

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 «Яншкэвіч» в 2017 г.

Редакторская подготовка текста осуществлена грамотно у обоих издательств. Однако российский выпуск 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 «Яншкэвіч», 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.

Самый знаменитый роман Д. Остин «Гордость и предубеждение» впервые был опубликован в 1813 г.

Цель доклада: сравнить издания романа «Гордость и предубеждение» с точки зрения редакционно-издательской подготовки. Объект исследования: русскоязычные и англоязычные издания, выпущенные российскими издательствами «АСТ» в 2015 г., «Пальмира» в 2018 г., «Эксмо» в 2017 г.

Редакторская подготовка текста существенно отличается. Роман «Гордость и предубеждение», выпущенный издательством «АСТ», представлен классическим вариантом перевода И. Маршака. Издательство «Пальмира» выпустило этот роман под названием «Гордость и гордыня», выбрав перевод И. Гуровой. Перевод И. Маршака воспринимается проще, но более далек от англоязычного варианта. Перевод И. Гуровой точнее передает оригинал, но более сложен в плане восприятия. Один из главных недостатков обеих книг — отсутствие иллюстративного материала. На фоне недостатков русскоязычных изданий особенно привлекательно выглядит вариант издательства «Эксмо»: книга богата полосными и полуполосными иллюстрациями, одноцветными заставками на спусковых и концевых полосах, маргиналиями; интересен выбор гарнитуры (Bodony от Paratype). Привлекательный дизайн способствует развитию интереса к английскому языку и производству.



УДК 811.161.3

© **Кристина Шастина**, студентка 2-го курса, БГТУ, г. Минск, Республика Беларусь, 2020 г.

Научный руководитель: В. И. Куликович, канд. филол. наук, доц., БГТУ

АКЦЕНТОЛОГИЧЕСКАЯ ВАРИАНТНОСТЬ БЕЛОРУССКОГО ЯЗЫКА: ПАМЯТКА РЕДАКТОРУ

The percentage of accentological options in the Belarusian language is established. It is concluded that editors should

actively use the accent mark in the preparation of publications in order to unify the accentological norms of the Belarusian language.

Специфика ударения, а также фонетический принцип орфографии как ведущий предопределяют актуальность изучения акцентологической вариантности (работы И. Шкрабы, С. Запрудского и др.). Ударение в белорусской речи влияет не только на правильное произношение и понимание слова, но и правильное написание: «шэсцьдзесят» и «шэсцьдзясят». С этой целью для редакторов ведутся разработки правила-рекомендации употребления знака ударения в белорусском языке (работы В. Куликовича).

Задача статьи — установить процент вариативного произношения слов на материале специального «Слоўніка націску ў беларускай мове» с целью обосновать или опровергнуть необходимость создания такого правила.

Словарь ударений был издан в 1992 г. Он насчитывает около 5500 слов. Из них 1316 слов имеют вариантное произношение: 144 слова на букву А, 21 — Б, по 17 — В и М, 18 — Г, 49 — Д, по 3 — слова на буквы Ж, І, Э, 150 — З, 26 — К, 20 — Л, 136 — Н, 429 — П, 73 — Р, 83 — С, 15 — Т, 56 — У, по 4 — Х и Я, 8 — Ц, 5 — Ч и 22 — на букву Ш. Слова, имеющие вариантность, представлены парами — *датрыманы* и *датыриманы*, *зляжца* и *злэжаца*. В ряде случаев лексемы различаются стилистической окраской — *сасцябаць* (разг.) и *сасцёбаць*.

Вариантность — одна из сложнейших категорий в работе редактора, задача которого, на наш взгляд, — содействовать унификации форм, ради престижа языка в белорусском обществе. По данным словаря, около 24 % лексики имеют вариативное ударение, которое не способствует повышению культуры речи. Поэтому в текстах для разных категорий читателей редакторам следует активно использовать знак ударения, чтобы уменьшить процент существующей вариативности и не множить число новых неоправданных вариантов, появляющихся в результате непонимания, какой слог считать ударным.

