

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Белорусский государственный университет иностранных языков

МАТЕРИАЛЫ

РЕСПУБЛИКАНСКОГО КОНКУРСА
РАБОТ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ХАРАКТЕРА (КОНФЕРЕНЦИИ)
УЧАЩИХСЯ ПО УЧЕБНЫМ ПРЕДМЕТАМ
«АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК», «НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК», «ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК»,
«ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК», «КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК»

Минск, 19–21 февраля 2025 г.

Минск
БГУИЯ
2026

УДК 811+371.122.2-057.874(063)
ББК 81.2я4+95.4
М 341

Материалы республиканского конкурса работ исследователь-
М 341 ского характера (конференции) учащихся по учебным предметам
«Английский язык», «Немецкий язык», «Французский язык», «Испанский
язык», «Китайский язык» : Минск, 19–21 февраля 2025 г. / отв. за вып.
В. Д. Синяк – Минск : БГУИЯ, 2026. – 204 с.

ISBN 978-985-28-0355-7

Сборник содержит материалы докладов, представленных участниками заключительного этапа республиканского конкурса исследовательского характера (конференции) учащихся по английскому, немецкому, французскому, испанскому и китайскому языкам. Издание предназначено для школьников, родителей, а также для педагогических работников, специалистов системы образования и начальников управлений (отделов) образования, спорта и туризма. Работы публикуются в авторской редакции.

УДК 811+371.122.2-057.874(063)
ББК 81.2я4+95.4



Электронная версия издания
доступна в электронной библиотеке БГУИЯ
по ссылке **e-lib.bsufi.by** или по QR-коду

ISBN 978-985-28-0355-7

© УО «Белорусский государственный
университет иностранных языков», 2026

Дорогие друзья!

В ваших руках сборник материалов заключительного этапа республиканского конкурса работ исследовательского характера по иностранным языкам 2025 года. В нем представлены результаты первых шагов в науке учащихся школ Республики Беларусь. Белорусский государственный университет иностранных языков публикует работы юных исследователей, чтобы поддержать молодые таланты в их стремлении к поиску и созданию новых знаний.

Исследовательская работа – это направление деятельности для учащихся школ, позволяющее раскрывать интеллектуальные способности, посмотреть на окружающий мир сквозь призму изучаемого иностранного языка, развивать умения ведения научной дискуссии.

Темы, включенные в издание, радуют своей широтой и разнообразием. Представленные материалы позволяют всем, кто интересуется иностранными языками, увидеть актуальные лингвокультурные и социолингвистические аспекты жизни в различных странах мира глазами одаренных школьников. Не менее важен и опыт сопоставления того, как в родном и иностранном языках представлены реалии окружающей нас действительности.

Ежегодный республиканский конкурс работ исследовательского характера по учебным предметам представляет собой замечательную возможность проявить свои способности тем, кто уже совсем скоро войдет в университетские аудитории, присоединится к работе студенческих научных объединений и в будущем создаст уникальные инновационные продукты.

Мы желаем всем учащимся и авторам публикуемых материалов вдохновения для дальнейшего научного поиска и новых успешных шагов в исследовательской деятельности!

*Ректор Белорусского государственного
университета иностранных языков
Наталья Евгеньевна Лаптева*

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

М. Балицевич (ГУО «Гимназия № 5 г. Барановичи»)

И. В. Медведева, Л. А. Смолко (научные руководители)

PRINCIPLES OF NAMING YOUTH LEISURE ACTIVITIES (ON THE EXAMPLE OF LOCAL ESTABLISHMENTS OF BARANOVICHI CITY)

Introduction. In today's scientific world, naming is an important subject for study. In this context, there is particular urgency in preserving local cultural identity against the backdrop of globalization through the names of youth gathering places. The information about the most visited places of Baranovichi is in demand among foreign visitors to the Republic of Belarus, who enjoy visa-free access to the country. This information is essential for understanding the city's linguistic portrait and shaping a comprehensive image of the city's diverse aspects.

Main part. The subject of the research is ergonyms denoting the names of youth leisure activity places.

The object of the research is the linguistic and functional features of these names.

The aim of the research is to identify local linguopragmatic features of the ergonomic designation of YLAP.

The objectives of the research are:

- to form the theoretical basis for analyzing local ergonyms denoting venues for youth leisure activities;

- to extract lexical and semantic characteristics of ergonyms that may influence the attractiveness of places;

- to study and classify youth preferences for visiting YLAP in the city of Baranovichi and the obtained ergonyms denoting them;

- to apply the obtained linguistic data as an information component of the interactive map of youth leisure venues in Baranovichi.

The term 'naming' comes from the English word 'to name' – to give a name. Nowadays, naming is understood as a practice-oriented process aimed at giving a bright, memorable and attractive name to a certain object.

Successful naming should be unique, convenient, easy to remember, colorful, modern, and reflective of the brand idea, associated with positive semantic connotations. Ergonyms are the basis for successful naming, as they help create an easy-to-understand, attractive, and appealing name. Ergonymy is the discipline that studies the history of the development of ergonyms, which denote "the proper name of a commercial company or any organized group of individuals for business purposes" as well as the principles and methods of their formation.

In the 21st century, ergonymy is a constantly changing and evolving discipline. Socio-economic transformations in Belarus have led to the emergence of numerous commercial enterprises with unique names, resulting in a growing diversity of ergonyms in terms of semantics and structure, which has attracted increased interest from researchers.

The material of the research includes local ergonyms denoting the names of places where young people in Baranovichi spend their leisure time, as well as the results of the questionnaire survey. The respondents included 34 students of the 4th and 5th years from the Linguistic Faculty of Baranovichi State University and 103 students of grades 9, 10, 11 of the State Educational Institution “Gymnasium № 5 Baranovichi”. A questionnaire was proposed to respond the question “Please, name the locations in our city where it is convenient for you to spend your free time?” Analyzing the responses, it was concluded that all youth leisure activity venues could be divided into 4 categories: catering, sports establishments, cultural and social activity organizations.

According to the study, young people prefer gastronomic establishments (more than 56%) because they create a comfortable atmosphere that promotes communication and interaction among the youth. The next most popular youth leisure activity venues are sports and cultural facilities (about 20%).

An important problem remains the lack of information about volunteer initiatives, which also affects the involvement of young people in such forms of leisure (about 4 %). Furthermore, volunteer activity is increasing annually in our city, as an active life position and sociability help young people find their volunteer activities and contribute to society. For the further research 69 most popular venues were selected, among which 39 refer to gastronomic establishments, 14 to sports facilities, 13 to cultural facilities and 3 to volunteer initiatives.

According to the research data, students of Baranovichi State University primarily prefer cafés, bars and pubs (*DrovaGastropub*, *Etevi*, *Sharlott*, *Hotfix*), and students of gymnasium visit fast food establishments (*KFC*, *ETOPIZZA*, *Lodochka*). It was established that the most frequently used lexico-semantic features of ergonyms related to gastronomic establishments are culinary names, the names which are not directly related to the profile of the institution, flora and fauna connections and toponyms.

The most commonly used lexico-semantic features of ergonyms related to cultural establishments are: the names not directly related to the profile of the institution, generic nomination, flora and fauna connections and association. Having analyzed 69 ergonyms, taking into account their popularity and lexico-semantic features, we have created our own classification of naming places of youth leisure activities: according to the design style:

based on synecdoche: *DrovaGastropub*, *Lounge Bar Ygli*;

transliteration: *Publika*, *WATA*;

graphic eclecticism: *Hotfix Coffee*, *ReForma*, *FitFox*, *El Club*, *B-ZONE*;

capitalization: *DABro, ReForma*;

compositional compatibility: *Smile Coffee, Coffee Saund*;

by reflecting the phenomena of reality:

anthroponyms: *Chekhov, Carlyon, Atlant, Nestserka*;

toponyms: *Amsterdam, Verona, Province, La Pjazza, Dubovo*;

flora and fauna connections: *Osminozhka, Crocus, Capybara, Paparats-kvetka, Murziki, Vorobei, Dodopizza, Begemot*;

associations: *Pizza Italiana, VolaT, Rai, Vulcan, K-2, DABro, Safit, BezGranits*;

culinary names: *Slivki, Et evi, Burger M, ETOPIZZA, Charlott, Vanilla*;

type of activity: *Zavari*.

The following names are difficult to classify, as they are not directly related to the institution's profile, include *Lodochka, Bochka, Aftograph, Bonsai, Veranda, Svita, Safit, Pyatnitsa, Locomotive, Zvezda, Parallel, Domino's*; speech cues: *A gdeya?*; generic nominations (direct name): *Bruschatka, Ice Palace, Tennis court, Skate park, Billiards, Cinema-Room, Animal Park*.

The classification of naming places of youth leisure activities demonstrates a variety of approaches:

Associativity.

Many names are based on cultural, geographical and culinary associations, for example *Pizza Italiana* or *Vulcan*. These names create an emotional connection with customers and contribute to a brand formation.

Uniqueness.

Eclecticism and non-standard approaches in naming (for example, *Hotfix Coffee* or *FitFox*) emphasize a desire to stand out from the competition. Unique names are often easier to remember.

Matching the target audience.

The classification demonstrates attention to the interests and preferences of young people. Names like *DrovaGastropub* and *Lounge Bar Ygli* may refer to the informal culture or lifestyle of young people, making them more attractive.

Transliteration as *WATA, Publika* may appeal to young people familiar with the English language and international trends.

Simplicity and memorability.

Names based on synecdoche or culinary terms (*Charlott, Burger M*) are easy to perceive and remember. The simplicity of these names contributes to their spread through word-of-mouth marketing – an important aspect in the youth environment.

Cultural and social contexts.

The use of anthroponyms and toponyms (*Chekhov, Amsterdam*) reflects the cultural preferences of young people and their aspirations to explore new places and ideas.

The classification of naming places of youth leisure activities highlights important naming principles that help attract a target audience. In the year marking the 80th anniversary of the liberation of Belarus in the Great Patriotic War,

an initiative group from Gymnasium №5 proposed to create a workout area on its territory. Considering our own classification of lexical – semantic features of ergonyms, we suggest the following names for this area:

CrossFit Harmony (capitalization and graphic eclecticism combining different styles);
The Dynamics of Success (synecdoche and graphic eclecticism – where ‘success’ stands for results of hard work);

Boundless Possibilities (compositional compatibility is a new meaning through a combination of words).

Conclusion. As a result of the research, we developed an interactive map dedicated to popular leisure places for youth in Baranovichi, based on the Google Maps platform. This map is part of an online resource called *Baranovichi: Inspiration for Youth*, which is an interactive platform designed to systematize information about available leisure options for young people. The main purpose of the site is to create a community where young people can share their impressions and discover exciting new places to relax and socialize. The interactive nature of the map allows users not only to find various places, but also to engage with them.

Our working hypothesis is confirmed: lexico-semantic features of the names for youth leisure venues shape urban identity perceptions among young people, influencing their choices and preferences. We plan to use the obtained theoretical results and practical outcomes of this research to promote the development of the workout site on the territory of the State Educational Institution “Gymnasium № 5 Baranovichi” within the information space to translate our interactive map into the Chinese language because the city of Baranovichi is dynamically developing, more and more joint ventures are being built, and many Chinese tourists are visiting our city.

С. Бегунова (УО «Могилевский государственный областной лицей № 1)

В. А. Шляхтич (научный руководитель)

THE CHALLENGES OF TRANSLATING LACUNAE ON THE EXAMPLE OF THE MYTHOLOGICAL CREATURES OF BELARUSIAN FOLKLORE

Part of the communicative competence is the socio-cultural competence. By presenting our native culture with dignity and at the same time showing respect for others we build the dialogue of cultures. Part of any nation’s culture is comprised by folklore: myths, legends and fairy-tales as well as folk songs and lullabies, rituals and beliefs. Even with the passage of time and historical changes they find their reflection in customs and traditions, literature and films, music and fine arts. This makes this research **topical**.

The aim of this research is the popularization of Belarusian culture. In order to achieve this aim it is essential to complete the following **objectives**:

1. to outline the concept of lacunae;
2. to review the common ways of translating lacunae;
3. to compile an English guide to the world of Belarusian mythological creatures.

The object of the research is the names of Belarusian mythological creatures.

The subject of the work is the translation of the names of mythological creatures from Belarusian into English.

The work is based on the book “The Magic World. From Belarusian myths, legends and fairy tales”. The book in its turn is based on the materials of the publishing house “Belarusian Encyclopaedia named after Pyatrus Brouka” as well as the articles of the Belarusian folklore researchers Yaugen Adamovich and Uladzimir Vasilevich. The methodological base of the work is the research of E. A. Misuno, T.A. Kazakova, O.V. Petrova and A.F. Shapovalova.

The principal **methods** used in this research are analytical, comparative and descriptive methods.

1 Theoretical Part

1.1 The concept of the lacunae

The term lacunae, with a reference to languages, was first introduced by the Russian linguist Y.S. Stepanov. He referred to them as gaps or “white spots on the semantic map of the language”. Longman Dictionary of English Language and Culture gives the following definition: “An empty space where something is missing”. There is a range of reasons for the appearance of lacunae:

- 1) the presence in the original culture of objects or phenomena that are absent from the culture of the reader of the translation;
- 2) the differences in denoting similar concepts in different languages;
- 3) the differences in the systems of word-building in different languages.

1.2 The most common ways of translating lacunae

There are several common ways of translating lacunae:

- 1) transcription and transliteration;
- 2) footnotes.
- 3) loan translation;
- 4) approximate translation;
- 5) descriptive translation.

Some linguists also suggest using semantic transformations for rendering lacunae as well as using direct inclusion.

All these ways have certain drawbacks and their use is limited by both linguistic and extralinguistic factors.

1.3 The challenges of translating proper names

The translation of proper names presents particular challenges. They are determined by the following factors:

- 1) The necessity to take into account both the meaning and the context;
- 2) The lack of agreement in the linguistic community on the issue of rendering proper names.

Quite often in works of fiction, we come across charactonyms. Collins Dictionary defines a charactonym as “a name given to a literary character that is descriptive of a quality or trait of the character”.

The rules of rendering English proper names into Russian are presented in a range of textbooks, reference books and other sources. But converting names from Russian into English is more complicated as some combinations of letters make the graphic images of some words too bulky. Since the aim of this research is creating an English guide to Belarusian mythological creatures the task is even more challenging. In the 20th century, in the Soviet Union there was a state standard for converting Cyrillic symbols into Latin ones. In Belarus as well as some other parts of the former USSR, it was later replaced by a renewed standard which offers two tables: one relying on diacritical signs and one employing letter combinations.

In 2023, the Instruction for rendering geographical names from Belarusian and Russian into other languages by means of the Latin alphabet was issued.

2 Practical Part

2.1 A classification of Belarusian mythological creatures

Researchers studying folklore usually divide the characters of myths and legends into several categories: wood dwellers, field dwellers, water creatures, those who inhabit the air and those who live in people's homes and near them.

Though the proper names in this research are not geographical names, it is deemed appropriate to use The Instruction for rendering geographical names from Belarusian and Russian into other languages by means of the Latin alphabet.

2.2 An English-speaking guide to Belarusian mythological creatures

2.2.1 Creatures inhabiting houses

Damavik or *Hatnik* and his wife *Damavuha* lived in the house. The Belarusian for ‘house’ is ‘дом’ and ‘хата’. *Baj* probably got his name from the word ‘баіць’ which means ‘to tell stories’. *Apivien* got his name from the words ‘апойваць’, ‘апаіць’. *Badziulia* comes from the word ‘бадзяцца’ which means ‘to be a vagrant’. *Valasien* was all covered with thick and long dark hair.

2.2.2 Creatures inhabiting household buildings

Gumiennik lived in the barn called ‘гумно’. *Jewnik* looked after ‘еўня’. *Laznik* or *Bannik* lived in the ‘лазня’ or ‘баня’. *Pavietnik* lived in ‘павець’ which was the place for keeping chopped wood. *Vazila* had other names like *Hliewnik* and *Tabunnik*. The name *Vazila* resembles the word ‘вазіць’ which means ‘take

somewhere' or 'drive somewhere'. 'Хлеў' is the place where horses and cows are kept. 'Табын' is a herd of horses. *Zlydni* were evil spirits that brought all sorts of misfortunes to people. The word *Zlydzien* is derived from the word 'злы' which means 'evil'.

2.2.3 Inhabitants of farm fields and gardens

Zhycien, the spirit of fields and crops, got his name from the word 'zhyta' which means 'rye'. *Ciocia*, the deity of summer, had the same name as 'aunty'.

2.2.4 Inhabitants of the woods

Bialun looked like an old man with a long white beard, wearing a long white outfit and carrying a long white staff – that's why he got the name 'Bialun' derived from the word 'white'. *Ziuzia* is the deity of winter and cold. The name comes from the verb 'зюзець' which means 'to feel cold', 'to freeze'. *Liasun* (*Liasny Dzied*, *Liesavik*, *Lieshy*) was the owner of the forest ('лес'). *Zmiainy Tsar* was the ruler of all snakes. *Vuzhalki* were the daughters of the Snake King, *Zmiainy Tsar*. *Gajun* (*Gajovy Dzied*) looked after the wood ('гай'). *Gajowki* were *Gajun*'s granddaughters. *Zazowka* got her name came from the word 'зазываць' which means 'to lure'.

2.2.5 Spirits inhabiting bodies of water

Vadzianik (*Vadziany*) got his name from 'вада' ('water'). Each body of water had its own *Vadzianik*. *Balamucien* got his name from the words 'баламут' ('naughty person') or 'баламуціць' ('make confusion'). *Balotnik* was a creature living in the swamp ('балота') and it was the most unpleasant of all the swamp dwellers. Fat and ugly, he lived not far from his brother *Bagnik* ('багна' is the Belarusian for 'mire'). *Lazavik* lived on the marshes in the 'лаза' which means 'withe'. *Arzhavien* lived in rusty spots of the bogs called 'аржавенне'.

Vadzianicy got their name from water ('вада') and they were kin to mermaids. Women who drowned turned into them. *Aziarnicy* were also kin to mermaids.

2.2.6 Dark spirits that could be found in different places

Garcuks got their name from the word 'гарцаваць' which means 'run and jump in a playful way'. *Hapun* got his name from the words 'хапаць', 'схапіць' which mean 'to catch'. *Mara* came at night and tortured people in their sleep. *Vawkalak* is the Belarusian version of werewolf. The word 'wolf' ('воўк') is also present in the name.

While applying the transliteration method the same guidelines that are recommended for rendering geographical names from Belarusian into other languages were used. The exception was made for the word *Tsar* (in the name of *Zmiainy Tsar*) as this word has historically been adopted into the English language in this form.

A concise guide has been compiled. It contains the illustrations and some descriptive information. Also the guide contains sound files with the names of the mythological creatures.

CONCLUSION

This research shows that translating is a very complex matter and requires a deep understanding of the cultural background of the original text. There are various layers of lacunae and proper names present the greatest challenges for translation. Many of the characters of myths, legends and fairy-tales have names that reflect their origin or their personality. Rendering their meaning by the way of producing full substitutions will take away the national specificity of the texts. Yet preserving their original forms creates psychological difficulties for the recipient of the information.

The combination of transcription and description used in this research allows the recipient to get the feeling of the culture of the source language and get the meaning of the message.

The material of this work can be used both in class and for extracurricular activities when studying the culture of Belarus, discussing cultural tourism and ethno-tourism. It can also be used for presenting Belarusian culture to foreigners.

Н. Бубен (ГУО «Лицей № 1 г. Лиды»)

Т. В. Хитрун (научный руководитель)

SCHOOL SYMBOLS: BEAUTIFUL IMAGES OR CORE PRINCIPLES AND ASPIRATIONS OF A SCHOOL

Symbols are important in human communication and representation as they allow us to convey complex ideas, emotions, and beliefs. They play a significant role in shaping cultural identities and fostering a sense of belonging within communities. In education, schools use symbols such as emblems, mascots, colors and many others. Understanding the significance of these symbols provides insight into their historical importance and impact on shaping school identity. This can explain the **relevance** of our research.

The **purpose** of our research is to study and conduct a comparative analysis of symbols in Belarusian, British and American schools.

For our research, we selected three schools: Lyceum No. 1 in Lida, Belarus; St. John's School in Sidmouth, United Kingdom; and Lawrence Middle School in New Jersey, USA.

The **object** of the research is school symbols.

The **subject** of the research is the information conveyed in symbols of the chosen schools.

The **hypothesis** is that school symbols represent an institution's values and culture, creating a sense of national identity and a shared language for students, teachers, and alumni.

In order to test our hypothesis, we set the following **tasks**:

1. to reveal the essence of the concept of symbolics, its types and functions;

2. to identify the attitude of the students to symbols in their schools;
3. to analyze national, social and educational symbols in Belarusian, British and American schools, compare them and identify similarities and differences;
4. to prove that school symbols are much more than mere images or words. They reflect the core principles and aspirations of a school, reminding everyone within its community of what it stands for.

The **methods** used in the resent research include survey, study of literature and Internet sources on the topic, analysis, comparison, generalization.

The **structure** of the thesis: introduction, two parts, conclusion, references. We put the aim and the tasks in the introduction. In the first part of our research we have delved into the essence of symbolics, its types and functions, we have revealed the historical significance of school symbols and defined their types and functions. In the second part we have identified students' attitudes towards symbols in their schools, analyzed the national, social, and educational symbols of Belarusian, British, and American schools, compared them, and highlighted similarities and differences. In the last part we make conclusions.

The practical aspect of our research began with conducting a rapid survey on individuals' attitudes towards school symbols. The research conducted included surveys among lyceum graduates (67 people) and current students (107 pupils), as well as American (37) and British (48) students. The majority of respondents (98%) expressed the belief that school symbols are important in fostering unity, reflecting core values, history, and ethos. Understanding and awareness of school symbols varied among respondents, but overall, the research highlighted the universal significance of school symbols in shaping school culture and enhancing the educational experience.

After the survey was conducted we made a comparative analysis of school symbols in the chosen schools. Our research began by examining and comparing such school symbols as the coat of arms, anthem, flag, motto and school uniform. We have identified the symbols that are present in the schools and uncovered their significance and impact within the selected schools.

	Lyceum № 1 Lida, Belarus	St John's School, Sidmouth, UK	LMS, New Jersey, United States
Coat of arms	Yes	Yes	Yes
Anthem	Yes	Yes	No
Flag	Yes	No	No
Motto	Yes	Yes	Yes
School uniform	Yes	Yes	No (only elements)
Symbols of houses (profiles)	No (5 profiles)	Yes (4 houses) Each has its own emblem, colour, traditions	Yes (3 houses) Each has its own emblem, colour and motto

The analysis of school symbols in the lyceum has shown that it has unique symbols, including a coat of arms featuring Lida Castle, a globe representing noble intentions, and a book symbolizing a thirst for knowledge. The lyceum flag has red and blue stripes, connecting it to the city of Lida. The lyceum anthem expresses love for the school and highlights qualities like curiosity and kindness. School symbols are used in various events, and the school uniform promotes unity and equality among students. The uniform includes a mandatory vest in blue for regular days and red for special occasions, representing the school and city flag colors.

Having analyzed symbols in St. John's School in Great Britain we made a conclusion that it has a unique emblem with a seashell symbolizing its coastal location, and colors that represent justice, joy, and purity. The school is part of the International Education System, with a motto meaning "We do everything with wisdom". Students wear a general and sports uniform in blue, red, and white, and are assigned to one of four houses named after saints or founders. The school has an anthem dedicated to St. John and uses the national flag of Great Britain at official events.

After analyzing the symbols of Lawrence Middle School in New Jersey we identified that it has its own unique symbols too, including a coat of arms with a red cardinal symbolizing inspiration. The school motto is "Reach for the stars" and students are required to show respect for the U.S. flag each morning. There is no school uniform, but students wear red, black, and white uniforms for sports events. The school is divided into three houses with their own emblem, color, and motto - Draco (red), Phoenix (black), and Orion (white). Each house promotes different values such as wisdom, honesty, and integrity.

The analysis of symbols in three schools reveals both similarities and differences. Each school has a coat of arms and a motto, representing their values and history. The emblem and the motto help maintain traditions and create a sense of belonging. While not all schools have a strict uniform policy, elements of it are still present, promoting unity and discipline. Additional symbols like flags and anthems contribute to the school's identity and community.

The success and progress of students at a school are important factors that contribute to its reputation. Our research focused on how schools showcase student achievements, with findings showing that schools prominently display this information on boards of honor and online platforms.

We have found out that all the chosen schools celebrate student successes and share them with others, which boosts motivation and self-esteem. These symbols also encourage students to strive for new goals in academics, creativity, and athletics.

After conducting our research and drawing conclusions, we have developed the following **recommendations** for the use of symbols in our school:

- to create unique symbols for each of the profiles and set up special stands where individuals can explore the distinct characteristics of their chosen profile, discover opportunities for university admission in that field, and connect with successful graduates who have excelled in their careers;
- to design clothing items for teachers (bags, umbrellas, badges, etc.) with the school logo to create a unified style and image for the school community;
- to develop notebooks, pencil cases, and stationery with the school logo to strengthen the connection with the educational institution, support identity, and commitment to the school's values;
- to establish a unified sports uniform with the lyceum logo to strengthen team spirit and foster a sense of community, contributing to the enrichment of the overall sports culture of the educational institution.

С. Войно (*ГУО «Гимназия № 33 г. Минска»*)

А. К. Лукомская (*научный руководитель*)

ONLINE MAP "MADE IN BELARUS" AS A QUALITY BRAND TO PROMOTE NATIONAL IMAGE

Due to the process of globalization the sphere of tourism has become an integral part of people's everyday life. Since 2019 we have had to face new circumstances and certain difficulties dealing with outbound tourism though. Coronavirus and relationships between countries made the borders closed so that nowadays more people travel around their native countries, discovering their beauty, customs, traditions and all the things that were hidden from their eyes in the hustle and bustle of everyday routine. Belarus has always been an important trade, tourist and transfer point on the international arena. Thanks to friendly and peaceful relations with neighbour countries tourism has got a fresh start in Belarus. Thousands of people visit our country annually. So it was decided to create a unique resource about Belarus to be used by those who come to visit our country.

It was hypothesized that there is a wide range of high-quality goods that are manufactured in Belarus and which are definitely worth visitors' attention. A lot of Belarusian products have already become a synonym to such words as "reliability" and "quality". It is no coincidence that the years 2024-2025 have been announced "The Year of Quality" in our country. Thus, a comprehensive analysis of goods, which can be called a Belarusian brand, is aimed at providing new facts about them.

The novelty lies in the fact that the research was carried out not only within traditional goods but also within the framework of modern local production. It allows us to perform the variety of spheres of human activity from tourism to educational one where the created map may be used by the visitors and the young generation.

The theoretical value lies in the detailed analysis of information resources, in the study of the Belarusian production and brands, high-quality goods produced in the country, the origin and the development of some traditional goods to become brands for the visitors. The approach makes it possible to reveal the national and cultural specifics of Belarus. The findings reflect local people's opinion and the system of assessments and value orientations of Belarusians. The practical value of this research is varied. First of all, it lies in the creation of the unique interactive product which can be used both in educational purposes and in tourism as an integrated informational resource which is in demand. Secondly, it presents a positive image of the country. Thus, it improves the competitiveness of Belarus both in the spheres of trade and tourism. Finally, the results of the research can help local people and visitors make the right choice, buying souvenirs for their nearest and dearest.

When the research was initiated, such major tasks as studying the notions of the key vocabulary, analyzing Belarusian brands and productions, identifying the most successful ones, were set. The final target to achieve was the creation of available and easy to use interactive online product which can be used on both educational and tourist purposes. Genially interactive platform was used to create the online map.

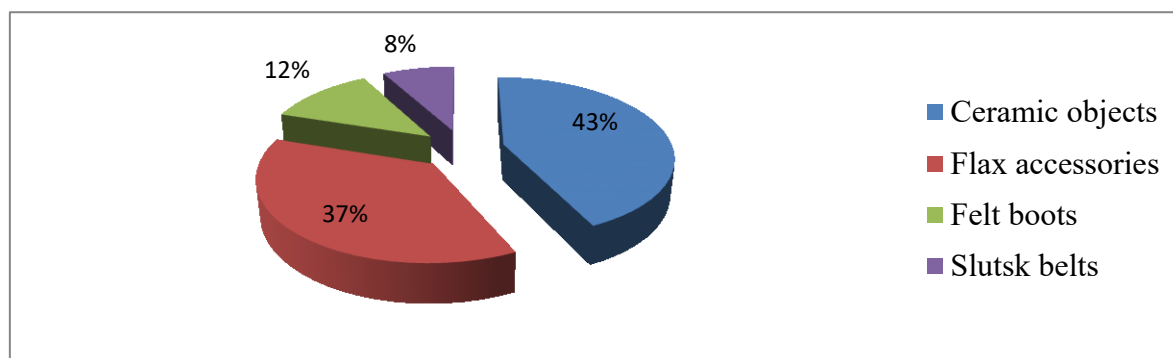
The Cambridge Dictionary defines a souvenir as anything that is bought or kept to remember a holiday or special occasion. It is clear that a souvenir is supposed to be portable, to hold favorable memories of the place and to be of high quality. So, what can visitors buy and bring from Belarus to remember their holiday in our country? Belarus has always been known for its crafts. Goods and accessories made of flax, felt boots, Slutsk belts, ceramic objects, honey and kvass are fine and best-known representatives to be included in the list of traditional souvenirs brought from our country. It is also a well-known fact that each of the Belarusian regions is proud of its production. All the seven regions produce both edible and non-edible output which can satisfy everyone. Belarus has a wide range of brands to offer the products of the highest quality. The choice varies from the factories, producing edible goods such as "Krasny Pishchevik", "Kobrin Butter and Cheese Plant", "Arzhanitsa" and "Lidskoe" to the ones producing long-lasting products such as "Luch" watches, Relouis cosmetics, Slutski belts, "Polesie" toys, Lubna straw items and Dribin felt boots. So, modern production of the country offers a wide range of goods that may be easily named "a souvenir" for the tourists to keep their brightest memories and the warmth of Belarusian land.

The process of the creation of the online souvenir map "MADE IN BELARUS AS THE QUALITY BRAND" includes seven main steps:

- collection and analysis of information from various sources;
- sending requests on the best-selling goods to souvenir shops in every region of Belarus and processing of the received data (Diagram 1);
- conducting a survey among the locals, parents, schoolchildren and teachers of our gymnasium to find out the most popular local goods;

writing short texts to describe the elements of the online souvenir map;
 compilation of the visual, audio and video materials to be used in the map;
 creation and development of the online souvenir map of the Republic of Belarus
 in Belarusian, English, Russian and Chinese;
 making the online map available for tourist agencies to use on regular basis.

Diagram 1. The results of the requests



The stages of the work were consistent and gradual. They included not only collecting information about productions and brands of the Belarusian origin, but also the selection of the illustrative materials. Informative texts describing major sights of each region were combined with visual materials. Some audio and video files were added so that the final product could be interesting and attractive to work with not only for young Belarusians but also for the visitors of our country, no matter how old they are. The created media product is to be shared among tourist agencies and educational establishments of our country as well as to be used in order to popularize our country, its traditions, culture and high-quality brands both in Belarus and far beyond. The total analysis proves that interactive media products are highly popular nowadays. Thus, the created product will gain its popularity quickly, being performed in the Internet resources.

The online souvenir map “MADE IN BELARUS AS THE QUALITY BRAND” is multilingual and available on the website of Gymnasium №33. Moreover, it was posted on the websites of tourist agencies. So the students and teachers of our gymnasium, as well as by the travel agencies and the people who are going to visit Belarus have already used the created online resource.

The link and the QR-code for the created online resource

Link

<https://view.genially.com/672476bf98fb1f8bf00e603b/interactive-image-online-map-made-in-belarus-as-a-quality-brand-to-promote-nationa>

QR-code





А. Войтович (ГУО «Гимназия № 21 г. Минска»)

Н. А. Черник, И. А. Шкурай (научные руководители)

THE ROLE OF FICTIONAL TOPONYMS IN FANTASY GENRE

The phenomenon of the popularity of the fantasy genre is largely due to its specificity. The fantasy world is full of events, gives a feeling of the fullness of life at the limit of possibilities and overcoming oneself. Moreover, the practice of amateur literary creativity - fan fiction has become widespread, when anyone can write a sequel, develop another plot line, etc. That is why it is toponymy that has become the focus of attention for linguists who study fictional toponyms in works of fantasy genre as they pay great tribute to the very world-making aspect. Linguists rightly emphasize that toponyms play a significant role in the creation of the worlds and in the narrative, in shaping artistic space and time, which serve to reveal the ideological and aesthetic content of the text and uncover hidden meaning between the lines, which determines the relevance of this study.

The research is based on the fictional toponymic units obtained from the texts extracted from English-language fantasy genre books (J.K. Rowling *Harry Potter book series*; John R. R. Tolkien *The Lord of the Rings (3 parts)* and English-language video games (*Game of Thrones*, *Dragon Age*).

The aim is to identify the role and significance of fantasy toponyms in English-language fantasy works as well as their functions and usage peculiarities.

The problems of this work are the following: to conduct a survey among people of different age groups to determine the level of popularity of the fantasy genre; to outline the meanings of the terms “toponym” and “fantasy”; to make a selection of the fictional toponyms from some English-language fantasy genre works; to determine the meaning, functions and etymology of fictional toponyms extracted from English-language fantasy books and video games; to summarize the analyzed material in the form of a dictionary and board games based on J.K. Rowling *Harry Potter book series*; to make an instruction leaflet “Five Tips to Name Your Fantasy World”.

The object of the study is fantasy genre with its peculiarities, consistent patterns and rules.

The subject of the study is the role of toponyms in works of fantasy genre.

The purpose and specific objectives determined the choice of methods of scientific research: questionnaire method, the method of continuous sampling, statistical analysis, the method of component analysis, etymological and comparative analysis.

Speaking about the role of this lexical phenomenon we can't but say about three aspects of analysis of fictional toponyms: according to their meaning, etymology and functions. 120 fictional toponymic units from English-language literary works of fantasy genre and 80 fictional toponymic units from video games were selected for the study.

According to their meanings these toponyms can be divided into the following groups:

agronyms (proper names of fields and plains): *Abandoned Meadow, Exalted Plains, Silent Plains (Dragon Age)*;

choronyms (proper names of regions or countries): *Andor , Arnor , Calenardhon, Dor Daedeloith , Dor Dinen, Dor Firn-i-Guinar , Dor-Iomin , Dorthonion , Endor , Lindon, Mordor , Numenor , Pelennor, Shire, Valinor (The Lord of the Rings); Dorne, The Crownlands, Essos, The North, The Reach, The Riverlands, The Seven Kingdoms, The Stormlands, The Westerlands (Game of Thrones); Anderfels, Ferelden, Forbidden Oasis, Free Marches, Hissing Wastes, The Hinterlands, The Still Ruins, The Western Approach (Dragon Age)*;

dromonyms (proper names of roads or any other transport routes): *Eastern Road, Godsway, Goldroad, Roseroad, Searoad, Skirling Pass (Game of Thrones)*;

drymonyms (proper names of woods): *Eryn Lasgallen, Eryn Vorn, Mirkwood (The Lord of the Rings), The Forbidden Forest (the Harry Potter series); Haunted Forest, Rainwood, Whispering Wood, Wolfswood (Game of Thrones); Brecilian Forest (Dragon Age)*;

hodonyms: *Gin Alley, Moonsinger Lane, Ragman Lane, Street of Flour, Walk of Punishment (Game of Thrones)*;

hydronyms (proper names of various bodies of water): a) potamonyms (proper names of rivers and streams): *Anduin, Baranduin, Bruinen, Carnen, Malduin (The Lord of the Rings)*; b) pelagonyms (proper names of seas): *Belegaer, Nurnen (The Lord of the Rings)*; c) limnonyms (proper names of lakes): *Aelin-uial, Helevorn, Nen Hithoel, Nenuial (The Lord of the Rings)*; *Acorn Water, Blue Fork, Darkwash, Green Blood, Green Fork, Honeywine, Milkwater, Narrow Sea, Red Fork, White Knife (Game of Thrones)*; *Drakon River, Elfsblood River, River Cumber, White River (Dragon Age)*;

insulonyms (proper names of islands): *Tol Brandir, Tol Eressea, Tolfalas, Tol Galen (The Lord of the Rings)*; *Battle Isle, Bear Island, Iron Islands, Isle of Tears, Orkmont (Game of Thrones)*;

oikonoms (proper names of inhabited locations): *Angmar, Angrenost, Bag End, Bagshot Row, Barad Nimras, Belegost, Bywater, Carchost, Dimbar, Eldamar, Fornost, Frogmorton, Hobbiton, Hollin, Minas Anor (The Lord of the Rings)*; *Azkaban, Beaxbatons, The Burrow, Castelobrujo, Durmstrang, Godric's Hollow, Hogsmeade Village, Hogwarts School, Little Hangleton, Little Whinging, Mahoutokor, Malfoy Manor, Nurmengard, Ottery St. Catchpole, Shell Cottage, Riddle House, The Chamber of Secrets, The Room of Requirement, The Shrieking Shack (the Harry Potter series)*; *Ashemark, Gulltown, Riverrun, The Eyrie, The Twins, The Winterfell (Game of Thrones)*; *Alamar, Black City, Circle Tower, Crestwood, Cumberland, Dust Town, Flemeth's Hut, Haven, Lothoring, The Winter Palace, Val Roeaux (Dragon Age)*;

oronoms (proper names of mountains, hills, valleys): *Amon Amarth, Amon Din, Amon Erebor, Amon Lhaw, Amon Rudh, Dol Baran, Dolmed, Eryn Arn, Ered Engrin, Ered Gorgoroth, Ered Lithui, Ered Luin, Ered Mithrin, Nan Curunir, Nan Elmoth, Orodruin (The Lord of the Rings)*; *Fourteen Flames, Frostfangs, Giant's Lance, Mother of Mountains, Red Mountains (Game of Thrones)*; *Frostback Mountains, Hunterhorn Mountains, Sundermount (Dragon Age)*.

urbanonyms (proper names of urban elements): *Borgin and Burkes, Dervish and Banges, Diagon Alley, Eeylops Owl Emporium, Flourish and Blotts, Florean Fortescue's Ice Cream Parlour, Gambol and Japes, Gladrags Wizardwear, Grimmauld Place, Gringotts Wizarding Bank, Hogsmeade Station, Honeydukes Sweetshop, Knockturn Alley, Madam Malkin's Robe, Madam Puddifoot's Tea Shop, Magical Menagerie, Ollivanders, Platform Nine and Three-Quarters, Potage's Cauldron Shop, Privet Drive, Quality Quidditch Supplies, Scrivenshaft's Quill Shop, Slug and Jiggers Apothecary, Spinner's End, St. Mungo's Hospital for Magical Maladies and Injuries, The Daily Prophet Office, The Hog's Head, The Leaky Cauldron, The Ministry of Magic, The Three Broomsticks, Twilfitt and Tattings, Weasleys' Wizard Wheezes, Wiseacre's Wizarding Equipment, Wizarding Academy of Dramatic Arts, Zonko's Joke Shop (the Harry Potter series)*.

The results are as follows: in the selected books the largest groups of toponyms are oikonyms and urbanonyms. It should be noted that all of the urbanonyms are from *the Harry Potter series of novels* whereas oronyms, hydronyms, choronyms and insulonyms belong to Tolkien's Middle-earth. In the selected videogames much attention is paid to the creation of such fictional toponyms as choronyms, oronyms and oikonyms. It is because of their plots and settings.

According to their etymology, the selected toponymic units in videogames and in *the Harry Potter series of books* can be correlated as follows: toponyms of absolutely clear semantic meaning and the toponyms the meaning of which is revealed as a result of etymological analysis: for example, the names of some schools in *the Harry Potter series of books*: *Beauxbatons* – this is the French for 'beautiful wands' or *Castelobruxo* – the name of this school is derived from the Portuguese words 'castelo', meaning 'castle', and 'bruxo', meaning 'wizard', thus literally translating as 'wizard castle'. *The town of Alamar in Dragon Age* is Arabic in its origin, 'gilded, covered with gold'. In *Game of Thrones* *Essos* means 'East or East Land'. The name was inspired by Essex, the Anglo-Saxon Kingdom.

However, there is another story in *The Lord of the Rings* novels. John Tolkien created the toponymic units in fourteen or so languages spoken in Middle-earth at various times in its history. Most of the selected toponyms focused at are in the Sindarin language. Place-names in the Middle-earth cycle typically consist of a generic term that indicates the kind of place and a specific term that limits the kind to a particular one. For example, terms *amon* and *orod* are frequent as generics for mountains *Amon Amarth* 'Mount Doom' and *Orodruin* 'Fiery Mountain'.

The study of the functions of toponyms in fantasy is an entirely new phenomenon. According to S.B. Ayupova, the following functions of toponyms can be identified:

World-modeling function shows that fantasy toponyms refer to both real and fictional objects and participate in creating an artistic picture of the world.

Mystifying function is the function of the plausibility of the depicted world. The effect of trustworthiness and clarity of the depicted world is achieved by using real geographical names.

Orientation function is closely related to the mystifying function. Fictional toponyms in fantasy texts localize descriptions and serve as landmarks.

Biographical function shows that place names which are not directly related to the development of the plot, characterize the biography of characters.

Poetic function of fictional toponyms is used in lyrical sketches, which, despite the lack of details, are quite expressive, conveying the first impression of a place, containing judgments, and harmonizing with the character's state.

Plot-forming function helps to enumerate toponyms included in the narrative of certain events and makes the text more concise and dynamic.

Symbolic function of fictional toponyms gives an association with the fate of the hero and shapes the subtext of the work. Toponyms become symbols.

To sum up, the function of fictional toponyms in fantasy genre depends on the sphere of usage and the ingenious intent of the writer who creates fiction. Names can truly bring a richness to author's world building. Fantasy genre gives writers' imagination free rein.



Toponyms of the Harry Potter

The practical significance of the research lies in the fact that we have created the Educational Kit "Learning Fictional Toponyms of Fantasy World". The manual includes a dictionary "*Toponyms from the Harry Potter*

books", board games "*Harry Potter Universe*" (dominoes and sorter) and a booklet "*Five tips for creating your own fantasy world*". This manual can be used in lessons and optional classes to develop creativity, imagination and out-of-the-box thinking. We believe that our experience will be very useful for those who create indie video games and compose fanfics (fanfiction).



Dominoes



А. Гаев (ГУО «Средняя школа № 13 г. Жлобина имени В. В. Гузова»)

Т. А. Боровикова (научный руководитель)

LANGUAGE GAME BASED ON CONVERSION AND HOMONYMY ON THE MATERIAL OF THE ENGLISH TONGUE TWISTERS

Pronunciation is one of the most significant skills in English language teaching and learning. Tongue twisters are one of the fantastic ways to improve and practice fluency and pronunciation. Tongue twisters are not just for kids, they are also used by public speakers, actors, politicians, who need to be heard and understood. *The scientific novelty of the research lies* in the fact that it examines not the phonetic and morphological features of English tongue twisters, but the playing field of the tongue twister, formed due to conversion and homonymy. *The relevance of this study lies* in that tongue twisters are closely related to history, culture, traditions, folk psychology and the peculiarities of the national vision of the world by native speakers, which is fundamentally important for the implementation of the principle of dialogue of cultures and the development of

intercultural communicative competence of students. Since scientists mainly consider the phonetic and morphological features of tongue twisters, our study of the lexical composition of a tongue twister and analysis of methods for constructing a language game at the lexical level contribute to a deeper study of this genre and are of interest for the theory of language and lexicology. *The purpose of the study* is to reveal the features of language play in English tongue twisters at the lexical level. *The object of the study* is the features of language play in English tongue twisters. *The subject of the study* is the mechanisms of formation of the game text field in English tongue twisters based on conversion and homonymy. In accordance with the purpose and the subject of the study, *the following tasks* are formulated:

1. To identify different approaches in linguistics to the definition of the term “language game” and choose the most optimal one for this study.
2. To analyze the vocabulary of English tongue twisters and determine the relationship between conversion and homonymy as a language game in the tongue twisters.
3. To identify semantic relationships within the convertible pair.
4. To classify tongue twisters according to the types of homonyms.

The hypothesis: we suppose that the interaction of various types of homonyms and conversion in a tongue twister creates a specific stylistic effect that enhances the emotionality of perception, actualizes vocabulary, stimulates intellectual efforts to recognize the hidden meaning, which ensures the development of speech.

The practical significance of this work lies in the fact that the data obtained in the study can be applied in phonetics, as examples in classes on the practice of language and translation for the development of speech abilities, as well as in extra classes to train pronunciation and in practical classes on philological analysis of the text.

The terms “tongue twister” and “language game”

Tongue twister is the genre of oral folklore. Initially tongue twisters appeared as a word game, fun for kids and adults. This is a stimulating game, which valued the ability to pronounce difficult words clearly, properly and quickly. The term “tongue twisters” in English encyclopedias: *“Tongue twister, word or group of words made difficult to articulate by a close sequence of similar consonantal sounds. Tongue twisters are often passed from generation to generation, they became a rich part of folklore”* (Encyclopedia Britannica). The Cambridge Dictionary defines a tongue twister as a phrase or expression created to be difficult to pronounce, especially when you repeat it quickly many times. The term “game” usually implies an action performed according to certain rules, motive which is contained not in its outcome, but in the process itself, delivering pleasure for

the participants. The mechanisms of language play help the speaker to implement linguistic creative activity. According to E. M. Aleksandrova, the language game is the main form manifestations of verbal linguistic creativity. Following all the authors listed in the first section of the work, we derive the following definition of the term under study: language game is a type of speech behavior of communicants that involves any game with a word form that most often violates linguistic norms, in order to create certain stylistic effect.

Homophones and conversion

For Belarusians it is difficult to imagine how the same sounding words in writing differ. In the English language, such a phenomenon is the norm. British English is especially rich in homophones, and over the past decades, in connection with the accelerated technological progress, the number of new words borrowed or acquired, similar to homophones have become more numerous. Homophone is a type of homonyms. Homonyms - words that are both spelled or pronounced the same but have different meanings. Homonyms are divided into two groups: homographs (they are equally written, but they have a different meaning) and the homophones (they sound the same, but they have different writing). Homophones – words that are pronounced the same as other words but differ in meaning. The words may be spelled the same such as *rose (flower) and rose (past tense of “rise”)*, or differently, such as *carat, caret and carrot*. Homo- + phone literally mean «having the same sound». A qualitatively different source of homonyms formation is word formation and conversion. About 28% of homonyms are form – to transform) is the phonetic identity of two words belonging to different parts of speech. The widespread use of conversion can be explained by the almost complete absence of morphological indicators of parts of speech in the English language. In the tongue twisters we analyzed the semantic relationships within the convertible pair: the verb turns into a noun, and the noun turns into a verb, as shown in the examples below:

1. *If you notice this notice, you will notice that this notice is not worth noticing.* / 'Если обратить внимание на этот знак, то заметишь, что он не стоит того, чтобы быть замеченным'.

2. *Never trouble trouble till trouble troubles you.* / 'Не буди лихо, пока оно тихо'.

3. *Tommy Tucker tried to tie Tammy's Turtles tie.* / 'Томми Такер пытался завязать галстук черепахе Тэмми'.

The game effect in these examples is achieved through words belonging to different parts of speech: *a notice (note, announcement, sign) - to notice (notice, pay attention)*, *a trouble (trouble, worry) - to trouble (bother, bother)*, *a tie (tie, tie) – to tie (tie)*.

Classification of tongue twisters according to the types of homonyms

Our analysis allowed us to divide tongue twisters based on homonymy into 4 groups: 1. Tongue twisters containing lexical (absolute) homonyms (words that are completely identical in pronunciation and spelling); 2. Tongue twisters containing homoforms (words that have the same pronunciation and spelling only in a certain form); 3. Tongue twisters containing homophones, (words that sound the same but are spelled differently); 4. Tongue twisters containing homophones and lexical homonyms or homophones and conversion. Moreover, as a result of our research, we also identified cases when one phrase contains homophones and lexical homonyms, homoforms and conversion. For example: *If two witches would watch two watches, which witch would watch which watch?* ‘Если бы две ведьмы изучали двое часов, которая ведьма изучала бы чьи часы?’

Conclusions

On the data of the analysis, a classification of tongue twisters was carried out depending on the types of homonymy and conversion. It has been revealed that the interaction of various types of homonyms and conversion in a tongue twister creates a specific stylistic effect that enhances the emotionality of perception, stimulates intellectual efforts to recognize the hidden meaning, objectifies vocabulary, which ensures the development of speech and linguistic competence of students who learns English.

In conclusion, we note that in a tongue twister, which is a laconic, concentrated and maximally pragmatic text model that conveys ethnocultural information, conversion and homonymy are effective linguistic mechanisms for creating a language game.

In reference to the research, the following data can be drawn:

- Tongue twister is one of the amazing ways to improve student's vocabulary and fluency of speaking ability.
- Tongue twisters are phrases or sentences which are difficult to pronounce because similar sounds can be occurred but provide students with enjoyable and effective device in class activity practice of sounds.
- Based on the findings, it is necessary to expose students to different classroom exercises especially those who have pronunciation problems and lack of confidence in speaking fluently.
- It is advisable to teachers to apply tongue twisters in teaching of pronunciation because it helps students with being aware of learning accurate pronunciation of English sounds.

If you struggle to find good tongue twisters for your English level, we propose taking a look at the list that we have compiled in the process of making this research work. We have sorted them by difficulty and relevant sounds such that anyone can find tongue twisters that will best suit their needs. You can access them by following the link: <https://alexinewa.notion.site/EnglishTongueTwisters661ee0ad0c4042bb9aa2145a682dd29e>

Thanks to the language game, the tongue twister updates the vocabulary, activates attention to the linguistic form and its structural elements, stimulates intellectual efforts to identify and understand the meaning hidden in it, and promotes the development of speech and language competence of students. The hypothesis that the interaction of various types of homonyms and conversion in a tongue twister creates a special stylistic effect that enhances the emotionality of perception, actualizes vocabulary, stimulates intellectual efforts to recognize the hidden meaning, which ensures the development of speech is confirmed. Our goal to reveal the features of language game in English tongue twisters at the lexical level was generally achieved. For further research, it seems promising to analyze the language game in English tongue twisters based on polysemy, which will allow a deeper study of the specifics of the phenomena of polysemy and homonymy.

А. Глазко (*ГУО «Гимназия № 2 г. Новополюцка»*)

А. А. Авдошко (*научный руководитель*)

ENGLISH WITH MEMES

For today's generation, the Internet is the primary means of information, communication and entertainment. Social networks are now the main way to communicate and share information. Various emoticons, gifs and memes become helpers of communicating their feelings, emotions and experiences. Recently, the interest in memes on the part of teachers is especially high, as this topic is of particular interest to study due to the impact they have on learners.

In the process of teaching a foreign language, teachers often face the problem of motivating students. The solution to this problem can be the selection of material in a foreign language for practical classes on topics that are relevant or interesting to students. Such material, while fulfilling, first of all, an educational function, can also refer students to topics relevant in society or interesting to the students themselves; it can also fulfil, to some extent, an entertaining function. One example of such educational material can be a popular Internet phenomenon - memes.

The relevance of the study is due to the fact that today the issue of approach to teaching English is becoming one of the most important in the context of globalisation. The consequence of this is the growing need to master new teaching methods. The relevance is also connected with the low degree of studying memes as Internet phenomena of modern culture and the possibility of their use in the teaching process.

The hypothesis of the research: we suppose that the use of memes in English language lessons as a teaching tool allows to make the learning process diverse, the presentation of material becomes more exciting for students. In addition, the use of Internet memes allows to activate speech activity and creativity.

The object of our research is the phenomenon of a meme.

The subject of the research is the possibility of using memes in English lessons.

The goal of this work is to study the peculiarities of using memes in English language learning.

This research is devoted to such an interesting phenomenon as a meme. In the main part of our research we considered the basic concepts associated with the word "meme".

Memes didn't start with the internet. Some linguists argue that humans have used memes to communicate for centuries. Memes are widely known as conduits for cultural conversations and an opportunity to participate in internet trends. Although it's difficult to identify the first meme ever. The word "meme" first appeared in the New York Times Crossword in 1953 with the clue "Same: French." Its most recent appearance was on Dec. 24, 2021, with the clue "Something that gets passed around a lot".

The concept of "meme" was introduced by British biologist and populariser of science Richard Dawkins in 1976. In his book *The Selfish Gene*, he suggested that human culture develops according to the laws of biological evolution. And if in biology genes copy themselves and are passed from person to person, then there should be a similar term for a unit of cultural heritage. This is how the word "meme" came into being. By it Dawkins meant ideas, trends, obsessive melodies, fashionable expressions and winged phrases popular in society.

While Richard Dawkins had no idea of its future internet-related context, he used the word meme to describe an idea, behavior, or style that rapidly spreads from person to person in a culture. In his book, he likened a meme's spread to that of a virus. The word meme came from the Greek word *mimeme*, which means imitated thing. Decades later, Dawkins supported the appropriation of the word meme into the digital world. He said that the new meaning isn't that far from his original explanation.

So we defined the concept of memes and their main characteristics. We studied the history of memes and examined the classification.

