

ретроспективные (книжная и другая полиграфическая продукция, которая уже вышла в печать), перспективные (издания, которые планируется выпустить); 2) по носителю: печатные каталоги; каталоги, размещенные на сайтах издательств; 3) по форме подачи информации: самостоятельные пособия; размещение перечня продукции на страницах других изданий.

Функции каталога: привлечение внимания потребителей к издательству и его продукции; отображение состояния книжного рынка; оценка эффективности работы всех отделов издающей организации за определенный период; планирование издательского портфеля.



УДК 655.26

© **Полина Нехайчик**, студентка 4-го курса, БГТУ, г. Минск, Республика Беларусь, 2020 г.
Научный руководитель: Д. П. Зылевич, канд. филол. наук, доц., БГТУ

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ДЕТСКОГО НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ИЗДАНИЯ ПО ИСТОРИИ ИСКУССТВА

This report contains the basic terms of developing the concept of a popular science book for children about the history of art. The book will explain why art appeared, how it evolved and what it is now.

Произведения белорусских авторов на тему искусства, адресованные детям, либо посвящены одному художнику, либо рассказывают об определенном периоде в истории искусства (книги «Казімір Малевіч» и «Мастацтва Беларусі XX стагоддзя» издательства «Логвінаў»).

Данный доклад является этапом работы над дипломным проектом, цель которого — создание книги для детей, рассказывающей о развитии культуры и изобразитель-

ного искусства от пещерного человека до перформансовых инсталляций. Формат книги — 70×108/8, и поэтому она сможет вместить в себя много информации, благодаря которой читатель поймет, почему люди начали создавать произведения искусства, как они связаны с религией и бытом, и почему сейчас шедевром можно считать даже пакет с мусором (скульптура «Мешок», Гэвин Терк). Каждый разворот книги будет посвящен одному периоду (например, Ренессансу): понятным для детей языком будет рассказано об его особенностях, а красочные иллюстрации позволят читателю погрузиться в атмосферу эпохи. Для того, чтобы информация запоминалась лучше и у детей не пропадал к ней интерес, в книгу будут включены интерактивные задания (раскраски, головоломки, сравнения и т.д.). В издании будут показаны главные шедевры искусства каждой эпохи и знаменитые художники (для Ренессанса, это, например, Да Винчи, Микеланджело и Рафаэль), а также хронология каждого периода. После прочтения книги ребенок получит представление о шедеврах мирового искусства и сможет различить барокко и готику.



УДК 339.138

© **Ирина Соловьева**, студентка 4-го курса, БГТУ, г. Минск, Республика Беларусь, 2020 г.
Научный руководитель: О. В. Токарь, канд. техн. наук, доц., БГТУ

ПРОДВИЖЕНИЕ ПОДАРОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В СОЦСЕТЯХ

The article discusses the specifics of the promotion gift products in the form of berdaches on social networks.

Одним из видов современной подарочной продукции является бирдекель (подставка од кружку или бокал, выполненная из гипроскопического картона). Впервые

бирдекель появился в XIX веке. В последние годы эта ранее популярная в основном в Германии продукция получила распространение по всему миру. Появилась даже область коллекционирования бирдекелей (тегестология).

Производители могут популяризировать и продвигать данную продукцию с помощью соцсетей. Важно не только иметь свою страницу с информацией о товаре, но и демонстрировать вовлекающий контент. Для повышения популярности страницы необходимо:

- 1) предоставлять возможность высказаться потенциальным покупателям, коллекционерам, то есть публиковать истории о собственных коллекциях, брать у заинтересованных лиц интервью, размещать видеоролики;
- 2) разработать систему поощрений для покупателей продукции и авторов публикаций;
- 3) проводить конкурсы, квесты, викторины (например, конкурс на идею дизайна бирдекеля с последующим выпуском продукции и подарком ее экземпляра автору);
- 4) разрабатывать инфографику и мемы.

Конечно, специфика продвижения продукции должна уточняться в зависимости от того с какой именно соцсетью работает производитель. «ВКонтакте», «Facebook», «Twitter», «Одноклассники» и «Instagram» требуют разного контента, поскольку у них разная аудитория.



УДК 655.254.22:82-93

© **Вера Чупракова**, студентка 3-го курса, БГТУ, г. Минск, Республика Беларусь, 2020 г.

Научный руководитель: Д. П. Зылевич, канд. филол. наук, доц., БГТУ

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИЗДАНИЙ КНИГИ «ГИМНАЗИЯ № 13» А. ЖВАЛЕВСКОГО И Е. ПАСТЕРНАК

The purpose of the report: to compare editions of the book «Gymnasium No. 13» in Belarusian and Russian according to the following criteria: relevance, originality, correspondence to the type and type of publication, necessity and expediency of publication.

«Гимназия № 13» — фантастический роман-сказка белорусских писателей А. Жвалевского и Е. Пастернак, адресованный детям среднего школьного возраста, впервые был опубликован в 2010 году. Суммарный тираж за все время составил 22000 экземпляров.

Цель доклада: сравнить два издания романа-сказки «Гимназия № 13» с точки зрения редакционно-издательской подготовки. Объект исследования: русскоязычное и белорусскоязычное издания, выпущенные российским издательством «Время» в 2010 г. и белорусским издательством «Яншукевич» в 2017 г.

Редакторская подготовка текста осуществлена грамотно у обоих издательств. Однако российскийское издание отличается дизайном (разворотные, полосные и полуполосные одноцветные иллюстрации, цветные иллюстрации на форзацах, одноцветные заставки на спусковых полосах). В этом плане проигрывает белорусскоязычное издание: нет иллюстративного материала, небольшой размер кегля и интерлиньяж. Таким образом, привлекательный дизайн российского издания способствует интересу школьников к произведению. В то время, как упрощенная форма книги, предложенной издательством «Яншукевич», не вызывает интереса у подростков. Хотя выпуск произведения на белорусском языке способствует пропаганде языка среди детей.



УДК 655.254.22:82-93

© **Светлана Волчкова**, студентка 3-го курса, БГТУ, г. Минск, Республика Беларусь, 2020 г.

Научный руководитель: Д. П. Зылевич, канд. филол. наук, доц., БГТУ

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИЗДАНИЙ КНИГИ «ГОРДОСТЬ И ПРЕДУБЕЖДЕНИЕ» ДЖЕЙН ОСТИН

The purpose of the report: to compare editions of the book «Pride & Prejudice» according to the following criteria: relevance, originality, correspondence to the type of publication, necessity and expediency of publication.