

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 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 «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.