In the article "The potential of using Internet memes as a teaching tool", A.O. Zagoruiko, M.A. Efremova offer a detailed classification of Internet memes based on various principles.

Speaking about the use of Internet memes for the purposes of learning English, it is natural, in our opinion, to classify memes depending on the aspect of the language being learnt.

1. Lexical memes help learners memorise vocabulary such as stable expressions, phrasal verbs, idioms.

2. Grammatical memes which demonstrate the use of different grammatical phenomena in spoken phrases.

3. Phonetic memes are memes aimed at mastering the pronunciation side of speech.

We also showed variants of using memes at lessons and created a basis for use in English lessons.

We were also able not only to show the positive facts of using memes at lessons, but also to point out the difficulties that can be encountered when working with memes. And, of course, we pointed out solutions.

Thus we studied the peculiarities of using memes in English language learning. The main goal was achieved.

We do our research in several stages. At the first stage we also conducted a survey in order to find out the attitudes of respondents to this problem. With the help of the survey we've found out that all respondents know what a meme is. After that several lessons were conducted using Internet memes. The students liked these lessons. In addition, dictations and tests showed that students learnt vocabulary faster and better. At the next stage, we invited students to create their own memes. Phrasal verbs were chosen as the topic. Since, according to the students, this is one of the most difficult topics to memorise. At the end of this stage, the students said that they enjoyed the activity. They noted that with the help of memes it was easier to fill in the meaning of these words and it was easier to use them in speech.

At the final stage, we decided to use the capabilities of artificial intelligence to see who would be better at creating memes on a given topic.

Finally we asked whether memes should be used in English lessons. As for the use of memes in the educational process, 95% are in favour of their use. Pupils whose lessons used tasks with memes noted that the tasks became more diverse, the presentation of the material was more exciting and it became easier to remember the material. In addition, creating their own memes allows them to show their creativity. All these facts prove our hypothesis.

A special pride among the results of our work is our website Memeare which was created on the basis of the materials of our research.

Memeare is a website that lets you choose memes in English to educate yourself or others. All the memes on Memeare are created either by the creators of the website, or by AI. The goal of the project is to make the process of learning English diverse, and sometimes even funny. On the site you can find a collection of useful memes on various topics: classroom rules, environment, family, tenses, grammar, phonetics, etc., and download the memes from our Google Drive.

The best part of this collection is our own memes created by our students. We have chosen the grammar topic phrasal verbs. And you can see what we have created. For example phrasal verbs to call, to look, to get.

We have also offered examples of tasks using our own memes. If you are already familiar with the verbs, you can test yourself by adding the preposition. You can also use memes to guess the meaning of verbs. And use memes with mistakes to check your grammar. With the help of memes, students can test their knowledge and learn new material. Teachers can use this resource to prepare for lessons.

The link to the site is on the website of our gymnasium. So everyone interested can use these materials. The site has been recently created. However, it is already being actively used by students and teachers. It's especially popular with high school students.

The site is constantly being updated. New memes and exercises for them are added. In the future, we plan to expand the topics and enlarge the collection.

All materials created in the course of our work you can see using the link <https://memeare.tilda.ws>

The need to adopt new learning methods and the limitless possibilities of memes as aids indicates that our research can be continued. The information acquired during the research is useful for learning and understanding the essence of memes and their role in communication; it develops language competence and encourages people to activate speech activity.

The materials of our research work can be useful at the lessons of the English language.

В. Гринь (ГУО «Гимназия № 10 имени Митрополита Филарета (Вахромеева) г. Гродно»)

Т. А. Качан (научный руководитель)

WHAT IN A NAME OR ERGONYMS IN THE RESTAURANT BUSINESS OF GRODNO

Language is a powerful tool we use to tell stories, elicit emotions, and taste the world around us. From restaurant names to menu writing, everyone uses language to inspire curiosity, educate, and rave about food. In the modern world restaurants are an integral part of society providing a space for people to gather, socialize and enjoy a meal together. Restaurant name as a language application form reflects the social culture of the area. But what is in the name of a restaurant?

The choice of a name can indirectly indicate the nominator's level of cultural awareness as well as the addressee's cultural background. There is no agreed way of classifying restaurant names within the scientific community. Names given to restaurants may differ to a great extent depending on the target market, type of the food served, branding strategy of the establishment. Researches distinguish some common linguistic features observed in restaurant names: descriptiveness and evocativeness; puns and wordplay; the use of foreign words, owner's name or location-based names; alliteration; branding and theme.

Restaurants' names often reflect the linguistic and cultural features of the cuisine or theme they offer. These names can incorporate specific words or phrases from different languages, as well as cultural references that reflect the origin or style of the food being served. A study of eatery establishments in the linguistic

landscape of a place provides valuable insights into the intersection of language, culture, and food, and shows what crucial role language plays in shaping the dining experiences and perceptions of eatery establishments in a given community.

Restaurants' names can vary significantly in terms of their semantic, structural, and functional features. Understanding of semantics enables the identification of the fundamental principles of motivation behind modern names and the prevailing trends in naming practices. Restaurant names can be classified into groups according to their primary semantic value: geographical; personal names, surnames, famous people, literary characters; animal, bird; object; food, product. Classification by semantics has a number of disadvantages. Some names have non-standard structure, making it difficult to choose the main word for classification. Some names combine concepts from different semantic groups. Nevertheless, this classification provides insight into the extensive range of restaurant names and the predominant naming trends observed in the restaurant industry.

The structure of a restaurant name can also impact its memorability and attractiveness. It would be inaccurate to assert that all restaurant names adhere to a uniform structure. A number of experts believe that names that are short, simple, and easy to pronounce are often more appealing to customers. Many restaurants choose one word restaurant names because they come across as very modern, in addition to being easy to remember. Additionally, incorporating wordplay, alliteration, or rhyming can make a restaurant name more unique and memorable.

Ergonyms can be grouped according to their functions: informative (inform about the orientation of the institution, the goods offered), advertising (contain evaluative characteristic) and advertising-informative, i.e. combining both functions. Advertising – informative ergonyms are considered to be the most effective.

Despite a vivid interest to the nomination processes in the restaurant business worldwide, the study and analysis of language on ergonyms in the restaurant business of Grodno has not been paid enough attention yet. Grodno is becoming more and more popular with tourist who come to the city not only to admire the sights but also experience the best flavors around Grodno. The number of restaurants, cafes is constantly increasing and owners tend to be very creative while naming their enterprise. Grodno restaurants serve dishes of various cuisines: Austrian, Azerbaijani, Belarusian, Georgian, European, Spanish, Italian, Mexican, Pan-Asian, Japanese. There are a lot of fast-food places and cafes serving coffee to any liking.

The topicality of this research is determined by a number of factors, including the lexical, semantic, structural and functional features of restaurant names used by the author to classify the eatery establishments of Grodno. In addition, the work considers the ways in which these names function within the linguistic landscape

of the city, as well as their cognitive potential and the use of wordplay during restaurant naming process, which facilitates the prediction of how such ergonyms will be perceived by potential visitors. In the course of this research, we categorize over 202 Grodno restaurant names based on three attributes (semantic, structural, and functional). Nomination processes in the restaurant business of Grodno are characterized by high creativity with a wide use of various linguistic and paralinguistic means.

Our analysis of restaurant names from the functional point of view has revealed a notable exception to the general trend of ergonyms: the majority of names are purely advertising names, accounting for about 60% of the total. The least common are restaurant names with only an informative function, representing only 11.4% of the total. This group comprises names that provide information about the type of eatery establishment (*Suchi Home, Бульбяная, Просто кофе*), its specific location (*Пышки, На Телеграфной*) and the dishes it offers (*Хинкальня, Донпио, Мото, Дранікі гародня*, etc.). The second place in terms of frequency is held by advertising-informative names, which account for 28.7% of the total number of ergonyms considered. Examples of such names include ergonyms where common words of a foreign language are used (*Bene* meaning 'good' in Italian), toponyms (*Одесса-мама, Вена, Наполи* provide information about the restaurant's specialization in a particular national cuisine), characteristic anthroponyms (*Leon Bakst, Семашко*) and names of dishes in a foreign language (*Momo, Basta Pasta, Gogo Pizza*). We conclude that most restaurant owners pay attention to the advertising component of the name. Nevertheless, this practice can occasionally prove misleading for the visitor. It is evident that the most effective names are those that are both advertising and informative. However, in the context of intense competition within the restaurant industry, it is crucial to ensure that a restaurant's name is distinctive from other similar establishments rather than to give the most detailed information about it in a name.

Grodno restaurants vary significantly in terms of their semantic features. The most numerous group of ergonyms contains words from gastronomic discourse, i.e. names of products (*Semolina, Розмарин, Фарфалле*, etc.); dishes (*Мото, Тапас, Дранікі Гародня*, etc.); drinks (*Какао, Донпио*, etc.); utensils (*Чашки & Ложки, Джезва*, etc.); eatery establishments (*Карчма, Хокаах, Хинкальня*, etc.); ergonyms referring to the ways of cooking (e.g. *Forno, Прожарка, Вуглі*, etc.). Such restaurant names make up 28.7% of the data. We believe such ergonyms are not only catchy and easy to remember but also help customers understand what dishes or cuisine they are likely to have at such restaurants.

Grodno eatery establishments make wide use of toponyms. Toponym is the general term for a proper name of any geographical feature, and full scope of the term also includes proper names of all cosmographical features. Toponymic names

in Grodno are the following: *Белосток, Карафутто, Одесса-мама, Maldiva, Sherwood, Greenwich, Неман, Вавилон, Наполи*, etc. Such ergonyms make up 14.8% of the data. We believe such restaurant names as *Пышки, На Телеграфной* help customers bind the eatery establishment to its location.

Nearly 10 % of restaurant names contain anthroponyms which are proper names of human beings, both individual and collective. Among such eatery establishments are restaurants *Leon Bakst, Houdini, Пушкин, Пешков, Замок Зеваны*, etc. Sometimes anthroponyms used in naming process can be modified as in *Чайкоффский, Larinoff*. We consider such ergonyms differ in originality and allow customers to form in their heads a certain image about the establishment. Such names are understandable, cause the necessary associations and are well remembered. Names of animals, birds, plants are sometimes used in restaurant-naming process of Grodno, e.g. *Золотой телёнок, Yellow Chicken, Канибара, Василькі, Дзічка*, etc.

The application of the structural feature reveals that not all names adhere to a uniform structure, characterized by a singular noun or a combination of a noun and an adjective. We can divide the names of eatery establishment in Grodno into the following groups if structural features are taken into consideration: a noun (*Карчма, Гости*, etc.); a noun &/+ a noun (*Cup&Cake, Suchi Home*, etc.); an adjective + a noun (*Королевская Охота, Yellow Chicken*, etc.); an acronym (*KFC*); a noun + a numeral (*Yellow Street 17*). Approximately 55% of ergonyms are names of the first group (nouns). This indicates that the majority of restaurant names have a relatively simple structure. The second most frequent structure is two nouns (18%). Ergonyms where adjectives are used constitute 3% of the sample.

In order to analyze the relationship between a restaurant's name and its popularity, we examined the names of the 20 most highly-rated restaurants in Grodno, as listed on the website tripadvisor.ru. Our findings indicate that the majority of these popular restaurants have names that are distinctive and unconventional. The novelty of the restaurant name makes it memorable, catchy and speaking, and evokes a certain feeling or image of the environment the restaurant offers its guests.

We have conducted a survey to see whether restaurant names are speaking to visitors and whether owners' rationale behind the choice of a specific name for their restaurants is perceived by the public. The findings show that while the name is not a primary factor in selecting a restaurant, it is a variable that customers do pay attention to. The respondents gave their preference to unusual, novel, creative ergonyms while choosing a restaurant name for each category of eatery establishments.

The study of eatery establishments in the linguistic landscape of Grodno allows us to say that the most frequent language used in Grodno restaurant names is Russian (46.6%). There are some cases in this group when Russian is used to

transliterate (*Доннуо, Хомей, Карафymo*, etc.) or transcribe (*Хани Кабани, Кофе Саунд*, etc.) words used in naming from another language. Owners eagerly use transcription and transliteration to add foreignness, glamour and originality to their restaurant names but still choose to stay within the Cyrillic alphabet. 16.5% of the restaurants of this group contain a word that doesn't sound Russian at all. The wide use of English in the linguistic landscape of the city (36.6%) shows that both citizens and guests of Grodno want to see it and have a good command of English to understand the wordplay used in naming process. The Belarusian language is used only in 8.1% of restaurants' names. We believe the number of Belarusian in the linguistic landscape of the city is crucial for maintaining ethnolinguistic vitality and owners are to use it more actively in restaurant-naming processes.

The name of a restaurant is no longer a simple ergonym, as it has cultural implication and its language form reflects the social culture. The ergonomic lexicon represents a dynamic and evolving domain of names, continuously evolving and disappearing, and increasingly attracting the attention of researchers. This research may be useful for further diachronic analysis of ergonyms in the restaurant business of Grodno. The comprehensive study of such ergonyms, their classification according to specific semantic, structural, functional and linguacultural features, as well as an outside view on implementing restaurant-naming practices might be of interest for marketing and other specialists working in these spheres.

А. Гуняга (УО «Полоцкая государственная гимназия № 1 имени Франциска Скорины»)

А. Г. Палий (научный руководитель)

LINGUISTIC AND SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF 'SEASON' PROVERBS, WEATHER LORE AND IDIOMS IN ENGLISH, RUSSIAN AND BELARUSIAN

Nature gives to every time and season unique beauty; from morning to night, as from the cradle to the grave, it's just a succession of changes so soft and comfortable that we hardly notice the progress.

Charles Dickens

Proverbs, weather lore and idioms are wise sayings that give advice on conduct in common situations and compile life experience of previous generations. There is a wise saying for almost any circumstances. We may sometimes not take in a long lecture, but we understand a proverb or idiom easily because the ideas they speak can span the globe. Weather lore, proverbs and idioms are components of every language as well as every culture. They have spread knowledge about natural and social phenomena since ancient times and played an important part in education.

The work focuses on the comparative analysis of the ‘season’ proverbs, weather lore and idioms in English, Russian and Belarusian. We have chosen this theme for our research as studying folk wisdom is an effective way of getting to know some peculiarities of social life and traditions in Britain and Belarus. However, we have taken into consideration the fact that the nations developed under different historic, social, and economic conditions. Subsequently, some challenges that deal with studying wise sayings emerge:

- For the first, we should remember that in Russian, Belarusian and English folklore different images can be used for describing the same idea;
- Secondly, most proverbs, idioms and other wise sayings cannot be translated literally.

The aim of our research is to find differences and similarities by means of the comparative analysis of the ‘season’ proverbs, weather lore and idioms.

In our work, we arouse the complicated problem of distinguishing between peculiarities of translating wise sayings from English into Russian and Belarusian and defined the key elements of their usage.

The objective field of the research includes the sphere of linguistics and social studies. **The object** defines certain ‘season’ proverbs, weather lore and idioms in Russian, Belarusian and English **while its subject** refers to their translation and usage.

The theme is the national context and the comparative analysis of the ‘season’ proverbs, weather lore and idioms in Russian, Belarusian and English.

Taking into consideration publications on the topic, the results of observation and life experience **we have assumed that:**

- most ‘season’ proverbs, weather lore and idioms have rough equivalents in Russian, Belarusian and English;
- the majority of the respondents agree that folklore is necessary to learn as part of the national component because it gives a piece of advice on cultural and social life.

The strategy of the research is:

- to draw comparison between ‘season’ proverbs, weather lore and idioms in English, Russian and Belarusian;
- to make a survey so as to learn the respondents’ attitude to learning folklore;
- to create a glossary of the research

We used such **methods** as analysis of literary and net-sources, methods of statistics, comparison and generalization, linguistic prediction, and others.

The feature of novelty is the specific discourse of using ‘season’ proverbs, weather lore and idioms and their translation, which is aimed at developing interest in the national context and language proficiency.

‘A proverb’ is a term for a short sentence, usually known by many people, stating something commonly experienced or giving advice. ‘Weather lore’ is the definition used to refer to the body of informal folklore relating to predicting the weather, whereas ‘an idiom’ is an expression that is peculiar to itself in having a meaning that cannot be derived from the conjoined meanings of its elements.

It's undeniable that folklore in any language is polysemantic, which makes it complicated for translation and explanation. When choosing a relevant Russian or Belarusian equivalent for an English folk saying we used such a criterion as correspondence at least in the main meaning of the unit. To begin with, we rounded up ninety-one ‘season’ proverbs, weather lore and idioms in English and tried to match them with the Russian and Belarusian equivalents.

It turns out that for only fifteen out of the ninety-one ‘season’ folk sayings, we have chosen for the research, the similar language is used to express the ideas in Russian and English, while English and Belarusian equivalents turn up in twelve cases.

After that, we turned to the English, Russian and Belarusian ‘season’ proverbs and wise sayings that overlap and contain both similar and different features. The results show that forty-three sayings have overlapping parts in English and Russian as well as in English and Belarusian, whereas thirty-five ‘season’ proverbs, weather lore and idioms are partial equivalents in the Russian and Belarusian languages.

The rest of the ‘season’ proverbs, weather lore and idioms have the same meaning in Russian, Belarusian and English, but the language used to express the main idea is completely different.

To sum up the contents of the first chapter, we can point out that most ‘season’ proverbs, weather lore and idioms have rough equivalents in English and Russian as well as in the English and Belarusian languages, most Belarusian and Russian folk sayings also overlap.

After performing the comparative analysis of the ‘season’ proverbs, weather lore and idioms in English, Russian and Belarusian we carried out a survey to detect the pupils’ attitude to learning wise folk sayings and their usage and offered a questionnaire to 100 middle- and high-school students from grades 9 and 10. As a matter of fact 72 students are sure that it is necessary to learn folklore in foreign languages and compare it with the national context. 20 people express their doubts about it. 8 respondents believe that wise sayings are no use paying attention to.

The next question was aimed at identifying whether the students are aware of the fact that English ‘season’ proverbs, weather lore and idioms can have absolute equivalents in Russian and Belarusian. As a matter of fact, the majority of students have no idea that there are similar or even identical variants in the three languages, as 67 students denied such a possibility.

The final step of the research cleared up the matter of the ‘season’ proverbs, weather lore and idioms usage and meaning. 48% of the pupils believe that folklore teaches life wisdom, 32% of the respondents have answered that proverbs give practical lessons, while the rest of the group say that proverbs are connected with the national traditions.

To sum up the results of the survey, we can claim that most students believe that learning ‘season’ proverbs, weather lore and idioms is an effective way of absorbing folk wisdom of different nations, though the majority of them are not aware of the fact that English wise sayings may have absolute equivalents in the Russian and Belarusian languages.

Due to this research we managed to find out that most respondents consider learning folklore to be useful, drew attention to the national context and performed the comparative analysis of the ‘season’ proverbs, weather lore and idioms in Russian, Belarusian and English.

The results of the survey prove our hypotheses that:

- most ‘season’ proverbs, weather lore and idioms have rough equivalents in Russian, Belarusian and English;
- the majority of the respondents agree that folklore is necessary to learn as part of the national component because it gives a piece of advice on cultural and social life.

After that the glossary of the research was compiled and we made up a few exercises so as to give the students learning English an opportunity of practising the use of ‘season’ proverbs and other wise sayings. We turned to the platform <https://learningapps.org>, as it is easy to deal with, and created the interactive drills, which can be available if you follow the links or QR-codes given below:

<https://learningapps.org/view35903256>

<https://learningapps.org/watch?v=pnissvitv24>

<https://learningapps.org/watch?v=pdywpkpsz224>



The practical use of the research is evident for students learning English, teachers and scientists who focus on folklore wisdom, since the received data may be used as a starting point to carry out further research in the sphere of linguistics and folklore translation.

В. Ермак (ГУО «Средняя школа № 12 г. Пинска»)

Н. А. Фадеева (научный руководитель)

SPECIFICS OF CULTURAL-ETHNIC LINGUISTIC UNITS' TRANSLATION INTO ENGLISH BASED ON THE MATERIAL OF U. KARATKEVICH'S NOVEL 'KING STACH'S WILD HUNT'

The promotion of national culture, its ethnic peculiarities among local population and on the world arena is important as it enables raising awareness about national identity and uniqueness. One of the greatest figures in Belarusian culture is U. Karatkevich, whose works are the classics of Belarussian literature and read by people both inside our country and abroad.

U. Karatkevich's novel "King Stach's Wild Hunt" attracted our attention as it has been translated into many languages, including English. In 2013, the British publishing house 'Glagoslav Publications' released the novel in the translation made by emigrated American publicist and translator Mary Minz. This literary work is characterized by a folklore-romantic approach to depicting the past of the Belarusians. It explains the presence of a large number of historicisms, archaisms, lexemes, denoting cultural and ethnic realities. Such realities are particularly difficult in translation process, because they denote concepts alien to another culture. Consequently, it can give rise to some misunderstanding to those readers who have no good knowledge of the original language. A survey was conducted among

17 foreigners (students aged 17-21 from Russia, Kazakhstan and China). They were offered to read selected extracts from the novel in English and were interrogated about some Belarusian ethnic, cultural realities, historic personalities mentioned or described in the novel. The survey revealed that foreigners (especially non-Slavic group) experienced considerable problems answering the questionnaire.

25 interrogated Belarusian 11-formers (who in accordance with the school Belarusian literature curriculum read the novel) did the same task but also had problems with a few points, proving the necessity to refresh their knowledge. Thus, our research is relevant as it gives more possibilities for English learners and English speakers to get to know more about Belarusian culture and language peculiarities.

The subject of the research: cultural-ethnic linguistic units' translation and its specifics. The object of the research: the novel 'King Stach's Wild Hunt' by U. Karatkevich's in the Belarusian language and its translation into the English language by Mary Minz.

The aim of the research – to identify the specifics of the translation of cultural-ethnic linguistic units based on the material of U. Karatkevich's novel 'King Stach's Wild Hunt' and its translation into the English language.

To implement the aim set above the following objectives have been singled out:

- to define the role of U. Karatkevich's works on the world arena by means of translations into other languages;
- to determine the major translation techniques of cultural-ethnic linguistic units;
- to select linguistic material from U. Karatkevich's work 'King Stach's Wild hunt' including the following groups: onomastic realities, household realities, realities depicting Belarusian traditions;
- to specify the typical ways of translating the lexical units of each group;
- to make up a brochure and an interactive guide comprising bilingual (Belarusian and English) variations of cultural-ethnic lexemes with context, illustrations and commentaries.

The following hypothesis has been put forward: translation of a literary work into a foreign language is unable to fully reflect the cultural-ethnic features of the country and its language, consequently for their complete comprehension extra studies are required.

The methods of research applied in the research paper are observation, searching; comparison; description; survey; analysis; sampling, composition.

Having conducted the research, we've arrived at the following conclusions:

1. The main translation techniques used for translating cultural-ethnic linguistic units in the novel are transliteration and transcription, calque and methods of approximate translation, that is substitution (adaptation), explanation (description), generalization.

2. The research material of 130 realities has been selected by the continuous sampling method from the novel "King Stach's Wild hunt" in accordance with the following classification groups:

- onomastic realities (proper names) including anthroponyms (people's names) and toponyms (geographical objects names). For example, characters' names *Nadzieja Janoŭskaja, Jaraš Štamiet, Hryckievič* etc., historical personalities' names: *Jazafat Kuncevič, Jan Zbaroŭski, Vitaŭt, Kalinoŭski*, etc., place names: *Дубрава (Oakland), Пнюхі (Pniuchi), Волатавя прорва (Giant's Gap)*, etc.

- household realities including constructions for example, *пачынак* 'pachynak'; clothing: *мазерка* 'felt hats', *світка* 'svitka'; tools: *рацішчы* 'boar-spears', *вілы* 'pitchforks'; means of getting around: *валакуша* 'cart driven by a bull', *вазок* 'carriage'; food and drinks: *штонікі* 'shtoniki', *жэжонка* 'hot punch', *пушыны хлеб* 'bread made of grasses'; measurements: *сажня* 'two metres', *шэлег* 'koreck'; lexical units representing cultural realities: *жніво* 'drawn-out songs of harvest time', *Лябедзік* 'Labiedzik'.

3. The typical ways of translating the lexical units of each group have been specified. The group of onomastic realities is predominantly transmitted by transcription/transliteration: *Агей Грынкевіч-Яноўскі* - *Aghei Hrynkievič-Janoŭski*, *Ігнат Берман* - *Гаўцэвіч -Ihnat Bierman-Hacevič*, etc.; calque: villages *Бярозава Воля* – ‘*Birch-Land Freedom*’; *Дубрава* – ‘*Oakland*’, *Лінічна* – ‘*Linden-Land*’, occasionally descriptive and explanatory translations are used: ‘*салавей-разбойнік*’ – ‘*he whistles very well*’, ‘*Баба-Яга*’ – ‘*witch Baba Yaga*’, substitution when transmitting names which are relevant to the English-speaking reader: ‘*Буцэфал*’ – ‘*Bucephalo*’. Household realities can be translated by means of transcription, for example, an ancient Belarusian coat ‘*чуга*’ – ‘*a chuga*’, ‘*пачынак*’ – ‘*pachynak*’. A special group consists of cases of transcription/transliteration, accompanied by an explanation: the lexical unit ‘*штонікі*’ is translated as ‘*shtoniki — meat drowning in fat*’.

In a number of cases generalization of the meaning occurs: for example, from Belarusian the word ‘*чапля*’ (a specially curved spatula with a handle at the end for gripping a hot frying pan) is translated just as ‘*pan*’ (meaning a container for cooking food in), ‘*шнуроўка*’ – ‘*belt*’.

Explanatory (descriptive) technique is common for transferring non-equivalent vocabulary. For example: ‘*накудзелле*’ – ‘*gatherings of women spinners*’, ‘*жніво*’ – ‘*drawn-out songs of harvest time*’, ‘*цырымонія з заломам*’ – ‘*ceremony, called in Belarusian ‘zalom’, that is, if an enemy wished to bewitch somebody’s field, he tied together a bunch of wheatears into a knot*’.

Analyzing the ways of translating the household and cultural realities from the novel, it is worth mentioning that techniques of approximate translation and transcription/ transliteration dominate. It can be explained by the fact that it is difficult or even impossible to find a full analogy to most of cultural and everyday Belarusian realities in other languages. The widespread use of approximate translation indicates a tendency to erase the national-cultural component of the semantics of non- equivalent lexical units. It proves the necessity to conduct additional research of the literary work in order to convey its full potential to the reader.

We have made a Brochure comprising Belarusian and English variations of onomastic realities and cultural-ethnic lexemes with context, illustrations and information about them. Definitions of the Belarusian lexical units found in the Belarusian Etymology Dictionary and translated into English are presented in the Brochure. Moreover, additional material in the form of Belarusian legends, historical background of some events, entries about famous personalities has been included. Besides, in order to help the reader to immerse into the depth of the book, which really can be called “the encyclopedia of Belarusian culture”, an interactive guide has been made up including the information about selected historical personalities and ethnic household and cultural units mentioned in the book.

The guide contains 4 categories (food, clothing, famous people and traditions). For instance, the information about Belarusian traditions and legends mentioned in the book is presented in the category Traditions. One of them is ‘жніво’. One can learn the definition of the word, read the context from the original novel and from its translation. Besides, one example of Belarusian harvest songs is introduced. Another example is ‘Легенда пра вужыную каралеву’ translated into English as ‘A legend about a queen’. We found this legend in encyclopedia and translated its shortened version into English.

After the students, who had been interrogated before, studied the information from the Brochure and Interactive Guide, the results of the questionnaire improved.

The practical value of the research project implies that its materials can be used by people, who have no good knowledge of the Belarusian language but want to know more about Belarusian literature and culture. The materials also can be used by students and teachers at the lessons of English for discussions on such topics as “Belarus”, “Famous people of Belarus”, “Books”, “Education”, etc.

Л. Заят (*ГУО «Средняя школа № 9 имени Героя Советского Союза Г. Н. Холостякова г. Барановичи»*)

Н. В. Езерская (*научный руководитель*)

STYLISTIC FEATURES OF THE EXCURSION SPEECH AS A BASIS FOR CREATING A TOUR FOR THE SCHOOL MUSEUM

Visiting museums is becoming more and more popular, and educational tourism is rapidly developing all over the world. As the guides of the school museum, we need to develop a high-quality excursion product to attract visitors and be able to present our country, its history and culture in the context of foreign-language intercultural communication.

The excursion is a unique activity, popular all over the world not only among tourists, but also among linguists who study the linguistic features of the texts of the excursion. The relevance of the research is due to the growing interest in the issues of tourism, the importance of studying one of the genres of modern communicative practice – the genre of excursion speech. Excursion speech is studied in the context of the methodology of excursion activities by such scientists as Yemelyanov B.V., Yukhnevich M.Yu., Dolzhenko G.P. Some aspects of the genre organization of excursion communication are presented in the works of such researchers as V. I. Annushkin, N. D. Arutyunova, L. G. Antonova, M. M. Bakhtin, V. I. Karasik, etc. However, the style of the excursion text has not yet been fully studied due to the rapid development and modernization of the tourism sector.

The speech genre is a “relatively stable form of utterance in a specific area of communication, in standard communication circumstances”. The text of the tour is a special verbal genre that provides an oral demonstration of the subjects. It is composed in such a way as to increase the expressiveness of the subject.

Also, we need to study the features of excursion speech in order to investigate what determines the effectiveness and attractiveness of excursions and develop a popular excursion product. The peculiarity of a museum tour is that it takes place most often in an enclosed space and is based on a combination of a story and a demonstration. "The text of the excursion should be composed in such a way as to intensify the visibility of the object". So, the guide's speech should be as vivid and emotional as possible. We assume that one of the reasons of success is the use of means of expression in the guide's speech, which makes it more emotional and exciting.

The texts of the audio guides from the platform *izi.TRAVEL* were selected as the practical basis of the research. These texts were analyzed from the perspective of using stylistic techniques. So, the object of this research is a number of excursion texts as a basis for an audio guide. The subject is a set of stylistic features of the excursion text. The methods of study were the methods of contextual and stylistic analysis.

The aim of the research is to identify and describe the stylistic techniques of the excursion speech, to use the results to create the excursion for the school museum.

The following tasks were identified:

- to characterize the text of the tour as a special genre of speech;
- to analyze a set of successful excursions from website *izi.TRAVEL* and highlight the most frequently used stylistic devices;
- to develop an excursion for the school museum of G.N. Kholostyakov in English.

The analysis revealed various stylistic devices typical for excursion speech in the amount of 174 units.

In our work, we followed the classification of I. R. Galperin who identified three groups: phonetic, lexical, syntactic expressive means and stylistic techniques. "The lexical stylistic techniques include metaphor, metonymy, irony, epithet, oxymoron, wordplay, periphrases, euphemisms, comparison, hyperbole, use of proverbs and sayings, quotations. Syntactic stylistic techniques include inversion, ellipse, omission, direct speech, questions in the narrative text, rhetorical question, parallel constructions, repetitions, retardation, antithesis. The stylistic means of the sound organization of the utterance include intonation, alliteration, onomatopoeia, rhyme, rhythm".

Stylistic device	Quantity	%
Epithet, descriptive adjective	73	44,3
Adjective in the superlative degree	34	20,6
Imperative construction	22	13,3
Question-and-answer construction	6	3,6
Personification	6	3,6
Phraseological unit	6	3,6
Metaphor	5	3
Rhetorical question	4	2,5
Rhetorical exclamation	4	2,5
Hyperbole	2	1,2
Antithesis	1	0,6
Gradation	1	0,6
Humor	1	0,6

Table 1. Stylistic means of expression in the studied texts

At the lexical level, such stylistic devices as epithet, metaphor, hyperbole, antithesis, gradation were found. At the morphological level, the frequent use of adjectives in the superlative degree is noted. At the syntactic level, the use of imperative constructions, rhetorical questions and exclamations, a number of question-and-answer constructions were revealed.

An individual text of the tour is distinguished by the use of a wide range of means of stylistic expression. We identified the most typical stylistic devices and used them in the amount of 89 units.

54% of them are epithets. They help create vivid marine images, such as *endless oceans*, *gorgeous ship*, the stressful, dangerous nature of sailors' work: *tremendous skills and experience*, *great danger*, the image of defenders: *courageous submariners*, *brave fighters*. 6 adjectives in the superlative degree were used to emphasize the exclusivity of sightseeing objects: *the highest Order of the British Empire*, *the most valuable exhibits*. Personification and metaphor are also used quite often to make speech more expressive and attractive for listeners, for example, with a personification *sailors recognize the voice of their bell* – the ship's bell comes to life and acquires its own unique voice; a bright metaphor *Striped Devils* – the nickname given by German soldiers to Soviet sailors shows in two words how bravely they fought. Imperative constructions are typical way to direct visitors' actions and attention: *Let's go*, *Look at*, *Pay attention*. Phraseological units help make speech richer, there are 3 of them in our tour. Also, some examples of antithesis, hyperbole and gradation were used. The tour is mostly a monologue so it's very important to establish a contact with listeners, to involve them in communication, so we prepared a number of questions: 3 of them require an answer, 2 are rhetorical to attract attention, give an opportunity to think, for example, *Do you think it's easy to spend 2 months on a submarine?*

Stylistic device	Quantity	%
Epithet, descriptive adjective	48	54
Personification	9	10,1
Metaphor	7	7,9
Imperative construction	6	6,7
Adjective in the superlative degree	6	6,7
Phraseological unit	3	3,3
Question-and-answer construction	3	3,3
Antithesis	3	3,3
Rhetorical question	2	2,5
Hyperbole	1	1,1
Gradation	1	1,1

Table 2. Stylistic means of expression in the excursion for the school museum

With the help of these devices, we managed to achieve the expressiveness of the tour, emphasize the historical value of the exhibits, make the text vivid and interesting for listeners.

The text was also used to create an audio guide and a virtual tour of the school museum. The audio guide is hosted on the izi.TRAVEL platform (<https://www.izi.travel/ru/c191-museum-of-vice-admiral-g-kholostyakov/en>). The virtual tour is a panoramic shot of the museum with the ability to move, stop, zoom in on the exhibit to read and listen to information about it. The virtual tour is posted on the school's website (<http://cdn.brest-region.edu.by/baranovich/sch9/output/>).

The practical significance of the research lies in the possibility of applying the results in the practice of writing excursion texts. The tour for the school museum can be used to conduct various activities for students interested in learning English and the history of their country. The virtual tour and audio guide make it possible to visit the museum online.

О. Крупенькин (ГУО «Гимназия № 2 г. Минска О. В. Новицкого»)

Ю. В. Апанасевич (научный руководитель)

ANGLICISMS IN RUSSIAN COMPUTER SLANG

Abstract: Based on the analysis of a 205-unit lexical database, this article examines Russian computer slang as a dynamic sociolect shaped by globalization and technological necessity. It identifies and systematizes the primary methods of Anglicism integration—including direct borrowing, hybrid borrowing, calquing, and phonetic mimicry—and details their adaptation through Russian word-formation models like truncation and suffixation. The study concludes that this slang is a structured, evolving system, where over 95% of its lexicon originates from English, serving as a vital "adaptation layer" that demonstrates the flexibility and vitality of the Russian language in the digital era.

Key words: slang, anglicisms, sociolect, borrowing, word-formation, translation, calquing, phonetic mimicry, truncation, suffixation.

The 21st century is defined by globalization and rapid technological progress, with the English language acting as the primary vehicle for this global exchange. A striking example of this linguistic influence is the penetration of English into the professional lexicon of IT specialists and programmers in Russian-speaking communities, giving rise to a dynamic and ever-evolving sociolect: Russian computer slang.

This phenomenon is not merely a collection of trendy words but a crucial communication tool within a highly specialized field. The relevance of this study is underscored by the growing influence of the IT industry and the need to understand the language of its professionals. Our research hypothesis posits that the active use of Anglicisms is driven by both technological necessity and broader globalization processes, leading to their deep adaptation into Russian.

The purpose of this work is to uncover the dynamics of Anglicisms within Russian computer slang by analyzing their structural, semantic, and word-formative features. To achieve this, we compiled a lexical database of 205 slang units gathered from surveys of Belarusian programmers and students, which served as the primary material for our analysis.

To understand computer slang, one must first place it within the broader spectrum of social dialects. It exists alongside and interacts with:

Argot: A secret language used by closed groups to conceal meaning.

Jargon: Lexis used by a specific social group for linguistic isolation, sharing expressiveness with slang but maintaining a desire for secrecy.

Slang itself is best understood as “the most mobile layer of conversational speech, comprising words borrowed from other languages or created from existing word-formation models, often used in more specific or vivid meanings”.

Therefore, computer slang is a mobile layer of Russian conversational speech used by programmers. It includes words and expressions borrowed predominantly from English, or formed from Russian elements, but used with specific, technical meanings. A key distinction is that, unlike many other slangs, it possesses a written form (in forums, code comments, chats), making it more stable and allowing for a degree of codification in online dictionaries.

The dominance of English in this field is no accident. L.P. Krysin identifies key reasons for borrowing, which are highly applicable here:

The need to name new things and concepts (e.g., ‘*компьютер*’, ‘*интерфейс*’).

The need for specialization (e.g., using ‘*деплой*’ for ‘*deploying software*’ instead of a more general Russian phrase).

The presence of established international terminology, making adoption more efficient than creating new native terms.

Prestige: A foreign word is often perceived as more “scientific” or modern.

Furthermore, slang serves social and psychological functions, such as creating a sense of group identity, adding humor, and making communication more efficient and vivid.

Our analysis of the 205-unit lexicon revealed several primary methods of slang formation, overwhelmingly from English sources.

Primary Formation Methods:

Direct Borrowing: The word is taken entirely with its pronunciation and meaning, but adapted to Cyrillic spelling (e.g., *‘виндоус’* – *‘Windows’*, *‘интерфейс’* – *‘interface’*). This was the most productive method, with 91 lexemes.

Hybrid Borrowing: An English root is integrated and subjected to Russian grammar, often by adding verb endings or noun suffixes (e.g., *‘мониторить’* – *‘to monitor’*, *‘аннлюкха’* – *‘application’*). 68 lexemes were found.

Translation (Calquing): The English term is translated word-for-word (e.g., *‘червь’* – *‘worm’*, *‘несочница’* – *‘sandbox’*) or through associative metaphors (e.g., *‘дрова’* – *‘firewood’* for *‘drivers’*). 18 lexemes identified.

Phonetic Mimicry: A Russian word is used due to its phonetic similarity to an English term (e.g., *‘батон’* – *‘loaf of bread’* for *‘button’*, *‘Егор’* for *‘error’*). This was a smaller group of 7 lexemes.

Composites: Combining words, often from English (e.g., *‘тимлид’* – *‘team leader’*, *‘геймдев’* – *‘game development’*). 14 lexemes were found.

When these borrowings enter the language, they are further shaped by productive Russian word-formation models:

Truncation: The most common model, shortening words for speed (e.g., *‘ава’* – *‘avatar’*, *‘инет’* – *‘Internet’*). 29 units.

Suffixation: Adding Russian suffixes to English roots to create nouns and adjectives (e.g., *‘айтманик’* – *‘IT specialist’*, *‘пиратка’* – *‘pirated software’*). 19 units.

Suffix-Prefix Method: Primarily used for verbs (e.g., *‘забанить’* – *‘to ban’*, *‘загуглить’* – *‘to google’*). 13 units.

Composition: Creating compound words (e.g., *‘багрепорт’* – *‘bug report’*). 19 units.

Pun Word Formation: Using humorous or playful associations (e.g., *‘хрюша’* – *‘piglet’* for HR/Human Resources, *‘крякнуть’* – *‘from crack’*). 17 units.

This analysis confirms that computer slang is not a chaotic collection of words but a system with recognizable and productive patterns of formation.

Computer slang is a living system that reflects the rapid pace of technological change. A comparison of our modern dictionary with the 2008 Seoded online dictionary revealed a 40% discrepancy. Obsolete terms like *‘числогрыз’* (number-cruncher for a computer) have vanished, while new ones like *‘питониться’* (to code in Python) and *‘скроллить’* (to scroll) have emerged.

This dynamism leads to synonymy, where multiple slang terms compete for a single concept (e.g., *‘егзор’*, *‘егоз’*, *‘Егор’* all for *‘error’*; *‘забанить’*, *‘послать в баню’* for *‘to ban’*). This richness, while sometimes confusing for novices, highlights the creative and organic nature of the slang.

The study confirms that Russian computer slang is a complex and dynamic sociolect, with over 95% of its lexical base originating from Anglicisms. Its formation is driven by the practical needs of a globalized industry and facilitated by the flexible adaptation of English terms into the Russian morphological and word-formative system.

Computer slang is more than a professional jargon; it is a cultural phenomenon that mirrors societal and technological shifts. It serves as a vital "adaptation layer," allowing the Russian language to keep pace with innovation. As information technology continues to evolve, so too will this vibrant digital dialect, ensuring its place as a critical area of linguistic study for years to come. The ongoing integration of Anglicisms is not a sign of linguistic weakness but a testament to the adaptability and vitality of the Russian language in the digital era.

А. Рубекина (*ГУО «Средняя школа № 2 г. Могилева»*)

Е. Ю. Хаит (*научный руководитель*)

LINGUISTIC PECULIARITIES OF FRAUD IN DIGITAL MESSAGES AND PHONE CALLS

Since early childhood we start learning other people's body language and intonation. It helps us to understand if the speaker is telling the truth or lying. This knowledge also helps us not to become a victim of scammers and fraudsters, to avoid their attempts to manipulate our behaviour. But this threat is much more dangerous on the Internet, where a range of virtual scams have been significantly increasing. There's no body language or intonation in e-mail or social networks, generally we have only a text at our disposal. It means we must find some new approaches in evaluating possible threats.

As this problem has an international character and is also vital nowadays for our country, we decided to make a linguistic analysis of scams in the English and Russian languages.

Our research focuses on some typical examples and explains how you can protect yourself. It is especially important for those who are new on the Internet. Cybercriminals and scammers are unlikely to reinvent the wheel, so possessing some skills for scam identification you can provide your security in the future.

If you're new on the Internet, probably one of the first things you're going to do is set up an email account. Unfortunately, you can get lots of unwanted messages, which offer you a cheap credit and a wide range of different products and services. The best thing to do is delete the messages without reading, and then they won't damage your computer. Cybercriminals are smart psychologists: they become especially active before such holidays as Christmas, Easter, and of course Valentine's Day. So, if you receive an email on Valentine's Day with the words '*I love you*', you would definitely like to open it.

Probably one of the best-known scams is phishing. You receive an email which asks you to attend a site (the link is given in the email) and enter some personal information – this might be a password, a bank account number etc. The email might look as though it's come from your bank or some payment system. This can make you panic, open the email, click the link, and log in your account. Even if the message is rather convincing you must understand, it's a fake. If you click on the link and enter the information requested, cybercriminals can get your information and use it for their own aims. Phishing emails are an international

phenomenon: a basic text can be translated into different languages, and an email is then designed to imitate a well-known bank. On the other hand, they often contain spelling and grammar mistakes. Besides such emails often start with '*Dear customer*' rather than using your actual name. And finally, legitimate banks never request PIN numbers, or some other important information. Phishing emails of this type often threaten to close your account, because it's not been used for some time. To retain your account, the message says, you should log in; and of course, there's a handy link provided in the email.

If you possess any business you can also be followed by scams who try to issue fake bills for unwanted advertisements, products or services. You can receive a bill for a listing in some well-known business company. Scammers try to make you sign up the offer, but it has a hidden subscription trick. Scammers can also call your company pretending that a service or product has already been ordered and ask for a payment over the phone.

Technical support scams are very common nowadays. Scammers use different various techniques to make a potential victim pay for unnecessary technical support services.

These tech experts persuade you that they know everything about your computer, inform you how it got hacked by cybercriminals and many other details, so they easily gain your trust and immediately offer their help in solving urgent problems.

Furthermore, so-called tech scammers could persuade the potential victim to give them remote access to the system. They inform the victim, that additional software are required to be installed. So victims need to pay for this help, sometimes providing credit card details. In order to avoid getting scammed "by tech support specialists" we must follow some basic rules:

- don't trust phone calls coming from pretending tech experts, especially if they are requesting for personal or financial information;
- don't provide personal data to anybody, who suggests to solve your tech problem;
- don't allow strangers to remotely access your computer and potentially install malicious software;
- make sure you download software services only from official vendor sites;

Though secret shopper scams are very diverse, they have a common aim - stealing your money or your information. They promise you a large income. They announce that you can easily make up a lot of money doing what you love: shopping! It sounds too good to be true.

Job scams make proposals to work at home or invest in a business company. Scammers promise a job, high salary or large investment return following initial payments. They say that these payments may be used for getting uniforms, software, a business plan, a training course, paying taxes or fees. They are often promoted through spam e-mail or advertisements.

The victim is invited to click on a link to apply for the job. Then she is asked for social security number, the date of birth, the name of the bank and account number where they will want to deposit their pay check.

The use of a language or, more precisely, its misuse can also be an important characteristic of a scam. Grammar mistakes are easily found. It may be incorrect use of singular or plural forms '*my Lawyer will make preparation for my family to come over to your country*', mistakes in word formation '*I wait your urgent respond immediately*', incorrect prepositions as in '*and he died, since 1993*' and articles, use of capital letters etc. Still majority of these letters senders try to sound educated in different spheres of life. '*Good news dear, It is my pleasure to inform you that the latest development regarding the news from the New president of the United State of America to release all your fund through bank of america without any further delay.*'

Here we come across grammar mistakes, incorrect use of capital letters. Besides, '*United State*' is used in the singular. We don't see the person's name. A common beginning is something like '*Dear account-holder*'. Scammers don't worry about their poor use of English. Sometimes they even apologize for it, showing they are poor and desperately need help. But if you get an official letter, which promises you a good salary, which will be paid '*twice*' a month, referring to the '*issuing*' bank and strongly '*advice*' you to change your password, it is a phishing message. Of course, not every person has a perfect grammar and spelling, but there are some signs, which prove that this message or website could be a scam. They often use an old-fashioned language: '*We are assigned to render advice and assistance in line with your winning claim process*'. In order to pass spam filters, they use foreign languages. Words are often written in capital letters. Even in everyday usage, all capitals are considered to be rude. But in business letters, if all the message is written in ALL CAPITAL LETTERS, the chances of a buyer to have a problem with the purchase strongly increase. Incomplete or rambling sentences just don't make any sense.

During our research we analyzed Russian and English scam messages and found out that all scams usually consist of three parts: a greeting, a body and a closing.

English scam messages (18.9 %) usually start with typical **greetings** like '*dear*', '*dear sir*' '*dear friend*' '*dear madam*', Russian messages also often begin with the word '*дорогой*' (11.9 %). They also start with words '*Здравствуйте*'

'*Добрый день*' '*Доброго здоровья*', '*Приветствую*', '*Уважаемый*'. Still we found out that a great number of Russian messages (45.2%) don't have any greeting. They can start with words '*Вы хотите...*', '*Я адвокат*', '*Ваш caйм*'. In English messages we didn't find such examples. Both Russian and English messages approximately contain the same number of greetings, which start with the word '*Attention*', (Russian-9.5%, English-10.8 %). The same can be said about the greeting '*Good day*' (Russian-19 %, English-21.6%). The analysis showed some similarity in the **body** of the message. Scammers often send proposals to make a purchase (11,3 % in Russian, 11,8% in English) or propose a kind of award. Analyzing typical features of **conclusions** we found out that such words as '*best regards*' or '*regards*' are almost twice as much used in Russian (10.3 %) than in English messages (5,7 %). On the contrary '*sincerely yours*', '*yours*' dominates in English ones (11.4 %, 8.5 %)). We didn't find any request for response '*look forward, hear from you, I am waiting to hear from you soon*' in

Russian e-mail, in English-8.5 %. A common feature of Russian and English messages is that sometimes (in Russian-24.2 %, in English-17.1%) such letters don't have any closing at all. Scammers pretend to represent famous companies and organizations, including the police, banks or utility companies. Telephone interactions are not often considered to be a kind of cybersecurity, yet they play a crucial role. We tried to gather information and analyze publicly available IRS phone scam recordings, posted on YouTube. Such recordings are not ideal as they are made by people who know that such calls are scams and don't participate in the conversation just as an unsuspecting target. Still these calls tend to take similar forms, they may be a subject for linguistic analysis. Phone scams follow a rigid structure in which calls pass quickly to a proof phase that convinces the target in the necessity of their service and then comes a sales phase.

Really words have an immense power. The language of scams is as powerful and captivating to some people as a great literary work is to someone else. We should realize that behind that official professional sweet-sounding language there may be a wolf in sheep's clothing. Still many people become victims of telephone fraudsters.

We made a survey and found out that only 7 % of pupils could trust those sounding like a nice person. But if the speaker - sounds competent and seems to know what he is talking about already 28 % are ready to trust him. The trick offering to help with a problem can also be effective, so 10 % of our pupils are ready to accept such help. On the other hand, our pupils seem rather cautious, when they are informed about some unexpected award, none of them was ready to get such proposal. Though 56 % of my peers claim they - can easily determine a fraudster, the results of the survey show they are still rather vulnerable, as 21 % admit having had a negative experience of being fooled. 28% of the pupils honestly admit that have difficulties in identifying a fraudster Scammers often use these tricks for identification. If you receive a scam call, write down the number so that police can identify scammers and take appropriate actions:

- never send money, or give credit card information or online account details to someone you don't know who contacts you by email and asks for money;
- delete Spam e-mails, don't waste your time even opening them;
- be extremely wary of any job, loan, investment or any other offer that requires you to pay upfront fees;
- don't give personal or financial information in response to emails that look like they're coming from your bank or any other financial institution;
- be careful of the language you read on websites and in e-mails sent to you, don't trust anybody;
- keep in mind that attackers may also use scare tactics to lure you into revealing personally identifiable information;
- don't be in a hurry as a serious company will always wait, don't panic and don't make a decision you'll regret. And you should also follow your intuition.

Words play a vital part in any society. We use them to communicate ideas, feelings and knowledge and to understand the intentions of others, but they can also be used for evil. People must know about the language features of phone and

email scams which will help them protect themselves against any information attack. Even though computer users are getting smarter, and the antifishing tools they use are more accurate than ever, scammers are still succeeding. Using promises or threats of financial or physical danger they make people lose thousands of dollars. Paying attention to grammar, spelling and key phrases can be helpful in the identification of the scam language.

While many people claim they are not going to trust anybody on the phone or in social networks, fraudsters are well prepared for our skepticism and constantly invent new effective tricks, new fraudulent e-mail schemes to make people believe them. They still succeed as they promise a quick and easy rewarding and know very well what strings might be attached.

I hope that my research and my booklet will be useful for teenagers and adults, and they will learn not to trust anybody on the phone or in social networks. And I strongly believe, that if teenagers and children are aware of different types of scams and safe ways of using the net, they will be able to tell their elderly grandparents and relatives how to stay safe online.

С. Свирш (ГУО «Базовая школа № 10 г. Новополоцка»)

О. В. Паршут (научный руководитель)

FOUR-LEGGED FRIENDS OR DANGEROUS ENEMIES? THE ISSUE OF STRAY ANIMALS (ON THE EXAMPLE OF BELARUS AND THE USA)

Companion animals, especially cats and dogs have always been there for us. Without them life is not the same. However, for different reasons many of these beloved animals lose their homes and wander the streets, suffering from malnutrition, disease, and injury. Encountering these street animals, we have a natural sense of compassion and think of offering them food or playing with them. However, it may be dangerous, especially for unsuspecting children or elderly people. As it has been highlighted by the World Health Organization, there are hundreds of millions of stray dogs and cats globally. Therefore, struggling with stray animals is a prevalent and urgent issue in many regions worldwide.

Researching the issue of stray animals in both the United States and Belarus is **highly relevant** due to the similarities in the challenges both countries face in controlling their stray animal populations. Through a comparative analysis of their respective approaches to managing stray animals, we can find valuable insights and potential solutions to the problem. By examining the differences in how these countries address the issue, we can learn about the effectiveness of various strategies. It can also highlight areas for improvement, fostering more compassionate and sustainable methods of managing stray animals on a national scale.

The **novelty** of this research lies in the comparative analysis of two distinct geographical regions with different cultural, economic, and legal landscapes. This analysis sheds light on the various factors at play in both countries and explores potential strategies for addressing the issue effectively.

Therefore, **the aim** of this study is to systematize the existing knowledge about the stray animals' issue and to make a comparative analysis of the peculiarities of stray animals' management in Belarus and the USA.

Our **hypothesis** is that the prevalence of stray animals in Belarus is higher compared to the USA due to different effectiveness of animal welfare policies and programs.

As the material of this research, we used articles from Belarusian and American websites, newspapers, animal welfare organizations describing actual state of affairs in the field of our research, statistical data from both countries and academic researches by S.D. Balones, Y. Zhang, A. Abdulkarim (26 references totally).

During the research the following **methods** were used: theoretical, comparative, analytical, statistical.

“Stray animals are unowned domestic animals, particularly pets, such as cats and dogs. They mostly live independently of human care, reproduce uncontrollably, overpopulate the environment, and often become a source of nuisance and global challenge to public health and environmental safety”.

Stray animals can be categorized into **four types** based on their circumstances:

1. *abandoned/lost animals* – they do not know how to survive in the streets so most of them die very quickly if they cannot adapt or are not taken into a shelter.

