — це науково-методичні журнали, які призначені для професіоналів. Друга група — це спортивні журнали, що представляють різні види спорту: футбол, хокей, теніс, баскетбол, біатлон, волейбол, гандбол, бадмінтон, бокс, шахи тощо. Але всі ці журнали зазвичай орієнтовані на дорослу аудиторію. Немає журналів, які б розповідали про нові спортивні напрямки і види спорту для підлітків.

У даній роботі розглядається проєкт періодичного видання, яке присвячене новому спортивному напрямку — воркаут, розповідається про створення команди *Barstylers*, відкриття *Workout Barstylers club*, розглядаються особливості цього руху, можливості проведення тренувань, розповідається про людей, які просувають цей напрям у Харкові та Україні. Зараз у місті Харкові побудовано більше 500 майданчиків для воркаута у вільному доступі, відкрито два великих центри для розвитку воркаута, де займаються активно більше 3000 атлетів.

Це видання буде цікаво, в першу чергу, підліткам, тому що в ньому представлені ініціатори цього руху — молоді люди, які пропагують цю культуру. Це і пояснює актуальність цього періодичного видання.

УДК 655.426

© **Ангелина Ананич**, студентка 4-го курсу, БГТУ, г. Минск, Республіка Беларусь, 2020 г.

Научный руководитель: Н. И. Шишкина, канд. филол. наук, доц., БГТУ

АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ

It was investigated and analysed infotainment materials of the 'Ecolines' company and proposed changes to the contents of the 'Books' section based on current trends.



Анализ проводится на примере компании «Ecolines», которая более 20 лет осуществляет международные пассажирские перевозки по Западной и Восточной Европе. На сайте (ecolines.by) заявлен высокий уровень комфорта и качества, что на деле отражается удобными сиденьями, оборудованными медиа экранами со следующими вкладками: «Фильмы», «Музыка», «Книги», «Игры». В некоторых автобусах к этапу списку добавляются еще разделы «Информация» и «Маршрут». Наименее посещаемой из выперечисленного является вкладка «Книги», т. к. вместо коллекции аудиокниг, обещанной на сайте компании, на самом же деле можно найти только народные сказки.

Начиная с 2018 года наблюдается значительный рост популярности аудиокниг, в интернете появляется множество как пиратских, так и лицензионных версий. Нежелание компании обновлять базу негативно сказывается на ее репутации, поэтому предлагается исправить ситуацию и разделить данную вкладку на следующие

части: книги на белорусском языке, для детей, классика, научно-популярная литература, любовные романы, фантазии, книги о путешествиях. Естественно, пункт «книги на белорусском языке» уместен лишь для автобусов белорусского филиала компании. Также содержание каждой из частей должно обновляться в зависимости от поры года и возрастной категории пассажиров.

УДК 338.48

© **Данило Книшов**, студент 4-го курсу, ХНУРЕ, м. Харків, Україна, 2020 р.

Науковий керівник: І. Б. Чеботарьова, старш. викл., ХНУРЕ

ОСОБЛИВОСТІ СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ «КУБИК-КОНСТРУКТОР»



The article deals with souvenir products 'Cube Designer', which allows the use of 12 images. They are hidden one after another. This souvenir product can be used for a personal gift or to attract future applicants.

При всьому багатстві вибору сувенірної продукції спостерігається одноманітність та існує великий дефіцит подарунків VIP-рівня. Всю сувенірну продукцію ділять на два класи — рекламні сувеніри та корпоративні подарунки. Розрізняють їх наступним чином: подарунок повинен бути дорожче сувеніра, він більш персоналізований і деяким чином зобов'язує одержувача. Сувенір — це більш дешевий презент, що не враховує особистості одаровуваного. Рекламний сувенір призначений для залучення нових клієнтів, а бізнес-подарунок — для висловлення подяки вже існуючим. Сувенір несе рекламне навантаження, а подарунок повинен зміцнювати лояльність партнера.

У роботі розглядається сувенірна продукція «Кубік-конструктор», який дозволяє зберігати в собі 12 фотографій, прихованих одна за одною, вони можуть послідовно з'являтися шляхом нескладних маніпуляцій.

Дана продукція може бути як особистим подарунком до будь-якої святкової події (у цьому випадку підбираються особисті фотографії), так і промо-сувеніром, який використовується на різних презентаційних заходах. Для таких цілей сувенір може демонструвати компанію (наприклад, логотип і фотографії продукції або співробітників). Особливо цікаво використовувати «Кубік-конструктор» для залучення уваги абітурієнтів, які можуть зацікавитися незвичайною конструкцією і оригінальними фотографіями кафедри чи університету.

УДК 686.11

© **Вероніка Городецкая**, студентка 4-го курсу, БГТУ, г. Минск, Республика Беларусь, 2020 г.

Научний керівник: І. В. Марченко, старш. преп., БГТУ

ИЗУЧЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕМОНТА И НЕСЛОЖНОЙ РЕСТАВРАЦИИ СТАРИННЫХ КНИГ



The results of research work are to develop guidelines for repair and simple restoration of printed publications for use in restoration workshops.

Сегодня большое количество документов и книг нуждается в реставрации, но ежегодно реставрируется лишь малая их часть. Документы на бумажной основе являются неотъемлемой частью историко-культурного наследия, важнейшим информационным потенциалом государства и общества, которые обеспечивают преемственность культурно-исторических традиций, интеллектуального развития общества.

Результаты научно-исследовательской работы заключаются в том, что разработанные методические указания по ремонту и несложной реставрации печатных изданий могут быть полезны для учащихся и студентов полиграфического направления с целью углубления