2. *real homeless animals*, most of which are born in the streets. Usually, they do not trust people but know how to use them when they scavenge for food.

3. *unsupervised animals* have lazy or irresponsible owners letting them walk freely without a leash.

4. *community owned animals* do not have a particular owner so are often neglected.

We discovered that **key factors contributing to the increase** in stray animal populations include

1. *pet loss* (mostly because they do not have microchips or collars with information about the owner);

2. *pet abandonment and neglect* (mostly because people lack of knowledge about how to care about a pet, purchase one on a whim and then do not have enough time, money or forces to care for it);

3. *quick breeding of unsterilized pets* (research shows that if unchecked, a pair of adult cats and their offspring could produce up to 370,000 kittens in 7 years);

4. *inadequate resources for shelters* (no matter how many shelters are available in one country or another, there will never be enough of them as their collection capability is limited if no sterilization efforts are taken).

In our research we have highlighted that stray animals *pose challenges to society and the environment* through noise, disease transmission to people or other animals, and ecological disruptions, although they can also help control mice and rats' populations.

There are various ***approaches to stray animals' management***.

1. *Shooting* is definitely the fastest way to exterminate rabid animals, but outside of these cases it is considered as cruelty, needs well-trained professionals having governments' authorization and may be dangerous.

2. *Poisoning* is cheap and can be used in large populations, but this method raises significant ethical concerns due to the cruelty inflicted upon the animals, leading to a slow and agonizing death.

3. *Euthanasia* is a humane and painless method of killing animals suffering from incurable illness, injury, old age or behavioral issues through medical measures. However, it is quite expensive, needs well trained professionals and medications, may have a negative impact on the environment (predators might eat euthanized carcasses if they are not buried well enough) and is considered as cruelty when used on healthy animals.

4. *Fertility control* usually needs taking repeated doses of chemicals under the veterinarian's control and may have various side effects on pets' health, so it is simpler to spay or neuter pets and stray animals to prevent them from quick breeding.

5. *Shelters* provide a safe haven for homeless animals, offering them food, a roof over one's head, and medical care. Nevertheless, maintaining shelters can be financially demanding, as it requires funding for trained professionals, facilities, veterinary care, and supplies. Also, is just but impossible to put all the stray animals in the shelters because there are too many of them.

6. *TNR (Trap-Neuter-Return) approach* is the most recognized stray animal control method today. It consists in capturing strays, sterilizing and vaccinating them, and then releasing back into their familiar environment. It is done by skilled veterinarians and helps maintain the ecological balance while reducing the incidence of certain health issues.

We have concluded that a complex strategy involving multiple methods is needed to effectively manage stray animal populations while prioritizing animal welfare and community involvement.

Having analyzed the stray animals' management in Belarus and the USA we have compared and contrasted it to find the common and different features.

Common Features:

Challenges: Both countries face challenges in managing stray animals due to irresponsible pet ownership, abandonment, and a lack of effective laws.

Statistics: Both countries lack accurate records of the number of stray animals, making it difficult to assess the extent of the issue.

Animal Welfare Organizations: Both countries have established animal welfare organizations that work to address the welfare of stray animals and promote responsible pet ownership.

Legislative Background: Both countries have laws and regulations governing the treatment of animals, although enforcement may be lacking or inconsistent.

Contrasting Features:

Capture and Euthanasia: Belarus has a higher rate of capturing stray animals with many facing a grim future of euthanasia due to limited adoption opportunities. However, in both countries efforts are made to reduce euthanasia rates through increased adoptions and spaying/neutering.

Community Engagement: The USA has a more widespread community engagement and education approach in managing stray animals compared to Belarus.

Trap-Neuter-Return Programs: While TNR programs are recommended in both countries, Belarus faces challenges in implementing them effectively due to various constraints such as lack of trained professionals, lack of funding.

Proposed Solutions: The USA has seen initiatives like mandatory microchipping, adoption drives, and partnership with animal welfare groups, while Belarus has recently enacted a comprehensive Animal Welfare Law focusing on humane treatment, responsible ownership, and stricter regulations.

Legislation: Belarus is in the process of enhancing legislation with the introduction of a new law to address animal welfare comprehensively, while the USA has a more established legislative framework with federal and state laws protecting animal rights.

We could not prove that the prevalence of stray animals in Belarus was higher compared to the USA because of the lack of accurate statistics in both countries. Nevertheless, our research shows that less animals are euthanized in the USA (15% compared to 70% in Belarus); more of them are adopted from shelters (65% compared to 20% in Belarus); there are various local and federal animal protection laws in the USA, while in Belarus this legislation has just been elaborated; there are various animal welfare organizations on the local and on the national scale in the USA, whereas in Belarus there is only one national organization and numerous local initiatives who do not cooperate enough with each other. This is why we have drawn a conclusion that animal welfare policies and programs were more effective in the USA than in Belarus. Thus, our hypothesis has been proved partially true.

However, we have shown that our country is working on this problem and is in the process of enhancing legislation with a new Animal Welfare Law focusing on humane treatment, responsible ownership, and stricter regulations. This law came into force in the beginning of 2025 and will definitely be updated in the future for better animal protection.

By actively addressing the needs of abandoned animals we can foster a more compassionate society where every living being is valued and protected. It is our moral duty to provide them with care, love, and a safe environment. In order to promote public awareness of this problem, and to teach future generations to be responsible pet owners, we have created an educational video for them (see the QR code). This video and other results of our research may be used during the English lessons and the elective courses while speaking about pet animals and our responsibility to them. Thus, our research has also a **practical relevance**.



Я. Чамеева (ГУО «Гимназия № 7 г. Минска имени В. И. Ливенцева»)
Н. В. Бляхник (научный руководитель)

CROSS-CULTURAL COMMUNICATION IN THE ASTRONAUT COMMUNITY

The article explores linguistic and cultural aspects of astronaut communication within international missions. It focuses on the International Space Station (ISS) as a multilingual environment where English and Russian serve as operational languages. The study discusses the historical context, current communication practices, the emergence of hybrid forms such as Runglish, and the vital role of non-verbal interaction. The contribution of Belarus to space exploration is highlighted, emphasizing Marina Vasilevskaya's 2024 mission as an example of effective cross-cultural collaboration.

Keywords: cross-cultural communication, astronauts, ISS, non-verbal communication, Belarus, Runglish.

Space exploration has long fascinated humanity — not only for its scientific potential but also for its ability to unite people across borders. As international missions become more frequent, the need for effective communication among astronauts from different linguistic and cultural backgrounds becomes increasingly vital. This paper explores the linguistic and cultural dimensions of astronaut communication, with a focus on the International Space Station (ISS). It examines the historical context, current practices, non-verbal strategies, and the emergence of hybrid languages such as Runglish. Belarus has made significant contributions to space science, both historically and in modern times. The journey began with Kazimir Semenovitch, a 17th-century engineer who described multi-stage rockets in his treatise “The Great Art of Artillery”. His work laid the foundation for future developments in rocketry. In the 20th century, Belarusian-born scientists Semyon Kosberg and Boris Kit played key roles in space technology. Kosberg's engines powered the “Vostok” spacecraft, enabling Yuri Gagarin's historic flight, while Kit's research on liquid hydrogen was crucial to the “Apollo” missions. Belarus also produced Soviet cosmonauts Pyotr Klimuk and Vladimir Kovalenok, who participated in “Soyuz” missions, reinforcing the country's legacy in space exploration. Modern efforts include the launch of “BelKA-2” and “BSUSAT-1” satellites, and in 2023, “BSUSAT-2” expanded Belarus's orbital presence. A landmark achievement came in 2024, when Marina Vasilevskaya became the first Belarusian woman to fly to the ISS, collaborating with Russian and American astronauts—an embodiment of cross-cultural cooperation.

As S. Johnson notes, “The ability to navigate cultural differences and communicate effectively is not just beneficial but essential for the success of international space missions”.

The ISS hosts astronauts from various countries, making seamless communication a necessity. Belarusian cosmonauts like Oleg Novitsky have exemplified this through successful collaboration with international teams. Historically, early space missions relied on one-way radio communication, with minimal linguistic diversity. The construction of the ISS introduced multilingual crews, and English and Russian became the standard operational languages. Technological advancements now allow real-time audio, video, and text-based communication, enhancing coordination across agencies.

Astronauts undergo language training to ensure fluency in both English and Russian. They also learn standardized mission terminology — known as “mission lexicon” — to reduce ambiguity. These terms are universally recognized and critical for safety and efficiency.

Examples include expressions such as: *activating the life support system* ‘активация системы жизнеобеспечения’ and *conducting equipment check* ‘провожу проверку оборудования’.

Non-verbal communication plays a vital role aboard the ISS, especially in noisy environments or when astronauts wear helmets and suits that limit speech. According to O. Novitsky, “Non-verbal communication plays an integral role in fostering trust and cohesion among multinational crews, compensating for linguistic gaps”.

Astronauts use gestures, facial expressions, tone, posture, and eye contact to convey meaning. For example, *a thumb-up* ‘signals approval’, while *pointing* ‘indicates direction’. Facial expressions such as smiles can reduce stress, and vocal cues like pitch and volume convey urgency or emotional state. Body positioning also matters. Open posture suggests engagement, while closed posture may indicate discomfort. Spatial awareness is crucial in the confined ISS environment, helping maintain respectful boundaries. Eye contact demonstrates attention and serves as feedback, though cultural norms may influence its use. Teams develop pre-established signals for tasks and emergencies. These include gestures for ‘wait’ or ‘proceed’, which are essential when verbal communication is difficult.

The effective cross-cultural communication remains central to mission success aboard the ISS. As space exploration expands to involve more nations, intercultural competence and linguistic flexibility will become even more critical. Belarus’s participation through figures like Marina Vasilevskaya exemplifies how smaller nations can meaningfully contribute to this global endeavor.

HEMEЦКИЙ ЯЗЫК

Д. Бабыдова (ГУО «Средняя школа № 45 г. Витебска имени В. Ф. Маргелова»)
А. А. Александровна (научный руководитель)

EPITHETA IM DISKURSSYSTEM DER MODERNEN DEUTSCHEN PUBLIZISTIK

Mit der Entwicklung der Gesellschaft sind die Medien zu einem integralen Bestandteil der Kommunikation geworden, zum Instrument der Beeinflussung. Sie haben heute einen bedeutenden Einfluss auf die Gesellschaft. Die Sprache, das facettenreichste Kommunikationsmittel, wirkt durch die Vielfalt der Ausdrucksmittel als Instrument des gezielten Einflusses durch die Medien. Die heutige Gesellschaft wird von der Online-Massenmedienkommunikation geprägt und die Massenmedien nutzen eine Menge von verschiedenen Emotionalisierungsstrategien, um die Gefühle der Leser zu aktivieren und ihre Denkprozesse zu beeinflussen.

Zu den Mitteln der Bildhaftigkeit gehören in erster Linie Epitheta. Mit ihrer Hilfe entsteht vor dem geistigen Auge des Lesers oder Hörers die Vorstellung von Farbe, Form, Klänge und anderen Sinnesempfindungen, die Vorstellung von auffallenden Eigenschaften und Merkmalen. Deshalb sind Epitheta in der digitalen Publizistik von besonderem Interesse.

Aktualität unserer Arbeit besteht darin, dass die Epitheta unsere Sprache und Rede sachlicher, expressiver und markiger machen, so dass eine bestimmte Reaktion der Empfänger hervorgerufen wird.

Die praktische Anwendung unserer Arbeit besteht darin, dass unsere Forschungsergebnisse für Deutschlernende und für Schulreporter behilflich und nützlich sein werden.

Unser Forschungsobjekt ist das Diskurssystem der modernen deutschen Publizistik.

Forschungsgegenstand der Arbeit sind Epitheta im Diskurssystem der modernen deutschen Publizistik.

Unser Ziel ist Epitheta und ihre Gebrauchshäufigkeit in den Artikeln deutscher Onlinezeitungen zu untersuchen.

Für die Zielerreichung haben wir **die Aufgaben** gestellt:

- 1) die Begriffe der Epitheta und des Diskurssystems zu bestimmen;
- 2) die Klassifikationen der Epitheta und deren Funktionen zu erforschen;
- 3) die Epitheta und ihren Gebrauch in deutschen publizistischen Texten zu analysieren.

Hypothese der Forschung lautet die konkretisierenden Epitheta gebraucht man in der Publizistik häufiger als die bewertenden Epitheta, weil ein reiches Tatsachen- und Beweismaterial für die Presse erforderlich ist. Die Wesenszüge des Stils der Presse und Publizistik sind Glaubwürdigkeit, Vollständigkeit, Aktualität, Objektivität, Genauigkeit, Tiefgründlichkeit, deshalb sollten Zeitungsartikel sachlich geschrieben werden.

Unsere Methoden sind:

- 1) die Recherche;
- 2) die Analyse;
- 3) die quantitative Zählung;
- 4) die Datenerhebung im Internet,
- 5) die Systematisierung.

Mit **Epitheton** bezeichnet man in der Rhetorik/Stilistik das Hinzufügen eines im Satzzusammenhang nicht unbedingt erforderlichen Attributs, z.B. die „grüne Wiese“. Ein Epitheton kann auch eine Individualisierung, Charakterisierung oder Bewertung ausdrücken, z.B. „Iwan der Schreckliche“ oder „das Land der Tausend Seen“. Allgemeiner werden auch Attribute so benannt. Ein Epitheton ist also ein „Zusatz“ oder „Beiwort“. Epitheton ist jede Merkmalsbestimmung eines Substantivs, durch die der betreffende Begriff entweder logisch-sachlich konkretisiert oder emotional eingeschätzt wird. Das Epitheton erscheint in allen Redestilen.

Das Epitheton erfüllt folgende **Funktionen**:

- ✓ eine präzisierende und emotional-bewertende Funktion;
- ✓ das Epitheton ist zum Verständnis des übergeordneten Substantivs mehr oder minder nötig, aber keinesfalls unentbehrlich und erfüllt eine erläuternde Funktion;
- ✓ das Epitheton wird durch syntaktische Unterordnung bestimmt: *der blaue Himmel, graue Theorie*.

In jeder **Diskursanalyse** gilt es sowohl inhaltliche Schwerpunkte, als auch typische sprachliche Eigenschaften der analysierten Texte zu berücksichtigen. Uns interessierte die Diskursanalyse der Online veröffentlichten, publizistischen Texte, welche die Thematik des Gesellschaftslebens betreffen. Durch die Analyse der Belege waren wir bemüht nahe zu bringen, wie das angeführte Thema durch Epitheta in der Presse erkennbar wird.

Die Vielfalt der Textsorten im Stil der Presse und Publizistik kann man in 3 größere Klassen zusammenfassen:

1. Informierende Texte (Berichte, Nachricht, Mitteilung, Tageschronik, Interview, Rechenschaftsbericht, Beschreibung);
2. Analytische Texte (Rezension, Artikel, Reportage, Appell, Aufruf);
3. Künstlerisch-publizistische Texte (Ansprache, Reiseskizze, Essay, Pamphlet, Feuilleton).

Je nach dem Genre der schriftlichen oder mündlichen Publizistik, variiert auch die Verwendungsweise der Ausdrucksmöglichkeiten. An der expressiven Ausdrucksgestaltung des publizistischen Stils nehmen viele Mittel Anteil.

In dem praktischen Teil haben wir die konkreten Beispiele aus 15 Artikeln zum Thema „Gesellschaft“ aus deutschen Onlinezeitungen verschiedener Jahre ausgewählt. Das sind Welt-online, Deutsche Welle, Spiegel-online, Frankfurter allgemeine Zeitung. Experimentell haben wir die Möglichkeiten und Gebrauchsanzahl der Epitheta verglichen. Bei der Auswahl wurden 274 Fälle der Verwendung von Epitheta gefunden. Durchschnittlich, entfallen auf einen Zeitungsartikel etwa 18,3 Fälle mit den Beiwörtern. Nach dem grammatischen Ausdruck sind alle Typen in den betrachteten Artikeln zu finden. Die Mehrheit der Epitheta wird durch kongruierendes adjektivisches oder partizipiales Attribut (46%) ausgedrückt. Am seltensten werden Epitheta durch nichtkongruierendes Attribut (1%) und durch adverbiales Attribut (0,7 %) ausgedrückt. Hier sind einige bildhafte Beispiele aufgelistet:

a) durch kongruierendes Attribut: *schwarze Schafe, heikle Themen, ein wahrer Held, nach einem krisensicheren Job, der größte Humbug.*

b) durch nichtkongruierendes Attribut: *im Jahr 2020, ganz Deutschland;*

c) durch erweitertes Attribut: *dringend notwendige Internatsaufenthalte; ein im Frühling geernteter Apfel aus Neuseeland;*

d) durch Genitivattribut: *das Herzstück des Ladens, im Getöse des ewigen Newsstreams;*

e) durch präpositionales Attribut: *Styling mit Wau-Effekt, die Hilfe für den Kranken, der Hauch von Geschmack;*

f) durch adverbiales Attribut: *die Jugendherberge von gestern, der Weg nach links;*

g) durch Attribursatz: *Menschen, die nach einer Einkommensquelle mit Zukunft suchen;*

h) durch Bestimmungswort im zusammengesetzten Substantiv: *Partycrasher, Hagebuttentee, Louis-Vuitton-Tragetaschen fürs Schoßhündchen.*

Nach dem Inhalt dominieren in publizistischen Artikeln konkretisierende (logisch-sachliche) Epitheta (62%). Danach folgt die positiv bewertende (emotionale) Epitheta (25 %). Zuletzt stehen die negativ bewertende Epitheta mit 13 %.

Konkretisierend sind *einen hypothetischen Algorithmus, im interdisziplinären KI-Projekt, ein komplexes Problem, aus wirtschaftlicher, ethischer und technischer Sicht, ihr typischer Tag*. Positiv bewertend wirken die nächsten Epitheta: *einen attraktiven Beruf, einen besseren ökologischen Fußabdruck, eine wichtige Botschaft, ein guter Anlass, die preisgünstige Alternative*. Negativ sind *ein einziger Salon, heikle Themen, in hitzigen Debatten, keine leichte Entscheidung, das kleine Budget, zum labbrigen Graubrot*.

Zum Schluss möchten wir einige Konsequenzen aus dem von uns analysierten Sprachmaterial im Hinblick auf die Diskursproblematik ziehen. Im Voraus nehmen wir an, dass die die Fragen der Gesellschaft betreffenden Artikel aktuelle Themen

enthalten, die von allen Lesern für relevant gehalten werden. Als einen allen analysierten Artikeln gemeinsamen inhaltlichen Zug dürfte man Aktualität und gewisse Strebung nach Glaubwürdigkeit feststellen, weil jede Person durch ihr eigenes Wertensystem Information wahrnimmt. Und obwohl es im publizistischen Stil oft um die Propaganda und Agitation geht, haben die Autoren meisterhaft in der Sprachwirklichkeit die beiden Komponenten des publizistischen Stils – die intellektuelle und emotionale verbunden, damit die Artikel sowohl sachliche als auch emotionale Überzeugungskraft besitzen. Einerseits ist es ein reiches Tatsachen- und Beweismaterial, aktuelle Realienbezeichnungen, konkretisierende (logisch-sachliche) Epitheta. Andererseits sind es sprachliche Mittel der emotionalen Fühlungnahme mit dem Publikum. Die intellektuelle Einwirkung auf Leser und Hörer hängt vielfach davon ab, auf welche Weise das Tatsachen- und Beweismaterial an sie herangebracht wird. Einen wichtigen Platz bei der intellektuellen Beweisführung nehmen bewertende (emotionale) Epitheta ein.

Im Verlauf unserer Forschung haben wir festgestellt, dass nach dem Inhalt in publizistischen Artikeln konkretisierende (logisch-sachliche) Epitheta mit 62 % dominieren, was positiv auf Glaubwürdigkeit des Lesers einwirkt. Trotzdem nehmen bewertende Epitheta mit 38% einen wichtigen Platz in modernen publizistischen Texten ein, um die Emotionalität des Textinhalts zu erhöhen und für mehrere Attraktivität der Artikel zu demonstrieren. Moderne Online-Ausgaben werden weiter zunehmend an die Bedeutung gewinnen.

Unsere Forschungsarbeit hat bewiesen, dass man die konkretisierenden Epitheta in der Publizistik häufiger als die bewertenden Epitheta gebraucht, weil ein reiches Tatsachen- und Beweismaterial für die Presse erforderlich ist. Die Wesenszüge des Stils der Presse und Publizistik sind Glaubwürdigkeit, Vollständigkeit, Aktualität, Objektivität, Genauigkeit, Tiefgründlichkeit, deshalb sollten Zeitungsartikel sachlich geschrieben werden. Und so sind sie geschrieben, was wir durch die Analyse der Online-Zeitungen bestätigt haben. Der Sprechende oder Schreibende wählt die sprachlichen Mittel mit Absicht und zielgerichtet, um auf den Zuhörer oder den Leser einzuwirken. Die Auswahl der Mittel hängt von der kommunikativen Situation und von den persönlichen Wahrnehmungsbesonderheiten des Lesers ab.

В. Баранкевич (ГУО «Дашковская средняя школа»)

И. С. Алистрова (научный руководитель)

GESCHICHTE DER STADT IN STRAßENNAMEN

Um die Sprachbarriere und eine erfolgreiche Kommunikation zu überwinden, reicht es nicht aus, nur die Grammatikregeln zu kennen und einen guten Wortschatz zu haben. Es ist notwendig, die Geschichte des Landes, die Geografie, die Literatur, zu kennen, die Mentalität der Muttersprachler der gelernten Sprache zu verstehen. Denn ein wichtiger Aspekt in der Kommunikation ist das gegenseitige Verständnis.

Die Wissenschaft, die geografische Namen, ihre Herkunft, Bedeutung, Entwicklung, modernen Zustand, Rechtschreibung und Aussprache untersucht, heißt Onomastik. In dieser Arbeit untersuchen wir die Namen innerstädtischer Objekte (Straßen, Plätze) – **Urbanonyme**. Wenn wir geografische Namen untersuchen, erfahren wir viel über die Geschichte, die Besonderheiten der Landschaft und das Leben der Menschen bestimmter Region.

Das Objekt unserer Erforschung sind Urbanonyme.

Der Gegenstand der Erforschung sind die Straßennamen der Städte Mogiljow und Hamburg.

Das Ziel der Arbeit ist es den historischen und sprachlichen Prozess der Bildung der Urbanonyme von Mogiljow und Hamburg zu studieren und kurze Vergleichsanalyse durchzuführen.

Das Ziel ist mit der Lösung der folgenden **Aufgaben** verbunden:

1. zu zeigen, wie sich das Kolorit der Epochen in den Namen von Straßen, Gassen und Plätzen der Stadt widerspiegelt;
2. semantische Gruppen der Straßennamen, Gassen, Plätze von Mogiljow und Hamburg zu definieren;
3. die strukturellen und grammatischen Arten von Urbanonymen zu charakterisieren, sowie ihre Bildung im Verlauf der historischen Entwicklung;
4. Vergleichsanalyse von Urbanonymen der Städte Mogiljow und Hamburg durchzuführen;

Die Hypothese der Forschung ist folgend: die Straßennamen der Städte bewahren die Geschichte der Stadt seit Jahrhunderten auf.

Bei der Durchführung der Arbeit wurden folgende **Methoden** verwendet:

1. Vergleichsweise-beschreibende Methode;
2. Kartografische Methode;
3. Quantitative Berechnungen;
4. Linqukulturologische Analyse;
5. Experimentale Phase: Durchführung des soziologischen Experiments unter den Schülern.

Die Relevanz dieser Arbeit besteht darin, dass das Studium historisch-linguistischer Prozesse bei den Schülern das Gefühl von Patriotismus und Staatsbürgerschaft vermittelt und die Kultur und Geschichte von Belarus und Deutschland respektiert.

Wenn wir die Geschichte der Entstehung der Straßennamen von Mogiljow und Hamburg verfolgen und vergleichen, können wir daraus schließen, dass es in den Namen vor dem 18. Jahrhundert einige ähnliche Punkte gibt:

- die Straßennamen wurden an die bedeutsamen Objekte der Stadt gebunden (Markt, Kirche, Rathaus);
- die Straßen wurden genannt, basierend auf dem Aussehen oder von wo oder wohin die Straße führte;
- sehr oft sind sie mit dem Handwerk der da lebenden Menschen verbunden.

Seit dem 18. Jahrhundert gab es in der Geschichte von Belarus viele Ereignisse, die die Straßennamen von Mogiljow beeinflussten: der Anschluss zu Russland, die Revolution 1917, der Zweite Weltkrieg.

Seit dem 18. Jahrhundert werden die Straßen in Hamburg hauptsächlich nach den Namen von Heiligen und weltlichen Menschen, Mitgliedern der königlichen Familie, benannt. Und die modernen Straßen der Stadt Hamburg werden nach Persönlichkeiten aus Kultur, Kunst und Wissenschaft benannt.

Um die Straßen als städtische Objekte in der Stadt Mogiljow zu bezeichnen, können folgende Namen identifiziert werden: die Straße, die Gasse, der Platz, die Allee, der Boulevard, der Abstieg, die Autobahn und die Sackgasse. Unter circa 800 Urbanonymen der Stadt Mogiljow kommt das Wort «Straße» am häufigsten vor, seltener sind «Abstieg», «Autobahn» und «Sackgasse».

Derzeit haben wir circa 900 Hamburger Straßennamen bearbeitet. Um die Straßen als städtische Objekte zu bezeichnen, haben wir 9 allgemeine Namen ausgewählt: die Straße, das Stieg, die Allee, der Weg, die Twiete, der Platz, die Bahn, die Gasse, Ring. Am beliebtesten ist das Wort «die Straße», am wenigsten finden sich die Wörter «Ring» und «die Bahn».

Nach der Analyse der Urbanonyme der Stadt Hamburg haben wir die dominanten Arten der Wortbildung der Straßennamen zum Vorschein gebracht:

- die Addition: *Morgenroteweg* = *Morgen* + *rot* + *Weg*;
- die Addition mit einem Bindestrich: *Georg-Wilhelm-Straße*;
- separat geschriebene Wörter „Straße“, „Weg“ usw.: *die Monckenberg Straße*;
- Strukturen mit der Präposition: *Am Brabandkanal*.

Sehr häufig werden die Straßennamen nach dem Muster gebildet: *Treptower Straße*.

In den Straßennamen der Stadt Mogiljow unterscheiden sich zwei Kategorien von Urbanonymen: einfache und komplexe.

Einfache Urbanonyme umfassen aus 2 Wörtern bestehende Namen, zwischen denen es eine Art von der Verbindung gibt (z.B. *улица Азрапаная*, Bindungsart – Rektion).

Unter ihnen können die folgenden Typen unterschieden werden:

1. Attribut-Typ – Substantiv + Adjektiv (oder Adjektiv + Substantiv) (*улица Архитектурная*; *Загородное шоссе*).

2. Genitiv-Typ – Substantiv + Substantiv (im indirekten Kasus Genitiv).

Unter den Urbanonymen dieses Typs sind die folgenden Modelle hervorgehoben:

- a) Nomen (Nomenklaturbegriff) + Nachname oder Pseudonym im Genitiv (*переулок Багратиона*);
- b) Substantiv (Nomenklaturbegriff)+Substantiv in Form Singular (проспект Мира) oder Plural (*улица Химиков*).

3. Nominativ-Typ – Substantiv + Substantiv (im indirekten Kasus Nominativ).

Bei dieser Art von Urbanonymen ist das Substantiv (Nomenklaturbegriff) die erste Komponente, die zweite – das Substantiv, das eine nominative Form hat (*улица Струиня*).

Komplexe Urbanonyme bestehen aus drei oder mehreren Wörtern. Es gibt drei Gruppen komplexer Urbanonyme der Stadt Mogiljow:

- a) der Numerativ-Attribut-Typ besteht aus einer Ordnungszahl, einem Adjektiv und einem Nomenklaturbegriff (*переулок 1-й Аграрный*);
- b) der Numerativ-Genitiv-Typ besteht aus einer ordinalen Zahl, einem Nomenklaturbegriff und einem Substantiv im indirekten Kasus (*пер. 1-й Мечникова*);
- c) Der Numerativ-Nominativ-Typ besteht aus einer ordinalen Zahl, einem Nomenklaturbegriff und einem eigenen Namen (*улица 1-я Воля*).

Nachdem wir die Straßennamen der Stadt Hamburg analysiert haben, haben wir 8 Straßengruppen nach Herkunft identifiziert: 1. Nach Tieren benannte Straßen: *Lammstraße*; 2. Straßennamen, deren charakteristisches Merkmal die Länge ist: *Kleine Straße*; 3. Straßennamen, die nach Blumen und Bäumen benannt sind: *Rosenstraße*; 4. Straßen, die nach der Beschäftigung der Bewohner benannt sind: *Milchstraße*. 5. Straßen, die nach Ländern, Städten benannt sind: *Berliner Platz*; 6. Straßen, die nach geographischen Objekten, Gebäuden und Sehenswürdigkeiten (in der Nähe) benannt sind: *Kirchenhalle*; 7. Straßen, die nach Menschen benannt sind: *Mozartstraße*; 8. Straßen, die nach besonderen Ereignissen benannt sind: *Platz der deutschen Einheit*.

Unter den Namen der Urbanonyme des modernen Mogiljows ist es zweckmäßig 10 Gruppen zu unterscheiden: 1. Straßennamen, die die Position der Straße im Verhältnis zu anderen Objekten charakterisieren: *die Bahnhofstraße*; 2. Straßennamen, die durch den Namen eines Teils des Horizonts motiviert sind: *Südliche Straße*. 3. Straßennamen, die die berufliche, ständische Gemeinschaft der Menschen oder die nationale Zugehörigkeit charakterisieren: *Proletarische Straße*; 4. Straßennamen, die das Gelände der Straße charakterisieren: *Bergstraße*; 5. Straßennamen nach dem Charakter der Pflanzenlandschaft: *Berezovskaya Straße*; 6. Straßennamen mit Farbadjektiven: *Lasurnaja Gasse*; 7. Straßennamen, die Symbole der sozialistischen Epoche sind: *Sovchoznaja Straße*; 8. Straßennamen im Zusammenhang mit historischen Ereignissen, Feiertagen, Saisonnamen: *Oktober-Gasse*. 9. Straßennamen, die auf die Verbindung von Mogiljow mit anderen Städten hinweisen: *Witebskaja-Straße*, *Moskauer Straße*; 10. Straßen, die nach berühmten Personen benannt sind: *Bach-Straße*, *Kutepov-Straße*.

Die Hypothese, dass die Straßennamen der Städte die Geschichte über das Leben der Stadt und ihrer Bewohner seit Jahrhunderten aufbewahren, ist bewiesen.

Bei der Forschung wurde eine soziologische Umfrage unter den Schülern durchzuführen, bei der 30 Schüler einige Fragen beantworten mussten. Die erste Frage war: Weißt du, warum die Straße, in der du wohnst, so heißt? Nur 8 Schüler konnten die gestellte Frage beantworten. (Anhang A)

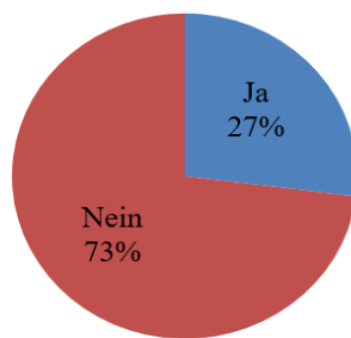
Als nächstes wurde eine Liste von Straßen der Stadt Mogiljow vorgeschlagen, und die Schüler mussten Straßen auswählen, deren Namen sie erklären können. Folgende Straßen wurden 10 Straßen vorgeschlagen. Nach der Analyse der

Antworten sollte beachtet werden, dass alle Schüler Erklärungen zu den Namen folgender Straßen gegeben haben: die Perwomaiskaja Straße, die Leninstraße, der Puschkin-Prospekt, der Platz des Sieges. (100 %). 23 Schüler wissen, wem die Bach-Straße ihren Namen verdankt. Nur 10 Schüler konnten erklären, warum die Fatin-Straße und die Tischka-Gartnyj-Straße so heißen. 6 Schüler kennen die Geschichte des Namens des Ordzhonikidse-Platzes. 2 Schüler konnten die Namen vom Boulevard Nepokorennych und der Jakubowskij-Straße. (Anhang B)

ANHANG A

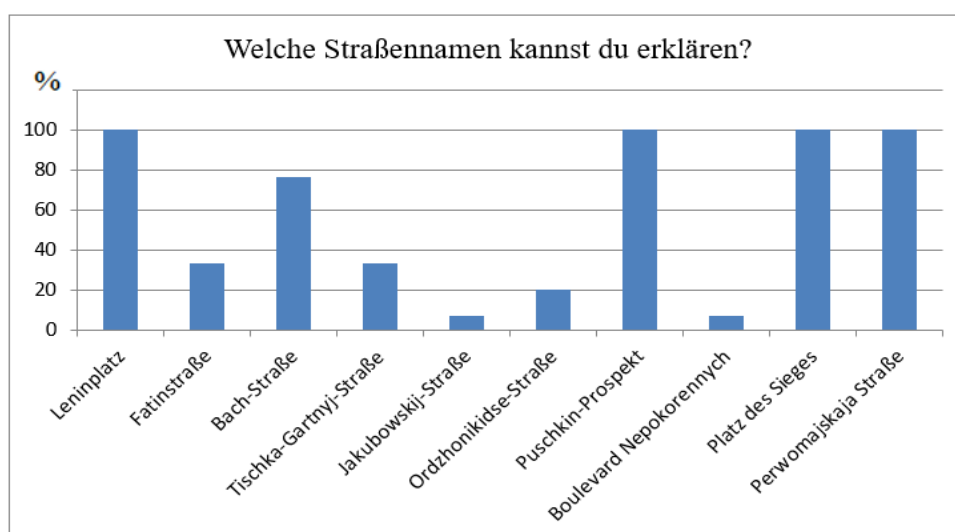
Umfrage 1

Weißt du, warum die Straße, in der du wohnst, heißt so?



ANHANG B

Umfrage 2



Е. Гаврилейко (ГУО «Средняя школа № 7 г. Бреста»)

А. И. Воробьева (научный руководитель)

CYBERMOBBING UNTER DEN KINDERN UND JUGENDLICHEN

Das Thema unserer Forschungsarbeit ist Cybermobbing unter den Kindern und Teenagers. Wir haben dieses Thema ausgewählt, weil das Internet ein untrennbares Teil des Lebens geworden ist. Die Menschen werden von den digitalen Medien abhängig und lassen sich ihre Meinungen im Internet offen äußern.

In den letzten Jahrzehnten hat sich das Mobbing (wie es viele Eltern kennen) drastisch weiterentwickelt und beschränkt sich nicht mehr auf Raufereien nach der Schule oder verletzendes Kommentare in der Pause. Mit der heutigen Technologie hat sich die Praxis des Mobbing fest in den Cyberspace integriert. Bekannt als „Cybermobbing“, hat die Verlagerung des Mobbing ins Internet die verheerenden Auswirkungen auf das Wohlbefinden und die Gesundheit eines Menschen noch verstärkt. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass die digitalen Kommunikationsmedien eine schnelle Verbreitung und Vielfalt von Hassinhalten ermöglichen.

Mobbing wurde lange Zeit als normales Interaktionsmuster zwischen Kindern und Jugendlichen betrachtet. Die Forschung der letzten Jahre hat diese Sichtweise verändert und die z. T. langanhaltenden negativen Konsequenzen von Mobbing aufgezeigt.

Mobbing bezeichnet negative Handlungen, die von einer einzelnen Person oder einer Gruppe durchgeführt werden können und in direkter oder indirekter Form auftreten. Mobbing kann in verschiedenen Kontexten auftreten: in der Schule, in Vereinen, in Wohneinrichtungen, in Nachbarschaften oder im Internet (Cybermobbing).

Mobbing auf dem Schulweg, auf dem Schulhof, in der Ganztagesbetreuung oder im Sportverein ist leider kein Ausnahmefall. Anlässe können eine besondere Eigenschaft oder persönliche Schwäche sein, aber auch das körperliche Aussehen, die Herkunft, Religion oder Hautfarbe.

Cybermobbing (manchmal auch als Online-Mobbing bezeichnet) ist per Definition die Nutzung digitaler Technologien, wie z. B. eines Smartphones, Tablets, einer Spielkonsole oder eines Computers, um eine andere Person (oder mehrere Personen) per E-Mail, Direktnachrichtenplattformen, soziale Medien, Audio- und Videoplattformen oder Textnachrichten zu schikanieren. Dazu gehört das Teilen oder Posten von Inhalten, die darauf abzielen, eine andere Person in Verlegenheit zu bringen oder zu demütigen.

Aufgrund der Verknüpfung mit sozialen Medien und dem Internet im Allgemeinen kann es manchmal schwierig sein, ein Beispiel für Cybermobbing zu erkennen. Noch beunruhigender ist, dass einige Fälle von Cybermobbing sehr schnell zu größeren Straftaten werden können. Davon abgesehen kann Cybermobbing entweder direkt oder indirekt, hinter dem Rücken der Betroffenen, stattfinden.

Cybermobbing hat viele Gesichter. Eine Kategorisierung konkreter Formen von Cybermobbing zeigt, wie unterschiedlich Mobbing im Netz ausfallen kann:

- **Flaming:** Provokationen und Beschimpfungen
- **Harassment:** wiederholte Beleidigungen durch verletzendes Nachrichten, Kraftausdrücke und herabwürdigende Äußerungen
- **Denigration:** Verbreiten von bloßstellen oder rufschädigenden Gerüchten, Lügen, Fotos und Videos über Betroffene
- **Outing and Trickery:** Erschleichen und Veröffentlichung privater, bloßstellender oder rufschädigender Informationen durch Vortäuschen von Vertraulichkeit oder einer anderen Identität
- **Exclusion:** aktives Ausgrenzen einzelner Personen aus Gruppen in sozialen Netzwerken, Messengern oder Onlinespielen
- **Impersonation:** Veröffentlichung gefälschter Inhalte, die vermeintlich von den Betroffenen selbst stammen, aber durch Identitätsdiebstahl (z.B. nach Weitergabe des Passwortes) oder das Erstellen von Fake-Profilen (z.B. in sozialen Netzwerken, auf pornografischen Webseiten) in deren Namen verbreitet werden
- **Happy Slapping:** Veröffentlichung von Fotos oder Videos, auf denen Betroffene in demütigender Weise geschlagen oder verletzt werden
- **Cyberthreat:** Androhung von körperlicher Gewalt bis hin zu Todesdrohungen oder Ausüben von psychischem Druck

Als eine Form des Mobbings sind die Auswirkungen von Cybermobbing oft schockierend, manchmal tragisch und können bis weit ins Erwachsenenalter andauern. Kinder, die Opfer von Mobbing sind, können eine Reihe verschiedener psychischer Probleme entwickeln, darunter Depressionen und verschiedene Angststörungen. Sie haben wahrscheinlich auch weniger Freundschaften, finden es schwierig, sich an die Schule anzupassen und sind misstrauischer gegenüber ihren Mitmenschen. Cybermobbing hat Auswirkungen für die Betroffenen aber auch für die Täter/innen. Gerade junge Menschen, die Opfer von Cybermobbing werden, fühlen sich angesichts der Anonymität der Täter/innen oft ohnmächtig und hilflos.

Betroffene Schülerinnen und Schüler, deren Umfeld nichts gegen aggressives Verhalten unternimmt, gehen nicht gern in die Schule, sind weniger motiviert und haben auch schlechtere Noten. Schulabbruch und psychische und physische Auswirkungen (Schlafstörungen, Konzentrationsstörungen, Depressivität, Angststörungen) können die Folge sein.

Bei den Täter/inne/n zeigen sich Probleme, mit sozialen Konflikten umzugehen und problemorientierte Lösungswege anzuwenden. Langfristig kann es zu Alkohol- und Suchtmittelabusus, Delinquenz und Fortsetzen des gewalttätigen Verhaltens im Erwachsenenalter kommen.

Deshalb ist es umso wichtiger, mit dem Thema Cybermobbing offen umzugehen und durch ein konstruktives, wertschätzendes Klima und systemische Förderungen diesem Phänomen entgegenzutreten.

Die Gründe für Mobbing sind recht vielschichtig. So berichten Täter von Stuserhöhung oder Stuserhalt innerhalb einer Gruppe (40 %), Langeweile, Spaß, Rache oder dem Ausleben von Macht als Beweggründe für Mobbing (46%). Diese Motive können von unterschiedlichen diskriminierenden Einstellungen der Täter mitbestimmt werden. So können Täter beispielsweise negativ bezüglich bestimmter ethnischer und sozialer Herkunft, Behinderungen oder sexueller Identitäten eingestellt sein und Personen, die entsprechende Merkmale aufweisen, mit größerer Wahrscheinlichkeit mobben (14%).

Die Täter bevorzugen sich meistens online aggressiv zu benehmen, weil der Internetraum mit der Straflosigkeit (46%), mit der Anonymität (33%) und der schnellen Erreichbarkeit des Opfers (39%) anlockt.

Was kann man gegen Cyber-Mobbing unternehmen und sich davor schützen?

Hier einige Tipps:

- Bei Belästigungen, Beleidigungen oder Bedrohungen niemals auf Nachrichten antworten, sonst wird das Cyber-Mobbing noch schlimmer.

- Löschen Sie nicht die Nachrichten, sondern bewahren Sie diese als Beweismittel auf. Sie können z. B. Screenshots von beleidigenden Chats, Nachrichten, Fotos usw. machen.

- Blockieren Sie den Täter.

- Probleme sollten dem Website-Betreiber gemeldet werden.

- Wenden Sie sich an Freunde, Familie, oder einer anderen Vertrauensperson.

Auch Lehrer oder Beratungsstellen sind gute Ansprechpartner.

Cybermobbing kann uns alle betreffen. Egal, ob Sie selbst das Opfer sind, ihre Kinder oder Freunde: Mobbing im Internet ist ein aktuelles und schwerwiegendes Thema. Sie sollten daher alle Vorsichtsmaßnahmen greifen, um sich und andere dagegen zu schützen. Cyber-Mobbing ist weit verbreitet und ein sehr ernst zu nehmendes Problem in der digitalen Gesellschaft. Das Thema sollte bereits zu Hause und in der Schule angesprochen werden und offen kommuniziert werden. Oft kann man nur versuchen, den Kindern beizubringen, dass sie sich vorstellen sollen, dass so etwas mit ihnen passiert und somit präventiv gegen Cyber-Mobbing vorgehen. Ansonsten gibt es bestimmte Anzeichen, die darauf hindeuten, dass ein Kind unter Mobbing leidet und dann sollte auch schnell gehandelt werden.

М. Готовко (ГУО «Средняя школа № 16 г. Полоцка»)

И. И. Булгакова (научный руководитель)

ELEKTRONISCHE BILDUNGSRESSOURCEN BEIM DEUTSCHLERNEN

Der Fortschritt und die Realität von heute stehen nicht still, und stellen sich heraus, dass es derzeit viel einfacher als früher ist, eine Fremdsprache zu beherrschen. Um uns zu helfen, kamen moderne Gadgets: Mobiltelefone, Tablets, Laptops. Mit ihrer Hilfe wurden Online-Kurse zum Erlernen einer Fremdsprache, Video-Lektionen, Tests, E-Books und vieles mehr zur Verfügung gestellt. Die Apps zum Erlernen einer Fremdsprache können einfach auf einem Smartphone oder Tablet installiert werden und können jederzeit und an jedem Ort verwendet werden, der für uns bequem ist. Es ist nicht mehr notwendig, Stunden auf dem Weg zur Bibliothek zu verbringen, lange Suche nach der notwendigen Literatur und überflüssiges Material zu studieren, nicht in dicken grammatikalischen Nachschlagewerken zu blättern.

Die Aktualität

Moderne Methoden zum Erlernen der deutschen Sprache sind auf die Notwendigkeit des Einsatzes neuer Internettechnologien. Aber derzeit haben nicht alle Menschen notwendige Kenntnisse über Sprachprogramme und Apps.

Die digitalen Instrumente bieten den Schülern die Möglichkeit, auf interaktive und unterhaltsame Weise in die deutsche Sprache einzutauchen und ihre Kenntnisse zu vertiefen. Durch die Nutzung von Lernplattformen und Apps kann man Lernniveau individuell anpassen und Fortschritte verfolgen. Darüber hinaus ermöglichen virtuelle Klassenräume und Online-Bücher ein flexibles und eigenständiges Lernen, das es den Schülern ermöglicht, unabhängig von ihrem Standort und ihrer Verfügbarkeit auf die Ressourcen zuzugreifen. Die Integration von Multimedia-Inhalten wie Videos, Audioaufnahmen und interaktiven Übungen trägt dazu bei, das Deutschlernen abwechslungsreicher und motivierender zu gestalten.

Ziel: die Bedeutung und den Einfluss von elektronischen Bildungsressourcen beim Deutschlernen zu analysieren. Um das Ziel zu erreichen, muss man folgende Aufgaben lösen:

- die Konzepte “E-Learning” und “elektronische Bildungsressource” aufzudecken;
- die Arten elektronischer Bildungsressourcen und ihre Funktionen zu charakterisieren;
- Nutzung von E-Learning –Ressourcen beim Deutschlernen zu analysieren;
- eine Umfrage unter den Schülern durchzuführen und den Grad ihrer Nutzung von elektronischen Bildungsressourcen zu bestimmen;
- eine Liste mit Links zu elektronischen Bildungsressourcen zu erstellen.

Das Objekt der Forschung: elektronische Bildungsressourcen, die im Deutschunterricht eingesetzt werden können. Dazu gehören z.B. Lernplattformen, digitale Lernspiele, interaktive Übungen, Sprachlern-Apps und Online-Lexika.

Der Gegenstand unserer Forschung: die Möglichkeiten und Perspektiven des Deutschlernens im Internet.

Forschungshypothese: Es kann davon ausgegangen werden, dass die modernen elektronischen Bildungsressourcen präsentierten Informationen Schülern, die Deutsch lernen, ermöglichen werden, ihre Fachkenntnisse zu verbessern und ihr intellektuelles und kulturelles Niveau zu steigern.

Die Methoden der Forschung: In der Arbeit habe ich nächste Forschungsmethoden benutzt: Beschreibung, Systematisierung von Informationen, Analyse der Verwendung von Schülern elektronischer Bildungsressourcen, Verallgemeinerung.

Die Ergebnisse und deren Beurteilung.

Zusammenfassend kann man sagen, dass elektronische Bildungsressourcen beim Deutschlernen eine effektive Möglichkeit sein können, um den Lernprozess spannender und interaktiver zu gestalten. Durch die Vielfalt an Materialien wie Videos, Audiodateien und interaktiven Übungen können Lernende ihr Sprachniveau schnell verbessern. Der Zugang zu elektronischen Ressourcen ermöglicht es den Lernenden, selbstgesteuert zu lernen und ihr Tempo individuell anzupassen. Durch die Nutzung von Online-Plattformen und Apps können Lernende ihre Deutschkenntnisse überall und jederzeit verbessern.

Elektronische Bildungsressourcen bieten auch die Möglichkeit, mit Muttersprachlern zu interagieren und so die Sprachpraxis zu verbessern. Das Angebot an kostenlosen Online-Kursen und Übungen macht den Zugang zu hochwertigen Lehrmaterialien für alle erschwinglich. Durch die Möglichkeit, Lernfortschritte zu verfolgen, können Lernende ihre Sprachkenntnisse besser einschätzen und gezielt an ihren Schwächen arbeiten. Elektronische Ressourcen bieten oft auch die Möglichkeit, verschiedene Lernstile zu berücksichtigen und so den Lernerfolg zu maximieren. Die Flexibilität, die elektronische Bildungsressourcen bieten, macht es auch für Berufstätige und Menschen mit wenig Zeit möglich, Deutsch zu lernen. Die Integration von Spielen und interaktiven Elementen in die Lernmaterialien kann die Motivation der Lernenden steigern. Elektronische Ressourcen bieten eine Fülle von authentischen Materialien, die den Lernenden helfen, die deutsche Sprache in einem realistischen Kontext zu erleben. Die ständige Verfügbarkeit von elektronischen Lernprogrammen ermöglicht es den Lernenden, ihr Sprachniveau kontinuierlich zu verbessern.

Elektronische Bildungsressourcen bieten eine Vielzahl von Übungen, die auf verschiedene Schwierigkeitsgrade zugeschnitten sind und so auf individuelle Bedürfnisse eingehen. Die Möglichkeit, Videos und multimediale Inhalte in den Lernprozess zu integrieren, macht das Deutschlernen interessanter und abwechslungsreicher. Elektronische Ressourcen können auch dabei helfen, die Aussprache und das Hörverständnis der Lernenden zu verbessern. Durch den

Einsatz von Online-Übungen können Lernende ihre Fehler selbst korrigieren und so schneller Fortschritte machen. Elektronische Ressourcen ermöglichen es den Lernenden, sich auf konkrete Lernziele zu fokussieren und gezielt an ihrer Sprachkompetenz zu arbeiten. Die Verfügbarkeit von elektronischen Wörterbüchern und Übersetzungsprogrammen erleichtert es den Lernenden, neue Vokabeln zu lernen und schwierige Texte zu verstehen. Elektronische Bildungsressourcen ermöglichen es den Lernenden, von verschiedenen Lernstrategien zu profitieren und ihre Vielseitigkeit beim Deutschlernen zu steigern. Insgesamt bieten elektronische Bildungsressourcen viele Vorteile für Lernende, die Deutsch lernen möchten, und können den Lernprozess effizienter und effektiver gestalten.

Insgesamt bin ich überzeugt, dass der gezielte Einsatz elektronischer Bildungsressourcen das Deutschlernen bereichern und effektiver gestalten kann.

Schlussfolgerung. Die gesammelten Materialien und die gewonnenen Ergebnisse haben praktische Bedeutung:

Der praktische Wert und die Neuheit der Arbeit liegen in der Zusammenstellung einer Sammlung von Links zu elektronischen Bildungsressourcen, mit dem Ziel, Schüler über Bildungsseiten zu informieren, damit sie während der Erlernung der deutschen Sprache zusätzliches Material erhalten können. Diese Sammlung kann nicht nur von Schülern, sondern auch von Lehrern genutzt werden.

М. Зайко (ГУО «Коптёвская средняя школа»)

Т. С. Остапчик (научный руководитель)

DIE DARSTELLUNG VON ASCHENPUTTEL IN GRIMM'S MÄRCHEN UND DESSEN VERFILMUNGEN

„Es war einmal...“ – mit diesen Worten beginnen fast alle Märchen. „Aschenputtel“ ist das Lieblingsmärchen aller Völker. Mit ihm beginnen die Träume von Mädchen, Prinzessinnen zu werden und einen Prinzen zu heiraten. Die ursprünglichen Versionen von Märchen haben sich verändert und sich an die Zeit angepasst. Es ist nämlich ein Märchen, das sehr viele Interpretations- und Analysemöglichkeiten anbietet.

Die Märchen, ob neu oder alt, bleiben immer aktuell. Sie verwenden die gleichen Einstellungen, Zeichen und Bildern. Aber sie haben sehr unterschiedliche Vorstellungen von was in der Volkskultur enthalten ist. So können wir in Märchen typische, kulturell relevante Menschenrollen finden und diese mit modernen Menschen vergleichen.

Das Forschungsziel ist Unterschiede herauszuarbeiten, die zwischen der Grimm'schen Version von Aschenputtel aus dem Jahr 1812 und den Verfilmungen von Walt Disney aus dem Jahr 2015 und von N. Koscheverova, M. Schapiro aus

den Jahr 1947 bestehen. Wir möchten herausarbeiten, an welchen Stellen des Märchens W. Disney und N. Koscheverova in seinen Filmen von der Version der Brüder Grimm abweicht und mögliche Gründe hierfür benennen.

Um dieses Ziel zu erreichen, wurden folgende Aufgaben gelöst:

1. den Begriff des Märchens zu definieren, seine Merkmale, Funktionen und Struktur zu analysieren;
2. die Darstellung von Aschenputtel im Werk von Brüdern Grimm und in seinen Verfilmungen, ihre soziale Bedeutung zu erforschen;
3. ähnliche und unterschiedliche Elemente der Darstellung von Aschenputtel in den zu analysierenden Versionen festzustellen.

Im Rahmen der Studie wurden folgende Methoden verwendet: die Methoden der vergleichenden Analyse, beschreibende Methode, die quantitative Methode der Materialverarbeitung, strukturalistische Methode, psychoanalytische Methode, kulturgeschichtliche Methode.

Das Objekt der Forschung ist das Märchen den Gebrüdern Grimm „Aschenputtel“ und seine Verfilmungen.

Der Gegenstand ist die vergleichende Analyse der Frauenfigur „Aschenputtel“ aus drei ausgewählten Aschenputtelversionen.

Als Material der Forschung dienen der Texte des Märchens „Aschenputtel“ von Gebrüdern Grimm und seine Filmversionen „Cinderella“-und „Золушка“.

Die Hypothese: Man vermutet, dass die Darstellung von Aschenputtel aus dem Märchen der Brüder Grimm aus dem 19. Jahrhundert in den modernen Verfilmungen einige zeit- und kulturbezogene Veränderungen erfahren hat.

Die Arbeit hat praktische und theoretische Bedeutung: man kann die Ergebnisse im Deutschunterricht verwenden. Außerdem gibt es in der Arbeit ein interessantes landeskundliches Material.

Der Begriff Märchen ist eine Verkleinerungsform des Wortes „Mär“ und bedeutet ganz allgemein kurze Erzählung. Es ist schwierig den Begriff des Märchens zu definieren, da es in Bezug auf andere Sprachen keine Übereinstimmungen zu dem deutschen Wort gibt. Denn der deutsche Begriff bezeichnet das Märchen als eine besondere Form von Erzählung, während in anderen Sprachen eine eher allgemeine Bedeutung beibehalten wird.

Die beiden Hauptformen des Märchens sind Volksmärchen und Kunstmärchen.

Unter Kunstmärchen verstehen wir im Allgemeinen Erzählwerke mit namentlich bekannten Autoren, die deren Inhalt individuell erfunden haben. Im Gegensatz zu diesen erfundenen Märchen bezeichnen wir Erzählungen, die auf volkstümliches, anonymes Erzählwerk zurückgehen und sich durch mündliche Überlieferung

bewahrt haben, als Volksmärchen. Die Märchen Grimms sind Kunstmärchen und haben ihre spezifischen Merkmale. Sie folgen einer festen Struktur. Die wichtigsten Merkmale sind:

1 Erzählweise

- Einfache Sätze
- Manchmal lassen sich Reime finden
- Zeitform: Präteritum (Vergangenheit)

2 Ort und Zeit

- Kein bestimmter Ort, sondern nur stereotype Schauplätze (Schloss, Wald, Garten, ...)
- Keine bestimmte Zeit (Es war einmal ...)

3 Figuren

- Meist keine Namen, sondern nur Bezeichnungen (Prinz, Hexe, König, ...)
- Hauptfigur und Feind haben meist gegensätzliche Eigenschaften (gut vs. böse, schlau vs. dumm, arm vs. reich, fleißig vs. faul)

4 Zauberhafte Elemente

- Zauberhafte Requisiten (Gegenstände) (Zauberstab, ...)
- Zauberei (wundersame Erfüllung von Wünschen, Flüchen, Verwandlungen, ...)
- Zauberhafte Tiere und Menschen (Fabelwesen, Fee, ...)

Aufbau

1. Einleitung (W-Fragen werden beantwortet: wer, was, wie, wo, wann, warum. Typischer Anfang: *Es war einmal...*, *Vor langer Zeit...*)

2. Hauptteil (Hauptfigur steht vor schwierigen Aufgaben, die sie alleine oder mithilfe anderer lösen muss. Zusammentreffen mit dem Feind)

3. Schluss (Offene Fragen werden beantwortet (Schicksal des Feindes, Zukunft des Helden). Freude des Helden und der Helfer wird gezeigt. Meist gibt es ein gutes Ende, das eine Moral (Lehre) mit sich bringt (Das Gute wird belohnt, das Böse bestraft). Typisches Ende: *Und wenn sie nicht gestorben sind, dann leben sie noch heute*).

Aschenputtel ist die verbreitetste Märchenfigur in Europa. Man spricht sogar von 345 Varianten dieses Märchens. Und weil die Geschichten von Region zu Region unterschiedlich erzählt wurden und jede Epoche andere Geschmäcker und Vorlieben hatte, unterscheiden sich auch die Märchen von Cinderella und Aschenputtel. Zum Beispiel: Helfer-Cinderellas Tante und im Grimms Aschenputtel- Baum und Täubchen u.a.

Im Märchen der Brüder Grimm wird nicht direkt über die Schönheit von Aschenputtel gesagt. Daher kann man daraus schließen, dass die positiven menschlichen Eigenschaften für die Brüder Grimm wichtiger sind als die äußere Schönheit.

Die lexikalischen, stilistischen und grammatischen Ausdrucksmittel in „Aschenputtel“ tragen maßgeblich zur Wirkung und Bedeutung des Märchens bei. Durch gezielte Wortwahl, stilistische Techniken wie Wiederholung und Kontrast sowie durch die Verwendung von Metaphern, Vergleiche, Epitheta, Präteritum wird eine fesselnde Erzählung geschaffen, die sowohl unterhält als auch moralische Lehren vermittelt. Zum Beispiel: *die in der Asche wühlende, sich wälzende Küchenmagd, ein geringfügiges unreines Mädlein - im Schmutz verderben, achylia = Asche und puttus = weibliche Scham, mit der Scham in der Asche*. Die Analyse dieser Mittel bietet wertvolle Einblicke in die Kunst des Erzählens und die tiefere Bedeutung des Märchens.

Die Symbolik spielt eine zentrale Rolle in der Erzählung. Der Schuh, der am Ende der Geschichte eine entscheidende Rolle spielt, symbolisiert nicht nur Identität, sondern auch das Streben nach Anerkennung und Zugehörigkeit. Der Moment, in dem der Prinz den Schuh an Aschenputtel anprobiert, ist entscheidend, da er ihre wahre Identität enthüllt: *Als sie den Schuh anprobierte, passte er ihr wie angegossen*. Dies symbolisiert die Erfüllung ihrer Träume und die Belohnung für ihre Tugendhaftigkeit.

Die Satzstruktur in „Aschenputtel“ ist überwiegend einfach und klar, was die Verständlichkeit der Erzählung fördert. Die Verwendung von kurzen, prägnanten Sätzen hilft, die Handlung voranzutreiben und die Emotionen der Charaktere zu verdeutlichen. Ein Beispiel hierfür ist: *Sie weinte, bis ihre Augen rot waren*. Diese einfache Struktur ermöglicht es dem Leser, sich leicht in die Emotionen der Figur hineinzusetzen und verstärkt das Mitleid mit Aschenputtel.

Die Erzählung ist überwiegend im Präteritum verfasst, was typisch für Märchen ist. Diese Zeitform verleiht der Erzählung einen nostalgischen und zeitlosen Charakter. Die Verwendung des Präteritums schafft eine Distanz zur Gegenwart und verstärkt die Märchenhaftigkeit der Geschichte. Dies wird deutlich in der Eröffnungsszene: *Es war einmal ein reicher Mann*.

Den zweiten Teil dieser Arbeit bildet die vergleichende Analyse der Frauenfigur „Aschenputtel“ aus den Aschenputtelversionen von Brüdern Grimm und ihren Verfilmungen. Für die Analyse wurden folgende Kriterien ausgewählt:

1. Ausgangssituation
2. Kennzeichnung
3. Heldin bekommt Hilfe von Fee/Patin und erhält einen besonderen Zauber
4. Sie darf nicht mit auf das Fest
5. Heldin „erhält“ mit Hilfe der Fee/Patin/Zauber ein anderes Aussehen und geht zum Fest, verletzt das Verbot

6. Heldin will oder muss zurück nach Hause, sie „wird verfolgt“ / kann gerettet werden oder entkommen / niemand kann sie erkennen

7. Heldin wird erkannt

8. Das Böse wird bestraft, Unglück wird gut gemacht

„Cinderella“ ist ein US-amerikanischer Walt-Disney-Film. Die titelgebende Hauptrolle verkörpert Lily James. Disneys Cinderella beruft sich auf den alten Märchenstoff und adaptiert den Zeichentrickfilm von 1950 optisch als auch inhaltlich.

„Золушка“ ist ein sowjetischer schwarz-weißer Film. Die Hauptrolle verkörpert Janina Yejmo. 2010 wurde der Film coloriert.

Der Vergleich zwischen den zwei „Aschenputtel“-Verfilmungen zeigt, dass alle, mit kleinen variablen Unterschieden die gleiche Struktur aufweisen. Die Figur von Aschenputtel, die in dieser Arbeit eine zentrale Rolle spielt, wird in jeder der drei ausgewählten Versionen mit Besonderheiten versehen.

SCHLUSSFOLGERUNG:

- Alle Märchenversionen weisen mit kleinen variablen Unterschieden die gleiche Struktur auf. Die Figur von Aschenputtel wird in jeder Version mit Besonderheiten versehen.

- In allen Versionen ist Aschenputtel eine bildschöne junge Frau mit reinem Herzen. Sie ist fleißig, fürsorglich, bescheiden und entspricht dem Archetypus einer Märchenprinzessin.

- Im Film von 1947 spricht Золушка mehr als Cinderella (17,64 %, gemessen an der Gesamtlänge des Films). Cinderella von 2015 nur 8,26 % der Gesamtlänge des Films.

- Die moderne Cinderella (2015) zeigt auch zeitgebundene Werte und Eigenschaften. Sie ist selbstbewusst, eigenwillig und nicht dem Schicksal ergeben.

- Die sowjetische Золушка kommt dem Bild der Frau in den 50er und 60er Jahren nahe. Sie ist eine idealisierte Figur, die das Dienstmädchen spielt, aber trotzdem glamourös wirkt. Es ist auch Ideal für die Rolle der Mutter. Diese Verfilmung ist in den jeweiligen Nachkriegszeiten produziert worden. Sie zeigt ein Bild der Verdrängung der Kriegsgräueltaten.

- Bei der Analyse der Werke haben wir die große Anpassungsfähigkeit der Märchen festgestellt.

Für meine weitere Forschung würde ich gerne die linguistischen Aspekte dieser Märchen-Versionen wählen, da die sowjetische Verfilmung voll schöner Redewendungen ist.

А. Зелёно (ГУО «Гимназия № 2 г. Слуцка»)

Т. Г. Сорока (научный руководитель)

VERGLEICHENDE ANALYSE DER BENENNUNGEN DER MILITÄRTECHNIK DEUTSCHLANDS UND RUSSLANDS AUS DER ZEIT DES ERSTEN WELTKRIEGS

Ich habe mich bei meiner Forschungsarbeit für das Thema über die Benennungen der Militärtechnik aus der Zeit des 1. Weltkriegs entschieden.

Der 1. Weltkrieg - einer der größten in der Geschichte der Menschheit, dauerte vom 1. August 1914 bis zum 11. November 1918. 38 Staaten waren in den globalen Konflikt verwickelt. Die Kämpfe fanden zu Lande und zur See statt, auf dem Gebiet von zwei Kontinenten - Eurasien und Afrika. Die belarussischen Gebiete, die Teil des Russischen Reiches waren, waren auch Kampfgebiete. In die russische Armee wurden 17,6 Millionen Menschen einberufen, darunter über 800.000 Einwohner von Belarus. Etwa jeder achte unserer Landsleute ist als Teil der russischen Armee ums Leben gekommen. Rund 1,5 Millionen Bewohner von Belarus wurden zu Flüchtlingen und waren über das Gebiet des Russischen Reiches verstreut.

Der Erste Weltkrieg wurde für die Wehrtechnik ein Höhepunkt, denn er revolutionierte die Waffentechnik in zahlreichen Aspekten und er ging mit einer ganzen Reihe neuer Waffen in die Geschichte ein, die erstmals eingesetzt wurden. In meiner Untersuchung habe ich mich mit den Benennungen für Militärtechnik in Deutschland und Russland aus der Zeit des Ersten Weltkriegs befasst.

Am Anfang meiner Arbeit habe ich die Hypothese aufgestellt, dass jede Benennung ein bestimmtes Bedeutungselement enthält. Die Benennungen von Militärtechnik können eine zusätzliche lexikalische Belastung haben - sie können spezielle Informationen enthalten, um den Feind einzuschüchtern.

Das Objekt meiner Forschung ist die Onomastik-Lexik.

Der Untersuchungsgegenstand sind die Benennungen für Militärtechnik in Deutschland und Russland aus der Zeit des Ersten Weltkrieges.

Mein Ziel ist es, die Benennungen militärischer Technik Deutschlands und Russlands aus der Zeit des Ersten Weltkriegs zu erforschen und eine vergleichende Analyse durchzuführen. Die praktische Verwendung der Arbeit besteht darin, ein kleines Lexikon der Militärtechnik des Ersten Weltkriegs zu erstellen.

Es werden folgende Aufgaben in der Arbeit gelöst:

- Lexikalisches Material zu sammeln;
- Das gesammelte lexikalische Material im Hinblick auf Onomastik zu analysieren;

- Besonderheiten in den Benennungen deutscher und russischer Militärtechnik zu identifizieren;

- Das gesammelte lexikalische Material zu systematisieren.

Das Ziel und die Aufgaben der Arbeit bestimmen die Wahl der Methoden: durchgehende Auswahl, Methode der kontrastiven Analyse, vergleichende Methode und theoretisch-analytische Methode. Das lexikalische Material wurde durch eine Stichprobenmethode gesammelt.

Die Forschungsmaterialien werden für alle nützlich sein, die Geschichte studieren, sich für Fragen der Philologie und des Militärs interessieren. Die Ergebnisse der Untersuchung kann man im Geschichtsunterricht, Deutschunterricht und außerschulischen Aktivitäten anwenden.

Onomastik ist ein Teilgebiet der Sprachwissenschaft, das sich mit der Erforschung von Eigennamen beschäftigt. Dazu gehören:

* Anthroponomastik (Untersuchung der Personennamen),

* Toponomastik (Erforschung der Ortsnamen) und viele weitere Kategorien wie *Gewässernamen oder *Markennamen.

Die Onomastik untersucht die Herkunft, Bedeutung und Struktur dieser Namen und bietet Einblicke in kulturelle und historische Zusammenhänge. Sie verbindet Aspekte aus Linguistik, Soziologie, Geschichte und weiteren Wissenschaften.

Nach der Sammlung und Analyse des lexikalischen Materials kam ich zum Schluss, dass die Hauptwege der Benennung von Militärtechnik in Deutschland und Russland aus der Zeit des Ersten Weltkriegs waren:

- Toponymische Benennungen: „Berlin“, „Dresden“, „Poltawa“, „Sewastopol“.
- Anthroponymische Benennungen: „Kaiser Wilhelm der Große“, „Imperatriza Maria“, „Admiral Makarow“.

- Zoonymische Benennungen: „Wolf“, „Leopard“, „Jaguar“, „Eber“, „Puma“.
- Mythologische Benennungen: „Zyklop“, „Orpheus“, „Aurora“, „Ilja Muromez“.

- Abkürzungen und Abkürzungen: A7V – „Abteilung 7 Verkehrswesen“, der K-Wagen – „Kolossal-Wagen, auch Großkampfwagen“.

- Benennungen nach dem Namen des Ingenieurkonstruktors und dem Namen des Herstellerunternehmens: Daimler Sturmwagen - Kampffahrzeug „Daimler“, Tetraplan von Saveliev.

Durch eine Stichprobenmethode habe ich 131 Benennungen für militärische Technik aus Deutschland und Russland aus der Zeit des Ersten Weltkriegs gesammelt. Das gesamte gesammelte lexikalische Material habe ich einer lexikalisch-semanticen Analyse unterzogen, um das Vorhandensein oder Fehlen eines „erschreckenden“ Elements in seiner Zusammensetzung zu identifizieren.

Ich bin der Ansicht, dass das „erschreckende“ Element in Wörtern enthalten ist, die Merkmale wie „Aggression“, „Verfolgung“, „Plötzlichkeit“, „Angriff“, „Größe“, „Macht“ aufweisen.

Ich habe 31 deutsche und 63 russische Namen von Kriegsschiffen des Ersten Weltkriegs analysiert. Somit habe ich in den topographischen Namen der Schiffe Deutschlands und Russlands keine besondere Bedeutungslast „Einschüchterung“ festgestellt. Russische Namen tragen meiner Meinung nach neben der Angabe des geografischen Standorts eine zusätzliche semantische Last „Stolz auf die Heldentat des Volkes“. Ich habe auch in den anthroponymischen Namen der Schiffe Deutschlands und Russlands keine Einschüchterungskomponente festgestellt. Somit enthalten die zoonymischen Namen der Kriegsmarine von Deutschland und Russland Wörter mit semantischem Wert „Aggression“, „Verfolgung“, „Angriff“, „Zerstörung“, also Elemente der Einschüchterung. Russische Namen, die auf „raubtierhaften“ Zoonymen basieren, kommen häufiger vor. Also 8 deutsche Namen (25 %) (z.B. „Wolf“, „Leopard“, „Seeadler“, „Geier“, „Zyklop“ u.a.) und 22 russische Namen (35%) (z.B. „Irbis“, „Panther“, „Löwin“, „Jaguar“, „Eber“, „Puma“, „Wolf“, „Leopard“, „Luchs“, „Stier“, „Hai“ u.a.) tragen eine zusätzliche semantische Belastung - das Element der „Einschüchterung“.

Da die Panzer eine Erfindung des Ersten Weltkriegs waren, standen sie noch am Anfang ihrer Entwicklung. Dennoch zeichnet sich hier bereits der Trend ab, der Technik „erschreckende“ Namen zuzuweisen.

Die deutschen Panzer wurden aufgrund ihrer massiven Bauweise und Feuerkraft als „Kolossal-Wagen“ bezeichnet. Diese einschüchternden Fahrzeuge verkörperten die technologische Überlegenheit des Deutschen Reichs. Zwei deutsche Panzerbenennungen enthalten das Element der „Einschüchterung“: Kolossal-Wagen und Orion-Wagen.

Die russischen Panzer wurden „Zarenpanzer“ genannt, da sie den Stolz und die Macht des zaristischen Russlands widerspiegeln. Diese Bezeichnung unterstreicht den historischen Kontext und die Tradition der russischen Militärtechnik. Ich bin der Meinung, dass das russische Wort „Zar“ kein Erschreckungselement besitzt.

Insgesamt habe ich 20 Benennungen deutscher Militärflugzeuge und 8 Benennungen russischer Flugzeuge analysiert. Nur bei einer russischen Flugzeugbenennung haben wir das Element der „Einschüchterung“ festgestellt: das ist das Luftfahrzeug „Ilja Muromez“, das nach einer legendären Figur der russischen Folklore benannt wurde. Das war der erste viermotorige Bomber der Welt und es zählte zu den größten und schwersten Flugzeugen des Ersten Weltkriegs.

Von den 131 Benennungen für Militärtechnik habe ich bei der Analyse 33 Benennungen identifiziert, die eine zusätzliche „erschreckende“ Komponente

aufweisen, was 25,2 % der insgesamt von mir analysierten Benennungen entspricht. Das Element der „Einschüchterung“ ist am deutlichsten in den zoonymischen Benennungen ausgeprägt (23 Benennungen).

Die vergleichende Analyse hat ergeben, dass 90,9 % der Bezeichnungen mit „erschreckenden“ Elementen Schiffen und U-Booten zugeordnet werden. 6,06 % solcher Bezeichnungen erhalten Panzer. Nur 3,03 % entfallen auf Kampfflugzeuge.

Die Analyse ergibt, dass bei den Benennungen von Technik Deutschlands und Russlands aus der Zeit des Ersten Weltkriegs ein geringer Prozentsatz an Wörtern vorkommt, die eine „Einschüchterungskomponente“ aufweisen.

In den Methoden der Benennung von Militärtechnik gibt es viele Gemeinsamkeiten zwischen Deutschland und Russland. Eine Reihe von Bezeichnungen für Militärtechnik in Deutschland und Russland während des Ersten Weltkriegs trägt eine zusätzliche Bedeutungsbelastung - „Abschreckung des Feindes“.

Während der Forschung habe ich festgestellt, dass jede neue Erfindung militärischer Technik aus der Zeit des Ersten Weltkriegs sofort ihren eigenen Namen erhielt. Die Ansätze zur Benennung technischer Einrichtungen in Deutschland und Russland ähneln sich sehr: Es wurde topographische, anthroponymische, zoonymische, mythonymische Lexik verwendet, und Kampffahrzeuge wurden auch nach dem Namen des Herstellers benannt. Von den 131 Benennungen für militärische Technik habe ich bei der Analyse 33 Benennungen identifiziert, die eine zusätzliche „erschreckende“ Komponente aufweisen, was 25,2 % der insgesamt von uns analysierten Benennungen entspricht. Das Element der „Einschüchterung“ ist am deutlichsten in den zoonymischen Benennungen ausgeprägt.

Dies bestätigt meine anfängliche Hypothese, die zu Beginn der Untersuchung aufgestellt wurde: Die Benennungen militärischer Technik enthalten tatsächlich ein spezielles Element zur „Einschüchterung“ des Feindes.

Ich habe ein kleines Lexikon erstellt. Es ist zweisprachlich und bildlich. Ich möchte hervorheben, dass der praktische Teil auch als Hilfe gilt, Interesse der Kinder und Jugendlichen wachzurufen, Geschichte des Ersten Weltkriegs besser zu studieren. Das Lexikon kann im Deutschunterricht, in den Fakultativstunden, bei der Projektarbeit, in der Fremdsprachenwoche, in den Schulfächern „Weltgeschichte“ und „Militärische Ausbildung“ verwendet werden.

Ich plane, die Arbeit fortzusetzen. Meine Untersuchung bildet die Grundlage für weitere Forschungen. Es wäre interessant zu analysieren, ob sich die Benennungsansätze im Zweiten Weltkrieg verändert haben und wie sich das Verhältnis von neutralen zu emotional gefärbten Namen entwickelt hat.

Е. Миненко (ГУО «Поселичская средняя школа»)

И. А. Кардаш (научный руководитель)

ARTEN UND BEDEUTUNG DER ENGLISCHEN WÖRTER IM DEUTSCH ANHAND DES LEHRBUCHES „DEUTSCH“ FÜR DIE 9. KLASSE

Wie wir wissen, reagiert das Lexikon der Sprache am sensibelsten auf die Veränderungen in der Gesellschaft. Neue Phänomene entstehen und verschwinden, etwas wird modisch und etwas wird im Gegenteil veraltet - und all dies spiegelt sich sicherlich wider, ist im Vokabular der Sprache verankert.

Die Verbreitung von Deutsch als Fremdsprache nimmt weltweit ab, während gleichzeitig die Bedeutung von Englisch zunimmt. Doch darüber hinaus durchziehen immer mehr englische Wörter die diversen Sprachen und somit auch und gerade die deutsche Sprache und können durch zu Verwirrung und Unsicherheiten führen. Nicht nur bei Muttersprachlern, sondern oder gerade auch bei Menschen, die Deutsch als Fremdsprache lernen. In den letzten Jahren wurden immer mehr englische Wörter in die deutsche Sprache eingeführt. Die englische Sprache bereicherte die deutsche Sprache um zahlreiche Synonyme und neue Begriffe. Einige sind nützlich und andere nicht. „Anglizismus ist ein Wort, ein Ausdruck, der der englischen Sprache entlehnt ist, oder eine Redewendung, die nach einem für die englische Sprache charakteristischen Modell aufgebaut ist“.

Das Ziel meiner Forschung ist Beobachtungen im Lehrbuch der 9. Klasse aufzeigen und erörtern, ob bzw. wie Anglizismen im Unterricht behandelt werden sollen oder können.

In Deutschland ist es neuerdings Mode geworden, englische statt deutsche Wörter zu verwenden. Aber nicht alle Deutschen benutzen sie, sondern nur diejenigen, die Englisch sprechen. Beispielsweise findet man in deutschen Großstädten oder großen Bahnhöfen an jeder Ecke englische Ausdrücke: «*Mc Clean, Moonlight, Check in, Image – Center, City – Shopping*». In Belarus sehen wir auch solche Wörter, z.B. «*Ticket*».

Die Dominanz des Englischen hat daher in den letzten 50 Jahren enorm zugenommen. Dies gilt sowohl hinsichtlich der Sprecherzahl und der weltweiten Verbreitung des Englischen, als auch hinsichtlich des kulturellen Einflusses und der Stellung als internationale Sprache gegenüber anderen Sprachen. Diese Entwicklung hat auch die deutsche Sprache nicht gerade in geringem Maße zu spüren bekommen. Von Jahr zu Jahr tauchen neue englische Lehnwörter im Deutsch auf.

Die Aufgaben meiner Arbeit sind:

- Lehrbuch „Deutsch“ für die 9.Klasse untersuchen;
- alle englische Wörter sammeln;
- Wörterliste zusammenstellen;
- mögliche Ausleihen den Wörter bestimmen;
- mein Wortschatz bereichert.

Die Methoden sind folgende: Analyse des Lehrbuchs, die Übersetzung der Wörter, Systematisierung der Wörter nach Wortart, Umfrage der Schüler, Visualisierung der Wörter.

Hypothese besteht darin, nachweisen, dass die englische Wörter leicht fürs Verstehen sind und unser Lexikon bereichern.

Alle Forschungen habe ich mit Hilfe der Lehrerin in der Schule gemacht.

Diese Arbeit kann man in der Deutschstunde benutzen, um die Kenntnisse zu erweitern. Mit den Schülern kann man auch besprechen, welche Einfluss haben die Anglizismen auf Deutsch. Es wird auch interessant, welche Wörter kann man ohne Wörterbuch verstehen.

Für Beginner und jene, die Deutsch als zweite Fremdsprache haben und somit bereits über Englischkenntnisse verfügen, kann die Arbeit mit Englisch durchaus eine Überlegung wert sein und als begleitendes Hilfsmittel gesehen werden. Das liegt in der Nähe der beiden Sprachen und kann dadurch zu einer Erleichterung führen.

„Anglizismus ist ein Wort aus dem britischen oder amerikanischen Englisch im Deutschen oder eine nicht übliche Wortkomposition, jede Art der Veränderung einer deutschen Wortbedeutung oder Wertverwendung nach britischem oder amerikanischem Vorbild.“

Anglizismen in der deutschen Sprache sind kein neues Phänomen. Sprachen ändern sich permanent und sind unterschiedlichen Einflüssen unterworfen. Insofern ist es nicht ungewöhnlich, dass sich Fremdwörter etablieren. Durch militärische Prozesse wie Kolonialisierung, Bündnisse, Kriege etc., aber auch durch kulturellen, politischen, sportlichen und wirtschaftlichen Austausch wanderten Begriffe von der einen zur anderen Sprache.

Globalisierung und Mobilität sind eine Entwicklungen der Neuzeit. Und diese Entwicklungen führen dazu, dass in den letzten Jahrzehnten nicht nur verstärkt, sondern auch beschleunigt Fremdwörter übernommen werden. Die Verbreitung von Anglizismen lässt sich durchaus mit der wachsenden Bedeutung der USA seit Beginn des 20. Jahrhunderts in Verbindung bringen.

Es gibt auch andere Gründe für Anglizismen. Dazu gehören Popkultur, dass sich Englisch immer schneller verbreitete. In der modernen Welt gibt es viele bekannte Lieder auf Englisch. Junge Generation hört, sieht im Internet und per Fernsehen. Im Internetartikel von J.W. Kobenko haben wir solche Wörter wie «*Trailer, Hit, News*» gefunden. Im Lehrbuch gibt es «*Level, skype, Fans*».

Die Digitale Revolution möchte ich hier als dritte Komponente anführen, die wohl den stärksten Einfluss haben dürfte, was die Zunahmen von Anglizismen betrifft. Getragen von der Entwicklung dieser Revolution, der „Erfindung“ des Internets, den Geräten und Programmen, die dafür notwendig waren und sind, liegt schon die Ursache der Anglizismen. Und zu dieser Grund gibt es auch Wörter: «*Netz, World Wide Web*».

Ich möchte noch einige Gründe nennen, dass die Ähnlichkeit zweier Sprachen. Als Beispiel kann ich folgende Wörter nennen: «*Baby, Computer, Pullover*». Diese Wörter sind Deutsch ähnlich und die Beschreibung ist auch verständlich. Das Wort «*Computer*» trifft sich im Buch mehr als 12 Mal. Ich und meine Klassenkameraden haben gesagt, dass dieses Wort aus Englisch kam. Mit Internethilfe haben wir es erfahren. Das betrifft auch das Wort «*Baby*».

Und wir haben gesehen, dass 5 Möglichkeiten des Ausleihens im Lehrbuch vorhanden sind.

1. Direktes Ausleihen ohne Veränderung der Wortbedeutung: «*Online, Website, Webkam, Hacker, Dealler, Distanz, Chat*».

2. Terminologische Synonyme: «*Job*» = die Arbeit, «*Teenager*» = die Jugendlichen, «*Team*» = Mannschaft, «*Party*» = Feierabend, «*Star*» = Stern.

3. Gemischte Bildung: «*Radtour, Sportfrick, Inlineskate*».

4. Pseudeanglizismen: «*Handy, der Laptop, Respekt, Smartphone*».

5. Entlehnte Verben können nach deutscher Grammatik umgewandelt werden: «*rappen, babysitten, jobben, bloggen, skypen*».

In der ersten Arbeitsphase haben wir Lehrbücher durchgesehen und Tabellen mit Anglizismen ausgefüllt.

Freizeitgestaltung	
<i>Skateboard</i>	S.252, Üb.2d
<i>Skaten</i>	S.252, Üb.2d
<i>Inlineskate</i>	S.256, Üb.3f
<i>Kikboard</i>	S.256, Üb.3f
<i>Out</i>	S.259, Üb.4e
<i>Hopping</i>	S.256, Üb.4e
<i>Shows</i>	S.262, Üb.1f
<i>Ticket</i>	S.275, Üb.6b

Nach der Analyse des deutschen Lehrbuchs der 9. Klasse haben wir uns entschlossen, alle gefundenen Entlehnungen nach den Anwendungsgebieten dieser Anglizismen in Gruppen einzuteilen. So wurden im Schulbuch der 9. Klasse 105 englische Entlehnungen gefunden. Wörterformen habe ich nicht geändert.

Das Schulbuch der 9. Klasse ist reich an Vokabular, das im Zusammenhang mit den Problemen junger Menschen verwendet wird.

Die größte Anzahl von geliehenen Wörtern hat folgende Themen „Schule und Lernen“ – 19 Wörter, und „Moderne Kommunikationsmittel“ – 23 Wörter.

Die Studentin E. Rasskasova hat im Forschungsaussatz drei wichtige Wortarten der Anglizismen markiert. Das sind Nomen – Stelle 1, Adjektive – Stelle 2, Verben – Stelle 3.

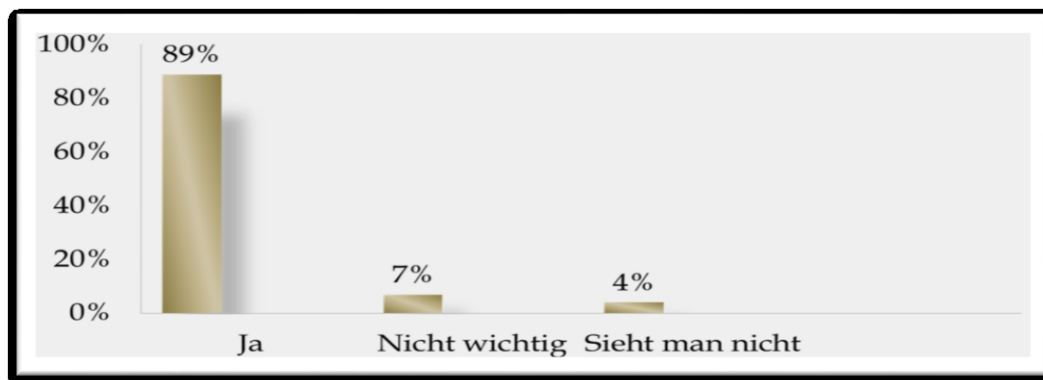
Nach Wortarten haben wir auch Analyse gemacht. Im Buch gibt es – 74 Substantive, 5 – Adjektive, 26 – Verben.



Ich kann auch dazu sagen, dass die Jugendlichen alle Anglizismen sehr gut verstehen und übersetzen. Sie können auch die Bedeutung sehr schnell erklären.

Besonders schwer für mich und meinen Klassenkameraden ist die Aussprache der Anglizismen.

Als ich diese Forschung gemacht habe, hatte ich noch eine Idee, Jugendliche zu befragen. Schulkammeraden aus der Klassen von 7 bis 10 haben auf die Fragen geantwortet. Die Frage lautete so „Welche Englische Wörter verwendet ihr am häufigsten?“ Die Wörter sind «*ok, yes, no, easy, online, game, go, DJ, fastfood, internet, no problem, help, offline*». Die Schüler verstehen gut diese Wörter. Wir haben noch eine Frage für die Schüler der 6. 10. Klassen gestellt. Die Frage war so „Bemerkt ihr die englischen Wörter im Lehrbuch?“ 89 % der Schüler antworteten „Ja“, 7% denken, dass diese Wörter nicht wichtig, 4% sehen die Wörter nicht.



Ich glaube, dass die ältere Generation der Deutschen die Anglizismen im Deutschen negativ behandelt. Das ist Goethesprache, und alle Nationalitäten müssen eure Sprache bewahren.

Im Laufe der Forschungsarbeit haben wir gemäß den gestellten Aufgaben die folgenden Schlussfolgerungen gezogen: Die Anzahl englischer Wörter in deutschen Lehrbüchern steigt von Jahr zu Jahr. Das Eindringen englischer Wörter in andere Sprachen lässt sich nicht vermeiden. Hypothese wurde sich bestätigt. Wir haben bestimmt, dass Anglizismen Deutsch verständlicher machen.

Anglizismen transformieren die Sprache eines Teenagers, machen sie ausdrucksstärker, verständlicher, steigern das Selbstwertgefühl von Jugendlichen und tragen zur Selbstdarstellung und Selbstbestätigung junger Menschen im Umfeld eines Teenagers bei. Mithilfe von Anglizismen fühlen sich Teenager im Kreis von Gleichaltrigen und Freunden sicher. Darüber hinaus ist die Verwendung von Anglizismen ein Schritt zum Erlernen der englischen Sprache. Es ist jedoch erwähnenswert, dass der übermäßige Gebrauch von Anglizismen der Sprache schadet. Aber wir müssen sich daran erinnern, dass jede Sprache einzigartig ist und zählt als die Wert für jedes Land.

С. Поклонова (ГУО «Гродненская городская гимназия им. А. И. Дубко»)
О. В. Ковалевич (научный руководитель)

VERGLEICHENDE SPRACHCHARAKTERISTIK DER WERBUNGEN VON BELARUSSISCHEN UND DEUTSCHEN ERZEUGERN

Die Werbung ist heutzutage aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Sie gilt als eines der zentralen Elemente der Marktwirtschaft. Eine Besonderheit des Werbemarktes ist es, dass er nicht stillsteht und sich ständig weiterentwickelt. Laut Ozhegovs Wörterbuch wird sie als „Benachrichtigung auf verschiedene Weise, um großen Ruhm zu schaffen und Verbraucher und Zuschauer anzulocken“ definiert. „Verbraucher anzulocken“ ist nur dann möglich, wenn eine Werbung effektiv gestaltet ist. Im Falle einer erfolgreichen Werbungsgestaltung erreicht der Käufer das Wunschprodukt und der Verkäufer bekommt damit Geldgewinn. Auf solcher Weise sind die Vermakter, Händler, Unternehmen daran interessiert, wie man die Werbung gestaltet, damit sie tatsächlich funktioniert.

Der Werbezweck ist die gezielte Steuerung der Konsumentennachfrage durch Informationsvermittlung und Persuasion. Eine gelungene Werbekampagne generiert für den Verkäufer Umsatz und für den Käufer Nutzen, indem sie ihm ein passendes Produkt zugänglich macht. Die Effektivität dieser Kommunikation wird maßgeblich durch die Werbesprache bestimmt, die auf menschliche Emotionen eine große Wirkung hat. Die Sprache der Werbung ist keine Sondersprache im eigentlichen Sinne, sondern lediglich eine instrumentalisierte, zweckgerichtete und ausschließlich auf Anwendung konzipierte Sonderform der sprachlichen Verwendung, die natureigenen Gesetzmäßigkeiten unterliegt, aber dennoch eng mit der Alltagssprache verbunden ist. Die Werbesprache besteht aus sprachlichen und nicht sprachlichen Ausdrucksmitteln. Die sprachlichen Mitteln: Sprachspiele, fremdsprachliche Elemente, Neologismen, rhetorische Fragen, Schlüsselwörter, Werbesprüche. Animation, Bilder, Farben, Musik gehören zu den nicht sprachlichen Mitteln.

Die Werbung in verschiedener Form hilft vielen Unternehmen, ihre Produkte zu bewerben und alle möglichen Marketingmanipulationen durchzuführen, wodurch die Nachfrage nach einigen, auch innovativen, Produkten deutlich steigt. Laut BelTA entfallen 97,1 % der nationalen Produktion von Vieh und Geflügel

(Lebendgewicht), Milch – 97,7 %, Eier – 85,2 %, Getreide – 94,6 %, Raps – 96 %, Zuckerrüben – 97,8 %, Kartoffeln – 14,4 % und Gemüse – 5,9 %. Im Durchschnitt entfallen 840 kg Milchprodukte auf eine Person, was 3-4 Mal mehr ist als der Verbrauch. Was Deutschland angeht, ist das Land bekannt für seine Exportwirtschaft und gilt als einer der größten Exporteure weltweit. Es ist auch erwähnenswert, dass deutsche Wagen (*Volkswagen, BMW, Mercedes-Benz, Audi*), Waschmittel (*Persil*), Kosmetik (*Schwarzkopf, Nivea*), Technik (*Bosch, Siemens*) in Belarus relativ beliebt sind.

Laut des E-Portals «Президент Республики Беларусь» wurde das Jahr 2025 als das Jahr der Verbesserung in Belarus bekannt gegeben. Auf solcher Weise entsteht ein besonderes Interesse daran, wie man die nationalen Werbungen auf das höchste Niveau bringen kann, damit sie langfristig und effektiv wirken. Auf solcher Weise lohnt es sich, einige Werbungen, bzw. Werbesprachen zu vergleichen und analysieren. Die Vergleichen von internationalen Werbungen darf auch nicht fehlen.

Heutzutage wird Internetwerbung sich sehr entwickelt. Potenzielle Verbraucher können auf Internetwerbung höchstwahrscheinlich stoßen, deshalb lohnt es sich genau einige Internetwerbespots anzuschauen und zu analysieren. Auf Basis der Nachfragen in beiden Ländern (Belarus und Deutschland) erregen die Branchen wie Lebensmittelindustrie und technische Industrie besonderes Interesse. Sie expandieren und entwickeln sich rasch sowohl in Belarus, als auch in Deutschland. Es wurden also zwei Werbesprachen in den Werbespots von Milch: «Молочный мир», «Weichenstephan», und zwei Werbespots von Technik: «ATLANT», «BOSCH» ausgewählt.

1. Die Werbespots von «Молочный мир» und «Weichenstephan»:

russsicher Werbetext	deutscher Werbetext
<i>С любовью родному возьмём в новый день традиций основу – наш Городень. Вкус щедрого дома и края родного для добрых гостей, для родных и друзей. Мы выбираем снова – с любовью к родному!</i> 	<i>Unsere Milch kommt von irgendwo her, sondern von hier. Und unsere Milch wird auch nicht irgendwie erhitzt, sondern exakt 3 Sekunden. Sie wollen ja nicht irgendwas schmecken, sondern die ganze Frische der Milch. Es sind die Details, die aus Milch Weichstephan machen.</i> 

Die sprachlichen Ausdrucksmittel, bzw. Besonderheiten in der Werbesprache von «Молочный мир»:

- Wiederholung vom Adjektiv «родной»;
- Archaismus-Toponym «Городень»;
- Lobgesang-Form.

Die sprachlichen Ausdrucksmittel, bzw. Besonderheiten in der Werbesprache von «Weichenstephan»:

- Wiederholung vom Substantiv «Milch»;
- Anglizismus «Details»;
- Adverbien, die mit –irgend beginnen;
- Schwerpunkt auf die Vorteile.

2. Die Werbespots von «ATLANT» (Belarus) und «Bosch»:

russischer Werbetext	deutscher Werbetext
Эстетичность. Экономичность. Вместительность. Долговечность. Инновационность. Новая линейка бытовой техники ATLANT. ATLANT – талантливая техника. 	Voller Schrank. Like a Bosch! Bosch sei Dank! Like a Bosch! Lange frisch! Like a Bosch! Lange Fisch! Like a Bosch. Mehr Platz, um Frisches länger frisch zu halten. Mit XXL-Kühlschränken. Von Bosch. 

Die sprachlichen Ausdrucksmittel, bzw. Besonderheiten in der Werbesprache von «ATLANT»:

- Fünf Substantiv-Sätze = die Vorteile;

Die sprachlichen Ausdrucksmittel, bzw. Besonderheiten in der Werbesprache von «Bosch»:

- Anglizismus «like a»;
- Rap-Musik;
- Biblizismus «Gott sei Dank» wurde mit «Bosch sei Dank» ersetzt;
- Sprachspiel «XXL-Kühlschrank».

Aufgrund des Vergleichs kann man feststellen, dass die Werbesprache in «Молочный мир» typisch für ein Lobgesang ist: literarisch, hoffnungsvoll, positiv gesinnt. Das Schlagwort ist nicht *Milch* oder *Qualität*, sondern *родной*. Der Schwerpunkt liegt auf die Lokalität, die reiche Geschichte, Freundliche und

Gastfreundlichkeit. Die Werbesprache in «Weichenstephan» ist mit dem Schlagwort «*Milch*» verbunden. Jeder Satz beschreibt genau die Milch und warum ist diese Milch eine gute Entscheidung, um sie zu treffen.

«ATLANT» im Unterschied zu «Bosch» steht für die exakten Vorteile, so wie Ästhetik, Effizienz, Geräumigkeit, Haltbarkeit, Innovation, aber diese Eigenschaften sind nur genannt, nicht erklärt. Die Werbesprache ist kurz, knapp und objektiv. Die Marke «Bosch» verwendet Rap und Umgangssprache und bekannte modifizierte biblische Redewendung, was einige Kunden sympathisch finden können. Bosch benutzt die Werbesprache, um mehr Kunden, bzw. Käufer in verschiedenem Alter anzuziehen.

Zusammenfassend ist Werbesprache sehr wichtig, was Werbewirkung angeht. Man nutzt verschiedene sprachliche Mittel, die sowohl die Vorteile eines Produktes darstellen, als auch seinen Charakter. Das Jahr 2025 wurde als «das Jahr der Verbesserung» in Belarus bekannt gegeben. Damit die nationalen Marken viel stärker nachgefragt und beliebt sind, soll man nicht nur hergestellte Produkte verbessern, sondern auch die Werbung methodisch konzipieren oder wie gemacht: einige Werbungen unter die Lupe zu nehmen. Die Wichtigkeit einer Werbung mit höherer Qualität sollte beachtet und akzeptiert werden.

Der Artikel ist hilfreich für diejenige, die sich gewissem Masse mit ihnen beschäftigen: Geschäftsleute, WEB-Designers. Bei den Schulveranstaltungen wie Ausstellungen, Fachwochen oder themenbezogene Feste lohnt es sich auch Werbungen höher Qualität zu realisieren.

А. Сняк (ГУО «Октябрьская средняя школа Витебского района имени И. П. Соболева»)

Е. М. Воронова (научный руководитель)

IT-SPHERE IM DIENSTE DER GESUNDEN LEBENSWEISE

Das zukünftige Schicksal des Landes, einer gesunden Nation, hängt von der Jugend ab. Deshalb ist es notwendig, Kinder und Jugendliche bereits in der Schule auf gesellschaftlich wichtige Aspekte des Lebens aufmerksam zu machen. Als ich im Deutschunterricht das Thema „Werbung“ bearbeitete, interessierte ich mich für das Thema der sozialen Werbung an Schulen in Deutschland und Belarus.

Die moralische Entwicklung der Persönlichkeit ist zu einem ernststen Problem für die heutige Generation geworden. Die soziale Werbung regt uns dazu an, unsere Lebenseinstellung zu hinterfragen.

Auf der einen Seite sind die Ressourcen der sozialen Werbung in der Schule enorm, auf der anderen Seite verursacht die moderne soziale Werbung „Informationsrauschen“. Die Frage ist offen und muss diskutiert werden.

Ziel der Arbeit: eine solche soziale Werbung zu schaffen, die für die moderne Jugend interessant wäre.

Forschungsgegenstand: Werbefläche der staatlichen Bildungseinrichtung „Oktjabrskaja Mittelschule nach I.P. Sobolev des Bezirks Witebsk“ und Kaufmännische Schule in Nagold .

Gegenstand der Untersuchung: gedruckte soziale Werbung (Broschüren, Prospekte, Plakate) in der staatlichen Bildungseinrichtung „Oktjabrskaja Mittelschule nach I. P. Sobolewa des Bezirks Witebsk“ und Kaufmännische Schule in Nagold .

Zielsetzungen:

1. Das Studium der Literatur zum Thema „Soziale Werbung“.
2. Erstellung und Analyse eines Fragebogens zum Thema „Relevanz von sozialer Werbung in der Schule“.
3. Erstellung einer neuen Art von sozialer Werbung in der Schule und Analyse ihrer Wirksamkeit.

Zur Lösung der gestellten Aufgaben wurden **die folgenden Forschungsmethoden** eingesetzt:

1. etymologische Analyse;
2. theoretische Methode (Studium der Literatur, Verständnis und Verallgemeinerung der Forschungsergebnisse);
3. empirische Methode: die Beobachtung.

Praktische Bedeutung: Steigerung der Motivation der Schüler, die Regeln einer gesunden Lebensweise zu befolgen, auf der Grundlage des erstellten QR-Posters und die Populisierung der deutschen Sprache.

Als Ergebnis meiner Arbeit habe ich eine neue Art von sozialer Werbung in unserer Schule geschaffen: zweisprachiges QR-Poster, die das Interesse der SchülerInnen wecken.

Außerdem habe ich im Laufe der Arbeit:

- ich habe die Literatur zum Thema „Soziale Werbung“ studiert und bin zu dem Schluss gekommen, dass soziale Werbung in der Schule ein großes Entwicklungspotenzial hat. Sie wirkt sich auf die moralischen Werte junger Menschen aus, formt die öffentliche Meinung und hilft, Prioritäten im Leben zu setzen;
- führte eine Umfrage auf Deutsch unter Schülern der Klassen 7-11 durch und fand heraus, dass das aktuellste Thema der sozialen Werbung die Werbung gegen Süchte und für einen gesunden Lebensstil ist;
- um zu erfragen, ob gedruckte soziale Werbung in deutschen Schulen heutzutage eingesetzt wird;
- Ich habe ein QR-Poster zum Thema gesunder Lebensstil erstellt, das bei meinen Mitschülern großen Anklang fand. Das erstellte QR-Poster bot die Möglichkeit, das offensichtliche Interesse der SchülerInnen am Problem der gesunden Lebensweise zu erkennen. Eine große Anzahl von Schülern nutzte es im Laufe des Monats.

QR-Poster können eine interessante Methode sein, um die Aufmerksamkeit der SchülerInnen auf soziale Werbung zu lenken. Die Technologie ist überall und auf jedem Smartphone verfügbar. Soziale Werbung mit Hilfe dieser Technologie kann sowohl in Bildungseinrichtungen als auch in anderen sozialen Objekten verbreitet werden.

Diese Arbeit hat mir neues Fachwissen vermittelt und mein Interesse nicht nur am Erlernen einer Fremdsprache, sondern auch an Informatik und selbstständiger Forschungsarbeit gesteigert. Ich plane, E-Mails in den Schulen im Bezirk Witebsk zu schicken, um die deutsche Sprache und diese Art von Werbung in der Schule zu popularisieren.

Д. Соловьёва (ГУО «Средняя школа № 16 г. Полоцка»)

Е. А. Чекмарёва (научный руководитель)

DIE SPRACHE DER DEUTSCHEN MÄRCHEN UND IHRE VERWENDUNG IM ALLTAG

Jede Sprache verändert sich mit der Zeit. Entlehnungen, Internationalismen, Dialektismen, Wörter des Jugendjargons nehmen ihren Platz im Wortschatz und werden zu den Bestandteilen der Sprache. Moderne Werbung, Blogs, Podcasts sind Quellen der neuen Begriffe und Redewendungen. Es wird aber gesagt, dass wir alle aus unserer Kindheit stammen. Und welche Quelle bereichert den Wortschatz der Kinder? Natürlich Märchen! Ich habe mir eine Frage gestellt, ob Worte und Ausdrücke aus den Märchen immer noch im deutschen Alltag ihren Gebrauch finden.

Das Ziel meiner Arbeit wäre, die Sprache der deutschen Märchen zu analysieren und Redewendungen zu finden, die im heutigen Leben immer noch gebräuchlich sind. Meine **Aufgaben** habe ich auf solche Weise formuliert: 1) die Besonderheiten der deutschen Märchen mittels der strukturellen Analyse zu untersuchen, 2) Beispiele zu den theoretischen Grundlagen in den Märchen zu finden, 3) die Verwendung des Märchenwortschatzes im modernen Deutschen zur Kenntnis zu nehmen, 4) festzustellen, ob Zitate aus Märchen heute in ihrer Verwendung angepasst wurden.

Die Besonderheiten der deutschen Märchen wurden untersucht und analysiert, entsprechende Beispiele ausgesucht. Zitate aus den Märchen wurden mit den angepassten Redewendungen verglichen. Zu den Untersuchungsmethoden gehören Quellenarbeit, vergleichende Analyse und Synthese. **Ergebnisse und deren Beurteilung.** Das Grundwort 'Mär(e)' ist eine Bildung zu dem im Norddeutschland untergegangenen Verb 'mären' – 'verkündigen, rühmen', das von

einem alten Adjektiv für ‘groß, bedeutend, berühmt’ abgeteilt ist. *Märchen heißt Erzählung, in der Personen, wie z.B. Hexen, Riesen, Zwerge und unwirkliche Ereignisse vorkommen.* Man klassifiziert alle Märchen nach Autoren- und Volksmärchen. Die bekanntesten Märchensammler Deutschlands waren Wilhelm und Jacob Grimm. Sie haben die erzählten Volksmärchen überarbeitet, ausgeschmückt und sprachlich aneinander angeglichen. Ihre Werke gehören zu den besten in der Weltliteratur und haben eine besondere Sprache.

Deutsche Märchen verfügen über Heldennamen, die überall bekannt sind: Schneewittchen, Rotkäppchen, der Froschkönig, der gestiefelte Kater u.a. Viele Märchen enthalten gereimte Verse, die besonders wichtige Momente hervorheben und sie unvergesslich machen, z.B. *Knusper, Knusper, Knäuschen, wer knuspert an meinem Häuschen? Der Wind, der Wind, das himmlische Kind.* Alles, was es über Zahlensymbolik an Wissen gibt, findet sich auch in den Märchen. Besonders häufig kommen die Zahlen 2, 3 und 7 vor. Ab und zu tauchen 12 und 13 auf. Die Zahl 2 z.B. bedeutet alle möglichen Gegensätze: gute und böse Hälfte, innere und äußere Seite: z.B. Aschenputtel und 2 böse Schwestern, Goldmarie und Pechmarie in „Frau Holle“. Es ist auch unbedingt zu betonen, dass der Märchenwortschatz oft die Grenzen der Standardsprache überschreitet. Märchen erhalten oft spezifische Begriffe, die mit Traditionen, Bräuchen und dem ländlichen Leben verbunden sind, wie Zwerge, Hexen oder Elfen.

Umgangssprachliche Ausdrücke werden auch gebraucht, besonders wenn die Einstellung des Sprechers dem Helden gegenüber negativ ist.

– Sag mir einmal, du **Bengel**, was soll ich nun mit dir anfangen?

Gehobene Ausdrücke kommen auch oft vor.

– Frag, ob sie seine **Gemalin** (Ehefrau) werden wollte! In vielen Märchen werden Archaismen (*Sie gingen über den **Kirchhof**/ Friedhof*), Historismen (*Sie trug eine **Bütte**/ ein großes Gefäß*), Neologismen oder Bildungen der Autoren (*Da gab ihr der König seine **Traumbörse***) gebraucht. Die Verwendung von Metaphern und Vergleichen ist in Märchen stark ausgeprägt, um Emotionen und Szenen lebendig darzustellen. Der Winter z.B. symbolisiert emotionale Kälte und Isolation. Einfache Satzstrukturen machen die Geschichten für Kinder zugänglich. Märchen haben in der deutschen Alltagssprache ihre Spuren hinterlassen.

Ach, wie gut, dass niemand weiß... – könnte zum Beispiel jemand vor sich hinmurmeln, während er etwas Verbotenes macht- und weiß dabei gar nicht, dass er gerade Rumpelstilzchen zitiert. Der Ausdruck *es war einmal* benutzt man gerne etwas ironisch, um Zuhörer dafür zu interessieren. *Und wenn sie nicht gestorben sind, dann leben sie noch heute.* Diese Phrase bedeutet, dass alles sich immer wiederholt und auch heute noch passieren kann. Der Begriff *der Dornröschenschlaf* und die Redewendung *aus dem Dornröschenschlaf erwachen* werden gebraucht, wenn jemand plötzlich versteht, dass er früher falsche

Vorstellungen hatte. Auch in der Politik ist das ein gern benutztes rhetorisches Mittel, um dem Gegner zu sagen: *Du hast den Zug der Zeit verpasst, deine Ideen sind altmodisch, unzeitgemäß.* Jemand, der den ganzen Tag hart gearbeitet hat, darf abends *den Schlaf der Gretchen* schlafen, einen besonders tiefen, erholsamen Schlaf. *Die Prinzessin auf der Erbse* ist eine sehr empfindliche Person. Ich habe viele deutsche Märchen durchanalysiert, um andere Redewendungen zu finden, die heute noch verwendet werden. Hier sind einige davon.

1. *Das ist der springende Punkt.* Diese Redewendung stammt aus dem Märchen „Der Froschkönig“, wo es geht um das Einhalten von Versprechen geht.

2. *Die Spreu von Weizen trennen.* Im Märchen „Hänsel und Gretel“ müssen sich die Geschwister in einer gefährlichen Situation entscheiden, wem sie trauen sollten.

3. *In der Klemme stecken.* Im Märchen „Rotkäppchen“ findet sich die Heldin in einer gefährlichen Lage, als sie dem Wolf begegnet.

4. *Jemandem ein X für ein U vormachen.* Dieser Ausdruck bedeutet, jemanden zu täuschen, wie der Wolf z.B. die Geißlein täuscht, um sie zu fangen.

5. *Auf den letzten Drücker.* In vielen Märchen gibt es Situationen, in denen die Protagonisten in letzter Minute gerettet werden.

Ich möchte Ihnen noch einige Ausdrücke vorstellen, die in deutschen Märchen vorkommen oder von ihnen inspiriert sind: *Das Böse kommt oft in schönen Gewändern, Man kann den Baum nicht nach dem Obst beurteilen, Den Teufel an die Wand malen, Das ist nicht mein Bier, Das Kind beim Namen nennen, Auf Wolke sieben schweben.*

Trotzdem haben sich einige dieser Redewendungen im modernen Deutschen teilweise verändert oder sind in ihrer Verwendung angepasst worden. Hier sind einige Gründe:

a) vereinfachte Formulierungen. Anstatt *Die Spreu vom Weizen trennen* sagt man einfach: „Gutes vom Schlechten trennen“.

b) Umgangssprache. *Die Katze aus dem Sack lassen* könnte heute wie „Das Geheimnis lüften“ ausgedrückt werden.

c) neuer Kontext. *Auf Wolke sieben schweben* wird häufig in romantischen Situationen genutzt, aber weniger in einem Märchenkontext.

d) kulturelle Anpassungen. Mit dem Einfluss anderer Kulturen und Medien haben viele Ausdrücke neue Bedeutungen oder Varianten angenommen, insbesondere durch Filme und Serien.

Mittels der Analyse von Besonderheiten der traditionellen Märchensprache und von ihrer heutigen Variante haben wir unser Ziel erreicht. Redewendungen aus Märchen sind in der deutschen Sprache tief verwurzelt und werden immer noch verwendet.

М. Старовойтова (ГУО «Средняя школа № 4 г. Иваново»)
С. В. Волощук (научный руководитель)

IST JEDER NETZWERK-KONTAKT EIN FREUND, ODER WIE UNTERSCHIEDEN SICH FREUNDSCHAFTEN IN DER DIGITALEN ÄRA?

Freundinnen und Freunde zu haben ist das Schönste auf der Welt! Man kann mit ihnen lachen, bis der Bauch wehtut. Mit Freunden teilen wir unsere Geheimnisse und unser Pausenbrot. Sie begleiten uns durch unsere Kindheit, Schulzeit und Jugend.

Heutzutage verliert aber der Begriff „Freundschaft“ seine wahre Bedeutung. Instagramm, TikTok und Co. – die Menschen sind so vernetzt wie nie. Aber trotzdem fühlen sich fast 60 Prozent der 20- bis 40-Jährigen häufig bis ständig einsam. Die moderne Gesellschaft ist eher formell und geschäftlich als freundlich. Das allgemein akzeptierte Verständnis von Freundschaft ändert sich. In der modernen Gesellschaft finden Prozesse der Verarmung menschlicher Beziehungen und der Übersetzung der Kommunikation in eine elektronische Version statt. Und das ist ein Mechanismus, um die Werte der Freundschaft zu vergessen.

Es gibt viele Jugendbücher, die das Thema Freundschaft in den Mittelpunkt stellen und auf verschiedene Weisen die Bedeutung von Freundschaft und zwischenmenschlichen Beziehungen für Jugendliche erkunden. Als Grundlage dieser Arbeit wurde das Jugendbuch "Die Vorstadtkrokodile" von Max von dem Grün gewählt. Der Roman beschäftigt sich mit den Themen Freundschaft, Fernweh. Das Hauptthema ist die Freundschaft der Protagonisten und die Bedeutung einer Clique für Kinder und Jugendliche.

Das Ziel der Arbeit ist, die Besonderheiten der realen und virtuellen freundschaftlichen Beziehungen im Teenageralter zu erlernen und Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Freundschaften kritisch zu bewerten.

Reale und virtuelle Freundschaften weisen unterschiedliche Merkmale und Dynamiken auf, stellen aber dennoch wichtige soziale Bindungen dar. Wir nehmen an, dass reale Freundschaften durch persönliche Interaktionen und gemeinsame Erlebnisse eine tiefere emotionale Verbundenheit fördern können. Virtuelle Freundschaften aber ermöglichen es, soziale Netzwerke zu erweitern und Kontakte zu knüpfen, die über geografische Grenzen hinausgehen.

Das Thema ist aktuell. Man muss die Jugendlichen dazu ermutigen, einen bewussteren Umgang mit digitalen Medien und sozialen Netzwerken zu pflegen, um positive und gesunde Beziehungen online aufzubauen und gleichzeitig Risiken zu minimisieren.

In dieser Forschungsarbeit werden die Darstellung von Freundschaft im Buch "Die Vorstadtkrokodile" analysiert und gleichzeitig die Frage aufgeworfen, ob Jugendliche heute, in einer Welt von sozialen Medien und sich wandelnden sozialen Strukturen, noch tiefe und bedeutsame Freundschaften pflegen können.

Freunde sind in unserem Leben kein Luxus, sondern unverzichtbar – denn ohne Freunde ist es schwer bis unmöglich, Selbstbewusstsein zu entwickeln, Krisen zu überstehen und glücklich zu werden.

Netzfreundschaft ist eine Freundschaft, die durch das Internet oder soziale Medien entstanden ist und vorrangig online gepflegt wird. Solche Freundschaften können zwischen Personen entstehen, die sich in der realen Welt vielleicht nie treffen können, aber durch gemeinsame Interessen, Hobbys oder Erfahrungen online miteinander in Kontakt treten und eine Verbindung aufbauen.

Freundschaft als eines der grundlegenden menschlichen Bedürfnisse spielt eine zentrale Rolle im sozialen Gefüge von Jugendlichen. Die Frage nach der Möglichkeit echter Freundschaft in unserer heutigen Gesellschaft, die von digitalen Medien und individuellen Lebensstilen geprägt ist, ist von großer Relevanz. Um diese Frage zu erörtern, werfen wir einen Blick auf das Buch "Die Vorstadtkrokodile" des deutschen Autors Max von der Grün, das 1976 erstmals veröffentlicht wurde. Das Werk erzählt die Geschichte einer außergewöhnlichen Jugendfreundschaft und ermöglicht eine intensive Auseinandersetzung mit den facettenreichen Aspekten des zwischenmenschlichen Bandes.

Das Buch "Die Vorstadtkrokodile" zeichnet das Bild einer Gruppe von Jugendlichen, die sich selbst als "Vorstadtkrokodile" bezeichnen. Diese Clique besteht aus individuellen Persönlichkeiten mit unterschiedlichen Hintergründen und Fähigkeiten, die dennoch durch eine tiefe Freundschaft miteinander verbunden sind.

Hannes, Frank, Theo, Rudolf, Otto, Willi, Peter, Olaf und dessen Schwester Maria sind die "Vorstadtkrokodile" – eine Kinderbande aus Dortmund zwischen zehn und dreizehn Jahren, die bereits seit dem Kindergarten miteinander befreundet ist.

Zu Beginn des Buches haben die Vorstadtkrokodile unterschiedliche Hintergründe und Persönlichkeiten. Durch ihre gemeinsamen Abenteuer entwickeln sie jedoch eine gemeinsame Identität, die auf ihrer Freundschaft basiert. Die Gruppe wird zu einer Einheit, die durch ihre Zusammengehörigkeit gestärkt wird.

Jeder Charakter in der Clique hat seine eigene Persönlichkeit, Fähigkeiten und Hintergrundgeschichte. Die Geschichte zeigt, wie die Jugendlichen durch ihre gemeinsamen Erlebnisse und Herausforderungen wachsen und ihre Freundschaft stärken. Man zeigt die Fähigkeit der Gruppe, über äußere Unterschiede hinweg wahre Verbundenheit zu entwickeln. Die Freundschaft zwischen den Krokodilen basiert auf Vertrauen und gegenseitiger Unterstützung, stellt eine tiefgehende Verbindung dar und wird durch gemeinsame Interessen und gemeinsamen Spaß gestärkt.

Der Vergleich zwischen *virtuellen Freundschaften* und der *Freundschaft der Vorstadtkrokodile* aus dem Buch "Die Vorstadtkrokodile" bietet interessante Einblicke in die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Freundschaften in der realen Welt und solchen, die in virtuellen Räumen entstehen. Hier sind einige Aspekte, die bei diesem Vergleich berücksichtigt werden können.

Traditionelle Freundschaften entwickeln sich oft durch *gemeinsame Erlebnisse* und *das Überwinden von Herausforderungen*. Im Buch sehen wir, wie die Vorstadtkrokodile durch reale Abenteuer ein tiefes Vertrauen und einen starken Zusammenhalt entwickeln.

Persönliche Bindung und Empathie sind oft stärker in traditionellen Freundschaften ausgeprägt. Im digitalen Kontext kann es schwierig sein, die emotionale Tiefe zu erreichen, die durch persönliche Interaktionen entsteht.

Die Vorstadtkrokodile sind lokal verankert, was bedeutet, dass ihre Freundschaft *auf physischer Nähe* basiert. Virtuelle Freundschaften können über geografische Grenzen hinweg bestehen und erlauben den Kontakt mit Menschen aus verschiedenen Teilen der Welt.

Die Freundschaften der Vorstadtkrokodile werden durch *gemeinsame Abenteuer, Vertrauen und den Zusammenhalt* während schwieriger Situationen vertieft. Virtuelle Freundschaften können auch tief sein, erfordern jedoch möglicherweise mehr bewusste Anstrengungen, um eine ähnliche emotionale Intensität zu erreichen.

Die Vorstadtkrokodile teilen *reale, gemeinsame Erlebnisse und Abenteuer*. Virtuelle Freundschaften neigen dazu, auf geteilten Interessen oder Diskussionen basieren, aber es fehlt oft die unmittelbare physische Erfahrung.

Vertrauen in virtuellen Freundschaften kann durch *geteilte Informationen, Offenheit und Ehrlichkeit* aufgebaut werden, ähnlich wie in realen Freundschaften. Die Vorstadtkrokodile entwickeln Vertrauen durch persönliche Interaktion und die Bereitschaft, einander in schwierigen Zeiten zu unterstützen.

Virtuelle Freundschaften werden oft durch soziale Medien und Online-Plattformen erleichtert. Die Vorstadtkrokodile hatten solche digitalen Hilfsmittel nicht, was ihre Freundschaft auf traditionelle Weise wachsen ließ.

Virtuelle Freundschaften nutzen verschiedene Kommunikationswege wie Textnachrichten, Videoanrufe und soziale Medien. Die Vorstadtkrokodile kommunizieren direkt.

Die "Vorstadtkrokodile" sind fiktive Charaktere aus einer Jugendbuchreihe von Max von der Grün. Die Hauptfiguren sind eine Gruppe von Jugendlichen, die sich zu einer engen Freundschaft zusammenschließen. In der Geschichte durchleben die Vorstadtkrokodile *gemeinsame Abenteuer, überwinden Herausforderungen* und stehen einander bei. Sie repräsentieren die Idee von tiefen und solidarischen Freundschaften, die in schwierigen Zeiten zusammenhalten und einander unterstützen.

Obwohl die Rahmenbedingungen unterschiedlich sind, teilen Freundschaften, sei es offline wie bei den Vorstadtkrokodilen oder online wie bei Netzfreundschaften, grundlegende Elemente wie *gemeinsame Interessen, Unterstützung, Vertrauen und gemeinsame Aktivitäten*. Diese gemeinsamen Merkmale betonen die Universalität von Freundschaftsaspekten, unabhängig von den spezifischen Umständen, in denen sie entstehen.

Virtuelle Freundschaft und Freundschaft der Vorstadtkrokodile

<i>Elemente der Freundschaft</i>	<i>Vorstadtkrokodile:</i>	<i>Netzfreundschaften:</i>
Gemeinsame Interessen:	Die Gruppe formt sich aufgrund gemeinsamer Interessen und Abenteuerlust.	Gleiches Interesse an bestimmten Themen oder Hobbys ist die Grundlage für die Entstehung von Netzfreundschaften.
Unterstützung und Zusammenhalt:	Die Mitglieder der Gruppe stehen einander bei und zeigen Solidarität, insbesondere in schwierigen Situationen.	Auch in Netzfreundschaften kann es eine starke emotionale Unterstützung und Zusammenhalt geben, wenn Menschen einander durch persönliche Herausforderungen helfen.
Gemeinsame Aktivitäten:	Die Gruppe unternimmt gemeinsame Aktivitäten und Abenteuer, was ihre Freundschaft stärkt.	Virtuelle gemeinsame Aktivitäten, wie das Spielen von Online-Spielen oder die Zusammenarbeit an Projekten können auch die Basis für starke Netzfreundschaften bilden.
Vertrauen und Loyalität:	Die Mitglieder der Gruppe vertrauen einander und zeigen Loyalität.	Vertrauen und Loyalität sind auch in Netzfreundschaften von entscheidender Bedeutung, da Menschen oft persönliche Informationen teilen und sich auf die Unterstützung ihrer Freunde verlassen.
Überwindung von Hindernissen:	Die Gruppe überwindet gemeinsam Hindernisse und stellt sich Herausforderungen.	Netzfreundschaften können ebenfalls Hindernisse überwinden, sei es in Form von räumlicher Distanz, kulturellen Unterschieden oder digitalen Herausforderungen.

Beide Formen von Freundschaften haben ihre eigenen Vor- und Nachteile. Es hängt oft von den individuellen Präferenzen, den Umständen und den gemeinsamen Zielen ab, welche Art von Freundschaft für Menschen am bedeutungsvollsten ist.

Man kann behaupten, dass nicht jeder Netzwerk-Kontakt automatisch als Freund betrachtet werden kann und die Art von Freundschaften sich in der digitalen Ära auf verschiedene Weisen verändert hat. Im Kontext des Buches "Die Vorstadtkrokodile" und unter Berücksichtigung moderner Entwicklungen können wir die Unterschiede in der Natur von Freundschaften in der digitalen Ära genauer betrachten.

Was ist besser: Realität oder Virtualität? Die Antwort ist einfach: jedem sein eigenes. Jeder wählt seinen eigenen Weg. Aber die Kommunikation mit anderen Menschen über das Netzwerk kann jedoch echte Freunde und die Live-Kommunikation mit ihnen nicht ersetzen. Deswegen sollen wir unser Leben nicht durch Netzwerkkontakte beschränken. Kommunizieren wir „live“, gehen wir ins Kino, ins Theater, spazieren, genießen jede Gelegenheit, sich zu treffen, die Person an der Hand zu halten, ihr in die Augen zu schauen! Denn wer glaubt, dass jeder Facebook-Kontakt ein Freund ist, der weiß nicht, was Freundschaft bedeutet.

А. Тагиева (ГУО «Средняя школа № 1 г. Пружаны имени Краснознамённого Белорусского военного округа)

О. В. Симонович (научный руководитель)

DEUTSCH UND ESPERANTO: WIE ÄHNLICH SIND DIE BEIDEN SPRACHEN?

Der Mensch lernt Fremdsprachen, seitdem er anderssprachigen Menschen begegnet. Mindestens zwei oder drei Fremdsprachen zu sprechen, ist heute nicht nur eine Notwendigkeit, sondern gehört zum Standard. Der Prozess des Fremdsprachenerlernens ist nicht so einfach. Viele Menschen denken: „Wie kann man schnell und problemlos eine Fremdsprache erlernen? Gibt es eine einfache Sprache zum Lernen?“ Schon seit mehr als 100 Jahren gibt es so eine Sprache: Esperanto. Das ist eine besondere Sprache, eine sogenannte Plansprache. Sie gehört zu keinem Volk, aber sie wird weltweit von den Menschen benutzt. Hier entstehen die Fragen: Lohnt es sich Esperanto zu lernen? Wie ist diese Sprache aufgebaut? Wie ähnlich sind Deutsch und Esperanto? Ist es leicht, diese Sprache zu erlernen, wenn man Deutsch beherrscht?

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist die Geschichte und den Aufbau von Esperanto zu untersuchen und zu bestimmen, ob Deutsch und Esperanto ähnlich sind. Die weiteren Aufgaben sind:

- die Geschichte von Esperanto zu erforschen;
- den Aufbau von Esperanto zu untersuchen und mit der deutschen Sprache zu vergleichen;
- das Vorhandensein der ähnlichen Elemente der deutschen Sprache und Esperanto festzustellen;
- die Umfrage der Schüler, die Deutsch sprechen, durchzuführen;
- die Hypothese zu beweisen;

Hypothese:

Esperanto und Deutsch haben sowohl Ähnlichkeiten als auch Unterschiede. Aber viele wortbildende, morphologische und syntaktische Merkmale in Esperanto sind den Merkmalen der deutschen Sprache ähnlich. Wenn man Deutsch beherrscht, kann man auch viele Wörter in Esperanto verstehen. Es lohnt sich, Esperanto zu lernen.

Das Forschungsobjekt ist die Plansprache Esperanto im Vergleich zu der deutschen Sprache.

Der Forschungsgegenstand sind die wortbildenden, morphologischen und syntaktischen Merkmale in Esperanto und in der deutschen Sprache.

Um das Ziel zu erreichen und die Hypothese zu überprüfen, wurden folgende Forschungsmethoden gebraucht:

- die Analyse der Literatur;
- die Umfrage;
- die Bearbeitung der Daten;
- die Vergleichsanalyse;

Während der Arbeit an diesem Thema wurden folgende Quellen benutzt: Internet-Ressourcen, die Informationen, die während der Umfrage bekommen wurden.

Diese Arbeit ist für die Menschen nützlich, die sich für Fremdsprachen interessieren. Sie zeigt, dass man keine Angst vor dem Fremdsprachenlernen haben sollte. Die Sprachen sind oft miteinander verbunden. Die Kenntnisse einer Sprache helfen oft beim Erlernen einer anderen Sprache.

Die Arbeit besteht aus der Einleitung, fünf Kapiteln, dem Fazit, dem Literaturverzeichnis, dem Anhang. Kapitel eins erzählt über die Geschichte der Plansprache Esperanto. Der Erfinder von Esperanto war Ludwik Lejzer Zamenhof (1859-1917), ein Augenarzt. Er lebte in Polen in Bialystok. Dort wohnten viele Nationalitäten. Jede von dieser Gruppe sprach ihre eigene Sprache. Und die Sprache grenzte diese Gruppen voneinander ab. Zamenhof wollte die Menschen verbinden. Er träumte von einer einfach erlernbaren Sprache, um die Verständigung zwischen Menschen verschiedener Nationen zu erleichtern. Er arbeitete an der neuen Sprache. Diese Arbeit dauerte sechs Jahre. Zamenhof war überzeugt, dass die Sprache keine umfangreichen grammatischen Regeln braucht. Er begann, überflüssige Formen zu entfernen und kam bald zu einer minimalistischen Grammatik. Während der Arbeit am Wortschatz bemerkte der Autor bald, dass die derzeitigen Sprachen eine riesige Menge fertiger Wörter enthalten, die bereits international und vielen Völkern bekannt sind. Als Quelle des Wortschatzes verwendete er latein-germanische Wortwurzeln, wobei er die einfachsten und internationalsten Formen wählte. So testete Zamenhof jahrelang die Funktionsfähigkeit seiner Sprache, bevor er die Grundlagen dieser Sprache veröffentlichte. 1887 erschien das Grundlehrbuch von Esperanto in Warschau unter dem Pseudonym Dr. Esperanto (Esperanto = Hoffender). Das Buch war in russischer Sprache und hatte 40 Seiten. Danach folgten polnische, französische und deutsche Ausgaben dieses Buches.

Kapitel zwei ist der heutigen Verbreitung der Plansprache Esperanto gewidmet. Esperanto entwickelte sich zu einem gesellschaftlichen Phänomen. Es wurden zuerst Esperanto-Sprachgruppen und danach eine Esperanto-Sprachgemeinschaft gegründet. Diese Gemeinschaft entwickelte sich zu einem internationalen Bund. Heute hat der Esperanto-Bund Mitglieder in mehr als 130 Ländern in allen Erdteilen. Weltweit sprechen diese Sprache etwa zwei Millionen

Menschen. Esperanto wird in erster Linie als zweite Sprache gelernt, aber es gibt ungefähr zweitausend Menschen, die mit Esperanto als Muttersprache aufgewachsen sind. Im Internet gibt es über 240 000 Artikel auf Esperanto. Viele bedeutende literarische Werke sind auf Esperanto übersetzt worden. Das sind klassische und moderne Werke. Um Esperanto zu lernen, gibt es verschiedene Sprachkurse. Weltweit lernen fast 16 600 Schüler in 500 Schulen Esperanto. Auf Esperanto kann man Radiosendungen hören. In deutscher Stadt Herzberg am Harz hat sich Esperanto durchgesetzt. Man nennt sie die Esperanto-Stadt. Diese Stadt hat etwa 13 000 Einwohner und liegt im Süden Niedersachsens. Hier ist der Sitz des Deutschen Esperanto-Zentrums. Viele Straßenschilder sind zweisprachig, es gibt ein Esperanto-Cafe. Jährlich kommen tausende Besucher, die Esperanto sprechen, aus rund 51 Ländern nach Herzberg. Viele berühmte Menschen schätzten Esperanto. Das waren Lew Tolstoi, Maxim Gorkij, Konstantin Paustowskij, Janka Kupala und Jakub Kolas. Auch der belarussische Schriftsteller Janka Mawr beherrschte Esperanto selbst. In Belarus ist diese Sprache heutzutage nicht verbreitet. Es gibt auch keine statistischen Angaben. In den Medien kann man ein paar Interviews mit Esperanto-Sprechern lesen. Diese Menschen lernen die Plansprache Esperanto privat.

Kapitel drei berichtet über den Aufbau der Plansprache Esperanto. Das Alphabet hat 28 Buchstaben. Die Basis des Alphabets ist das lateinische Alphabet. Jeder Buchstabe entspricht einem Sprachlaut. So wird jedes Wort ausgesprochen, wie es geschrieben wird. Die meisten Laute werden wie im Deutschen ausgesprochen. Die Vokale werden mittellang ausgesprochen. Die Wortbetonung liegt auf der vorletzten Silbe jedes Wortes. In Esperanto gibt es insgesamt nur sechzehn grammatische Regeln. Esperanto hat nur einen bestimmten Artikel *la*, der im Plural und im Akkusativ unverändert bleibt. Es gibt keinen unbestimmten Artikel. Die Sprache Esperanto funktioniert wie ein Baukastensystem. Zamenhof entwickelte das System von Vor- und Nachsilben. Sie tragen eine bestimmte Bedeutung. Sie werden vor und hinter die Wortwurzel gesetzt und modifizieren die Bedeutung der Wortwurzel. Man kann also zum Beispiel aus dem Substantiv ganz einfach ein Adjektiv bilden: aus *patro* 'Vater' wird *patra* 'väterlich'. Die Substantive enden auf *-o*: *hotelo*, *buso*, *jaro*, *lampo*. Die Substantive haben keine männliche, weibliche und sachliche Form. Es gibt die Nachsilbe *-in*, die die weibliche Form ausdrückt. In Esperanto gibt es nur zwei Fälle: den Nominativ und den Akkusativ. In Esperanto haben die Adjektive die Endung *-a*: *aktiva*, *moderna*, *warma*. Adverbien haben die Endung *-e*: *interese* 'interessant'. Verben in der Grundform haben die Endung *-i*: *danki*, *lerni*, *studi*, *fali*. Der Satzbau in Esperanto ist ziemlich flexibel. Gewöhnlich wird gerade Wortfolge benutzt.

Im Kapitel vier wird die Vergleichsanalyse von Deutsch und Esperanto durchgeführt. Deutsch und Esperanto haben Gemeinsamkeiten. Esperanto und Deutsch benutzen das lateinische Alphabet. In Esperanto gibt es viele deutsche Wortwurzeln: *bildo* 'Bild', *buso* 'Bus', *danki* 'danken', *fali* 'fallen', *fremda* 'fremd', *warma* 'warm' und andere. Die beiden Sprachen haben einen bestimmten Artikel; in den meisten Fällen stimmt die Verwendung des bestimmten Artikels *la* mit der

Verwendung des deutschen bestimmten Artikels. Es gibts zusammengesetzte Wörter, bei denen das letzte Wort ein Grundwort ist. In Deutsch und Esperanto gibt es ähnliche feste Adverbien: *nun* 'nun', *nur* 'nur', *for* 'fort', *morgaŭ* 'morgen'. Das verneinende Wort steht gewöhnlich vor dem Wort, das verneint werden soll. Esperanto und Deutsch haben auch Unterschiede. In Esperanto gibt es spezifische Tabellwörter, die in der deutschen Sprache fehlen. In Esperanto gibt es keinen unbestimmten Artikel. In Esperanto gibt es Buchstaben *ĉ, ĝ, ĥ, ĵ, ŝ, ŭ*. Der Satzbau in Esperanto ist flexibel; in der deutschen Sprache hat die Wortfolge ihre Regeln. In Esperanto und in der deutschen Sprache sind ähnliche Elemente vorhanden. Das sind wortbildende, morphologische und syntaktische Merkmale. Kann man die Wörter in Esperanto verstehen, wenn man Deutsch beherrscht?

Um diese Frage zu beantworten, wurde eine Umfrage unter 20 Schülerinnen und Schülern, die Deutsch als Fremdsprache lernen, durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Umfrage werden im fünften Kapitel präsentiert. Aus dem Grundwörterbuch „Esperanto – Deutsch“ von Josef Fliegner wurden 15 Substantive (*akademio, apetito, bildo, buso, citriono, demokratio, doktoro, elemento, familio, fenestro, hotelo, jaro, kato, lampo, temo*); 15 Adjektive (*aktiva, aroganta, banala, dika, falsa, fremda, moderna, naiva, normala, originala, radikala, reala, sata, stabila, warm*) und 15 Verben (*baki, bindi, danki, fali, gratuli, kombini, komponi, kopii, lerni, studi, trafi, treti, trinki, voli, zorgi*) mit den deutschen Wurzeln gewählt. Die Befragten sollten in diesen Wörtern deutsche Wörter erkennen und sie aufschreiben. Die Ergebnisse waren interessant. Alle Teilnehmer erkannten die deutschen Wörter in den Esperanto-Wörtern. Insgesamt waren das 80% der Substantive, 80 % der Adjektive und 73 % der Verben. Die Kenntnisse der deutschen Sprache halfen den deutschsprachigen Schülerinnen und Schülern dabei. Die Hypothese wurde bestätigt. Wenn man Deutsch beherrscht, kann man auch viele Wörter in Esperanto verstehen. Es lohnt sich, Esperanto zu lernen. Das ist eine internationale Sprache. Sie wird von einer lebendigen, weltweiten Sprechergemeinschaft täglich verwendet. Die Sprachwissenschaftler behaupten, dass man nur 150 Unterrichtsstunden braucht, um Esperanto sprechen zu können. Der Wortschatz ist verschiedenen Sprachen entnommen. Viele Wörter sind international bekannt. Wenn man Esperanto beherrscht, kann man leicht noch Spanisch, Französisch und Italienisch erlernen. Diese Sprache ist von der UNESCO anerkannt. Esperanto gibt die Möglichkeit, mit Menschen aus verschiedenen Ländern zu diskutieren und ins Gespräch zu kommen. Dank eines Jahrbuchs namens „Pasporta Servo“ kann man günstig reisen und auf der ganzen Welt Unterkunft bei Esperantisten finden. Man kann an internationalen Treffen und Festivals mit Musik und Vorführungen auf Esperanto teilnehmen.

Zwei Dinge machen Esperanto besonders. Erstens ist Esperanto leicht sogar selbstständig erlernbar. Zweitens ist es neutral, denn Esperanto gehört keinem Land und keinem Volk. Esperanto ist eine gute Lösung, eine gleichberechtigte Kommunikation zwischen Menschen mit den verschiedenen Muttersprachen zu ermöglichen. Außerdem steht Esperanto für die Ideale des Humanismus, Völkerverständigung, Gleichberechtigung und Respekt vor dem anderen.

Д. Чугунов (ГУО «Средняя школа № 11 г. Светлогорска»)
М. В. Будник (научный руководитель)

DIE KORNBLUME ALS NATIONALES SYMBOL VON BELARUS UND DEUTSCHLAND: LINGUOKULTURELLER ASPEKT

Blumen spielen eine bedeutende Rolle im menschlichen Leben. Sie sind nicht nur für dekorative und ästhetische Darstellung wichtig. Sie sind an der Übertragung religiöser, symbolischer, ästhetischer und mythologischer Darstellungen in verschiedenen Kulturen beteiligt. Jedes Land hat seine eigene nationale Blume, die die nationale Geschichte und die Kultur des Landes widerspiegelt, die Besonderheiten der Mentalität des Volkes offenbart. Der Begriff „Nationalblume“ ist ziemlich alt. Er war entstanden, bevor sich in den meisten Ländern Staatsflaggen etablierten. Früher spielte die Nationalblume eine große Rolle und war ein Symbol, eine Art Unterscheidungszeichen für ein bestimmtes Volk. Aber heutzutage haben Blumen ihre Rolle auf der internationalen Bühne nicht verloren und sind oft als Embleme ihrer Länder.

Im Jahr 2020 erschien das Buch „Symbole von Belarus“. Im Buch wurden Objekte, echte Symbole der Heimat gesammelt, die unser gemeinsames genetisches Gedächtnis enthält. In die Kategorie der inoffiziellen Symbole mit dem Titel „Schönheit der belarussischen Natur“ wurde die Kornblume eingeordnet.

In vielen Quellen wird Kornblume als die Nationalblume Deutschlands bezeichnet.

Forschungsobjekt: die Kornblume als die Nationalblume von Belarus und Deutschland.

Gegenstand der Forschung: die linguokulturelle Symbolisierung der Kornblume in Belarus und in Deutschland.

Das Ziel der Forschung: die Nationalblume die Kornblume als das linguokulturelle Symbol zu studieren, das die Besonderheiten der Kultur, Werte, Traditionen der Völker von Belarus und Deutschland übergeben kann.

Um das Ziel zu erreichen, muss man folgende **Aufgaben** lösen:

1. die Linguokulturologie als Bereich der Linguistik kennenzulernen;
2. Blumen als linguokulturelle Symbole von Ländern zu betrachten;
4. Kornblume als Blumensymbol von Deutschland zu erlernen;
5. Kornblume als sprachkulturelles Symbol von Belarus zu betrachten.

Hypothese: man kann vermuten, dass die Kornblume als nationales Symbol von Belarus und Deutschland in der Lage ist, die charakteristischen Merkmale der nationalen Mentalität verschiedener Völker auf unterschiedliche Weise nachzubilden.

Bei der Forschung haben wir folgende **Methoden** verwendet: Analyse, Verallgemeinerung, Vergleich, assoziatives Experiment.

Die Idee, dass die Kultur und die Sprache des Volkes, des Sprechers, eng verbunden sind, ist eine grundlegende Position in der Linguistik des 21. Jahrhunderts. Der Begriff „Linguokulturologie“ wurde in den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts

in den Arbeiten von Linguisten N. D. Harutunov, V. V. Vorobyov, V. A. Maslov, Y. S. Stepanov, V. N. Telia und anderen Forschern verwendet. In ihren Studien betonten und bestätigten die Wissenschaftler mit Beispielen die Tatsache, dass „die kulturelle Originalität eines Volkes, die sich in der Sprache widerspiegelt, auf historische, geographische und psychologische Faktoren zurückzuführen ist und hauptsächlich in den Besonderheiten der Bezeichnung und des Verständnisses der objektiven und subjektiven Welt besteht“.

Wissenschaftler aus vielen Gebieten (Geschichte, Kulturwissenschaften, Landeskunde, Ethnographie) erforschen Nationale Symbole der Staaten. Symbole sind ein Teil der Kultur und Geschichte der Völker, ein wesentlicher Faktor der soziokulturellen Kodierung. In der Regel werden die offiziellen und inoffiziellen Symbole des Landes hervorgehoben. Sie ermöglichen eine unverwechselbare, einfache Unterscheidung, Hervorhebung und Erinnerung eines bestimmten Landes. Die offiziellen Symbole des Staates sind Name, Wappen, Flagge, Hymne. Inoffizielle Symbole des Staates sind im öffentlichen Bewusstsein verwurzelte Phänomene, Ideen, Bilder, die eine Assoziation mit einem bestimmten Land hervorrufen; sie sind im Vergleich zu offiziellen Symbolen stärker zu gestalten und zu entwickeln, können individualisierter sein.

Jedes Land hat seine eigene nationale Pflanze. Sie spiegelt teilweise die Kultur wider und erzählt von der Geschichte des Staates. Blumen sind linguokulturelle Symbole, weil sie die Besonderheiten der Kultur der Menschen, ihre Werte, Traditionen widerspiegeln. Die Hauptfunktion des sprachkulturellen Symbols ist seine Fähigkeit, die charakteristischen Merkmale der nationalen Mentalität nachzubilden. Zu den inoffiziellen Symbolen von Belarus und Deutschland gehören Kornblumen.

Traditionell wenden sich zwei Kategorien von Forschern an Pflanzen: Botaniker und Linguisten. Linguisten erlernen botanisches Vokabular - Phytonyme - in Bezug auf Etymologie, Wortbildung und Semantik.

«Василёк» - alt-russische Umgestaltung der griechischen basilikon „königlich“ (Blume, Pflanze), abgeleitet von basileus „König“.

«Василёк» - ist eine altrussische Aufnahme aus dem Griechischen, wo Basilikon eine Wurzel mit Wörtern wie Basilika, Basilisk, dem Namen Basilikum hat.

Der Ursprung dieses Wortes wird durch den alten Volksglauben erklärt, wo die Hauptrolle einem jungen Mann namens Vasily zugewiesen wird. In einem Dorf lebte eine Witwe mit ihrem einzigen Sohn. Er war schön und fleißig. Von morgens bis abends arbeitete er auf dem Feld und ging dann zum Fluss, um sich zu waschen, sich auszuruhen. Eine junge Meerjungfrau sah ihn und verliebte sich. Sie fing an, Basil zu sich zu rufen: „Schau, wie schön ich bin, wie kühl und schön es unter dem Wasser ist“. Aber der junge Mann wollte nicht sein Land, sein Feld verlassen. Er wollte sie nicht einmal ansehen. Die Meerjungfrau wurde wütend und verwandelte ihn für immer in eine Blume auf dem Feld. Diese Blume stand zwischen den Roggen. Sie war blau wie die Augen des Jungen und die Menschen nannten diese Blume nach ihm «Василёк».

Im Deutschen wird der Name "Kornblume" nach dem Ort des Wachstums gegeben (Korn+Blume): die Blume ist auf den Feldern verbreitet, auf denen Roggen wächst. Es wird durch die Semantik eines Wortes aus dem deutschen Erklärungswörterbuch von Duden bestätigt: (besonders auf Getreidefeldern wachsende) zu den Korbblütlern gehörende Pflanze mit schmalen Blättern und einzeln stehenden Blüten von leuchtend blauer Farbe).

Pflanzensymbole sind hauptsächlich mit verschiedenen Legenden und Geschichten verbunden, die für die Nation eine wichtige Bedeutung haben.

In Deutschland wurde die Kornblume zum nationalen Symbol dank der preußischen Königin Luise und ihres Sohnes Kaiser Wilhelm I. Es gibt eine schöne Legende. Königin Louise musste bei der Eroberung des preußischen Königreichs durch Napoleons Truppen unfreiwillig zum Ball zum Kaiser von Frankreich und seinen Generälen. Sie trug keinen Schmuck, nur einen Kornblumenkranz auf dem Kopf. Natürlich begannen die Franzosen, sich über ihre Majestät lustig zu machen. Doch der Satz, den sie sagte, brachte alle zum Schweigen. Niemand konnte ihr etwas antworten. Sie sagte: "Ja, ich habe keinen Schmuck an - ein Teil davon wurde von euch geplündert, der Rest verkauft, um das verwüstete Land und seine Bewohner vor dem Hunger zu retten. Wir haben nicht einmal mehr Blumen übrig, weil die Felder mit Ihren Stiefeln so zertrampelt sind, dass selbst Kornblumen darauf sehr selten sind." Darauf hatten die Franzosen nichts zu antworten, und sie schwiegen.

Bei der Regierung von Wilhelm galt die Blume als Symbol der Herrschaft. Zu dieser Zeit nannte die Blume als „Blume des Kaisers“.

In der modernen deutschen Gesellschaft fand die Kornblume jedoch keine solche Verbreitung in den literarischen Werken, in der Malerei, in der modernen Kultur wie in Belarus.

Kornblume wird als natürliches Symbol von Belarus bezeichnet. In den Werken belarussischer Schriftsteller und Künstler sind Kornblumen oft als Symbol von Belarus. Diese Blume, die Schönheit, Reinheit und Zärtlichkeit symbolisiert, wird oft in literarischen Werken erwähnt und in Kunstwerken dargestellt.

Im Gedicht von M. A. Bogdanovich wird diese blaue Feldblume mit dem Konzept „Heimat“ in Verbindung gebracht. Es geht um das Gedicht „Slutsker Weberinnen“, das beschreibt, wie Mädchen gezwungen sind, persische Muster zu weben, während sie ihr Heimatland vermissen: «...і тчэ, забыўшыся, рука / Заміж персідскага узору / Цвяток радзімы васілька».

Die Kornblume gilt auch als Symbol der reinen natürlichen Schönheit im Werk von M. A. Bogdanovich „Apokryphe“. Christus reist durch das belarussische Land und sieht, dass die Bauern die Kornblumen nicht ausreißen. Sie erklären dies durch die Tatsache, dass die Blumen ihnen helfen, mit schwerer körperlicher Arbeit fertig zu werden. Kornblumen bringen Freude ins Leben: «няма лепш цвяточка над васілёчка».

Kornblumen sind seit langem ein Symbol von Belarus. Ihre zarten Blütenblätter und ihre blaue Färbung sind untrennbar mit dem Bild des Landes und seiner Menschen verbunden.

Diese Blume ist auf dem Logo von Belarus als das Land, das für den Tourismus attraktiv ist. Kornblumen sind eines der Symbole für Ökologie und Natur.

Mit Hilfe der Symbolik der Kornblume versucht Belavia, die nationale Fluggesellschaft von Belarus, ihren nationalen Status und die Ästhetik ihrer Flugzeuge, Zuverlässigkeit und Sicherheit hervorzuheben.

Die Kornblume ist das Symbol des jährlichen internationalen Kunstfestivals „Slawischer Basar“ in Witebsk. Das Festival soll die nationalen Kulturen vereinen.

Im August 2023 fanden die 2. Spiele der GUS-Staaten statt, für deren Prototyp-Symbol auch Kornblume genommen wurde. Kreativ verarbeitet, aber dennoch basiert es auf dieser belarussischen Blume.

Im bekannten Zahlungssystem der Republik Belarus „BELKART“ (das System aufgrund der Bankzahlungskarten) wird Kornblume als Symbol der Zuverlässigkeit verwendet. Die Gedenkmünze mit dem Bild der Kornblume gehört zur Serie „Blumen von Belarus“.

Um Bewusstseinsbilder von Belarussen mit dem Wort „Kornblume“ zu identifizieren, wurde ein assoziatives Experiment mithilfe GoogleForms durchgeführt. Daran nahmen die Schüler der Klassen 9-11, die Lehrer der Schule Nr. 11 der Stadt Svetlogorsk (120 Personen) teil. Die Teilnehmer beantworteten die Frage „Welche Assoziationen verursacht das Wort ‘Kornblume’“?

Ergebnisse des assoziativen Experiments

Kategorie	Assoziation	%
Klassenzugehörigkeit	Blume, Pflanze	31 % (37 Personen)
Farbevariationen	blau, hell-blau	26% (32 Personen)
Jahreszeit, Wetter, Natur	Sommer, Himmel, Feld, Kranz	19% (23 Personen)
Heimat	Belarus, Heimat, Dorf	11% (13 Personen)
Abstrakte Begriffe	Sauberkeit, Freiheit, Friede, Liebe	10% (12 Personen)
Name, Vorname	Wasilij, Wasiljewa, Wasilkow	3% (3 Personen)

Die häufigsten Assoziationen waren „Klassenzugehörigkeit“, „Farbevariationen“. Aber es gab auch solche Assoziationen wie Friede, Belarus, Heimat, Freiheit und andere. Die Ergebnisse des Experiments bestätigen die Tatsache, dass die Kornblume verschiedene positive Assoziationen hervorruft, einschließlich des „Symbols von Belarus“.

Man kann folgende Schlussfolgerungen ziehen: Kornblume als sprachkulturelles Symbol konzentriert in sich bestimmte kulturelle Bedeutungen, trägt bestimmte Merkmale der nationalen Kultur von Belarus und Deutschland. In der deutschen Kultur symbolisiert diese Blume Stärke, Mut und Ausdauer. In Belarus symbolisiert diese Blume Heimat, verkörpert Liebe und Harmonie, natürliche Schönheit und Zuverlässigkeit, ist Zeuge der reichen Traditionen und des kulturellen Erbes unseres Volkes. Dies spiegelt sich in literarischen Werken, in Kunstwerken, in der Erfüllung der Kornblumen der Imigefunktion für belarussische Produkte und belarussische Dienstleistungen wider.

КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК

Н. Василевич (ГУО «Гимназия № 12 г. Минска»)

Д. А. Крылова (научный руководитель)

网络流行语作为互联网对现代汉语影响的结果

随着互联网的兴起，许多新的通信工具也应运而生，诸如各种论坛、即时聊天工具、社交平台和手机应用等。通过这些网络平台进行日常交流，已经成为许多中国人生活中不可或缺的一部分，这无疑对现代汉语产生了深远影响。语言通常有两种主要形式：口头语言和书面语言。然而，随着互联网的出现，逐渐形成了一种介于两者之间的新形式，这种形式在现代社会中变得越来越重要且相关。因此，近几十年来互联网的发展为我们提供了一个新的语言交流子系统就是网络流行语。现代汉语中的网络流行语正在迅速发展。随着新词汇的不断涌现和原有词义的不断变化，母语者和汉语学习者在理解和使用网络流行语时常常遇到困难。我们认为，有必要详细探讨网络流行语，以便深入了解其发展历程、内在结构以及与其他语言子系统的互动关系。我们研究的目的：通过分析网络流行语的主要特征和形成模式，研究网络对现代汉语的影响。

互联网对现代汉语的影响

互联网对现代汉语的影响深远且巨大，涵盖了多个方面。

- 新词语和网络流行语的出现：随着科技和互联网的发展，汉语中涌现出许多与网络文化、社交媒体、游戏等相关的新词。
- 缩略语：例如，短语“我爱你”可以缩写为“我爱”，也可以使用与短语相似的数字代码：521。
- 交流方式的变化：互联网促使交流方式变得更加非正式。年轻人积极使用表情符号、动态图网络迷因来表达情感和传递信息，使得交流更加生动和富有表现力。
- 语言全球化：汉语逐渐变得更加开放，尤其在借用外来词汇方面。许多英语词汇如“互联网”和“手机”已经进入了日常汉语中，形成了如“中式英语”的混合表达方式。
- 文化交流：互联网打破了地域和文化的隔阂，促进了中国不同地区的语言和文化交流。
- 对语法和句法的影响：互联网对语言的语法和句法结构也产生了影响。

在社交平台上，用户常常省略主语或谓语，使句子更简洁、更直接。

这些变化使语言更加生动、灵活，并且能够更好地适应现代生活，体现了中国社会和文化的演变。

汉语中“互联网”和“网络流行语”的概念

“互联网又称国际网络，指的是网络与网络之间所串连成的庞大网络，这些网络以一组通用的协议相连，形成逻辑上的单一巨大国际网络”。互联网被视为重要的交流工具、信息交换平台和知识获取源泉。

网络流行语与网络语言为同义词。“是指在网络上广泛流行、被网民们广泛使用的语言形式。包括中英文文字、符号、拼音等多种组合”。

现代汉语网络流行语形成的模式

在研究过程中，我们发现了汉语交际中词汇变化的主要模式。

“**借词**是单词、语法结构、语素、音素从一种语言过渡到另一种语言的过程和结果；最常见的语言接触类型”。

汉语中借用最流行的是英语。例如：*酷*、*奈斯*、*芭比 Q* 了。借用通常分为三种类型：语音借用、语义的借用和组合借用。

在语音借用中，选择发音相似的汉字。例如：*酷*、*奈斯*等。

语义借用是指对语言中已有的词借用新的含义。例如：*超人*、*白领*等。

在组合借用中，语音和语义类型混合在一起。例如：*伊斯兰教*。伊斯兰是伊斯兰教的音译，教译为宗教。

字母数字包括减少单词中的字符数。主要作用是提高书写信息和表达思想的速度。他们分为四组。

第一组是纯数字就是数字代码。这种方法更便于在电话键盘上输入，因此在中国非常流行（一 = 要 = ‘*хотеть*’，七 = 吃 = ‘*кушать*’）。

数字密码在中文网络词汇中特别常见。它们经常取代短语或整句（88 = 拜拜 = ‘*пока*’，847 = 别生气 = ‘*не сердись*’）

第二组包括仅由字母组成的就是纯字母。它之所以广受欢迎，主要是由于输入速度快，以及人们希望简化语音。例如：*xswl* = 笑死我了 = ‘*умереть со смеху*’；*nsdd* = 你说得对 = ‘*ты прав*’。

第三组是“数字+字母”由数字和字母组成的。例如：*3Q* = 谢谢。

第四组是“字母+汉字”由字母和汉字组成的。例如：*E 时代* = E 时代中的“e”是英文 *electronic*（电子）的缩写，E 时代指电子时代，就是网络普遍使用在办公、生活和各个领域的时代“。

缩合：“更快地传达信息，网民喜欢缩写单词。例如：“*高富帅*”由三个词组成：“高大”+“富有”+“帅气”- 表示理想的男人，通常身材高大、经济状况良好、聪明“。

我们可以得出这样的结论：由于互联网的存在，汉语词汇的变化过程最活跃。结果就是网络流行语。这不仅在互联网上站稳了脚跟，而且也在日常用语中站稳了脚跟。这一方面丰富了语言，另一方面也简化了语言。因此，我们可以说网络对现代汉语产生了影响，并由此产生了网络流行语。

对汉语母语者进行调研

为了研究课题得出结论，我们决定对汉语母语者进行测验。35 个人填写了问卷，我们认为这足以得出结论。为了便于分析，我们将受访者的结果制成图表（附录 一）。

通过问卷调查，我们得出结论：互联网对现代汉语的影响非常巨大。大多数受访者为年轻人，他们不仅在互联网上使用网络流行语，在日常生活中也频繁使用。大多数受访者认为语言变化是现代社会的正常现象。调查还帮助我们了解了网络流行语对汉语体系和中国社会文化变迁的影响。一些受访者提到，网络流行语使交流更加迅速，现代和富有情感，丰富了语，赋予已有字词新的含义。而另一些受访者则认为这种语言简化了语言，造成代沟，导致语言规范、文化传统和沟通规范的丧失。

主要研究成果

综上所述，可以得出以下结论：

- 语言是一种活的结构，它一直在变化。在互联网的影响下，汉语正在发生变化，结果就是网络流行语及其在日常话语中的使用。
- 网络流行语的出现有很多原因，首先是人们希望在网上尽快传递信息，或在说话时增加感情色彩。母语者对这种现象的态度是比较中立的。
- 我们发现了汉语交际中网络流行语形成的主要模式。
- 对网络流行语的了解是一个必要因素，因为作为口语的一部分，网络俚语反映了中国社会的文化变迁。
- 通过对汉语母语者进行调查，我们找出了最常用的网络汉语词语和语句。我们还编写了一份最流行汉语网络词汇词典（附录一）。

我们认为，在日常生活中使用网络流行语时需要做出谨慎选择。如果使用不当，会和文明语言相违背，不利于中华优秀传统文化的传播和发展。语言文化和语言规范不应被忽视。不能忘本，要时刻发扬中华优秀传统文化，将汉语文化传承下去。尽管如此，网络流行语在某些情境下具有其存在价值，因为它们能大大简化交流。

最风头的汉语网络流行语

网络流行语	字意	翻译
土味	形容一些俗气、不符合潮流，甚至很多还很鬼畜的东西	деревенский, немодный
土味情话	那些听起来很肉麻很腻人又有些乡土感的情话	деревенские комплименты, банальности
佛系	无欲无求、不悲不喜、云淡风轻而追求内心平和的生活态度	ничем не интересоваться, быть равнодушным ко всему
翻车	原本顺利的事情突然出现意外情况，导致失败或受挫	облажаться, напортачить
凉凉	事情失败或前景不佳	дела идут неудачно
甩锅	企图将自身的矛盾转移到其他地方去，让别人来背黑锅的意思	сваливать, переводить стрелки
躺平	不再渴求成功了	потеря веры в успех, перестать стремиться
暴风哭泣	表示一个人因为某种强烈的情感	плакать очень сильно (от радости, печали или другой эмоции)
笑 cry	emoji 表情本意是笑哭的意思	плакать и смеяться
xswl	笑死我了	смеяться до смерти
吃土	指穷到没钱吃饭只能吃土	жить очень бедно, так, что нечего есть (из-за излишней траты денег)
光盘行动	让人们培养节约习惯，养成珍惜粮食、反对浪费的习惯	движение чистых тарелок (за привычку экономить, беречь еду)
社畜	在公司很顺从地工作，被当成畜生一样压榨的员工	«наёмный раб» (человек, затрачивающий слишком много усилий на работе)
工具人	那些被当作工具来使用，或者被利用来达到某种目的的人	«человек-инструмент» (человек, к которому обращаются, только когда нужна помощь)
牛马	不得不从事艰苦劳动的人	тот, кто вынужден работать на тяжелой работе
996	是早上 9 点上班、晚上 9 点下班，并且一周工作 6 天的工作制度	рабочая система 6 раз в неделю по 12 часов с одним часом на перерыв

财富自由	有足够多的时间和足够多的钱做你想做的事情	свобода богатства
社牛	全称为“社交牛逼症，在社交场合中表现出色、自信、善于沟通、应变能力强的人	высокая социальность (о том, кто легко вливается в компанию людей)
社恐	是“社交恐惧症”的简称，最早是一个专业医学问题，叫“社交焦虑障碍”	социофобия
i 人/e 人	i 人指性格内敛，e 人指性格外向	интроверт и экстраверт
共情了	一个人能够站在他人的立场和处境中思考问题，从而深刻理解和感知他人的想法和情感	эмпатия
酷	某人或某物具有独特、个性、冷峻的特质	крутой
奥利给	表达鼓励、支持，积极向上的态度	похвала, одобрение (клевым, интересный и т.д.)
奈斯	很可爱	милый
哈啦少	很好	хороший
点赞	喜爱	поставить «лайк»
栓 Q/ 3Q	谢谢	спасибо
小确幸	那些微小但确实的幸福和满足感	маленькие радости в жизни
打 call	观众在演唱会中跟随音乐的节奏，通过呼喊、挥动荧光棒等方式与台上的表演者互动，表达对表演者的支持和喜爱	горячо поддерживать кого-то (например, актёра или певца)
yyds	永远的神，后常被粉丝用来赞赏自己的爱豆	«лучший из существовавших» (фраза для описания чего-либо очень понравившегося)
彩虹屁	过度夸赞或吹捧	"радужные газы" (о чрезмерном восхвалении)
撒娇	一种旨在吸引他人注意或向他人表示喜爱的行为方式	манера поведения, призванная обратить на себя внимание другого человека

显眼包	形象或性格特征引人注目的人	тот, кто любит акцентировать на себе внимание и выделяться из толпы
杠精	常的通过抬杠获取快感的人	страстный спорщик без причины
舔狗	代那些毫无尊严去跪舔他人的人	прилипала, подлиза
水逆	意思是水星逆行而导致运势不佳	ретроградный меркурий
搞笑女	社交媒体的舞台上，有内涵、有幽默感的女性	веселая девушка
躺赢	躺着就赢了”，表示即便不作為也能赢的意思	лёгкая победа
逆行者	面对危难挺身而出的强者	тот, кто идет против течения
nsdd	你说得对	ты прав
uls1	有一说一	говорить правду
尊嘟假嘟	真/假	правда или ложь
芭比Q了	英文单词 barbecue 的谐音，意思是完蛋了	все кончено
割韭菜	通过一系列策略或操作，使得资金从他人口袋转移到自己口袋的过程	обкрадывать кого-то
爷青回	通常用来表达对某件事物或现象的怀旧情感	для описания ностальгии, воспоминания о прошлом
特种兵旅行	游客在旅行过程中模仿特种兵的风格，以高强度、高效率的方式游览景点	туризм по-спецназовски; экспресс-туризм
吃瓜	表示一种不关己事、不发表意见仅围观的状态	наблюдать, не имея отношения к вопросу
喜大普奔	喜闻乐见，大快人心，普天同庆，奔走相告	наблюдать за интересным зрелищем со стороны и/или участвовать в сплетнях о нем
你啰嗦了	你说得太多了	многословный, много болтает
集美	姐妹们	младшие и старшие сестры; прозвище для подруг

中国文化中的牡丹形象和白俄罗斯文化中的矢车菊形象

花卉作为自然界的重要组成部分，承载着丰富的文化象征意义。在不同文化中，花朵不仅美化了生活，也反映了人们的价值观、情感和历史记忆。中国的牡丹象征着繁荣与荣耀，被誉为“国花”；而白俄罗斯的矢车菊（*василёк*）则以其坚韧和美丽，象征着自由与坚强。这两种花卉在各自文化中具有重要的地位，彰显了民族精神和文化认同。本文旨在研究牡丹在中国文化中的重要性以及矢车菊在白俄罗斯文化中的独特价值，从而深化对这两种花卉在各自文化中的象征意义和社会影响的理解。

研究的：当前，随着全球化的深入，各国文化交流日益频繁，了解和比较不同文化中的传统元素显得尤为重要。牡丹与矢车菊的文化意义在中白之间形成了独特的对比，帮助人们在多元文化背景下更好地理解 and 欣赏其他文化。

研究的意义：本研究将为探讨牡丹与矢车菊在各自文化中的象征和意义提供新的视角。通过对这两种花卉的比较，旨在促进中白文化间的相互理解，增强文化认同感，推动两国民众的友好关系。

研究对象：本研究的对象是牡丹和矢车菊这两种花卉，分别从它们在中国和白俄罗斯文化中的历史背景、象征意义、艺术表现及社会影响进行深入探讨。

研究内容：本研究将包含以下几个方面的内容：

- 牡丹在中国文化中的地位和象征意义；
- 矢车菊在白俄罗斯文化中的重要性和象征价值；
- 两种花卉的艺术表现及其在民间传统中的角色；
- 两国民众对这两种花卉的情感态度和文化认同。

研究目标与任务：本研究的主要目标是分析和比较牡丹与矢车菊在各自文化中的意义与象征。为实现这一目标，研究将围绕以下几个任务展开：

- 收集与分析关于牡丹和矢车菊的文化文献；
- 探讨这两种花卉的历史渊源及其在民间故事中的表现；
- 分析两种花卉对各自文化认同的影响；
- 探讨花卉在现代社会中的角色及其对文化交流的贡献。

通过以上研究，期望能够为牡丹与矢车菊的文化意义提供深刻的理解，并推动中白两国文化的相互学习与交流。最终，提升各自民族的文化自信和对异国文化的尊重。

本文考察了牡丹在中国文化中的历史背景和象征意义，以及它在文学、绘画、宗教和民俗中的存在。同样，矢车菊在白俄罗斯文化中进行了分析，包括其在文学，艺术，民间仪式和风俗中的作用。

牡丹因其与财富、荣誉和繁荣的联系而在中国文化中受到尊敬。它们被认为是“鲜花之王”，象征着幸运和优雅。在中国古代，牡丹是皇室的最爱，经常在皇家园林中发现。今天，牡丹仍然受到高度重视，是婚礼和节日等重要活动期间受欢迎的装饰元素。

到唐朝（公元 8-12 世纪），树状牡丹已作为女性美丽和爱情以及财富和地位的象征，牢牢地进入了中国文化的美学之中。宋代，树状牡丹成为中国艺术家最喜爱的缪斯。今天他们仍然是经典之一。

牡丹是中国传统的花卉象征。中文单词“最美”的意思是“最美”。然而，这种花至少有两个不同的中文名称。其中一个是一品红，意思是“财富和荣誉之花”，另一个是“花之王”。牡丹是中国古典绘画的流行元素，也与几个宗教节日有关。首先，许多花卉在中国文化中象征着美好与幸福。例如，梅花被视为坚韧与高洁的象征，因其在寒冬中绽放而受到人们的赞赏。梅花体现了风骨与坚强，不屈服于恶劣环境的精神，在古代诗词中常常用以表现高洁的品德与气节。与梅花相对应的是春天的百花齐放，尤其是桃花和杏花，它们象征着繁荣与希望，寓意着美好的未来和新生的开始。由于其花形娇美，桃花还常常与爱情相联系，被视为爱情与浪漫的象征。

其次，牡丹作为中国的国花，自古以来就是富贵与繁荣的象征。牡丹花朵硕大、色彩艳丽，令人眼前一亮，因而常常出现在文人雅士的诗词与绘画作品中。在传统文化中，牡丹代表了皇家气息与奢华生活，常用于庆祝重要节日和宴会，成为家族富裕与兴旺的象征。此外，牡丹还常常与女性美德相联系，象征着温柔、优雅和贤良淑德的女性形象。

在中国不同地区，牡丹的象征意义的解释可能略有不同，但总的来说，这种花代表着幸福和繁荣。此外，在中国文化中，牡丹还与审美愉悦和美丽联系在一起。在传统绘画中，牡丹与竹子、兰花和菊花一起被描绘成四朵高贵的花之一。这些花象征着崇高的地位和优雅。

牡丹在中国的诗歌和文学中经常被提到是爱、美和自然的象征。它可以用来表达情感和感受。牡丹经常被描述为美丽精致的花朵，反映了中国人对大自然美丽和谐的观念。它们鲜艳的色彩和繁茂的花瓣使它们成为艺术描绘和诗意描述的吸引人的对象：

铁闼横铜柱，金铃响玉山。
巍巍百尺楼，登此登天堑。
满座锦屏山色里，南山头上朝霞满。
牡丹忽见送花人，杏花半死欲如何？
李白 - 洛阳牡丹

牡丹作为中国传统文化的重要象征，自古以来便在文学艺术中占据着举足轻重的地位。在中国文学作品中，牡丹不仅作为自然景观的描绘，更深入到诗歌、小说、戏剧等多种文体，反映了人们对美的追求、对繁荣的渴望以及对生活的哲学思考。

伟大的白俄罗斯诗人马克西姆·博格达诺维奇（Максим Богданович）在他的作品中，包括著名的诗《斯卢茨基织布工》（Слуцкие ткачихи）中，将蓝色矢车菊描述为一个象征性的形象，体现了谦虚和吸引力，并象征着与白俄罗斯土地的牢固联系。

*Ад родных ніў, ад роднай хаты
У панскі двор дзеля красы
Яны, бяздольныя, узяты
Ткаць залатыя паясы.
І цягам доўгія часіны,
Дзявочыя забыўшы сны,
Свае шырокія тканіны
На лад персідскі ткуць яны.
А за сцяной смяецца поле,
Зіе неба з-за акна, –
І думкі мкнуцца мімаволі
Туды, дзе расцвіла вясна;
Дзе блішча збожжа ў яснай далі,
Сінеюць міла васількі,
Халодным срэбрам ззяюць хвалі
Між гор ліючайся ракі;
Цямнее край зубчаты бора...
І тчэ, забыўшыся, рука,
Заміж персідскага узора,
Цвяток радзімы васілька.*

第一次提到玉米花是在描述自然和场景所在区域的背景下出现的：“Дзе блішча збожжа ў яснай далі, / Сінеюць міла васількі”。在这种背景下，矢车菊是自然景观的一部分，这给了这首诗一个和平与美丽的气氛。

接下来，矢车菊成为诗中女主人公形象的一部分，她编织了修补的帆布。在他们的创造性活动的背景下，矢车菊可以象征简单，美丽和自然和谐，他们传达与他们的编织产品。此外，提到矢车菊可能表明它们的原生性质，与土地和文化传统的联系。

在诗的最后，矢车菊成为祖国和本土文化的象征，就像一朵花。这一提及为这首诗增添了民族色彩，并强调了简单而重要的象征对白俄罗斯人民的重要性。

因此，马克西姆*巴格达诺维奇诗中玉米花的使用丰富了图像，赋予了文本情感深度，并允许作者通过自然和文化的象征性语言传达他的思想和感受。

矢车菊在波格达诺维奇的作品《阿波克里夫》中也被用作纯自然美的象征。

«І хадзіў Ён па ўсім Забраным Краі, і па Занёманичыне, і па Задзвінчыне, і па Бярэзінскай зямлі» і бачыць, што крэстьяне не вырываюць васількі, мешаючыя расці коласам злаковых культур, аб'ясняючы гэта тым, што кветкі радуюць вачы і, такім чынам, дапамагаюць справляцца крэстьянам з цяжкім фізічным трудам, прыносячы ў іх жыццё радасць: «няма лепш цвяточка над васільчэка».

在研究中国文化中的牡丹和白俄罗斯文化中的矢车菊的象征意义时，我们深入了解了两国深厚的文化根源和传统。对这些符号的比较分析向我们揭示了世界各国人民文化遗产的惊人多样性和相似性。

在两种颜色的象征意义上发现的相似之处，如它们的美丽和美学，对自然的尊重，与自然的联系和积极的联系，强调了人类作为一个整体所固有的共同价值。同样重要的是要注意，这两朵花不仅是美丽的象征，而且带有深刻的含义，与它们蓬勃发展的社会的历史，神话和习俗密切相关。

因此，对花卉象征意义的研究和比较分析是扩大文化对话和促进各国人民和国家之间友好关系的重要一步，有助于建立一个更加和谐与和平的国际社会。

通过对中国文化中的牡丹形象和白俄罗斯文化中的矢车菊形象的深入研究，我们发现这两种花卉不仅各自在文化传统中占据了重要的位置，还在象征意义和艺术表现上体现了民族精神和人文情感。牡丹作为中国的国花，象征着繁荣和富贵，其华丽的外表和深厚的文化内涵，使其在文学、艺术和民间传说中广泛存在；而矢车菊则代表着坚韧和自由，作为白俄罗斯的象征花卉，承载着民族历史的追求和对美好生活的向往。两种花卉的研究，不仅展现了各自独特的文化价值，还突显了花卉在传递情感、传承文化方面的重要功能。

基于本研究的结果，我们提出以下几点建议，以促进对这两种花卉及其文化意义的更深入理解和传播：

- 文化交流与宣传。鼓励中白两国在文化活动中加强牡丹和矢车菊的交流与展示。可通过举办文化节、花卉展览以及艺术活动，使公众更好地认识到这些花卉在两国文化中的重要性。
- 教育推广。在教育体系中增加关于传统花卉及其象征意义的课程内容，培养年轻一代对本国文化及其他国家文化的理解与尊重，增强文化自信。
- 艺术创作。鼓励艺术家围绕牡丹和矢车菊进行创作，推动文学、绘画、音乐等多种艺术形式的融合，以丰富文化表达，增强文化作品的跨文化传播力度。
- 学术研究。继续深入开展中白两国在花卉文化、艺术表现及其社会意义等方面的对比研究，为未来文化交流提供更多的理论支持和学术基础。

总的来说，牡丹和矢车菊不仅是自然界中的美丽花卉，更是两国文化认同和民族精神的象征。通过对这两种花卉象征意义的研究，可以加深我们对文化多样性的理解，也为中白文化交流增添了新的维度。在全球化不断深入的今天，花卉文化的研究与传播将有助于促进不同民族间的理解与友谊，共同推动人类文化的和谐发展。

武术作为培养和教育学生的一种方式：历史与展望

武术作为中国传统文化的重要组成部分，其根源可追溯至古代民间实践与军事训练体系。历经数百年发展，武术逐渐演化出太极拳、洪拳、少林拳等不同流派，各流派在技术体系和哲学基础层面均形成独特体系，使其超越单纯的格斗技艺范畴，成为融贯身心发展的人文实践。相较于其他格斗体系，武术尤为注重身体训练与精神涵养的协同发展，在追求速度力量的同时，更强调刚柔并济、形神合一以及自我觉知的培养。

现代武术的全球吸引力不仅源于其技击属性，更在于其深厚的哲学内涵。通过融合冥想训练、气息调控及"气"（Qi）的运用等东方智慧，武术为高压快节奏社会中追求生活品质提升的群体提供了独特解决方案。近三十年来，白俄罗斯等国家纷纷将武术引入教育机构与体育俱乐部体系，其独特价值及促进个体全面发展的可能性对青年群体产生显著吸引力。武术教育不仅提升学员的肢体协调能力，更有助于培养基于尊重意识、自我约束与专注力的社交模式。

武术的体系化进程可分为四个关键发展阶段：制度化形成期（周秦汉）。西周推行的"六艺"教育体系将"射""御"纳入贵族必修科目，标志着武技训练的制度化转型。春秋战国时期（公元前 770-221 年），《孙子兵法》等军事典籍的哲学思辨开始渗透武技实践，《吴越春秋》记载的"剑道"理论首次建立技击动作与战略思维的关联体系。汉代（公元前 202-公元 220 年）设立"武学"机构，系统整理出"手搏""角抵"等核心技术模块，《汉书·艺文志》收录的《剑道》三十八篇证实当时已形成理论化技术体系。技术体系分化期（魏晋至宋元）。佛教东传催生禅武合流现象，少林寺于北魏太和十九年（495 年）建寺后，逐步发展出融合《易筋经》导引术的独特训练体系。唐代（618-907 年）实行府兵制，将刀术、枪术列为军事考核项目，《太白阴经》等兵书记载的"唐手"技术体系，推动军事武艺向民间传播。宋代（960-1279 年）城市经济发展促使武艺表演商业化，文献记载的"套子"训练法标志程式化套路开始形成。哲学化转型期（明清）。明代（1368-1644 年）军事著作《纪效新书》系统论述武技训练与兵学思想的内在关联，戚继光创编的"三十二势长拳"建立动作编排的力学原理。此阶段出现重要理论突破：王宗岳《太极拳论》（约 16 世纪）提出"以柔克刚"的劲力理论；《手臂录》（1610

年)确立枪术训练的"六合"原则;少林寺《拳经》完成禅武理论的体系化建构。清代(1636-1912年)民间秘密结社推动武术门派化发展,据《清稗类钞》统计,至19世纪末形成129个主要流派。现代化转型期(20世纪至今)。1909年精武体育会的成立标志武术进入现代转型阶段。1958年中国武协成立后推行竞技武术标准化改革,建立长拳、南拳、太极拳三大竞赛体系。1987年亚洲武术联合会成立推动竞赛规则国际化,2008年北京奥运会期间举办的世界武术锦标赛标志着武术全球化传播进入新阶段。现代生物力学研究显示,武术训练可使前庭觉灵敏度提升27%-34%,其健康促进价值得到运动医学界广泛认可。

武术的技术传播呈现"军事-宗教-民间"三级扩散模式:早期通过军队驻防实现地域传播(如明代卫所制度),中期依托宗教网络进行跨文化传播(如少林功夫的东亚传播),后期通过商业行帮完成技术体系整合(如清代镖局制度)。这种多向度传播机制使武术成为中华文化输出的重要载体,据UNESCO统计,截至2022年全球154个国家建立了标准化的武术教学机构。

中国武术作为技击实践与文化遗产的双重载体,其技术体系与价值内涵根植于中国传统哲学的文化土壤。道家、儒家、佛教三大思想体系通过差异化路径渗透于武术的技术架构、伦理规范与修炼境界,共同塑造了武术的文化基因。道家"天人合一"的宇宙认知深刻影响了武术的技术原理。太极拳"以柔克刚"的劲力原则,本质是对《道德经》"天下之至柔,驰骋天下之至坚"命题的技术转译;"借力打力"的战术思维则体现了"道法自然"的实践智慧。这种哲学渗透延伸至修炼层面,形成以吐纳导引、静坐调息为核心的内功体系,通过"气"的调控实现形神共养。儒家"克己复礼"的伦理要求具体化为武术的"武德"规范。习武者的道德修为被置于技术修炼之上,"仁义礼智信"五常伦理转化为"尊师重道""以德服人"等行为准则。这种价值取向使武术超越单纯的身体训练,成为《大学》"修身"理念的身体实践载体。佛教禅宗思想为武术注入了精神超越维度。少林武术"禅武合一"的修炼模式,将"明心见性"的禅悟过程具象化为"以武入禅"的技术路径。内家拳强调的"动中求静",实质是通过身体运动达成《六祖坛经》"于念念中自见本性清净"的觉悟状态。

在白俄罗斯,武术的应用在教育系统中逐渐得到了重视,显示出对学生身心发展的积极影响。随着全球文化的交融与体育教育的发展,武术作为一种独特的身体锻炼方式和文化表现形式,逐渐在白俄罗斯的教育系统中崭露头角。武术的引入不仅增强了学生的身体素质,还促进了其个人素养和心理

健康的发展。在白俄罗斯共和国，自 1988 年第一个武术和越南国家武术联合会成立以来，武术一直被认为是一项运动。随后，该联合会被称为白俄罗斯武术联合会。白俄罗斯武术联合会于 1991 年加入国际武术联合会，1992 年加入欧洲武术联合会。1996 年 28 月 11 日，白俄罗斯武术联合会获得国家奥委会的认可。第一届共和国武术比赛于 1991 年在维捷布斯克举行，同年白俄罗斯运动员首次在阿拉木图(哈萨克斯坦)参加苏联武术锦标赛。在白俄罗斯武术发展的早期，主要的发展中心是明斯克、维捷布斯克、戈梅利和朱迪诺。每年，该国人口对这项东方体育和文化的兴趣都在增长。目前，全国约有三千名武术从业者。自 1993 年以来，白俄罗斯运动员开始参加正式的国际比赛（世界锦标赛，巴尔的摩，美国）。1996 年，白俄罗斯国立体育大学开设了假肢康复系，在那里训练武术专家。自 2006 年开始开设武术教练专业。2003-2004 年开始将武术作为一项运动纳入体校结构，目前已在 11 所体校开设了武术系。

其次，武术联合会和体育俱乐部在推动武术发展方面发挥了不可或缺的作用。武术联合会通过制定相关的培训标准、组织比赛和交流活动等，为武术爱好者提供了一个良好的发展平台。与此同时，体育俱乐部的普及使得越来越多的人能够参与到专业的武术训练中。这种合作与互动不仅增强了地域之间的联系，也拓宽了武术爱好的多样性和参与性。未来，需要进一步加强各类武术组织的合作，以构建一个更加系统和高效的武术发展网络，确保武术在全国范围内的推广与发展。

此外，群众性活动和锦标赛已被证实是提高公众对武术兴趣的重要手段。这些事件不仅吸引了武术爱好者参与，也吸引了广泛的观众通过观看武术表演加深对这一文化形式的理解与欣赏。通过组织各类武术表演和比赛，不仅可以展示高水平的武术技艺，还为年轻运动员提供了一个展示自我的平台。这一机制有效提升了武术的社会影响力和公众认知度。因此，未来的工作中，应加强对大众化活动的支持和推动，通过更加多样的形式来吸引非武术爱好者的参与，从而扩大武术的影响力和参与基础。

最后，武术教学在融入白俄罗斯多元文化环境方面具有重要的价值与意义。武术不仅是一项体育活动，还是中国传统文化的重要组成部分，其背后蕴含了丰富的历史和哲学思想。通过武术的学习，参与者能够更深入地了解 and 尊重中国文化，这有助于促进不同文化之间的交流与融合。为了实现更好的文化融合，学校和培训机构应将武术教学与多元文化教育结合起来，丰富课程内容，增进学生的文化认同感和社会责任感。

基于以上结论，我们提出以下几项切实可行的建议，以期为白俄罗斯武术的发展提供实际支持：扩大青少年武术的普及：建议各级学校增设武术课程，并结合课外活动加强学生的参与感。例如，可以定期组织校园武术比赛和表演，激励学生积极参与，增强他们的集体意识和竞争意识。加强与国际武术组织的合作与交流：通过与国际武术联合会及其他国家的武术组织建立合作关系，提供更好的资源和技术支持，以提高白俄罗斯在国际武术界的知名度和影响力。利用现代科技手段拓展培训渠道：推广线上武术课程，通过网络平台为更多人提供学习武术的机会。特别是对于偏远地区的学生，这将极大改善他们学习武术的条件。开展丰富多样的文化交流活动：建议定期举办中白文化交流活动，包括武术表演、讲座、工作坊等，促进不同民族和文化之间的理解和沟通。加强教练培训，提高教学质量：举办定期的教练培训班，持续提升武术教练的专业技能和教学水平，确保学生能够得到更系统和科学的指导。

通过落实上述建议，白俄罗斯武术不仅能够在国内发展壮大，还能够在全球舞台上展示其独特的魅力与价值。武术不仅是身体的锻炼，更是心灵的陶冶和文化的传承，它将为社会的和谐发展和文化的多样性作出更大贡献。随着武术文化的深入人心，它势必会在未来继续发挥积极的作用，为推动两国人民之间的友谊和理解架起桥梁。

Д. Нечипорук (*ГУО «Средняя школа № 12 г. Минска»*)

Е. А. Мелешко, С. А. Юркевич (*научные руководители*)

白俄罗斯共和国与中华人民共和国中小学生的公民爱国主义教育

认识到教育和培养年轻一代的特殊作用来自普遍接受的说法，即青年不仅是每个国家的未来，而且是塑造他们将生活和发展的世界的关键。在现代世界，特别是在加速社会变革的条件下，年轻一代的全面和高质量教育变得尤为重要。作为教育的结果，年轻一代学习成为其行为和决策基础的重要价值观，道德原则和规范。

公民和爱国主义教育在现代条件下特别重要，因为它在年轻人中形成了深刻的责任感和爱国主义精神。白俄罗斯共和国总统亚历山大 VII 卢卡申科于 2024 年 4 月在第七届全白俄罗斯人民大会上发言时指出："我们的祖国只有我们。只有我们知道我们的国家应该是什么样子，以及如何使它更强大。"我们必须欣赏和珍惜我们所取得的成就，为我们的国家和它的未来而奋斗。"

值得注意的是，所有类别人口的公民和爱国主义教育不仅旨在形成强大的民族特征，而且还旨在培养对其他文化和民族的尊重，从而促进文化丰富和国际理解。在这方面,特别重视学童的教育。

这项致力于研究白俄罗斯和中国学童公民和爱国主义教育的组织和内容的工作的相关性是通过分析和比较各种文化和社会政治背景下的公民和爱国主义教育的组织来确定的。例如，有趣的是，鉴于白俄罗斯共和国和中华人民共和国的密切双边关系和两国在教育领域的积极合作，白俄罗斯共和国和中华人民共和国对学童进行公民和爱国主义教育的方法有多么相似或不同。这种兴趣在两国之间交流教学经验的背景下尤其重要,这使我们能够更深入地了解 and 比较教育制度的特点。 该研究旨在确定每个国家教育系统的一般趋势和独特特征，并研究社会文化因素对学童公民和爱国价值观形成的影响。

研究的对象是中学公民身份和爱国主义教育的过程。

本研究的主题是白俄罗斯共和国和中华人民共和国学童的公民和爱国主义教育形式。

本研究的目的是从比较的角度确定白俄罗斯共和国和中华人民共和国教育机构公民和爱国主义教育的组织和内容的方法。 研究方法-普通中等教育机构的教育文献，规范性文件和网站的内容分析，数据的系统化，比较方法，问卷调查和获得的数据的分析。

研究目标:

1. 考虑俄罗斯和中国科学文献中的公民和爱国主义教育的概念。
2. 考虑到学生的年龄特点，将普通中等教育机构的公民身份和爱国主义教育形式系统化。
3. 在进行的 research 的基础上，比较了白俄罗斯共和国和中华人民共和国教育系统中实施的组织的公民和爱国主义教育方法。
4. 析两国学童公民教育与爱国主义的内容。
5. 根据调查结果分析白俄罗斯学童对公民和爱国主义教育的看法和态度，包括他们对中国在科学研究领域的经验看法。

作为我们研究的一部分，在学童中进行了一项调查，以了解中学生如何看待和解释爱国主义和公民身份的概念。 调查的目的是确定公民和爱国主义教育的哪些方面对学童最重要和最有影响力，以及在这方面哪些工作方法和形式最有效。

该调查是使用 Google 表单以电子方式进行的。 这项调查涉及 20 名"明斯克第 12 中学"的 11 年级"A"学生。 问卷中包含了一些问题，旨在确定学生对爱国主义和公民身份的态度，以及他们对这些概念的理解。 受访者被要求为每个问题选择几个答案，以便对他们的观点进行多维分析。

大多数被调查的学生（75%）认为他们国家的爱国者首先是一个热爱并为祖国感到自豪的人。这突出了与祖国的情感联系对于理解年轻人的爱国主义的重要性。此外，很大一部分受访者（55%）将爱国主义与民族文化，历史和传统的尊重和价值联系起来，这表明文化和历史方面在公民和爱国主义教育中的重要性。与此同时，只有一小部分学生（5%）看到爱国主义和他们的活动与国家利益的有意识相关性之间的联系，这可能表明学校教育对这方面的关注不足。

在公民身份问题中，最受欢迎的答案是"积极参与政府流程"（45%的回答），这表明学生对个人贡献对公共生活的重要性的理解。对公民的权利和义务的认识也占有重要地位（30%的答复），这表明对公民身份的法律方面的理解。尽管如此，只有10%的受访者表示能够在社会和政治问题的背景下进行批判性思考，这可能表明需要在学校课程中加强批判性思维的发展。

了解"爱国主义"和"公民身份"概念的重要性更多地与文化和历史方面（35%用于更好地理解 and 尊重文化和历史遗产）以及民族认同的发展（35%的回应）有关。这证实了学校教育应该注重国家的历史和文化背景，以有效地培养爱国主义和公民意识。在回答关于他们自己作为爱国者的看法的问题时，大多数学生（65%）完全或在某种程度上认为自己是他们国家的爱国者，这表明学生具有高水平的国家认同。

参观历史遗迹（75%的回应）和历史和社会研究课程（30%的回应）被强调为有助于发展爱国主义意识的因素。这表明在学校课程中实际和视觉上了解国家历史和文化的重要性。学生通过参与文化和历史事件（50%的回应）和对民族传统的兴趣（65%的回应）看到他们的爱国主义和公民意识的表现，这强调了在学校组织和举办此类活动以。

对11年级学生对实现其作为爱国者和国家公民的重要性问题的回答的分析使我们能够确定他们对这一主题的看法的关键方面。尽管回应多种多样，但其中大多数强调知识和尊重祖国文化，历史和传统的重要性，以及积极参与国家生活的必要性。一些学生的回答强调了记住过去的错误和尊重传统的重要性，这强调了历史意识在爱国身份形成中的作用。例如，答案"意识对于保存对过去错误的记忆非常重要，以及尊重祖国的传统"，以及"是的，这很重要，因为你需要记住你的国家的历史和文化"证实了这一点。

对白俄罗斯共和国和中华人民共和国学童公民和爱国主义教育的组织和内容的研究使我们能够解决论文中设定的任务并得出以下结论。

该研究考察了白俄罗斯、俄罗斯和中国研究者的心理和教学文献中公民和爱国主义教育的概念、其多维性和在现代教育中的重要性。在考虑了所研究问题的理论方面之后，我们得出的结论是，公民和爱国主义教育是一个形成公民和爱国品质的结合的过程，包括尊重他的祖国，其历史和文化的发展，以及对他作为公民的权利和义务的责任，活动和意识的教育。

结果表明，成功的公民和爱国主义教育需要一种综合的方法，考虑到学生的年龄和个人特征。在小学阶段，主要的方面是通过对家族历史及其传统的兴趣以及对国家过去和现在的尊重来培养对祖国的爱。特别注意青春期和高中年龄，当形成积极的公民地位时。在高中，教育方法涉及使用分析方面和对话形式的教育。公民和爱国主义教育的过程涵盖了多种形式，包括课堂和课外活动，有助于学生个性的全面发展。

该文件根据主要标准系统化了白俄罗斯共和国和中华人民共和国公民和爱国主义教育的组织方法：规范性文件，确定公民和爱国主义教育的组织方式，公民和爱国主义教育的组织主体和形式，以及为公民和爱国主义教育组织教师的培训。这使得能够确定两国方法的共同和独特特征，强调其独特性和文化特异性。

在分析了两国公民和爱国主义教育的内容后，确定两国都致力于培养学童的公民和爱国主义意识，然而，各国文化、历史和政治背景的差异导致所用形式的多样性。在白俄罗斯共和国，主要关注基于白俄罗斯人民的人文价值观，文化和精神传统的公民身份和爱国主义的形成，以及白俄罗斯国家意识形态和法律知识。在中国，公民和爱国主义教育的目的是深入研究国家的历史，以文化传统为基础的教育，以及了解国家的现状。

为了分析中学生对爱国主义和公民身份的理解和看法，以及他们对实施公民和爱国主义教育的中国经验的看法，在明斯克"第 12 中学"第 11"a"班的学生中，对调查结果的分析表明，学生欣赏了解他们的历史和文化，也认识到积极参与社会过程的重要性。他们还对各种教育活动表现出兴趣，包括公民和爱国主义教育的中国经验，特别是在节日活动和道德教育方面。

在分析和比较白俄罗斯和中国的经验的基础上，该研究还确定了公民和爱国主义教育领域跨文化交流与合作的机会。这包括交流最佳做法、方法和战略，这些做法、方法和战略可以加以调整和应用，以提高教育过程在各种文化背景下的有效性。公民和爱国主义教育应适应社会变化，通过互动方法和新的教育技术积极让年轻人参与，因为公民和爱国主义教育旨在培养学生的批判性思维，社会责。

总之，这项研究丰富了现代教育体系对公民和爱国主义教育的认识，扩大了教育和区域视野。这项工作使作者能够更好地评估公民和爱国主义教育对年轻人的重要性及其在形成积极和负责任的公民中的作用。对不同教育形式的比较表明，公民和爱国主义教育的价值观和原则如何付诸实践，以便为学生有效参与公共生活做好准备。

М. Остапенко (ГУО «Гимназия № 12 г. Минска»)

П. Д. Толчкова (научный руководитель)

建筑对话：中国传统与技术如何塑造现代白俄罗斯的形象

本文旨在分析中白两国历史、文化和经济联系如何影响白俄罗斯城市（尤其是明斯克）的当代建筑，并以重要的合作项目为例进行说明。

关键字：建筑、文化交流、建筑要素、材料、颜料板、象征主义、历史关联、文化综合

引言

建筑是展现一个国家风貌的首要且最雄辩的语言。它不仅塑造城市景观，更揭示一个国家的历史、哲学和文化内涵。白俄罗斯共和国与中国于1992年建立外交关系。过去几十年间，两国政治和经济合作不断拓展，并延伸至文化领域，进而涵盖建筑领域。这种相互影响丰富了两国的建筑遗产，催生出众多独具特色的项目，这些项目也成为“一带一路”倡议框架下两国友谊和战略伙伴关系的象征。

1. 理论基础：从传统到现代

1.1. 中国建筑的基础

中国建筑是融合了传统、哲学、宗教和美学的古老文化。其主要特征是和谐、等级、对称和深刻的象征意义。

哲学基础：道家、儒家和佛教奠定了顺应自然、维护社会秩序和追求精神完善的原则。这体现在建筑的轴对称（秩序的象征）、天然材料（木材、石头、竹子）的运用以及建筑与自然景观的融合之中。

象征意义与装饰：每个元素都承载着丰富的语义。几何图案（方形代表大地，圆形代表天空）和花卉装饰（莲花、竹子）象征着和谐与繁荣。色彩运用也受到严格限制：红色代表吉祥和幸福，金色代表权力和财富，黑色代表神秘，绿色代表生命和自然。

等级：社会结构在建筑中得到了视觉上的体现。皇家宫殿拥有多层弧形屋顶，饰以龙纹，与简朴的民居形成鲜明对比。

风水：这门古老的空间和谐之道，通过建筑布局、造型和材料运用，最大限度地促进正能量的流动。

现代中国建筑成功地将这些传统与最新科技融合，打造出符合生态理念、与环境和谐共生的未来主义摩天大楼。

1.2 白俄罗斯建筑的特点

白俄罗斯建筑深受其丰富而复杂的历史影响，融合了不同时代和风格的特征。

传统建筑的特点是简洁、实用，并大量使用当地材料——木材、黏土、禾秸和石头。木屋的屋顶呈山墙状，并饰以象征性图案（如太阳、动物）的雕刻，寓意守护家园、招财纳福。

宗教和防御建筑以哥特式、巴洛克式和文艺复兴式风格的教堂、天主教堂、城堡和要塞为代表。这些建筑展现了白俄罗斯人民的力量、精神信仰和历史韧性。

因此，尽管风格各异，但白俄罗斯和中国的建筑在关键方面却有相似之处：它们都是各自民族历史、文化和价值观的物质体现，都力求在美学和功能性之间取得平衡，并广泛使用当地的天然材料。

2. 相互关系

积极的经济和文化合作，尤其是在“一带一路”倡议框架下，已成为建筑影响的催化剂。中国的投资、技术和美学开始积极渗透到白俄罗斯的建筑行业。

2.1 北京饭店——一座文化桥梁

这座建筑群是文化融合最引人注目的典范之一。

屋顶：夏季露台的三角形高屋顶形似莲花——这一中国传统元素既能排水，又兼具美观和象征意义。

色彩与材质：外立面饰面以自然的中性色调（棕色、米色和绿色）为主，体现了与自然和谐共生的理念。传统材料（石材、木材）与现代材料（玻璃、混凝土）的巧妙结合，营造出独具一格的视觉效果。

景观设计：周边区域的池塘和花园设计，直接呼应了中国园林传统。

屋顶：夏季露台的三角形高屋顶形似莲花——这一中国传统元素既能排水，又兼具美观和象征意义。

色彩与材质：外立面饰面以自然的中性色调（棕色、米色和绿色）为主，体现了与自然和谐共生的理念。传统材料（石材、木材）与现代材料（玻璃、混凝土）的巧妙结合，营造出独具一格的视觉效果。

景观设计：周边区域的池塘和花园设计，直接呼应了中国园林传统。

2.2 白俄罗斯中白巨石工业园——未来生态城

这个大型项目被构想为一座充分体现中国特色的现代化生态城。

理念：天然材料（石材、木材）的运用以及与周围景观的融合，体现了中国传统建筑与环境和谐共生的理念。

建筑元素：多栋建筑采用弧形屋顶，这是中国传统建筑的典型特征。

象征意义：配色方案大量运用红色（象征繁荣），凸显建筑的重要性；金色点缀则象征地位和尊贵。

2.3 新建筑：明斯克 Promenade 住宅综合体、体明斯克尚特山多功能综合体、明斯克体育综合体

这种影响在明斯克的其他一些重要建筑中也显而易见：

明斯克 Promenade 住宅综合体：建筑简洁的造型和直线条、合理的布局以及开放空间、光影的和谐，都体现了风水的原则。

体明斯克尚特山多功能综合体：多功能性本身就是现代中国城市发展的常见特征。设计中运用了金色元素，象征着繁荣和地位。

明斯克体育综合体：该设施是人道主义合作的象征。据中国大使介绍，立面上的五个菱形象征着永恒的友谊。菱形作为稳定的象征，在两国文化中都有体现。红白配色寓意吉祥和纯洁，而该设施的多功能性（水疗中心、咖啡厅）也符合现代中国的设计理念。

结论

分析清晰地表明，中白两国建筑互动并非简单的借鉴，而是一个深入且多维度的过程，建立在坚实的经济文化伙伴关系基础之上。

中国对白俄罗斯建筑的影响体现在以下几个方面：

1. 象征意义：运用象征性色彩（红、金、绿）和形状（菱形、宝塔）。
2. 技术意义：引入现代与传统相结合的解决方案，例如智能控制系统、节能玻璃幕墙和独特的屋顶设计。
3. 哲学意义：秉持与自然和谐共生、融入景观、空间多功能性的原则，这与风水和现代都市主义的理念不谋而合。

这种建筑对话丰富了白俄罗斯的城市环境，赋予其独特的新特色，并展现了一个国家数百年传统如何与另一个国家的现代风貌完美融合。联合项目不仅仅是建筑物，更是两国人民之间日益紧密的联系和相互尊重的切实体现，为进一步的创意合作开辟了广阔的前景。

Е. Серединская (ГУО «Гимназия с белорусским языком обучения № 23 г. Минска»)

Е. В. Макоско (научный руководитель)

中国与俄罗斯童话动物象征的对比分析

民间故事是文化遗产的一种模式。这些口头作品是人们很久以前创造的，一直保存到今天。它们给人们的生活带来了美好的希望和理想，并具有非常重要的语言和文化价值。

无论是俄罗斯还是中国的民间童话，所有民族的精神文化和生活都是通过各种艺术手段来表达的，这反映在民间传统的独特性。

现实的研究意义在于，在研究和分析俄罗斯和中国民间故事中动物的象征时，我们能够得到相关信息。这将有助于更好地理解两国人民的心态。

研究对象: 中国和俄罗斯（白俄罗斯）民间童话中的动物形象。

研究课题: 民间故事中动物的意义。

研究目的: 分析中国，俄罗斯和白俄罗斯童话故事，比较其特点和文化意义。

研究任务:

1. 列举出在童话故事中所有动物的语义
2. 认识中国与俄罗斯童话中动物的性格
3. 比较在中俄童话故事中两种语言对动物内涵的描述

第一章

童话是传统民俗中最古老的体裁之一，它的基础是人们对生活的看法，通常涉及神奇的，不寻常的力量。

整个来说，世界各国人民的童话一般分为以下几种类型：

- 日常生活童话

他们的基础是日常生活的事件，对现实生活的描述，没有奇迹和魔法。

- 神奇的童话

在听众面前出现了一个神秘的世界。神奇童话的主角不仅是人和动物，而且还有神奇的生物。

动物童话

这里的动物被比喻为人类。动物体现了人类在日常生活中的缺陷，有助于清晰的展示所有不同的性格特征。

形象是一种社会文化标志，其内容是直觉所理解的，不能用普通的方式表达。

在我们看来，最耐人寻味的形象是动物形象。

第二章

俄罗斯和中国民间童话中动物形象的评定

俄罗斯民间故事中的形象多样性确实很大。

各种形象代表着俄罗斯人民生活的各个方面，他们的传统和习俗。

狐狸是民间创作中最受欢迎的动物，狐狸是狡猾和智慧的象征。狐狸在所有的童话里对自己忠诚，她一生都在欺骗和说谎，直到生命尽头，但在这种情况下，她仍在想象着令人难以置信的谎言。

狼在俄罗斯民间童话故事多半是反面人物。他是一个强大的和危险的敌人，但同时，他是一个天真的英雄。

在俄罗斯民间童话中也可以遇到兔子，兔子是怯懦的象征。俄罗斯民间童话中的兔子是一个正面的动物形象。

马是忠诚和智慧的象征。

在中国民间童话中老虎是最受欢迎的人物之一。童话中的老虎-威严和高贵。有趣的是老虎在中国是百兽之王。每个人都可以看到野兽头上的汉字“王”。

乌龟是下一种动物，其形象在中国民间传说有着悠久的历史。她在中国民间童话中的形象千差万别，因为她具有双重评价：一方面，它是一个强大的和明智的野兽。另一方面，海龟对发生的事情漠不关心。

龙是中国传统文化中非常有名的形象。这是一个高尚的动物和一个神奇的生物。传统上，在汉语中，旁边有一个凤凰词。凤凰是一只神奇的鸟，在它的外形中以女性为主。

第三章

俄罗斯和中国民间故事中动物象征的对比和比较

童话是具有独特魅力的,因为每一个民族都用自己的传统和习俗以及信仰使童话更加丰富多彩。

结论

民间童话在文学和生活中起着重要作用,反映了人类的思想意识。

童话中的形象是童话故事的重要元素。

通过比较动物特征有助于了解如何让通过动物来表达人类民族的独特性。对俄罗斯民间童话和中国童话的比较分析表明,在两国童话故事中发现了相似的人物形象,但其人物在童话中代表的形象与寓意有所不同。

В. Таболина (ГУО «Гимназия с белорусским языком обучения № 23 г. Минска»)
Е. В. Макоско (научный руководитель)

商务与演讲交流文化：中国和白俄罗斯

现实的研究。白俄罗斯共和国与中华人民共和国如今在政治,经济,教育,科学和艺术等领域都有迅速的发展合作。不同级别的互访变得更加频繁,政治和经济的互信不断加强。中国和白俄罗斯能够相互理解和支持来解决双方在国际事务中具有共同利益的严肃问题。显著促进了国家的和平发展及全面进步。

在国际舞台上两国之间的战略合作伙伴关系使两国代表积极地进行商务联系。而在这样的背景下,技巧在任何国家间进行谈判时都是极其重要的元素。

中国和白俄罗斯从整体来讲具有独特的道德规范,因此,在交际中的语言特点,局限于民族特点。因此,必须加强研究-商务交际中语言文化的特点。能够顺畅的进行跨语言的交流——更何况是对于商务谈判参与者来说,不仅是尊重他人的最佳指标,而且是确保它在今后的成功和有效。

研究对象:中国——白俄罗斯商务用语的特点,是两国之间实施有效谈判的必要元素。

研究课题:在汉语中的个别词汇及礼节形式,反映出与白俄罗斯有密切业务往来企业,在事物往来过程中的语言文化特点。

研究目的:在中国——白俄罗斯企业的角度来研究专业的商务术语的语言文化。

研究方法:依据对比的方法进行分析中国和白俄罗斯的商务用语的语言文化特点。

礼仪用语,词典及文献记载,商业杂志和网络出版物,以及科学文献,专门的在中国和白俄罗斯的交际行为特点研究。

获得成果的新颖性包含历史比较方式，允许在白俄罗斯和中国之间传统语言和现代商务礼仪的比较及对照。

实际应用该成果可用于白俄罗斯教育机构关于汉语作为一门外语的学习，同时一些企业为了提高商务沟通和预期障碍所开设的一些培训班，在附件中给学生们提供了学习中国基本商务礼仪，最佳的语言句子，剪短会话手册，有益的建议。

论文结构：序言，两章，结语，附件。

在第一章中介绍白俄罗斯和中国传统的礼仪规范，习俗和商业文化背景下关系模型和发展及演变。

在中国商业文化和名族文化的连续性是非常重要的。在远古时代已经出现沟通的行为，尽管有很多一些规则变化但仍保存至今。在中国传统非常重要，维持«脸面»(面子 - miàn zi)。中国是历史上具有非常高的人口密度国家，每个人总是和社会的其它成员息息相关。在这样的情况下，保留面子的能力，帮助人们保持他们的内心世界不违反社会规范。语言事实也反映出：面作为身体的一部分，有一个完全不同的单词(脸子 - liǎnzi),有稳定的言论礼仪表达，以避免极不理想的情况。

一般情况下，在中国文化概念的背景下«面子»的语言方式表达得到中国社会的认可，已经形成了中国文明悠久历史的社会规范，在中国，已经成为当今名族意识有关商业领域的关键要素。

在白俄罗斯商务沟通领域里白俄罗斯的合作伙伴需要知道，公开拒绝邀请，纪念活动开始与所有的批评建议的草案或文档，及任何别的，不得不承认，自己错误的不得体行为，会严重冒犯中国人，让他丢了面子(面子 - diū miàn zi - «丢了面子», «丢脸».)此外，一个人失去了尊重，可能被指责而降低和他紧密相连的整个集团的威信。

中国人在商务领域的社交行为明显区别在表达仪式，克制，掩饰真实意图，小心谨慎，大量结合必要的语言和形式礼节过程来表现等方面。

白俄罗斯商务礼仪与沟通的传统，尽管与中国文化有明显差异，主要是与谐音有关，也有深厚的历史渊源。在许多入侵的白俄罗斯每个征服者，来到此组织生活几乎都是重新开始的，提高他们的土地免遭破坏，促进人民繁衍生长，所以共同协作，公共社会性质，以及深刻的委员会进入了日常生活的传统，还有在彼此之间的商务关系的实践中也有渗透。

白俄罗斯人民的天性和善于同其他民族代表在整体促进有效商务交际时建立商务以及合作伙伴关系和建立业务合作关系。信任和开放的传统牢牢扎根在商务礼仪中。白俄罗斯人民认真仔细观察协议，珍惜声誉。此外，我们

的人民的民族特性是宽容和耐心，有毅力，可靠性，勤奋，谦虚，有责任心，尊重长辈和同事，忠诚友谊等。白俄罗斯人骄傲的各个方面在有关公务，业务，以及合作伙伴方面都是显而易见的。正是民族自豪感不允许他们采取行动不公正和不诚实的行为以及和羞辱他人等。

因此，中国和白俄罗斯民族文化传统在商务互相之间的实践上都留下了自己的印记。可以说他们在形成和发展我们两国之间的事物接触过程中有一定的影响，并且在商务领域会采取相应的言语行为战略。

第二章描述商务用语在汉语里的个别的词组和礼仪形式，这个与民族传统相对应及广泛的应用与当今。

在历史发展的背景里，每个民族经过几百个世纪的独特发展，只有她才有的固定姿态及她所对应的感知«语言»。中国和白俄罗斯的社会文化价值在商务事物里认为主要是通过语言的形式来表达。汉语里的定型词组，固定表达式（礼貌用语）及它的语法适这一整套体系运用于日常生活和商务实践中。

中国文化里的礼貌——它表现为谦逊和虔诚，即指行为，也指言语。汉语«礼貌»的意思是仪式（礼仪，祭祀），在相对应情况里维持外观。

现代中国行为礼仪是与中国传统文化有着不可避免地联系并基于礼仪（李）。这个礼仪是被孔子创立并发展在 5000 年前，就像道德一直延续到我们这个时代，道德和社会文化规范，是中国人民族认同的一部分。

中国和白俄罗斯的商务沟通主要涉及与谈判过程中的相互尊重和参与者的可靠性合作伙伴的诚信为主。所以特别的给我们介绍了有兴趣的单独的语言手段：词汇单位，公式和礼语圈，呼叫，问候，祝愿，道歉，感谢，告别等，是任何一个商务考察协议的一部分。

因此，呼吁在中国社会上的用法是不同的——每个收件人必须用他人的年龄和状态来决定呼叫。在白俄罗斯语言环境，对这些条件并不严格要求。

在汉语中有很多表达感激之情的词都用语视情况而定，例如：

请允许感谢您…… - qǐng yǔnxǔ gǎnxiè nín;

请接受我的谢意…… - qǐng jiēshòu wǒ de xièyì;

请接受我的谢意…… - qǐng jiēshòu wǒ de xièyì - 请接受我的感谢...（进一步解释，为何要感谢），等等。

（请允许感谢您…… - qǐng yǔnxǔ gǎnxiè nín - 请允许我感谢您...（还可以用特定的服务枚举来表达对他人的感谢）

总体而言，我们的研究并不旨在要写出中国与白俄罗斯之间的商务语的所有特性。我们通过研究并认为只有那些语言功能能提供礼仪的业务关系和礼仪。

以明斯克白俄罗斯和中国餐馆为例，两种文化的烹饪法特点

随着全球化进程的加快，各国文化的交流与融合日益频繁。食品作为文化的重要载体，不仅承载了各民族的历史与传统，还反映了他们的生活方式和价值观。在这一背景下，探索不同文化之间的烹饪法特点，尤其是白俄罗斯和中国这两种拥有独特饮食文化的国家，显得尤为重要。本研究将以明斯克的白俄罗斯餐馆和中国餐馆为例，深入分析这两种文化的烹饪法特点，为促进文化交流与理解提供新的视角。研究白俄罗斯与中国烹饪法的特点，能够揭示两国饮食文化的异同，为文化交流、教育和饮食产业发展提供理论基础与实践指导。此外，通过分析饮食习惯、烹饪方法及其背后的文化意义，可以提升人们对全球饮食文化的理解与尊重，进而促进文化间的对话与合作。

历史上，白俄罗斯经历了多次的战争和政治变迁，特别是在波兰、立陶宛和俄罗斯的统治下，白俄罗斯的饮食文化也不断吸收和融合其他文化的元素。比如，波兰的影响使得白俄罗斯的沙拉和馅饼等菜肴更加丰富，而与俄罗斯的接触则使得汤类菜肴逐渐成为家庭餐桌上的重要组成部分。

食材的选择与使用在不同文化和地域的饮食习惯中扮演着极为重要的角色。它不仅与人们的日常生活息息相关，更反映出历史、传统以及社会结构。中国和白俄罗斯两国的饮食文化迥异，各自都有其独特的食材使用方式与选择标准。本文将从常用食材的比较与文化象征意义两个方面深入探讨。

在白俄罗斯，土豆是餐桌上最为重要的主食，几乎每一餐都会出现，从“土豆饼”（Драники）到“土豆泥”都极受欢迎。在位于明斯克的一些餐馆如“Васильки”，土豆饼通常与香肠、炒洋葱和酸奶油一起呈现，十分可口。土豆不仅便宜且营养丰富，成为中产阶级的主要食品。

而在中国，米饭和面食被广泛接受为主食，尤其是在南方地区。在中餐馆中“唐朝”（Тан Чао），提供的蒸米饭、炒米粉等配合各种菜肴，如宫保鸡丁、蒜炒西兰花等，构成了丰富的饮食结构。由于地域差异，北方的面食，如饺子和花卷，也不可或缺，展现出中国饮食文化的多样性。

中国的饮食文化中，猪肉是最受欢迎的肉类，通常与多种烹饪方法结合。在明斯克的餐馆“Скиф”，你可以找到熏制猪肉、清煮猪蹄这类经典白俄罗斯菜，而中国餐厅如“筷子”（Палочки）则提供如蜜汁叉烧、红烧肉等多种肉类菜肴，更显多样风味。

相对而言，白俄罗斯人更乐于使用熏制或腌制的方法处理肉类，经典的“香肠”在当地餐馆十分流行，通常作为开胃菜出现在菜单上。此外，牛肉和禽类在白俄罗斯的饮食中也占有重要地位，而中国的饮食中不仅仅限于猪、牛、羊，还包括各种禽类，确保了风味的丰富多样。

例如，在“Кухмистр”这样的白俄罗斯餐厅，你经常会看到典型的“红菜汤”（борщ）使用甜菜为主料，酸奶油的加入则为菜肴增添了独特的风味。这与中国习惯将青菜以清炒或蒸的方式烹饪形成鲜明对比，反映出两国在饮食根基上的差异。调味品在中国饮食中至关重要，充满层次的调味使每道菜肴都能绽放独特风味。例如，在明斯克的中餐馆“长江”（Янцзы）中，可以找到来自四川的麻辣火锅，表示出复杂的调味品的使用，如花椒油和辣椒酱，使其味道香辣鲜美。

而在白俄罗斯，调味品的使用更为简单，主要依赖盐、黑胡椒和一些香草，体现了他们对食材本身的尊重。在“Литвины”等餐厅，你会发现以简单的香料搭配菜肴，保留了食物的原汁原味。

饮食习惯和文化背景反映

而在白俄罗斯，传统饮食中却往往通过腌制和熏制的方式保存食物，饮食习惯结合了白俄罗斯气候的特性，更加强调实用性。在明斯克餐馆中，冬季菜肴多以腌制的泡菜和熏制肉制品构成，展示了白俄罗斯民族与土地的亲密关系。

在全球化的背景下，两国之间的文化交流愈加频繁。随着国际旅行与移民的增加，中国风味的菜肴逐渐在白俄罗斯的餐桌上占据一席之地。在明斯克，许多餐馆开始提供各种中式菜肴，如饺子、炒饭以及麻辣火锅等。这不仅吸引了寻求新鲜口味的当地食客，也让白俄罗斯人民对中国料理焕发出浓厚的兴趣，有助于加深对中国文化的理解。

随着饮食文化的交流加深，中餐和白俄罗斯传统食品在国际市场上的侧重点也不断变化。在中国，白俄罗斯的产品，如糕点、贝类和乳制品等，逐渐进入中国市场。反之，越来越多的中国调味品被引入白俄罗斯的超市，丰富了当地居民的食品选择。同时，这种跨国食品贸易也在潜移默化中增强了两国人民对彼此文化的认知。

本研究深入探讨了中国与白俄罗斯在饮食文化的多个方面，包括食材的文化象征意义、烹饪技术的差异与相似性，以及两国饮食文化的影响与交流。通过对这两种饮食文化的系统比较与分析，我们发现，尽管两国在饮食习惯、食材选择和烹饪方式上存在显著差异，但在家庭聚餐、节日庆典以及文化交流的背景下，彼此之间也展现出一定的共通性和互补性。这种文化交流不仅体现了饮食文化的多样性，也反映了文化认同、人际关系和生活方式之间的内在联系。

研究表明，食材在中国和白俄罗斯的饮食文化中不仅仅是营养的来源，更担负着丰富的历史与文化象征意义。中国饮食文化尤其重视食物的寓意，米饭、鱼类、面条等主食往往承载着吉祥的象征，在家庭和节庆中具有重要的地位。同时，白俄罗斯的饮食以土豆为主，在其文化中象征着坚韧与自给自足，体现了这个国家人们与自然和谐相处的生活哲学。

两国在烹饪技术上体现出显著的差异。中国的烹饪方法多种多样，常见的有炸、蒸、煮、炒等，强调火候与调味的综合运用，以达到色香味俱全的

效果。而白俄罗斯则更注重保持食材的原味，烹饪方式相对简单，常以煮、炖为主。近年来，随着现代烹饪技术的发展，双方在烹饪方法上逐渐产生交集，为双方的饮食文化带来了新的创新与启发。

全球化的进程促进了中国与白俄罗斯饮食文化的交流与融合。中国菜肴在白俄罗斯的普及以及白俄罗斯的传统美食在中国的崭露头角，不仅丰富了彼此的饮食选择，也促进了两国人民对对方文化的理解。饮食文化的交融不仅是一种口味上的享受，更是心灵沟通的桥梁，增进了两国人民之间的情感联系。

基于研究结果，我们提出以下建议：

- 加强文化交流与合作鼓励中国与白俄罗斯在饮食文化方面进行更广泛的交流与合作，尤其在美食节、文化活动和厨艺培训等层面。这种交流不但能够增进理解，还能通过相互学习和借鉴，创造出新的美食体验，吸引更多食客。
- 推动食品工业的共同发展，鼓励中白两国的食品工业开展合作，引入对方的优质农产品和特色调味品，共同开发具有市场潜力的产品。通过贸易交流，可以满足消费者对多样化饮食的需求，同时促进双方的经济发展。
- 增加对两国餐饮文化的研究和宣传力度，特别是在教育体系、媒体和出版行业，可以为新一代提供更为丰富的文化视野，帮助人们更深入地了解并尊重对方的文化特点，通过文化教育促进和谐共处。
- 推动文化旅游的发展，利用饮食文化交流促进旅游业的发展，通过旅游推广中华美食和白俄罗斯传统美食，吸引游客探索两国独特的饮食文化，进而提升两国的国际形象与文化影响力。
- 本研究的结果具有广泛的应用潜力，尤其在以下几个领域：
- 研究结果可以作为中白两国文化交流活动的基础，为未来的文化活动和国际合作奠定良好的基础，促进两国人民对于彼此文化的未来理解与尊重。
- 本研究可以被用作高校和职业院校的课程材料，帮助学生和厨师接受有关国际饮食文化的教育与培训，从而增强他们的全球视野与竞争力。
- 推动两国的文化旅游发展，将饮食文化作为吸引游客的核心元素之一，不仅能丰富游客的体验，还能给当地经济带来发展机会。
- 为企业提供市场发展策略，通过引入对方国家的饮食特色与文化元素，创新产品，丰富市场组合，提升市场竞争力。

通过深入研究中国与白俄罗斯的饮食文化，我们认识到饮食不仅是满足基本生理需要的方式，更是文化交流的重要载体与人类情感的体现。饮食文化的交流与融合，是跨文化理解与社会和谐的有效途径。在这条交融的道路上，两国人民可以通过共同的饮食体验，增强彼此的沟通与理解，从而构建更加美好、和谐的未来。

ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

З. Гашников (*ГУО «Гимназия № 34 г. Минска»*)

Е. В. Ласица (*научный руководитель*)

LES PARTICULARITÉS DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE DES JEUNES AU BÉLARUS ET EN FRANCE

Aujourd'hui la demande du personnel qualifié sur le marché du travail est en augmentation et il s'agit d'une tendance mondiale.

De nouvelles exigences s'imposent aux spécialistes, car le travail devient de plus en plus complexe. La demande d'ouvriers au Bélarus et en France augmente à un rythme sans précédent.

En 2024 dans notre pays plus de 160 000 offres d'emploi sont disponibles dans la banque d'offres d'emploi multirépublicaine. Environ 70 % d'entre elles concernent des professions d'ouvriers.

Donc, l'actualité du sujet consiste en ce que la formation professionnelle joue le rôle primordial dans l'économie de deux pays. Le développement durable est impossible sans personnel qualifié. Il paraît donc important d'étudier l'histoire des établissements de la formation professionnelle en France et au Bélarus et les possibilités différentes offertes aux jeunes pour apprendre un métier aujourd'hui.

Le sujet de l'étude est l'enseignement secondaire au Bélarus et en France.

L'objet de l'étude – les établissements d'enseignement professionnel et technique au Bélarus et en France auparavant et aujourd'hui.

Le but de l'étude est la mise en évidence des particularités des voies différentes de la formation professionnelle au Bélarus et en France. Pour la réalisation de ce but on a posé des tâches plus concrètes:

- étudier l'histoire de l'enseignement professionnel au Bélarus et en France;
- déterminer les types des établissements d'enseignement professionnel et technique au Bélarus et en France et comparer les formations y sont proposées;
- analyser le marché du travail au Bélarus et en France et démontrer quels sont les métiers les plus demandés actuellement.

Au cours du travail on a utilisé les méthodes suivantes: descriptive, comparative, celles de recherche, d'enquête et d'analyse.

L'étude réalisée permet de conclure que chaque système d'enseignement secondaire professionnel a son longue histoire, ses particularités et ses traditions.

On peut constater que les lycées de garçons sont instaurés en France par Napoléon Bonaparte par la loi du 1^{er} mai 1802. Le premier lycée des jeunes filles a été créé en 1881 à Montpellier.

De 1802 à 1959, le terme «lycée» désignait des établissements financés par l'État. Il représentait l'ensemble de l'enseignement secondaire long (de la sixième à la terminale). Quant aux «collèges», ils pouvaient également couvrir l'ensemble du cycle secondaire long, mais étaient financés par la municipalité ou par le département.

À partir de 1963, le lycée prend sa signification actuelle. Le premier cycle de l'enseignement secondaire (de la 6^e à la 3^e) devient «collège d'enseignement secondaire».

Les baccalauréats technologiques sont créés en 1968.

Les lycées d'enseignement professionnel sont institués en 1977 par le décret n° 76-1304 du 28 décembre 1976. En 1985, par le décret n° 85-1267 du 27 novembre, ils sont devenus les lycées professionnels. Les lycées généraux et les lycées techniques sont alors regroupés sous le nom de lycée d'enseignement général et technologique.

Le projet de la création d'un lycée au Bélarus a été proposé par le professeur O. I. Senkovsky encore en 1826. Pourtant le manque d'enseignants et de ressources financières a provoqué l'annulation du projet.

Le 7 février 1852, la première association d'artisans a été créée à Minsk. En 1872, l'école d'artisanat de Goretsk a été ouverte sur la base de l'usine mécanique locale.

En octobre 1878, la première école technique ferroviaire de Gomel du Ministère des chemins de fer est créée pendant la construction du chemin de fer Libava-Romna.

Au début du XX^e siècle, le Bélarus a connu des changements considérables dans le système éducatif. Le nombre d'écoles augmente et la formation des enseignants est organisée.

Le réseau d'établissements d'enseignement secondaire spécialisé s'est également développé. Au début du XX^e siècle, des séminaires d'enseignants fonctionnaient à Molodetchno, à Polotsk, à Nesvij et à Svislotch. En 1909-1915, de nouveaux séminaires sont ouverts à Rogatchev et à Gomel. Des séminaires pour femmes s'ouvrent à Orcha et à Borisov.

En 1914, il existe cinq écoles secondaires agricoles formant des agronomes et des arpenteurs. Une école de chemin de fer a été ouverte à Gomel. Les écoles de médecine à Mogilev, à Vitebsk et à Grodno forment des infirmiers et des sages femmes.

En 1914, environ 1,4 millier d'élèves faisaient leurs études dans les établissements d'enseignement secondaire spécialisés au Bélarus.

L'étude réalisée permet de constater que l'enseignement professionnel et technique se développe au Bélarus et en France à un rythme rapide tout au cours du XX^e et XXI^e siècles.

Au cours de l'année scolaire 2022/2023 au Bélarus, tous les établissements d'enseignement professionnel (collèges et lycées professionnels) sont devenus des collèges entre septembre 2022 et janvier 2023. Le Bélarus dispose désormais du système unifié de collèges, qui mettent en œuvre des programmes éducatifs d'enseignement professionnel et à la fois peuvent réaliser des programmes d'enseignement secondaire spécialisé.

Quant à l'entrée aux collèges, les élèves y sont inscrits à la base du concours de la note moyenne de leurs certificats de la fin d'études secondaires après la 11^{ième} ou du concours de la note moyenne du certificat de la fin d'études de base après la 9^{ième}.

Actuellement, dans notre pays la formation professionnelle du second degré s'effectue aux 229 collèges qui réalisent les programmes de l'enseignement professionnel et de l'enseignement secondaire spécialisé.

Le Bélarus compte environ 300 professions au niveau de l'enseignement professionnel et à peu près 200 professions au niveau de l'enseignement secondaire spécialisé.

Le second cycle d'études en France peut être général, technologique ou professionnel. Il correspond principalement aux trois dernières années de l'enseignement secondaire: seconde, première et terminale.

Les formations s'effectuent aux lycées professionnels ou aux lycées généraux et technologiques.

Le lycée professionnel permet d'apprendre un métier. Dès la rentrée de seconde, il faut choisir une famille de métiers. Avant la rentrée de première, les lycéens ont à décider d'une spécialité. Au total, on compte 14 familles de métiers et une centaine de spécialités.

La filière générale et technologique est faite en général pour les jeunes qui veulent approfondir leurs connaissances pour s'engager dans des études supérieures.

Il faut noter que l'orientation professionnelle en France a lieu beaucoup plus tôt qu'au Bélarus et commence encore au collège.

Tout de même, l'enquête auprès des élèves de la classe de 9-ième du gymnasium №34 de Minsk a montré que 69% d'entre eux savent où poursuivre leurs études après la 9-ième. Les jeunes Bélarusses choisissent leurs futurs métiers eux-mêmes ou avec leurs parents. Plusieurs élèves trouvent de l'information sur les voies possibles de la poursuite de leurs études sur Internet (23%) ou utilisent quelques sources d'information à la fois (69%).

Chaque spécialisation au collège bélarusse ou au lycée français a son propre programme et des matières précises, avec des cours à la fois théoriques et pratiques. Dans les deux pays les jeunes suivent les cours en classe, en atelier, dans un laboratoire ou sur un chantier.

En ce qui est l'organisation des études, les établissements de la formation professionnelle au Bélarus et en France se diffèrent selon leurs programmes d'études, mais, cependant, ils comportent les matières d'un tronc commun pour former une culture générale et les enseignements de la spécialité. Ces matières sont obligatoires. Les matières d'enseignement général occupent une place importante dans l'horaire hebdomadaire. Les jeunes peuvent également compléter leur formation par des enseignements optionnels.

La durée des études, les épreuves finales et les diplômes obtenus par les jeunes varient selon la filière choisie.

Malgré toutes ses différences, la formation professionnelle au Bélarus et en France a beaucoup de choses en commun. Tout d'abord, il faut dire que l'enseignement secondaire est obligatoire au Bélarus et en France.

Deuxièmement, la majorité des établissements secondaires de la formation professionnelle dans les deux pays sont publics et financés par l'État.

Et enfin, les collèges au Bélarus et les lycées en France préparent les jeunes à acquérir un métier pour s'insérer dans la vie active. Ils donnent aussi aux jeunes la possibilité de la poursuite d'études supérieures.

L'analyse du marché du travail au Bélarus et en France permet de constater que le plus grand nombre de postes vacants se trouve dans l'industrie, l'agriculture, la construction, ainsi que dans les domaines de santé, d'éducation, de commerce et de transports.

La majorité des métiers en pénurie dans les deux pays nécessite la formation professionnelle et technique réalisée par les collèges bélarusses et les lycées français. Les programmes et les cursus proposés par les établissements d'enseignement professionnel aux jeunes correspondent aux besoins réels des systèmes économiques de deux pays et du marché du travail en particulier.

Les résultats de la recherche pourraient être utiles lors des cours de français consacrés au sujet «Métiers» qu'on étudie en classe de 9-ième et 11-ième.

В. Евдокимова (ГУО «Гомельский городской лицей № 1»)

Е. В. Антропова (научный руководитель)

LES IDIOTISMES ANIMALIERS: LEURS PARTICULARITÉS ET STATUT DANS LE SYSTÈME LINGUISTIQUE FRANÇAIS

«Parmi les éléments de la langue qu'il faut acquérir pour s'exprimer figurent non seulement des mots, mais aussi des groupes de mots plus ou moins imprévisibles, dans leur forme parfois, et toujours dans leur valeur. Ainsi des milliers de particularités expressives, non traduisibles telles quelles dans d'autres langues, forment l'immense part du lexique connu sous le nom d'expressions idiomatiques», c'est ainsi que décrit les expressions idiomatiques Alain Rey dans son *Dictionnaire des expressions et locutions*.

Un idiotisme ou expression idiomatique est une construction ou une locution particulière à une langue, qui porte un sens par son tout et non par chacun des mots qui la composent. Il peut s'agir de constructions grammaticales ou, le plus souvent, d'expressions imagées ou métaphoriques. Un idiotisme est en général intraduisible mot à mot, et il peut être difficile, voire impossible, de l'exprimer dans une autre langue, car chaque langue a son propre registre d'images.

Pour être capable de s'exprimer d'une manière spontanée, ainsi que de comprendre un message, la bonne maîtrise des expressions figées d'une langue n'est pas moins importante que la connaissance des règles de grammaire et du vocabulaire. Les expressions idiomatiques sont une source riche de savoirs culturels et de vocabulaire. Il s'agit d'un objet d'étude très profond et utile, et même indispensable dans l'acquisition d'une langue. Pour acquérir le bon usage des expressions, il faut tout d'abord les reconnaître et analyser leur fonctionnement dans la langue.

Les expressions idiomatiques, comme une sous-catégorie des expressions figées, sont caractérisées par leur nature métaphorique qui cache une signification figurée. L'originalité de ces expressions repose sur le fait qu'on ne peut pas faire une lecture compositionnelle de l'énoncé. Le sens littéral des composants ne correspond pas au sens figuré que locuteur veut transmettre en employant une expression idiomatique. De plus, les expressions idiomatiques refusent les possibilités transformationnelles, elles ont une forme figée.

De cette façon, une expression idiomatique désigne une expression spécifique à une langue et qui n'a pas d'équivalent littéral dans une autre langue. La création d'idiotismes, dans une langue, porte généralement sur des domaines significatifs de l'activité ou des préoccupations des locuteurs de cette langue. Les idiotismes imagés peuvent utiliser le vocabulaire de différents domaines sémantiques: les animaux, la nourriture, les parties du corps, les couleurs, les chiffres, etc.

L'objet de notre étude sont des idiotismes animaliers. Les expressions telles que: «*avoir un chat dans la gorge*», «*rusé comme un renard*», «*cela ne casse pas trois pattes à un canard*» ou «*prendre le taureau par les cornes*», sont des expressions construites à partir de termes empruntés au monde animal, qui sont partout. En France, il existe de nombreuses expressions idiomatiques construites à partir du lexique des animaux ou des choses relatives aux animaux (comportement, parties du corps, etc.).

La plupart des idiotismes animaliers ont émergé dans les domaines de l'agriculture et de la chasse, à une époque où ces activités étaient essentielles pour une grande partie de la population. Ils peuvent également être associés aux animaux de compagnie. En plus des termes tirés du lexique des animaux de la ferme, nous avons également découvert de nombreuses expressions utilisant des animaux exotiques.

Pour faciliter l'apprentissage des expressions idiomatiques françaises pour les apprenants russes, nous avons proposé une analyse des expressions de base liées au vocabulaire des animaux. Face à la multitude et à la diversité des expressions, il est impossible d'en dresser une liste exhaustive. Nous avons conçu donc «*Un petit dictionnaire des idiotismes animaliers français*» qui contient 85 expressions françaises, réparties en cinq catégories: 1) les animaux de ferme, 2) les animaux de basse-cour, 3) les animaux sauvages, 4) les animaux exotiques, 5) les oiseaux et les poissons, et chaque expression est accompagnée de sa définition, de son étymologie, des équivalents russes. Il s'agit d'une collection d'expressions bien utile pour tous ceux qui s'intéressent aux expressions françaises.

Par la suite, nous avons analysé les expressions collectées au sujet de leurs significations socioculturelles, émotionnelles et historiques, leurs ressemblances et divergences avec leurs homologues en russe et, enfin, leur statut dans la vie quotidienne des locuteurs natifs.

Originaires de la sagesse populaire ou de la littérature, les expressions idiomatiques animalières font partie du patrimoine socioculturel de la langue. Afin de mieux les assimiler et les maîtriser et pour une meilleure compréhension

de la culture de la langue, il est crucial de comprendre le sens socioculturel et historique de nombreuses expressions idiomatiques, également appelées «expressions de la sagesse populaire».

En français ainsi qu'en russe on associe souvent les noms d'animaux à des catégories socioculturelles. Notre étude démontre que les expressions idiomatiques animalières à motivations socioculturelles font partie des divers domaines stéréotypés dans les deux langues:

- **Les capacités intellectuelles:** «ne pas casser trois pattes à un canard»;
- **Les qualités et les défauts:** «être têtu comme un âne»; «avoir mangé du lion»;
- **La description physique:** «être frisé comme un mouton»; «avoir un cou de girafe»;
- **La société, les relations humaines:** «être copains comme cochons».

Les expressions idiomatiques sont utilisées également pour montrer des émotions et des sentiments divers qui peuvent être éprouvés par l'homme. Les expressions idiomatiques examinées font voir que les noms d'animaux sont des symboles généraux des affections:

- **Le sentiment de bien-être:** «être comme un coq en pâte»
- **La gaité, le contentement:** «être gai comme un pinson»
- **La douceur:** «être doux comme un agneau»
- **La colère:** «être rouge comme un coq»; «monter sur ses grands chevaux»
- **L'ennui:** «bâiller comme une carpe»; «bayer aux corneilles»
- **L'irritation:** «faire devenir chèvre»; «faire tourner en bourrique».

Pour la meilleure assimilation des expressions idiomatiques la seule mémorisation ne suffit pas, dans la plupart des cas pour mieux comprendre et pouvoir faire des images et des associations il faut connaître les origines de l'idiomatisme, le contexte historique dans lequel a apparue l'expression: d'où elle vient et pourquoi on y emploie tel ou tel animal. C'est pour cette raison que nous avons fourni les expressions de notre corpus de leur étymologie.

Suite à notre analyse, nous avons découvert des locutions remontant à la bible («jeter des perles aux cochons», «brebis égarée» ou «bouc émissaire»), à la littérature («vendre la peau de l'ours», «le pavé de l'ours», «revenir à ses moutons», «moutons de Panurge»), à l'histoire et aux traditions du peuple français («payer en monnaie de singe», «être comme un coq en pâte», «en peau de lapin»).

En apprenant les expressions idiomatiques, on devrait prendre en considération l'impact de la langue maternelle. D'un côté, elle peut faciliter la compréhension au cas où il existe une expression similaire dans deux langues. Au cas inverse, elle pourrait, au contraire, l'entraver, si l'expression en langue maternelle n'existe pas ou a une signification différente. Par exemple, l'expression «prendre le taureau par les cornes» a un équivalent traduisible mot à mot en russe, mais «donner sa langue au chat» n'en a pas. Comme le souligne aussi Elme, la capacité à confronter différents systèmes linguistiques et à trouver de potentiels équivalents phraséologiques en langue maternelle favorise la compréhension et la mémorisation des expressions, et cela est absolument nécessaire pour faire des traductions correctes.

Suite à l'analyse comparative, nous avons classé les expressions idiomatiques de notre corpus en fonction de leur niveau d'équivalence, en deux groupes.

Le premier groupe comprend des locutions dont le contenu et la forme sont complètement ou presque identiques, ce qui permet de les traduire littéralement d'une langue vers l'autre: «*être têtue comme un âne*», «*prendre le taureau par les cornes*», «*être comme chien et chat*», «*avoir une faim de loup*», «*verser des larmes de crocodile*», «*être voleur comme une pie*» et d'autres.

Le deuxième groupe comprend les locutions dont la structure diffère par un ou plusieurs éléments ou est tout à fait différente, et qui n'ont pas d'expression analogique en russe: «*faire tourner en bourrique*», «*être copains comme cochons*», «*sauter du coq à l'âne*», «*être jaloux comme un tigre*», «*faute de grives on mange des merles*».

En définitive, nous avons constaté que 40% soit 34 expressions animalières sur 85 sont des unités phraséologiques équivalentes. À la suite de la comparaison des expressions idiomatiques, on peut noter que la convergence est observée dans les valeurs morales, sociales et les normes du comportement d'un individu. Ce sont des locutions d'origine biblique ou mythologique, ainsi que des idiotismes reflétant la description physique et morale de l'homme, les relations humaines.

La divergence d'interprétation des idiotismes est observée dans les motivations culturelles et historiques dues aux conditions différentes des modes de vie de nos deux peuples. Dans la majorité des cas, ils évoquent le passé, des traditions, des coutumes, la cuisine, la vie quotidienne, la religion, les superstitions. Nombreuses sont les expressions qui reflètent des particularités de la mentalité des Français.

Une des étapes de notre travail a consisté à mener un sondage auprès des locuteurs natifs sur le sujet de notre étude.

La grande majorité des résidents français interrogés, soit 78,5% emploient les expressions animalières parfois ou très souvent dans la vie de tous les jours.

Parmi les animaux les plus utilisés, figurent le plus souvent l'âne, le chien, la vache, le mouton, la poule, le canard, les oiseaux et les poissons. Et les expressions que les Français préfèrent et apprécient particulièrement sont: «*être têtue comme un âne*», «*passer du coq à l'âne*», «*il fait un froid de canard*», «*revenons à nos moutons*», «*être doux comme un agneau*», «*être une poule mouillée*», «*être comme un poisson dans l'eau*», «*avoir la mémoire d'un poisson rouge*», «*Oh la vache!*».

Ainsi, notre enquête prouve le fait que l'utilisation courante des expressions idiomatiques animales est principalement influencée par leur origine et leur provenance de la vie sociale du monde rural, et la présence d'un tel ou tel animal dans les expressions idiomatiques est déterminé par sa signification symbolique.

Et, bien que les utilisateurs, dans leur grande majorité, ne comprennent pas parfois le sens d'une expression idiomatique, ils sont convaincus que les expressions idiomatiques animalières enrichissent le langage et le rendent plus vivant et expressif (64,3%), permettant ainsi de transmettre plus précisément les émotions et les sentiments (32,1%).

En résultat, nous avons vu qu'il existe des métaphores différentes dans les différentes langues, car les expressions sont fort liées aux conditions sociales dans lesquelles la langue est actualisée. La compréhension d'une expression figée demande alors une compétence phraséologique, linguistique et culturelle ainsi que des capacités métaphoriques, aussi bien dans la langue source que dans la langue cible.

En conclusion, assimiler des expressions idiomatiques dans l'enseignement des langues étrangères favorise la compétence communicative ainsi que l'interaction sociale. Les avantages apportés par l'enseignement-apprentissage des expressions idiomatiques et le manque actuel des matériaux phraséodidactiques, justifie la nécessité de notre mémoire et le besoin de travailler les expressions imagées d'une manière progressive et continue tout au long de l'apprentissage.

Notre travail de recherche pourra aider les apprenants à mieux connaître la langue française, à approfondir leur connaissance de l'histoire, de la culture, des traditions des Français, à révéler et comparer des particularités de la mentalité de nos grands peuples.

Р. Зайцев (ГУО «Гимназия № 1 г. Бобруйска»)

Л. В. Ниликовская, Г. И. Шуманская (научные руководители)

LA GUERRE: ON NE L'A PAS VUE, MAIS ON LA COMMÉMORE TOUJOURS

Au cours de son histoire séculaire le Bélarus est devenu plusieurs fois l'arène de guerre. La Grande guerre patriotique, la plus sanglante, la plus féroce, prend une place à part dans le passé historique de notre pays. On a célébré le 80e anniversaire de notre Victoire réalisée au prix de grandes pertes du peuple bélarusse. Même à nos jours le monde n'est pas stable: des conflits militaires, des attaques terroristes partout sur la planète. Et pour stabiliser cette situation on doit prendre conscience des leçons du passé. Il convient de citer les paroles du président de la République du Bélarus A.Loukachénko lors de son discours: «Pour sauvegarder notre terre nous devons nous souvenir des leçons de notre histoire et celles des autres... Elles nous enseignent la chose principale: il n'y a pas de souveraineté sous l'administration extérieure. Et sans souveraineté, il n'y a pas de maison, pas de famille, pas d'avenir pour chacun de nous».

Les crimes des occupants et leur terrible cruauté ne connaissaient pas d'égal dans l'histoire du Bélarus. Selon les experts le Bélarus a souffert de cette guerre plus que tout autre pays de l'Europe. Pour notre république cette question reste toujours actuelle car elle a subi beaucoup de pertes humaines et matérielles.

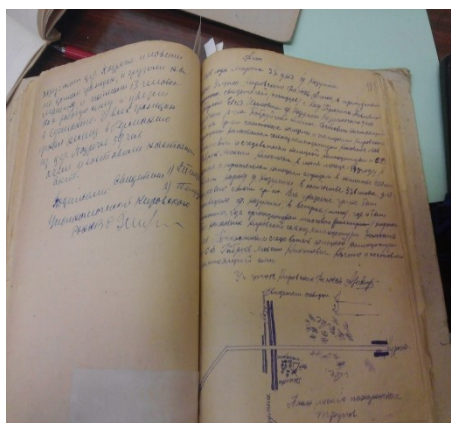
La Commission Extraordinaire d'Etat (TCHGK) a été spécialement créée pour témoigner les atrocités commises par les fascistes et faire voir les dommages causés dans cette guerre. Suite cette enquête on a établi la base de preuves documentaires avec ses conclusions. Sur le territoire du Bélarus ce travail a été effectué depuis le début de 1944. Voilà quelques statistiques.

Les dommages matériels causés au Bélarus par l'occupation nazie sont estimés à 75 milliards de roubles (aux prix de 1941), soit 35 fois plus que le budget de la république de 1940. Les envahisseurs allemands ont brûlé, détruit et pillé 209 villes et 270 centres régionaux, 9200 villages. Mais quels que soit les dommages matériels la perte la plus douloureuse et la plus grave était celle des vies humaines. Pendant les années d'occupation les hitlériens ont mené plus de 140 opérations punitives au cours desquelles ils ont complètement ou partiellement décimé 5454 villages. Le village de Khatyn brûlé avec tous ses habitants est devenu un symbole terrible des crimes des hitlériens sur les terres bélarusses. 618 autres campagnes ont partagé son destin dont 188 n'ont jamais été restaurées. Sur le territoire du Bélarus on comptait environ 250 camps de concentration et 350 ghettos. On estime que pendant la guerre un Bélarusse sur trois est tombé.

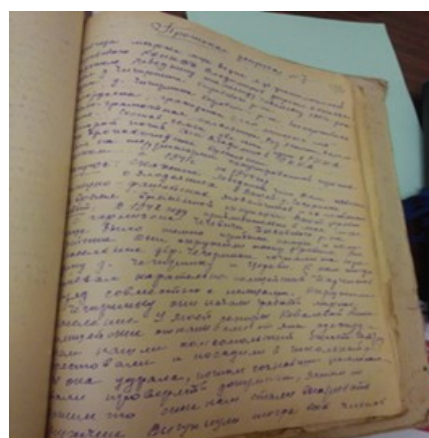
Avant la guerre Bobrouisk était le centre régional avec la population près de 800 mille personnes. Pendant la période de l'occupation allemande ce chiffre a considérablement diminué. Pour déterminer le nombre de victimes on a formé la Commission régionale spéciale. Dans son rapport elle a noté des données concrètes des pertes humaines et matérielles. Les chiffres cités ne sont pas tout à fait corrects. Certaines personnes ont été inscrites sur la liste des décédés par erreur.

Pendant la période de l'occupation durée pendant trois ans les envahisseurs ont tué 136871 personnes dont plus de 5 mille enfants et 8 mille femmes. 168 personnes ont été pendues, parmi eux 42 enfants et 49 femmes; 4178 personnes ont été brûlées y compris 1173 enfants et 1373 femmes. 15675 citoyens soviétiques ont été emmenés dans l'esclavage allemand.

Selon les données de TCHGK les statistiques des pertes avec les prisonniers de guerre et les emmenés en Allemagne pour notre région sont: Bobrouisk - 80269, district de Bobrouisk - 1787, Paritchsky - 4787, Klitchevsky - 605, Krasnoslobodsky - 764, Kirovsky - 2866, Gressky - 2276, Lubansky - 4613, Osipovitchky - 2667, Gloussky - 4482, Oktiabrsky - 5581, Starobinsky - 3104, Starodorojsky - 4041, Kopylsky - 3539, Sloutsk - 27946, district de Sloutsk - 2233. Au total 151560 personnes ont été tuées, torturées et prises en esclavage dont 82272 civils, 54003 prisonniers de guerre et 15275 esclaves (selon les témoignages des archives).



ACTE
de la commission régionale de Kirovsk
de l'enquête des faits du massacre
des citoyens soviétiques du village Kozoulitch par
des envahisseurs fascistes
ЗАГБоб. Ф.1569. Оп.3.Д.6. Л.132



PROCÈS – VERBAL d'interrogatoire
de de Lébedkina stépanida savéliévna,
habitante du village Tchiguirinka
ЗАГБоб. Фонд 1569. Оп.3. Д.6. Л.108

Le sort des villages bélarusses, en particulier ceux du district de Bobrouisk était tragique et lamentable. On donne quelques renseignements historiques sur les villages de Tchiguirinka, Lubonitchi, Kozoulitchi et d'autres.

En mai 1942 le village Tchiguirinka a été attaqué par les troupes fascistes et par la brigade SS sous le commandement de Bartchik, chef de la garnison. Ils ont encerclé le village, rassemblé tous les habitants, identifié tous les membres du Parti communiste et les ont exécutés.

En juillet de la même année le village de Lubonitchi a aussi subi l'attaque. Son bourgmestre Pintchoug M. N. avec 24 polizays (un groupe de police) y ont rassemblé des habitants des villages voisins Morkovtchi (28 personnes), Vlasovitchi (24 personnes) et Kourgany (7 personnes) pour l'exécution massive. Plus de 200 personnes ont été fusillées. Les organisateurs Pintchoug M. N. et Yarmolovitch L.(principal du village Vlassovitchi) ont participé personnellement à cette fusillade.

En même temps le village Gribova Sloboda a été détruit, le nombre exact de victimes reste inconnu. Le village de Kozoulitchi a été pris d'assaut par les polizays de la garnison de Kirovsk sous le commandement de Gabrous M. N. Le détachement punitif en nombre de 400 personnes a entouré le village avec la population de 376 habitants. Tous ont été réunis dans le moulin où ils ont été brûlés selon les témoignages écrits.

Parallèlement le village Kostritskaïa Sloboda a eu le même destin: presque tous les villageois au nombre de 150 personnes ont été brûlés vifs. Le chef de l'administration rurale de Kirovsk L. Konovalov avec une unité punitive de 100 personnes est devenu l'organisateur de cette terrible infraction pénale.

Ainsi les sources de l'information sur les crimes de guerre sur le territoire du district de Bobrouisk ont été étudiées et structurées. 114 villages bélarusses soufferts ont servi de base d'élaborer la carte interactive «Mémoire brûlée par la guerre».

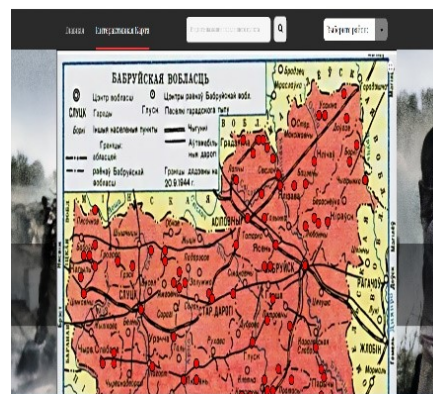


Pour réaliser ce projet on a utilisé les sources suivantes: les données d'archive de la ville de Bobrouisk, celles de l'Archive nationale de la République du Bélarus et les renseignements de la Bibliothèque électronique de documents historiques, le projet républicain «Villages bélarusses brûlés pendant la Grande Guerre patriotique» (la base électronique de données a été créée en 2013 à l'occasion du 70e anniversaire de la tragédie de Khatyn).

Tableau 1.3.1. La liste des sources supplémentaires utilisées pour créer la carte interactive

№	District	Reference
1	Ossipovitchi	http://pamyat-osipovichi.by/
2	Paritchi	http://svetlogorsk.by/ru/posts/2021/march/pamyati-sozhzhennyh-dereven/
3	Oktiabrski	http://milglory.gomel.museum.by/node/57688
4	Luban	https://lyuban.gov.by/ru/genocid/
5	Kirovsk	http://kirovsk.gov.by/istoriya

La carte interactive «Mémoire brûlée par la guerre» couronne le travail. Elle se compose de deux pages «Principale» et «Carte interactive». La première présente l'information essentielle concernant la carte. Il y a la section «Galerie» avec les photos, les textes, les sujets, les vidéos et le panneau coulissant comprenant trois photos caractérisant le projet. La deuxième page «Carte interactive» décrit la carte et son algorithme de l'utilisation avec 114 repères interactifs.



Comme ce travail de recherche est lié au sujet du génocide du peuple biélorusse dans les années de la Grande Guerre patriotique on fait voir un fichier vidéo du processus de 1946 à Minsk. Il a eu lieu en janvier 1946 et a traité des atrocités commises par les nazis sur le territoire de la BSSR. Dix-huit personnes ont été poursuivies. Pendant la guerre ces gens ont participé à des actions punitives, accompagnées de fusillades en masse, de pillages et de violences contre les civils en les brûlant vifs, y compris des personnes âgées, des femmes et des enfants, et aussi en détruisant de nombreux villages. Le tribunal a plaidé chaque accusé coupable des crimes commis. 14 criminels de guerre ont été condamnés à mort. Ce matériel a été ajouté à côté du bloc avec la description de la carte.

La carte interactive «Mémoire brûlée par la guerre» serait le support de la formation patriotique de la jeune génération. Avec cette carte on pourrait découvrir des pages historiques peu connues de la tragédie du peuple biélorusse durant la Grande guerre patriotique.

La jeune génération doit non seulement respecter et honorer l'exploit des défenseurs de la Patrie, mais aussi être responsable du destin de son pays et celui des générations suivantes. Toute la douleur et les pertes causées par la Grande guerre patriotique doivent être gardées et rendues publique. Notre carte interactive vise à réaliser ce projet. La leçon de la guerre passée, dure et instructive, permet de mieux interpréter le présent et de prévoir l'avenir.

«Les gens tant que les cœurs battent, rappelez-vous, quel est le prix du bonheur, rappelez-vous cela, s'il vous plaît!». Robert Rojdestvensky, poète soviétique, nous a adressé ces paroles pour que nous apprenions les leçons de la guerre, pour que nous ne laissions jamais l'ennemi piétiner notre terre. On voudrait également rappeler les paroles du philosophe américain Georges Santayan qui a écrit: «Celui qui oublie l'histoire est condamné à sa répétition». Les philosophes modernes s'expriment plus dur: «Le peuple qui a oublié sa dernière guerre la recommence».

Soyons dignes de la mémoire de ceux qui ont gagné la Victoire.

М. Зуйкевич (ГУО «Средняя школа № 27 г. Бреста им. Героя Советского Союза И. П. Барскова»)

М. П. Лоша (научный руководитель)

L'ÉCRITURE INCLUSIVE

La langue n'est point fixée. Elle évolue tout le temps parce que la langue est toujours le résultat de l'histoire économique, politique, culturelle et sociale d'un peuple. L'écriture inclusive est la nouvelle tendance dans la langue française écrite contemporaine. C'est une manière d'écrire d'une façon plus respectueuse au féminin c'est à dire aux femmes. Comme ça on tâche d'éviter les discriminations dans le langage.

Depuis le XXe siècle les femmes luttent pour leurs droits. Certainement leurs carrières professionnelles changent. De nouveaux métiers et fonctions s'ouvrent à elles.

Premièrement les femmes acceptaient des noms de métiers et de fonctions masculines parce qu'elles voyaient leur égalité avec les hommes. Mais avec le temps elles ont voulu voir les noms de leurs professions et de leurs métiers au féminin.

Tous les experts estiment que le dictionnaire de l'Académie française est le plus conservatif même si on le compare avec le dictionnaire canadien ou belge. Très souvent il n'accepte qu'une seule forme la plus stricte, par conséquent il existe ou il a existé dans le langage des formes concurrentes, telles que les formes féminines du substantif *auteur*. Notamment *authoressse* ou *autoresses*, *autrice* et le plus souvent aujourd'hui *auteure*.

Comme ça on voit le décalage entre les réalités sociales et leur traduction dans le langage. C'est pour cette raison que le processus de la féminisation de la langue française est devenu difficile et aigu.

Les noms de métiers. Lors des tensions actuelles la commission de l'Académie française a recommandé en 2019 l'utilisation des formes nouvelles pour répondre aux besoins linguistiques et aux attentes des évolutions récentes de la société.

1. Marquer le féminin par l'article

C'est bien vrai pour les noms qui se terminent par *e* muet comme *architecte*, *artiste*, *juge*, *secrétaire*, *comptable*, *garde*, *gendarme*, *diplomate*. Les noms de fonctions, tels que *ministre*, *maire* ou les titres comme *maître*.

La même chose pour les noms dont le masculin se termine par *o* (*une dactylo*, *une imprésario*, *une soprano*).

2. Les formes en: -er/-ère, -ier/-ière, -ien/-ienne, -in/-ine etc.

Aujourd'hui si le substantif masculin se termine par une consonne, on ajoute un *e* final: *une artisane*, *une experte*, *une croupière*, *une principale*, *une plantonne*, *une maçonne*, *une mécanicienne*, *une jardinière*, *une cheminote*, sauf (*une mannequin*, *une médecin* ou *une femme médecin*, *une femme marin*, *une femme matelot* ou *camelot*).

3. Les formes en *-eur/-euse*

formés des verbes *carreler- une carreleuse*, *contrôler- une contrôleuse*, *entraîner- une entraîneuse*.

Jusqu'à ce jour existe seulement la forme masculine *docteur, un docteur* ou *une femme docteur, une proviseur*; des métiers exercés dans la plupart des cas par les femmes: le féminin *professeuse* ou *la professeuse*.

4. Les formes féminines en *-esse*

sont estimées actuellement comme une discrimination, parce qu'on formait le féminin à l'aide de cette terminaison il y a longtemps. *Doctoresse, notairesse, mairessse* sont en cours de disparaître.

Les juridictions recourent encore aux termes *demanderesse* ou *défenderesse*, *bailleresse*.

5. Les formes féminines en *-trice*

Si le nom achève en *-teur*, on utilise la forme *-teuse* pour le féminin, quand il existe un verbe correspondant (*une acheteuse, une rapporteuse, une toiletteuse*) ou par la forme *-trice* en manque de verbe ou quand il n'y a pas de *t* dans la terminaison du verbe (*une apparitrice, une rédactrice*).

Aujourd'hui l'utilisation de la forme masculine peut être raisonnable dans le cas *poète* voire *médecin*. Mais *écrivain / écrivaine*.

L'Académie française va tenir compte des innovations et des modifications de la langue pour continuer son travail. En même temps elle tâche de ne pas introduire des formes mal reçues du public.

L'écriture inclusive. Au début du XXI^e siècle, tous les pays du monde connaissent l'évolution de la place des femmes dans la société. Le mouvement de la féminisation a touché aussi la langue française puisque la langue est étroitement liée à la vie d'un peuple. Ainsi l'écriture inclusive est devenue le reflet des changements dans la société notamment du mouvement de la féminisation.

L'écriture inclusive, aussi appelée écriture épicienne ou écriture égalitaire, est une manière d'écrire en utilisant systématiquement le féminin dans la langue française.

Selon l'agence Mots-Clés, l'écriture inclusive désigne l'ensemble des attentions graphiques et syntaxiques permettant d'assurer une égalité des représentations entre les femmes et les hommes.

Alors on peut le faire

1. en utilisant le point milieu avec les noms et les adjectifs

On fait apparaître le masculin et le féminin dans le même mot grâce à un signe de ponctuation le point milieu aussi bien que d'autres moyens:

<i>Les participant·e·s</i>		<i>prêt·e·s.</i>
<i>Les participant.e.s</i>		<i>prêt.e.s.</i>
<i>Les participant-e-s</i>	<i>sont</i>	<i>prêt-e-s.</i>
<i>Les participant_e_s</i>		<i>prêt_e_s.</i>
<i>Les participant(e)s</i>		<i>prêt(e)s.</i>
<i>Les participant/e/s</i>		<i>prêt/e/s.</i>

Cher.e.s ami.e.s, je pense faire une rencontre entre collègues en octobre.

2. en utilisant le point milieu avec les pronoms, les articles et les adjectifs

ce·tte

celui·elle

ceux·elles

un·e

Si qn est prêt·e, cette étudiante cherche un·e prof pour 2 fois/semaine.

3. en féminisant les noms de métiers

des cuisinier·ière·s

des chanteur·euse·s

des rédacteur·rice·s

Vous êtes enseignant·e de français langue étrangère ou seconde (FLE/S) ou simplement intéressé·e par l'enseignement du français dans le monde?

4. en utilisant des mots épïcènes

Ce sont des mots qui s'emploient au féminin et au masculin sans changer de forme: *des artistes capables.*

Le même pour les métiers épïcènes qui n'ont que l'article différent:

un·e diplomate, un·e bénévole.

Les collègues, j'ai besoin d'un·e collègue qui s'intéresse vraiment à la phonétique et qui peut lire en anglais pour entamer la lecture d'un ouvrage scientifique.

5. en utilisant des pronoms neutres

vous, tout le monde

Vous pouvez facilement entrer en contact avec vos services publics.

Bonjour tout le monde.

6. en utilisant des doublets

des musiciennes et des musiciens.

Chères et chers collègues et ami.e.s., je vous annonce aujourd'hui une belle nouvelle.

Alors l'écriture inclusive est une écriture non sexiste qui cherche à éviter les discriminations qui passent par le langage. C'est une manière d'écrire en utilisant systématiquement le féminin. Cette écriture est employée dans la langue écrite française contemporaine. Elle nous montre ce qui change dans la société, notamment le mouvement de la féminisation. Dans la phrase on désigne le masculin et le féminin dans le même mot grâce à un signe de ponctuation le point milieu aussi bien que d'autres moyens.

Nous avons trouvé plusieurs exemples de l'écriture inclusive sur Internet notamment dans la langue écrite des réseaux sociaux. Dans la plupart des cas se sont des annonces et des affiches. Ce qui montre que le sujet choisi est très actuel.

В. Козловская (ГУО «Средняя школа № 179 г. Минска»)

А. А. Сидоренко (научный руководитель)

LES CARACTÉRISTIQUES LINGUISTIQUES DES COMMUNIQUÉS DE PRESSE NATIONS UNIES EN FRANÇAIS

Le communiqué de presse est devenu très populaire dans la communication écrite. Il s'agit non seulement d'une information brève destinée principalement aux médias, mais aussi de celle qui sert à maintenir le contact avec les journalistes ou les rédacteurs en chef.

Dans les travaux scientifiques modernes, de nombreux chercheurs considèrent les communiqués de presse comme l'un des principaux genres de communication RP, remplissant une fonction informative et percutante.

Cette étude a examiné les caractéristiques spécifiques du format et de la rédaction en français des communiqués de presse des Nations Unies, a établi les caractéristiques structurelles et linguistiques d'un communiqué de presse des Nations Unies en français.

On a sélectionné 20 communiqués de presse à analyser qui étaient liées à des questions sur les droits du mariage et des enfants dans le monde, la lutte contre la pauvreté, la lutte contre la discrimination et la violence, les problèmes liés à l'aide aux personnes handicapées, tourisme et développement culturel.

Actuellement il existe un grand nombre de définitions des communiqués de presse. Le travail de recherche proposé est basé sur un ensemble de définitions présentées ci-dessus: le communiqué de presse est une brève déclaration écrite aux médias, dont la tâche principale est d'informer les journalistes, puis une large gamme de lecteurs sur l'information actuelle ou un événement d'importance publique, afin de maintenir le contact avec le public cible et créer une image positive stable de l'organisation.

Le communiqué de presse a pour but de façonner (renforcer, améliorer) l'image de l'organisation et ses activités. Le but sera réalisable si le communiqué de presse attire l'attention des médias et les encourage à recevoir des informations supplémentaires, sert de base à la préparation et à la diffusion de documents d'information secondaires qui, à leur tour, trouvent leurs lecteurs et contribuent à la sensibilisation et à l'attitude positive du public (ou de sa partie significative) envers l'organisation. Donc, la fonction d'un communiqué de presse est de diffuser des nouvelles actuelles.

Le communiqué de presse a une structure suivante:

1) Le titre (un élément le plus important dans le document, il doit attirer l'attention et évoquer le désir d'en savoir plus, sont très détaillés: *Journée mondiale du tourisme: le tourisme est un «sauf-conduit vers la paix et la prospérité» affirme le Secrétaire général* » ou *Journée mondiale de la lutte contre le sida: M. Ban Ki-moon appelle à aider en priorité les personnes jeunes, vulnérables et marginalisées pour vaincre l'épidémie d'ici à 2030.*

2) L'intro (est présentée sous la forme d'un paragraphe introductif (sous-titre) qui est informativement et structurellement le même pour chaque communiqué de presse de l'ONU: *Vous trouverez ci-après, le message du Secrétaire général de l'ONU, M. Ban Ki-moon, à l'occasion...; On trouvera, ci-après, le message du Secrétaire général de l'ONU, M. Ban Ki-moon, publié à l'occasion de la Journée internationale de la fille, le 11 octobre.* Voici les réponses aux principales questions: qui, quoi, où, quand et pourquoi.

3) La partie principale (est tirée des propos du Secrétaire général de l'ONU. V.V. Danilina, M.V. Lukanina, L.V. Minaeva et L.K. Saliyeva soulignent séparément l'importance du «facteur humain» dans le communiqué de presse, qui est mis en œuvre dans un discours cité. Ils écrivent : *Les citations des représentants de l'organisation, des experts, des leaders d'opinion ou des consommateurs donnent à la communication autorité, crédibilité et caractère humain, ce qui augmente l'impact. Tous les commentaires et citations doivent appartenir aux fonctionnaires.* Cela donne l'impression que les faits décrits sont crédibles et fiables.

Le communiqué de presse doit être court et contenir environ 300 mots. La plupart des auteurs indiquent une longueur maximale de 1,5 à 2 pages. Le nombre de caractères ne doit pas dépasser 2500.

Il existe certaines règles et exigences pour le placement d'un communiqué de presse: les informations doivent intéresser le public cible, les informations doivent être actuelles, les informations doivent être pertinentes.

Les communiqués de presse de l'ONU notent l'utilisation d'un vocabulaire simple et accessible, excluant toute compréhension incorrecte.

Sur la base de la connaissance des activités de l'ONU, un cercle thématique de communiqués de presse de cette organisation internationale peut être dérivé. Les exemples choisis pour l'analyse comprennent l'utilisation d'expressions telles que *vivre dans la paix, garantir la dignité et l'égalité, changements climatiques, discrimination fondée sur le sexe, la race, le handicap, mettre fin à la pauvreté, assurer l'accès de tous à une éducation, alphabétisation universelle, les droits de l'homme.*

On note également l'utilisation fréquente des termes suivants: *non-violence, alphabétisation, victimes, souffrance, solidarité, aide, soutien, logement, humanité, discrimination.*

Au cours de l'étude on a identifié des groupes de verbes thématiques: *respecter, réaliser, proposer, réformer, promouvoir, défendre, lutter, investir, aider, protéger.*

Les communiqués de presse en cours d'examen ne comportent qu'une seule abréviation - L'ONU - ce qui est tout à fait légitime car le refus de l'utilisation des réductions dans le communiqué de presse est conforme aux règles réglementaires.

Les règles de rédaction d'un communiqué de presse stipulent qu'il doit être utilisé principalement un vocabulaire stylistiquement neutre avec le rejet complet des adjectifs et des adverbes. Cependant, la spécificité du communiqué de presse

des Nations Unies est qu'il s'agit principalement d'une citation du Secrétaire général, qui exprime son souhait, sa volonté et donne une évaluation sur un sujet spécifique. Cette caractéristique se manifeste par l'abondance des adverbes et verbes qui portent en eux une évaluation personnelle de ce qui se passe: *je prie instamment, je suis ravi 'je suis content'; je félicite chaleureusement, je condamne la discrimination, j'espère, je suis très touché, nécessairement, trop souvent, nous avons impérativement besoin de, voyage inoubliable, j'encourage également.*

Il faut également de noter ici l'utilisation de structures qui portent en elles une signification à valeur positive: *Nous pourrons rendre la sûre pour les générations à venir; Ce nouveau programme est un plan d'action pragmatique qui établira des normes mondiales pour le développement urbain durable; Nous nous sommes engagés à mettre fin à la discrimination et à la violence.*

L'analyse du matériel a révélé la fréquence d'utilisation dans le communiqué de presse de l'ONU des expressions telles que *seulement, tellement, chaleureusement, instamment, immédiatement, impérativement, principalement, légèrement, également, pleinement, récemment, notamment.*

Un des problèmes constants soulevés dans les communiqués de presse de l'ONU est l'aide aux faibles et aux nécessiteux, ce qui conduit au vocabulaire commun suivant: *personnes faibles; personnes handicapées; malvoyants; les malentendants; les personnes à mobilité réduite; les personnes âgées; les personnes souffrant de troubles cognitifs; les personnes ayant des difficultés à se déplacer; les enfants de moins de 15 ans; les enfants de moins de 15 ans; les personnes jeunes, vulnérables et marginalisées.*

Comme synonymes contextuels, vous pouvez sélectionner un groupe de verbes comme *aider, protéger, travailler, mettre fin, libérer, défendre, ne pas permettre*, qui se trouvent dans chaque communiqué de presse des Nations Unies sélectionné pour analyse.

Les localisateurs temporels déterminent la pertinence de l'événement. Une analyse détaillée des communiqués de presse de l'ONU a révélé les plus communs (*Chaque / cette année, aujourd'hui, ce soir, cette journée, à l'horison*).

L'utilisation de ces connecteurs confirme la pertinence des nouvelles. On trouve principalement des localisateurs temporaires dans le paragraphe introductif. On peut aussi noter la répétition de certaines actions dans le passé, présent et futur, qui est indiquée par l'adjectif *chaque*.

Dans l'analyse du matériel pratique, il a été constaté que le connecteur *à l'occasion de* est le plus fréquent. On le retrouve dans 90 % des textes sélectionnés.

On trouvera ci-après le message du Secrétaire général de l'ONU, M. Ban Ki-moon, publié à l'occasion de la Journée internationale de la non-violence, célébrée le 2 octobre.

On trouvera ci-après le message que le Secrétaire général de l'ONU, M. Ban Ki-moon, a publié à l'occasion de la Journée mondiale des sols, célébrée le 5 décembre.

L'analyse de certains documents à utiliser dans les communiqués de presse des Nations Unies a montré que l'usage du présent de l'indicatif est prédominant dans les titres et les paragraphes d'ouverture, ce qui indique la pertinence des nouvelles non seulement dans un certain période, mais aussi en general: *L'accès au logement doit rester au centre des préoccupations, déclare le Secrétaire général...; Le Secrétaire général appelle à une alphabétisation universelle...*

Cependant, seulement 5 % d'entre eux sont écrits dans le futur.

Les communiqués de presse des Nations unies utilisent beaucoup la subjonctif qui est utilisé pour signifier des événements perçus par l'orateur sous l'influence d'une émotion - surprise, joie, peur, chagrin, plaisir.

L'étude de matériel pratique a permis d'identifier des constructions utilisant des verbes de désir, de volonté et d'évaluation qui nécessitent l'utilisation du subjonctif: *je demande que des mesures soient prises pour lutter contre la violation des droits de l'homme; Imaginez un instant que l'on fasse quelque chose de similaire; le fait de veiller à ce que les populations aient accès à des logements abordables et convenables.*

On a également identifié des propositions où subjonctif est utilisée après les locutions de temps, de but et de concession: *avant que, afin que, en sorte que, bien que.*

À part l'utilisation du subjonctif, il y a un usage du conditionnel, mais moins fréquent, qui exprime une action possible, souhaitable, présumée; une action dont l'exécution dépend des conditions: *Toute personne peut et devrait pouvoir participer au tourisme; l'Organisation des Nations Unies aimerait souligner; Je voudrais aussi exprimer ma profonde gratitude; aucun individu ne devrait avoir à souffrir.*

La simplicité et l'accessibilité du communiqué de presse sont obtenues en composant des phrases simples, non linéaires avec un ordre direct de mots formant une idée. Les propositions des communiqués de presse de l'ONU ne sont pas surchargées de chiffres ou de membres homogènes de la proposition. Cependant, il y a une utilisation active de structures complexes ou de structures complexes qui augmentent considérablement le volume du texte entier. Par exemple: *L'expansion rapide et non planifiée des villes, qu'elles soient grandes ou moins grandes, entraîne l'augmentation du nombre de personnes pauvres et vulnérables qui vivent dans des conditions précaires, dans des espaces de vie inadéquats, sans bénéficier d'un accès aux services de base, comme l'eau, l'assainissement, l'électricité et les soins de santé.*

L'utilisation de la première personne du singulier et du pluriel dans les communiqués de presse est une caractéristique essentielle, et est mise en œuvre par un grand volume de citations du Secrétaire général des Nations Unies pour attirer l'attention.

З. Кузнецова (ГУО «Средняя школа № 8 г. Гродно»)

М. А. Остапук (научный руководитель)

ETUDES ÉTYMOLOGIQUES ET SÉMANTIQUES DES NOMS DE PLATS DE LA CUISINE FRANÇAISE

La présente recherche scientifique scolaire est consacrée à l'étude de l'étymologie et de la sémantique des noms de plats français.

La cuisine française fait une partie intégrante et remarquable du patrimoine culturel français et mondial. Elle s'est formée pendant plusieurs siècles et lors de sa formation elle s'est appropriée des aliments provenant des cultures des peuples voisins proches et éloignés. Il existe plusieurs centaines de plats dont chacun a sa propre histoire liée à un événement, à une coutume, à une personne. Presque chaque nom signifiant un plat renferme en soi beaucoup d'informations linguistiques, historiques et culturelles. Donc ils peuvent en dire long sur leur origine, c'est-à-dire quand, dans quelle langue, selon quel modèle de formation des mots, sous quelle forme et avec quel sens le mot est né. L'étude de la sémantique d'un mot contribue à la compréhension plus profonde de son sens, aide à établir des liens entre le mot et ses ancêtres, c'est-à-dire prendre connaissance de l'évolution de la langue française, enrichir le vocabulaire et les connaissances culturelles.

Les noms de plats présentent une couche lexicale insuffisamment étudiée bien que ces unités ne soient pas moins intéressantes que celles qui désignent des noms de villes, de fleuves ou de montagnes. Alors l'analyse des particularités sémantiques et culturelles des noms de plats ne perd toujours pas de l'actualité. De ce fait l'objectif de ce travail de recherche consiste à révéler l'origine et les particularités sémantiques des noms de plats français. 62 noms de plats cités dans la recherche ont été dépouillés dans les manuels de français (Вадюшина Д. С., Колоссовская И.Г.), dans les dictionnaires et sur Internet. Pour atteindre l'objectif fixé il a été tout d'abord décrit l'évolution de la cuisine française ainsi qu'il a été donné la caractéristique de ses traits principaux. Il est à constater qu'au fil du temps la cuisine et l'art de table français évoluait en s'enrichissant de nouveaux aliments régionaux et étrangers, de nouveaux comportements alimentaires pour devenir une cuisine qui se distingue par la richesse de ses traditions, la variété de produits utilisés et les techniques sophistiquées de préparation.

Ensuite 62 noms de plats en question ont été examinés du point de vue de leur origine. Il a été identifié 7 sources de leur origine: le français, le germanique, l'italien, le latin, l'occitan et le provençal, noms propres (de personne et de lieu), autres.

Vient	Nom de plat	Nombre
de l'(ancien) français	Boudin (m), civet (m), entrecôte (f), foie (m), fondue (f), gratin (m), raclette (f), ratatouille (f), terrine (f), beignet (m), brioche (f), millefeuille (m), croissant (m), petits fours (m,pl), bouton (m), crottin (m)	16
de la langue germanique	Choucroute (f), quiche (f)	2
de l'italien	Carbonara (m), macaron (m),	2
du latin	Blanquette (f), boulette (f), coq (m) au vin, cousinat (m), oille (f), rouille (f), tourin (m), baguette (f), canapé (m), crêpe (f), éclair (m)	11
nom propre	Boeuf (m) Bourguignon, Carpaccio (m), poulet (m) Marengo, tournedos (m) Rossini, Parmentier (m), Vichyssoise (f), Béchamel (m), Charlotte (f), Madeleines (f, pl), tarte (f) Tatin, Plombières (f,pl), Banon (m), Beaufort (m), Brie (m), Camembert (m), Cantal (m), Comté (m), Emmental(m), Gruyère (m), Roquefort (m), Saint-Néctaire (m)	21
de l'occitan (provençal)	Cassoulet (m), magret (m), bisque (f), bouillabaisse (f), garbure (f), panade (f), aïoli (m), reblochon (m), tomme (f)	9
autre	Couscous (m)	1

62

Quant à leur sémantique ils ont été répartis en 7 groupes thématiques: couleur, forme, ingrédients utilisés, nom propre (lieu d'apparition, nom du créateur), manière de préparation, nom du récipient, profession. Après avoir fait l'analyse quantitative des noms en question au sujet de leur origine il est apparu que les noms de plats qui proviennent des noms propres prédominent. Ainsi il y a 21 noms de plats liés aux noms de personnes et de lieux. 16 viennent du français et 9 des langues locales (25), suivis des noms d'origine latine (11), italienne, germanique et berbère (5). Concernant les résultats de l'analyse sémantique, nous avons révélé que outre 21 noms de plats désignant la personne et le lieu, on compte 15 mots dont la sémantique est liée aux ingrédients, 11 à la forme, 9 à la manière de préparation. 3 aux noms du récipient, 2 à la couleur, 1 à la profession.

Noms liés	Nom de plat	Nombre
à la couleur	Blanquette (f), rouille (f)	2
à la forme	Boudin (m), boulette (f), baguette (f) beignet (m), canapé (m), crête (f), croissant (m), millefeuille (m), éclair (m), Bouton (m) de Culotte, Crottin (m) de Chavignol	11
à la profession	Carbonara (m)	1
aux ingrédients	Civet (m), coq (m) au vin, couscous (m), entrecôte (f), foie (m), magret (m), quiche (f), choucroute (m), garbure (f), panade (f), bisque (f), cousinat (m), aïoli (m), macaron (m), tomme (f)	15
au lieu et au nom de personne	Vichyssoise (f), boeuf (m) Bourguignon, poulet (m) Marengo, Plombières (f,pl), Banon (m), Beaufort (m), Brie (m), Camembert (m), Cantal (m), Comté (m), Emmental (m), Gruyère (m), Roquefort (m), Saint-Néctaire (m) ; Carpaccio (m), tournedos (m) Rossini, Parmentier (m), Béchamel (m), Charlotte (f), Madeleines (f, pl), tarte (f) Tatin	21
à la manière de préparation	Fondue (f), gratin (m), raclette (f) ratatouille (f), bouillabaisse (f), tourin (m), brioche (f), petits fours (m, pl), reblochon (m)	9
au récipient	Cassoulet (m), terrine (f), oille (f)	3

62

En conséquence et compte tenu de ce qui précède il est possible de constater que malgré l'existence de plusieurs sources d'origine et de plusieurs groupes sémantiques, les anthroponymes et les toponymes sont majoritaires dans la dénomination des plats, c'est-à-dire que l'activité humaine y joue un rôle très important.

И. Леонов (ГУО «Средняя школа № 134 г. Минска имени Т. С. Мариненко»)
М. В. Лукьянина (научный руководитель)

LE RÉGIMENT D'AVIATION «NORMANDIE-NIÉMEN» DANS LA MÉMOIRE HISTORIQUE AU BÉLARUS, EN RUSSIE ET EN FRANCE (XX^e-XXI^e SIÈCLES)

*«Nous avons quitté notre France bafouée.
Il n'y a pas d'autre retour pour nous qu'un retour victorieux»
Marcel Lefèvre, pilote français (1918-1944)*

Le peuple français et le peuple biélorusse ont passé par de rudes épreuves pendant la Seconde Guerre mondiale. Notre peuple qui a beaucoup souffert et qui a fait des efforts énormes pour libérer notre terre et combattre l'armée de Hitler,

apprécie bien la fermeté et le courage des patriotes de la France dans la lutte contre des envahisseurs hitlériens. En 2024 nous avons fêté 80 ans de la libération de la République du Bélarus. Pendant l'opération «Bagration» tout le territoire de notre pays a été libéré et les pilotes français du régiment «Normandie-Niémen» y ont participé.

Le 7 mai 2024, pendant son discours solennel, le président du Bélarus Alexandre Lukachenko a dit: «Pour nous, les Bélarusses, la vérité et la mémoire de la guerre sont plus fortes que le temps, et elles n'ont pas de frontières. Nous nous souvenons de nos amis antifascistes, des héros du régiment «Normandie-Niémen».

En 2025 les Russes, les Bélarusses et les Français ont fêté 80 ans de la victoire dans la Seconde guerre mondiale. C'est la victoire qui nous unit tous. Ces faits ont conditionné **l'actualité** du sujet du travail.

Dès mon enfance l'histoire m'attire. Un jour, j'ai vu le film «Normandie-Niémen». Le courage des pilotes français m'a impressionné. J'ai été captivé par cette incroyable histoire d'héroïsme, de sacrifice et d'amitié. Et je me pose des questions: Les jeunes au Bélarus et en France connaissent-ils l'histoire du régiment «Normandie-Niémen»? Pourquoi les pilotes français sont-ils venus en URSS en 1942 ? Comment garde-t-on la mémoire du régiment légendaire «Normandie-Niémen» au Bélarus, en Russie et en France ?

Le but du travail est l'actualisation des connaissances de l'histoire et la sauvegarde du patrimoine historique du régiment d'aviation «Normandie-Niémen» par les Bélarusses, les Russes et par les Français.

Les tâches sont suivantes :

1) Étudier et analyser l'histoire du régiment «Normandie-Niémen», le parcours de combat des pilotes français, leur rôle dans l'opération «Bagration» et les opinions des jeunes Français et Bélarusses sur ce sujet;

2) Trouver, visiter et étudier les musées et les lieux de mémoire consacrés aux pilotes du «Normandie-Niémen» sur le territoire du Bélarus, en Russie et en France pour voir comment on garde la mémoire du régiment légendaire;

3) Traduire en français le prospectus du musée national de l'histoire du «Normandie-Niémen» de l'école secondaire №9 de Borissov, enregistrer l'audioguide en français pour ce musée pour les visiteurs français, créer le vocabulaire du lexique militaire.

4) Présenter les résultats de la recherche aux élèves de l'école secondaire №134 de Minsk T.S. Marinenko.

L'hypothèse de la recherche se base sur la supposition que le régiment d'aviation «Normandie-Niémen» a bien contribué à la défaite de l'Allemagne nazie en combattant sur le territoire de la Russie et du Bélarus mais les jeunes Français et Bélarusses ne le savent pas.

Nous avons étudié l'histoire de la naissance de l'escadrille «Normandie». Les pilotes étaient tous volontaires. Les Français ont choisi l'avion de chasse Yak.

C'est le blason de l'escadrille «Normandie».

Image 1



Comme j'apprends le français, pour moi, il était très important de savoir que les pilotes français ont participé à l'opération «**Bagrati**on». On dit que les pilotes du «Normandie» ont corrigé les erreurs de Napoléon Bonaparte. En récompense de son rôle déterminant dans la bataille pour le franchissement du fleuve Niémen, Staline honore le «Normandie» en le rebaptisant «**Normandie-Niémen**».

Nous avons créé la carte de batailles essentielles: Orel, Smolensk, Orcha, Bérézina, Niémen, Kenigsberg ... et la carte interactive des lieux de mémoire qui prouvent que ce régiment avait combattu héroïquement et avait pris part à la libération du Bélarus.

Image 2



L'année passée, nous avons visité le musée national de l'histoire du régiment d'aviation «Normandie-Niémen» à Borissov unique au Bélarus. Nous avons vu que les prospectus du musée étaient en russe, et les visiteurs français viennent dans ce musée assez souvent, voilà pourquoi nous avons proposé de traduire en français le prospectus du musée et d'enregistrer l'audioguide en français.

Et puis, nous avons trouvé le tombeau du pilote français Maurice Bon (1920-1943) au village Stephanovo dans la région de Gorki. C'est le seul pilote français enterré dans la terre biélorusse.

Nous avons trouvé et étudié les musées et les lieux de mémoire, les monuments, les timbres, les cartes postales et un jeu vidéo. Maintenant je sais qu'il y a la rue et l'arrêt de bus «Normandie-Niémen» à Borissov, et nous avons trouvé les traces du «Normandie-Niémen» à Minsk.

Image 3



Souvenirs de la guerre, vous êtes le passé,
C'est la flamme couvant dans les braises,
Et personne ne sait comme je suis bouleversé,
Quand j'entends des paroles françaises.
Où es-tu, mon pilote français, mon copain,
Compagnon sur les routes de guerre ?
Nous avons partagé notre vin, notre pain,
Partagé les périles comme deux frères.
On menait ses combats dans les cieux,
On perdait ses amis sous le feu,
Et celui qui survit, s'en souvient
En gardant dans son cœur les copains.

Cette chanson témoigne de l'amitié des pilotes français et soviétiques.

Nous avons créé le tableau comparatif pour prouver que la contribution du régiment d'aviation «Normandie-Niémen» à la victoire avait été considérable.

Le «Normandie-Niemen» en chiffres

Tableau 1

Nombre de pilotes (de chasse et de liaison)	99
Commandants de groupe	4
Mécaniciens français	42
Médecin	1
Secrétaires	2
Interprètes	4
Nombre de pilotes déçus	42
Nombre de pilotes morts sur le territoire du Bélarus	7
Héros de l'Union Soviétique	4
Missions sur le front de l'Est	5240
Heures de guerre	4354
Combats	869
Victoires officielles	273
Victoires probables	37
Avions endommagés au sol	47
Camions détruits	132
Voitures détruites	24
Locomotives détruites	22
Véhicules hippomobiles détruites	19
Trains attaqués	27
Usines attaquées	3
Gares attaquées	8
Cantonnements attaqués	4
Terrains d'avion attaqués	5

D'après les résultats du sondage, les jeunes au Bélarus connaissent mieux l'histoire du régiment «Normandie-Niemen», et les jeunes Français n'étudient pas ce sujet ni au collège ni au lycée. Mais, grâce à notre sondage, ils connaissent mieux l'histoire du régiment et ses pilotes.

Après avoir lu des articles, des livres, après avoir regardé des films, je pourrais dire que le régiment d'aviation «Normandie-Niemen» a bien contribué à la défaite de l'Allemagne nazie en combattant sur le territoire de la Russie et du Bélarus. Nous allons continuer la collaboration avec le musée de l'histoire du régiment «Normandie-Niemen» de l'école №9 de Borissov. À mon avis, pour que les jeunes Français et Bélarusses connaissent les héros de leurs pays il faut organiser des excursions aux musées le plus souvent possible, visiter des monuments et donner des cours thématiques.

J'admire le courage des pilotes français Marcel Albert, Rolland de la Poype, Jacques André, Marcel Lefèvre. Je veux que les jeunes en France et au Bélarus connaissent leurs noms!

Nous avons créé le vocabulaire du lexique militaire qui pourrait être utile aux étudiants de l'Académie militaire de la République du Bélarus où je voudrais entrer.

Pendant la cérémonie de la garde de la mémoire sur le poste №1 près du monument de la Victoire, j'ai pensé aux exploits des pilotes français et bélarusses pendant la Seconde guerre mondiale.

Et pour terminer je voudrais dire que cette histoire montre que la France et le Bélarus sont deux pays liés historiquement et culturellement et qui devraient, je l'espère, l'être encore plus à l'avenir.

Д. Романенкова (ГУО «Гимназия № 2 г. Волковыска»)

В. В. Ковалевич (научный руководитель)

LE CALEMBOUR (LE JEU DE MOTS) COMME PHÉNOMÈNE DU LANGAGE FAMILIER FRANÇAIS

Le potentiel de la langue est énorme, elle n'est pas limitée par le cadre des usages et des normes de grammaire. Ce potentiel est révélé par l'utilisation créative du langage. En même temps, les possibilités de transmission de divers types d'écarts par rapport à la norme linguistique dans une langue étrangère démontre le niveau de la maîtrise de la langue. Cela donne des possibilités illimitées à une personne d'utiliser des moyens linguistiques dans le processus de communication.

La question de l'existence des jeux de mots est l'une des plus difficiles en raison de la structure complexe du phénomène lui-même et de la diversité des phénomènes inclus dans cette notion. Notre étude est consacrée à l'analyse des caractéristiques linguistiques et stylistiques du jeu de mots français dans les titres des textes médiatiques et des slogans publicitaires. Donc,

L'hypothèse: le jeu de mots/calembours fait partie intégrante de la langue française moderne et le manque de compréhension du fonctionnement de ce phénomène nuit à la compréhension de la langue des locuteurs natifs.

L'objet de l'étude est le jeu de mots/calembours comme le phénomène de la langue.

Le sujet de la recherche est le jeu de mots/calembours dans la publicité et les journaux.

L'objectif du travail est d'identifier la perception du jeu de mots en français.

Nos buts:

- ✓ Étudier et analyser la notion et l'étymologie du jeu de mots / calembour.
- ✓ Étudier la classification des calembours.
- ✓ Étudier et analyser les voies de création du jeu de mots / calembours.

✓ Analyser l'utilisation du jeu de mots / calembours dans la langue française.

✓ Clarifier et prouver l'importance de ce phénomène de la langue.

Les scientifiques anglais et américains utilisent les termes «jeu de mots», «chipotage», «jeu de mots», «paronomase», etc. Dans la pratique de la langue russe, ils correspondent à «игра слов», «языковая игра», «словесная острота», «каламбур», etc. Les outils stylistiques «jeu de mots» et «calembour» sont traditionnellement considérés comme des concepts synonymes.

D'après le dictionnaire LAROUSSE le mot *calembour* c'est un jeu des mots fondé sur la différence de sens entre des mots qui se prononcent de la même manière (par exemple, personne alitée et personnalité).

La structure (modèle) d'un calembour peut être représentée comme deux composants:

✓ support (stimulateur),

✓ résultant.

Les composants des calembours peuvent être au niveau du mot ou de l'expression. Le premier d'entre eux est la base lexicale d'un jeu de mots, le début d'un jeu de mots. Le deuxième élément tient en une phrase, mais ce n'est pas une exigence

Les classifications des calembours ont été proposées par beaucoup de scientifiques comme D. Delabastita, Yuan Chuan Dao, Reiners mais les types les plus répandues sont à la base des homophones, de la polysémie, des paronymes.

Les homophones sont des mots qui se prononcent de la même manière, mais qui ont des significations et des orthographes différentes. Par exemple,

снежный занос — держится за нос;

стоит сосна — он протер глаза со сна;

отворила дверь — отварила грибы;

sot, saut, sceau, seau

un bon thé, la bonté

ver, vert, vers, verre, vert

La polysémie signifie que les mots ont plusieurs sens (en grec, «poly» signifie «plusieurs»; «sème» signifie «sens»). À un sens premier et courant (le sens propre) vont s'ajouter d'autres sens (sens figurés). Par exemple,

хвост собаки — хвост самолета, хвост поезда, хвост платья, хвост очереди

железный гвоздь — железное здоровье, железная хватка, железное спокойствие

Le verbe briser:

Au sens propre: Luc a brisé le vase. (cassé)

Au sens figuré: Luc m'a brisé le coeur. (il m'a fait souffrir au niveau affectif)

Les paronymes sont des mots qui ont une forme orale ou une forme écrite semblable, et pour cette raison sont susceptibles d'être confondus. S'il arrive qu'ils partagent quelques éléments de sens, leurs significations sont différentes.

Le terme *paronyme* vient du grec *paronumos* et peut se traduire comme *qui porte un nom semblable*. Un *paronyme* est un mot dont la prononciation et l'orthographe ressemblent à celles d'un autre mot, mais dont le sens est différent. Cette ressemblance formelle entre deux mots, la paronymie, est une source d'erreurs. Par exemple,

экскаватор- эскалатор
полис- полюс
неутолимый- неутомимый,
аффект- эффект,
acception - acception
accès - excès
à l'attention de - à l'intention de
civil - civique
collision - collusion
égaliser - éгалiser
éruption - irruption

Le français est une langue particulièrement adaptée aux calembours, car elle est riche en homophones, paronymes et mots polysémiques. Comme cette forme d'humour joue sur les sons, elle fonctionne mieux à l'oral, mais on peut aussi la retrouver à l'écrit: certains journaux, comme *Libération* ou *Le Canard Enchaîné*, adorent faire des calembours dans les titres de leurs articles. On utilise aussi les calembours dans la publicité.

Nous avons choisi le domaine de la publicité et celui de la presse écrite pour étudier la fréquence et les voies de la formation des calembours.

Pour analyser l'utilisation des calembours dans la publicité, nous avons choisi Monoprix, une chaîne de magasins connue pour ses publicités exceptionnelles. Pendant nos recherches nous avons analysé 30 slogans publicitaires comme par exemple

Que tous les rêves céréalisent! = Que tous les rêves se réalisent !
En sel tout le monde != En selle tout le monde !
Divine quiche suis! = Divine que je suis!
Ça va le fer! = Ça va le faire!
J'y suis Thé où? = J'y suis t'es où !
Ce soir on va écouter du rock fort ! le rock fort = le rockfort
Je pense donc j'essuie = Je pense donc je suis
Parce que tu es mère veilleuse = Parce que tu es merveilleuse
Ton regard m'a crevette les yeux. = Ton regard m'a crevé les yeux.
We quiche you a Merry Christmas! = We wish you a Merry Christmas!
Pour une journée qui se tassent bien = Pour une journée qui se passent bien
Léonardo di Carpaccio = Léonardo di Caprio
Aimez-vous rasin les autres = Aimez-vous les uns les autres
Quand tu descendras du miel = Quand tu descendras du ciel
Mielchior, Gazparcho, Baltcaesar = les Rois Mages Melchior, Gaspard et Balthazar

Qui veut appuyer sur le champignon? (champignon = pédale d'accélérateur) et on doit constater que:

1. Les calembours jouent un rôle énorme dans la publicité; toute une série de produits Monoprix sont annoncés sur la base de jeux de mots.

2. La plupart des jeux de mots dans la publicité sont basés sur des paronymes et homophones.

3. L'impossibilité de voir le sous-texte peut conduire à des malentendus et à des situations embarrassantes (Vous serez ravioli! = Vous serez ravis au lit!, Lait trop belle la vache! La vache! = 1. Un animal domestique 2. O mince!)

4. Pour comprendre les calembours il est indispensable de maîtriser bien le vocabulaire, la grammaire et posséder des connaissances socioculturelles, parler d'autres langues étrangères (l'anglais, par exemple).

Le Canard enchaîné est un hebdomadaire satirique français sur la politique. L'un des périodiques les plus anciens, les plus populaires et les plus influents de France. Chaque numéro publie un grand nombre de feuillets, de critiques, de recueils de déclarations d'hommes politiques et de nombreux dessins. Une place importante dans *Le Canard enchaîné* est occupée par des déclarations inappropriées de politiciens (souvent pour cette raison non incluses dans le reste de la presse), des lapsus, des ambiguïtés accidentelles, généralement accompagnées de commentaires laconiques et sarcastiques. Les calembours sont donc l'un des moyens fondamentaux de l'ironie dans ce journal.

Il faut souligner particulièrement la popularité durable du *Canard Enchaîné* qui témoigne du besoin vital des Français d'un journal qui aime «gronder» les autorités. Nous avons étudié 20 titres de journal comme par exemple

1. «On est largués, ce n'est pas une fac news!» fac=fake (l'actualité à propos de la visite de Macron à la Sorbonne)

2. Le tour de magie d'Attal: «Abayacadabra!» Abayacadabra = aracadabra / abaya = une sorte de robe des femmes arabes (l'actualité à propos de l'activité du premier ministre)

3. Plan B, Plan C ou complètement plan T? plan T =planté (les spéculations sur l'ouverture des JO et l'attitude du Président de la République)

4. Sarko aimait les Rolex, Macron préfère les relaxes!les Rolex * les relaxes

5. Ni Marine, ni Le Pen (On spéculé sur la situation économique en France)

6. Macron: Ça montre que je ne suis pas sourd comme impôt» Impôt = un pot (Macron se donne des compliments sur les baisses fiscales)

7. «Ton ministre, tu l'aimes ou tu l'acquittes!» tu l'acquittes = tu le quittes (on parle de la plaidoirie de Dupont-Moretti dans la Cour)

8. “Mais qui va tirer les Macron du feu!” les Macron = les marrons (On parle de la pression subie par le président de la République)

9. Hollande: “Je dépense donc je suis!” Dépense = pense (On parle du gaspillage de la part du président Hollande)

10. La SNCF en plein black- août ! black- août = black- out (Après la panne d'électricité géante qui a pénalisé des milliers d'usagers de la SNCF, le système d'alimentation électrique des gares est sur le gril)

On peut constater que:

1. La plupart des calembours sont formés à la base de la paronymie.
2. Les calembours sont la source la plus importante de satire et d'humour.
3. Le calembours est une manière de critiquer et d'attirer l'attention.
4. Pour comprendre les jeux de mots dans les journaux, les connaissances approfondies de l'histoire, du gouvernement, du système politique, de la culture du pays et de la linguistique sont requises.

En conclusion, il convient de souligner que:

1. Les calembours français modernes les plus courants sont les calembours basés sur l'ambiguïté phonétique et les calembours basés sur la paronymie.
2. Pour former des jeux de mots, des homonymes, des homophones, des paronymes et des lexèmes apparentés sont utilisés comme éléments formant des jeux de mots.
3. Une certaine partie des jeux de mots contient des informations extralinguistiques dont la compréhension nécessite des connaissances linguistiques et culturelles.
4. L'impossibilité de voir le sous-texte peut conduire à des malentendus et à des situations embarrassantes.
5. Les spécificités nationales sont visibles dans les calembours car chaque nation a sa propre histoire, sa propre géographie, sa propre religion, ses propres coutumes et ses propres principes moraux.

Д. Чушев (ГУО «Гимназия № 74 г. Минска»)

С. В. Марчук (научный руководитель)

AU 80-E ANNIVERSAIRE DE LA GRANDE VICTOIRE: L'HISTOIRE HÉROÏQUE DU DÉTACHEMENT PARTISAN FÉMININ «RODINA»

En 2025 on célèbre le 80-e anniversaire de la Grande Victoire contre le nazisme.

Le Jour de la Victoire est l'une des fêtes les plus vénérées dans notre pays. C'est évident, du fait que la mémoire historique était toujours la base de l'identité nationale, crucial au développement des pays, à la viabilité des peuples et des États.

Actuellement, on repense la contribution de chaque pays, de chaque participant (partisans, agents de liaison, combattants clandestins etc.) à la victoire dans la Seconde Guerre mondiale.

Il est évident qu'un grand rôle appartient au mouvement partisan.

Pendant la Grande Guerre patriotique le Bélarus n'a pas soumissionné. C'est ici où a été créé le plus grand mouvement partisan et clandestin d'Europe.

On sait que les représentants d'autres peuples ont lutté contre le fascisme sur le territoire du Bélarus. Et aujourd'hui, au Bélarus, on honore et se souvient des milliers de leurs exploits accomplis.

La contribution du peuple biélorusse à la Grande Victoire sur l'agression fasciste a été reconnue dans le monde entier. Beaucoup de nos compatriotes ont pris une part active au mouvement de résistance antifasciste dans les pays européens.

Ainsi, un phénomène unique dans l'histoire du mouvement de la résistance française a été la création et l'activité du détachement partisan soviétique féminin «Rodina», dont le commandant était Nadejda Lissovets, une ancienne agente de liaison des partisans de Minsk d'origine biélorusse.

Le but de la recherche est de populariser la contribution du détachement partisan féminin «Rodina» et son commandant Nadejda Lissovets à la Grande Victoire.

Le but indiqué prévoit la réalisation **des tâches** suivantes:

analyser la littérature et les ressources sur la problématique indiquée;

étudier la contribution du détachement partisan féminin «Rodina» et son commandant Nadejda Lissovets à la Grande Victoire;

raconter le détachement partisan féminin «Rodina» et son commandant Nadejda Lissovets;

organiser des événements dédiés au 80-ème anniversaire de la Grande victoire;

mettre à jour les connaissances sur le rôle du mouvement partisan pendant la Seconde Guerre mondiale.

L'hypothèse de la recherche se base sur la supposition que les adolescents d'aujourd'hui ont besoin des repères spirituels et moraux qu'on retrouve aussi dans l'histoire de la Seconde Guerre mondiale en les représentant de manière actuelle.

Le rôle du mouvement partisan pendant la Seconde Guerre mondiale. La contribution des français à la libération du Bélarus contre les envahisseurs nazis:

On connaît que le mouvement partisan a joué un rôle important pendant la Seconde Guerre mondiale. Il est à noter qu'au moins 50 Français ont participé au mouvement partisan au Bélarus pendant la Grande Guerre patriotique.

C'était le cas du français Marcel Sozy qui avait servi dans la région de Minsk, dans le détachement partisan nommé d'après Koutouzov de la brigade «Mort au fascisme».

L'un des noms français les plus célèbres au Bélarus est Jacques Gaston, celui du pilote mort lors de la libération de Borissov.

Donc, se retrouvant sur le territoire du Bélarus, en le libérant des envahisseurs nazis, malgré toutes les difficultés, les français se sont montrés des combattants fermes et ont enduré avec courage toutes les épreuves de la guerre.

Les partisans biélorusses dans la Résistance française:

Pendant la Seconde Guerre mondiale, beaucoup de nos compatriotes ont combattu aux côtés des participants de la Résistance française en France contre les nazis. En France, environ 17 000 patriotes soviétiques se sont battus pour la liberté du peuple français, unis en 55 détachements de partisans. Des centaines de biélorusses ont fait parties de ces détachements. Parmi eux était aussi Nadejda Lissovets, commandant de l'unique détachement partisan féminin en France.

Donc, le chemin de nos compatriotes vers la Résistance française a été difficile, cependant, avec l'aide des amis français, ils ont écrit une page glorieuse dans la lutte antifasciste, dans l'amitié traditionnelle de nos peuples.

Le détachement partisan féminin «Rodina» et son commandant Nadejda Lissovets. La période de la vie d'avant-guerre de Nadejda Lissovets:

Nadejda Lissovets est née à Minsk en 1914 dans une famille nombreuse d'un ouvrier. Elle était le cinquième enfant. Elle a fait ses études au collège de construction routière, s'est occupée de la construction du chemin de fer, puis a étudié à l'Institut de recherche routière, la construction de l'autoroute Moscou-Minsk. Elle a épousé son camarade de classe, Boris Grabovsky.

Ayant étudié cette période de sa vie, nous avons marqué que c'était une vie qui ne se distinguait pas beaucoup des autres, mais la vie la préparait peu à peu aux autres épreuves plus difficiles.

La période de guerre:

Nadejda Lissovets a connu la guerre telle qu'on la montrait dans les films. À ce moment avec ses amis, étudiants, elle retournait en train chez elle, à Minsk. Dès le début de la guerre elle a été engagée au service de nettoyage en qualité du nettoyeur principal des rues ce qui lui a donné l'occasion d'obtenir des formulaires «*Ausweis*» pour les membres clandestins. Mais, en janvier 1944 elle a été trahie et jetée dans une prison. En février avec d'autres prisonniers elle a été envoyée en France pour du travail forcé. Ici Nadejda Lissovets et d'autres prisonniers travaillaient dans les mines de la ville Hérouville. Mais, un jour 64 prisonniers, dont 37 femmes, se sont évadés du camp de concentration d'Hérouville avec le soutien des partisans français. Après avoir rejoint les partisans français, les hommes ont intégré la Résistance française. Les filles ont refusé de rester à ne rien faire et ont réclamé des armes. C'est ainsi qu'est né l'unique détachement partisan féminin «Rodina» dirigé par Nadejda Lissovets.

Le détachement de Nadejda Lissovets était à part, mais il a agi, bien sûr, en collaboration avec les partisans français et soviétiques. De février à août 1944 ces détachements ont détruit trois mille cinq cents nazis, en ont capturé 650, ont fait dérailler 65 trains militaires, brûlé 76 locomotives, plus de 1000 wagons, avec des partisans français.

Donc, la période de la vie de guerre de Nadejda Lissovets a découvert comment une jeune fille fragile avait pu non seulement survivre dans les conditions cruelles de la guerre, mais aussi combattre avec l'ennemi, créer l'unique détachement partisan féminin «Rodina» hors de la patrie.

La période d'après-guerre. Les événements dédiés à la mémoire du détachement partisan «Rodina» au Bélarus:

Après la guerre, Nadejda Lissovets est retournée à Minsk et a commencé à travailler dans une organisation de construction, le trust de construction n° 7. Elle y a travaillé pendant 28 ans. En juin 1959 elle a reçu le titre de «Constructeur honoré de la BSSR».

Malheureusement, Nadejda Lissovets n'a pas survécu jusqu'à nos jours. Mais, les actes héroïques ne peuvent pas disparaître de la mémoire des descendants, les héros vivent pour toujours dans l'âme immortelle du peuple.

L'hommage des français au détachement partisan féminin «Rodina»:

Il est connu que 120 Bélarusses étaient dans la Résistance en France. Il est à noter que les femmes ont bien contribué à la grande victoire, la grande victoire commune.

En 1966 Nadejda Lissovets a été invitée à Moscou au rendez-vous avec Charles de Gaulle, le président de la France.

Donc, les membres du détachement Rodina ne sont plus en vie, mais les exploits des femmes soviétiques du détachement des partisans de la Patrie sont vivants dans la mémoire des patriotes français.

Les recherches pratiques sur le détachement partisan féminin «Rodina» et son commandant Nadejda Lissovets. La discussion du film «Patrie ou mort. Avec Nadejda – pour la France»:

En étudiant ce sujet nous avons découvert beaucoup de faits intéressants sur le détachement partisan féminin «Rodina» et son commandant Nadejda Lissovets. Ainsi, nous avons décidé de partager les résultats de nos recherches avec les élèves du gymnasium №74. Nous avons organisé pour eux plusieurs activités.

En premier lieu, nous avons fait voir aux élèves de 9-ème un film documentaire ««Patrie ou mort. Avec Nadejda – pour la France» du réalisateur bélarusse Vladimir Bocune. Ce film a beaucoup impressionné les élèves. Après avoir vu ce film, les élèves ont pris part à la discussion et au quiz avec des souvenirs.

Le jeu d'aventure «Sur les traces de la biographie de Nadejda Lissovets»:

En prenant en compte que la rue où habitait Nadejda Lissovets se trouvait à cinq minutes de notre gymnasium et que Minsk était sa ville natale, nous avons eu l'idée d'organiser le jeu d'aventure «Sur les traces de la biographie de Nadejda Lissovets» en visitant les endroits à Minsk rappelant certains moments importants de sa vie. Nous avons visité 6 endroits de Minsk: la rue de l'Orangerie, une piste

cyclable, l'Université d'État biélorusse, la place de la gare ferroviaire, la Place de l'Indépendance, l'avenue Macherova où au bâtiment №16. Chaque fois en se trouvant dans un nouvel endroit, les élèves devaient deviner, expliquer comment ce lieu était lié avec Nadejda Lissoverts. C'était bien passionnant. Sur place je présentais des informations nécessaires. Je posais des questions en demandant leurs suppositions.

À la fin de notre jeu d'aventure nous avons déposé des fleurs sous cette plaque commémorative pour rendre hommage à Nadejda Lissoverts.

En effet, nous avons pris conscience de ce que nous avons eu la chance d'être ses compatriotes, de toucher à sa mémoire.

Conclusion:

L'objectif de notre recherche était d'actualiser l'intérêt pour la contribution du détachement partisan féminin «Rodina» et son commandant Nadejda Lissoverts à la Grande Victoire. Ce but a été pleinement atteint.

Les conclusions de nos recherches confirment notre hypothèse selon laquelle les adolescents d'aujourd'hui comme avant ont besoin des repères spirituels et moraux et qu'on peut les retrouver dans l'histoire de la Seconde Guerre mondiale.

Я. Шаплыко (ГУО «Гимназия № 34 г. Минска»)

Н. А. Баева (научный руководитель)

LES PARTICULARITÉS DU DÉVELOPPEMENT DU TOURISME DES CHÂTEAUX AU BÉLARUS ET EN FRANCE

Le tourisme est un des phénomènes les plus dynamiques du monde contemporain. Le tourisme des châteaux est attrayant, parce que comme ça on apprend l'histoire du bâtiment, les particularités de son architecture, la vie des fameux châtelains, ce qui attire les touristes des pays différents.

Notre pays a ses châteaux aussi, mais, malheureusement, ils ne sont pas tellement nombreux qu'en France, et la majorité d'eux ont été ruinés après des guerres dévastatrices, mais ils avancent aussi et ont leurs avantages. Cette situation rend actuelle la recherche des moyens d'utiliser l'expérience du développement touristique des châteaux français pour améliorer l'image des châteaux biélorusses dans le monde. Cela a déterminé le choix du sujet «Les particularités du développement du tourisme des châteaux au Bélarus et en France» pour le travail de recherche.

Le but principale que je me fixe est bien sûr d'améliorer et de faire avancer la riche culture de notre pays, d'informer plus de gens de notre Patrie, de montrer sa richesse et de dire aux autres les charmes de destinations touristiques.

L'objet de l'étude sont les châteaux les plus visités et populaires en France, ceux de la Loire: *Chambord, Chenonceau, Cheverny, Amboise, Blois, Villandry, Azay-le-Rideau*, celui de Versailles et celui d'If ainsi que leurs particularités

touristiques, de même que les fameux châteaux et palais du Bélarus: *ceux de Mir, Nesvij, Lida, Golchany, Kossovo, Novogroudok, Lubcha, Roujany* (Annexe 2). Ces monuments sont bien conservés, souvent habités ou transformés en musées, et ouverts au public depuis longtemps. Ils bénéficient d'une promotion active, d'événements culturels, et d'un fort soutien de l'État.

Pour évaluer le potentiel touristique des châteaux français et biélorusses on a fait une table où on a comparé les particularités des châteaux français d'après 10 critères: sa quantité totale, la quantité des châteaux ouverts pour les visiteurs, les châteaux inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, la quantité des châteaux bien gardés ou restaurés, ses styles architecturaux, les excursions et l'organisation des itinéraires, l'exposition et les distractions, l'infrastructure et les jardins (Annexe 3).

En France, on compte environ 30000 châteaux. Beaucoup d'eux ont bien conservé leur architecture, histoire, décorations intérieures et extérieures. Voilà pourquoi, ils sont inscrits sur la liste du patrimoine mondiale de l'UNESCO. Ces monuments attiraient toujours les millions de touristes par leurs emplacement, décors, intérieur, parcs, leur passé et la vie des châtelains célèbres.

Les châteaux biélorusses sont également populaires, bien qu'ils ne soient pas nombreux. On y compte environ 106, dont la majorité est complètement ruinée. Les touristes ne peuvent visiter que 9 châteaux: ceux de Mir, Nesvij, Golchany, Novogroudok, Kossovo, Liubtchany, Roujany, Krévo. De tous ces châteaux, seulement ceux de Mir, Nesvij et Lida sont parfaitement ré restaurés et ont des intérieurs parfaitement gardés. Ces châteaux attirent toujours les touristes pour les mêmes raisons que les français. Les gens sont attirés par l'histoire, les caractéristiques, la beauté et quelque chose d'exceptionnellement mystérieux. Peu de gens le savent, mais le château de Lida a été impliqué dans la grande guerre patriotique. Ce château est l'un des monuments historiques les plus importants de Bélarus, situé dans la ville de Lida. Pendant la guerre, en 1941, le château de Lida était au centre des combats. Il a été capturé par les troupes allemandes et a été utilisé comme un quartier général militaire et un entrepôt pour stocker des munitions. Aujourd'hui, le château est une attraction touristique populaire. Il accueille des visites guidées, des événements culturels et des reconstructions historiques.

Pour apprendre ce que les touristes trouvent important dans le tourisme des châteaux nous avons organisé un questionnaire où nous avons interrogé des élèves du gymnasium №34 de classes 7-9, leur professeurs, des élèves du lycée Jean Monnet en Normandie et leur professeurs — au total, 139 personnes. D'après les résultats duquel (Annexe 1), on peut faire les conclusions suivantes:

1. Les touristes sont plutôt intéressés par le tourisme des châteaux: ça a été la deuxième option la plus choisie pour presque toutes les catégories interrogées, après le tourisme nautique (sauf les professeurs français, qui ont préféré l'écotourisme et le tourisme rural).

2. Les réponses à la deuxième question que l'histoire du château n'est pas suffisante pour attirer les touristes. Le château doit avoir un joli extérieur et intérieur, il doit y avoir une opportunité de trouver un bon hébergement non loin de lui. Pour les français adultes, il est aussi important qu'il y ait une possibilité de se restaurer dans le château, et pour les jeunes des deux pays — que des itinéraires soient organisés.

3. La majorité absolue des jeunes de la France et du Bélarus aimerait voir des bals costumés dans les châteaux. Et pour les adultes, il est important de pouvoir visiter les châteaux avec leurs familles.

Les châtelains français font tout leur possible pour satisfaire le besoin du public. Dans les châteaux, on organise de nombreuses activités récréatives. Les châteaux bélarusses ont aussi des expositions permanentes. Le château de Nesvij possède de la collection la plus splendide d'objets d'art, d'armes, d'autres antiquités. On y trouve aussi plusieurs galeries d'arts où des expositions temporaires sont régulièrement placées. Nesvij participe au festival «La nuit des musées», pendant lequel dans les salles du château a lieu une pièce théâtralisée.

En ce qui concerne l'infrastructure des châteaux, on peut dire que les châteaux bélarusses, également que ceux de la France, peuvent proposer des endroits confortables où on peut se restaurer: sur le territoire de chaque château se trouve un restaurant. À l'intérieur du château de Nesvij, on trouve aussi un hôtel, et les villes où se trouvent les autres châteaux peuvent aussi proposer un hébergement. Mais le désavantage qu'ils ont par comparaison avec les châteaux français, c'est ce que sur Internet, ceux-ci sont directement proposés avec hébergement, restaurants et kiosques de souvenirs.

L'intérêt des visiteurs étrangers envers le Bélarus est déterminé par la situation géographique du pays au coeur de l'Europe, son riche héritage historique, culturel et naturel. Sur le territoire du Bélarus il existe à peu près 5 mille sites touristiques importants, dont quatre sont inscrits dans la liste du patrimoine mondiale de l'UNESCO (les châteaux de Mir et de Nesvij y compris).

Donc, en se basant sur l'expérience du développement du tourisme de châteaux en France, on voudrait aussi proposer sa propre vision du développement du tourisme des châteaux au Bélarus.

1. nous devons développer la publicité de notre tourisme, promouvant ainsi les différentes directions de la culture sur Internet. Après tout, maintenant Internet est notre monde et pour parler de quelque chose, on doit utiliser Internet.

2. donner de la possibilité aux jeunes bénévoles d'organiser des visites guidées dans nos châteaux. L'avenir tient sur les jeunes, ces gars-là seront en mesure de présenter l'information d'une manière différente et peut-être plus accessible pour le dire à la jeune génération.

3. inviter des délégations étrangères dans notre pays. Apprendre à connaître les autres avec notre dignité et notre culture. Ainsi populariser et diffuser l'information à travers les gens.

4. organiser des excursions pour les enfants qui peuvent apprendre un peu plus sur la culture de leur pays. Cela peut également affecter leur choix de carrière, peut-être que quelqu'un voudra devenir sculpteur, quelqu'un journaliste et quelqu'un guide touristique.

5. organiser des voyages de groupe pour les personnes et les touristes sur les visites de la construction du château. Cela aidera les gens à en apprendre davantage et à voir plus d'intéressant et de nouveau dans ce domaine. C'est cette information qui aidera à accrocher les touristes, parce que pas tous les jours, vous pouvez voir comment on peut construire un vrai château! Au Bélarus, nous pouvons organiser de telles excursions dans le château à Ljubtchany.

Ainsi, dans le travail de recherche on a étudié l'histoire et la condition moderne des châteaux de la France et du Bélarus. D'après les résultats de la recherche et du questionnaire, on a aussi pu évaluer le potentiel touristique des châteaux des deux pays. Le secret de l'attraction des châteaux de la France, c'est non seulement son passé historique et sa belle architecture, mais aussi une variété de distractions qu'ils proposent, des itinéraires élaborés qui comprennent la restauration et l'hébergement, les expositions et les festivals.

Les châteaux bélarusses possèdent, également, d'histoire ancienne et de style architectural unique. Mais on peut affirmer qu'ils n'ont pas encore réalisé tout son potentiel touristique: beaucoup de châteaux n'ont pas été restaurés, et, de plus, pas tous d'eux proposent des distractions captivantes pour des catégories différentes de touristes.

Donc, le but qu'on a posé pendant la recherche a été atteint et toutes les tâches ont été accomplies. Les résultats du travail peuvent être utilisés pour créer des prospectus touristiques, composer des itinéraires à travers les châteaux du Bélarus et ceux de la Loire, et ils seraient aussi utiles pour les élèves des écoles bélarusses qui étudient les sujets «Bélarus» et «France» pendant les cours de français.

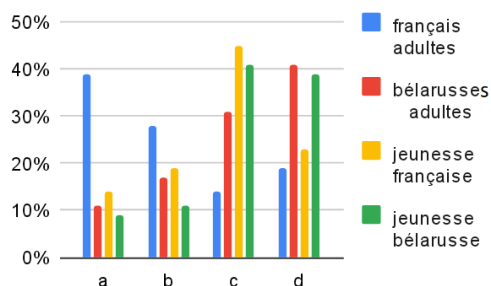
ANNEXES

Annexe 1

Les résultats du questionnaire

Question 1. Quel tourisme dans votre pays vous attire le plus?

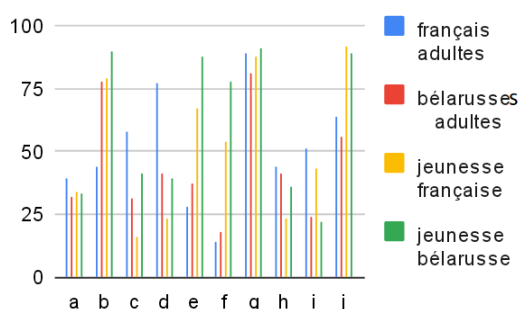
- a) Tourisme rural
- b) Écotourisme
- c) Tourisme des châteaux
- d) Tourisme nautique



Question 2. Qu'est-ce qui vous attire le plus dans les châteaux? (Plusieurs réponses sont possibles)

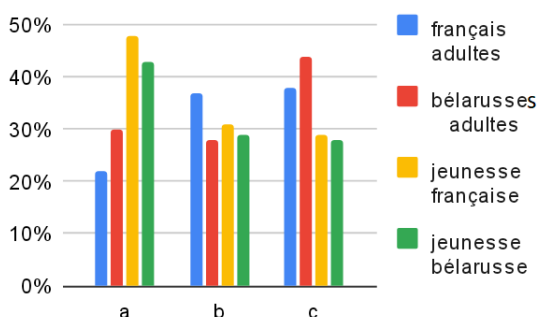
- a) L'histoire de sa construction
- b) L'architecture
- c) Le parc du château
- d) La possibilité de se restaurer
- e) L'organisation des itinéraires

- f) Les legends
- g) La décoration, l'intérieur
- h) Les services d'un guide qualifié
- i) La condition d'hébergement
- j) Les distractions



Question 3. Quel offre particulier du château vous fera le visiter?

- a) Soirées thématiques avec des bals costumés
- b) Dégustation des plats et des boissons locaux
- c) Possibilité de partir en excursion avec famille (occupation pour enfants)



Annexe 2



La comparaison des traits particuliers des châteaux français et biélorusses

Critères de comparaison	France	Biélorus
La quantité totale de châteaux	Plus de 30 mille.	115 (comprenant les châteaux ruinés).
La quantité annuelle des visiteurs du château le plus populaire	4 millions (les châteaux de la Loire).	300 mille (le château de Mir).
La quantité de châteaux ouverts pour les visiteurs	Plus de 500 châteaux peuvent être visités (entièrement ou partiellement).	On peut visiter environ 9 châteaux: ceux de Mir, Nesvij, Golchany, Novogroudok, Kossovo, Lubtchany, Lida, Krévo.
Les châteaux inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO	Le château de Versailles, le château de Fontainebleau, le château de Chambord, le Mont-Saint-Michel.	Le château de Mir, le château de Nesvij.
La quantité des châteaux bien gardés ou restaurés	Il y a plus de 50 châteaux bien restaurés qui ont destination touristique populaire.	Seulement les châteaux de Mir, Nesvij, Lida et Grodno sont bien restaurés; le reste, ce sont des ruines.
Les styles architecturaux des châteaux	La Renaissance française, l'aile gothique, le classicisme, le baroque.	La Renaissance, le style roman, l'aile gothique.
L'organisation des itinéraires, les excursions	En France, il existe beaucoup d'itinéraires qui comprennent la visite des plusieurs châteaux à la fois, dont on trouve aussi des formes exotiques de visites (en bateau, en hélicoptère, etc.)	On peut commander un tour en autobus avec un guide, ou bien utiliser des audioguides (dans les châteaux de Mir, Nesvij et Lida). L'itinéraire touristique vers Mir et Nesvij est très populaire.
L'exposition, les distractions pour les touristes	Beaucoup de châteaux (par exemple, ceux de Versailles, d'If, de Blois) possèdent d'une énorme collection d'objets d'arts. Le choix de distractions dans les châteaux est grand: par exemple, celui de Blois propose des visites théâtralisées, et à Versailles, on peut voir des spectacles en plein air.	Dans les châteaux de Mir, Nesvij et Lida, il y a de grandes expositions permanentes d'objets artisanaux, armes, portraits, etc. Chaque année, il y a lieu des festivals et des reconstructions historiques.
L'infrastructure des châteaux	À la proximité des châteaux, normalement, il y a des restaurants et des hôtels, parfois même plusieurs; le territoire est aménagé de toilettes.	Les châteaux de Mir, de Nesvij et de Lida ont des restaurants, des toilettes et des magasins de souvenirs; sur le territoire du château de Nesvij se trouve aussi un hôtel.
Les jardins	Beaucoup de châteaux, notamment ceux de Versailles, de Villandry et de Cheverny, sont connus grâce à ses jardins splendides.	Les jardins dans les châteaux biélorusses sont modestes; dans ceux de Mir et de Nesvij, ils sont en train d'être restaurés.

С. Шпагина (ГУО «Средняя школа № 1 д. Копище»)
А. А. Щербо (научный руководитель)

L'ANALYSE COMPARATIVE DES UNITÉS LEXICALES DÉCRIVANT L'AMITIÉ ET L'AMOUR DANS LES LANGUES FRANÇAISE ET BIÉLORUSSE DANS L'ŒUVRE « LE PETIT PRINCE » D'ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY

Introduction

Chaque personne cherche à avoir plus de place pour l'amitié et l'amour dans sa vie. Nous sommes confrontés chaque jour à ces phénomènes et nous utilisons différents moyens pour manifester nos sentiments. L'expression de l'amour et de l'amitié à travers les œuvres de la littérature est une façon très courante pour le français et le biélorusse.

Pour notre étude, nous avons pris les œuvres d'Antoine de Saint Exupéry «Le Petit Prince». Si vous avez lu ces œuvres, vous avez certainement vécu plusieurs émotions: joie, tristesse, espoir. Et ils ont certainement remarqué les sentiments du personnage principal pour les différents personnages.

L'objet de l'étude est les unités lexicales utilisées pour décrire des phénomènes tels que l'amitié et l'amour dans l'œuvre du Petit Prince.

L'objectif de ce travail est de comparer les unités lexicales du français et du biélorusse

Cet objectif consiste à relever **les défis** suivants:

1. déterminer ce qu'est une unité lexicale
2. identifier les principales caractéristiques de l'unité lexicale
3. étudier les similitudes et les différences entre les unités lexicales utilisées dans l'œuvre en français et en biélorusse.

La base méthodologique de ce travail est l'analyse théorique de la littérature linguistique, les techniques de traitement statistique des données, l'analyse comparative.

L'importance pratique du travail réside dans la possibilité d'utiliser les résultats de l'étude dans la création un livret bilinguistique pour les apprenants hautement motivés qui souhaitent apprendre une seconde langue étrangère.

Chapitre 1. La notion d'unité lexicale dans la langue moderne

Le langage humain naturel est un langage, puisque la fonction du mot est la principale unité symbolique du langage et se situe au centre du système linguistique.

Aujourd'hui, une discipline linguistique telle que la lexicologie se développe de manière dynamique et répond efficacement aux besoins de la langue et de la société.

Le mot est l'unité significative de base du langage. La totalité de tous les mots d'une langue constitue le vocabulaire ou le lexique de la langue. Le vocabulaire, comme les autres niveaux du langage, fait l'objet d'études dans la branche correspondante de la linguistique - lexicologie.

Le terme «lexicologie» vient de la langue grecque et se compose de deux racines «lexic(o)» de «lexikon» qui signifie «lexique» et «logie» de «logos» qui à son tour signifie «mot, discours, traité».

Ainsi, la lexicologie étudie la totalité des mots et de leurs équivalents, considérés dans leur développement et leurs relations mutuelles.

Le vocabulaire fait partie intégrante du langage. Aucune langue ne peut exister sans mots. Grâce à la richesse du vocabulaire, on peut parler de la richesse de la langue dans son ensemble. D'où l'importance de la recherche lexicologique. Le vocabulaire est également étudié dans des branches plus spécifiques de la linguistique:

- La phraséologie (grec Phrasis - expression) examine les phrases stables;
- Étymologie (grec Étymon - vérité) - étudie l'origine des mots;
- Onomastique (grec onyma, onoma - nom, titre), dont le sujet d'étude est les noms propres;
- Lexicographie (Art. Grec: Lexikon - dictionnaire) - théorie et pratique de la compilation de dictionnaires.

La science du vocabulaire des langues regroupe plusieurs branches. La lexicologie peut être historique et descriptive et se concentrer sur une ou plusieurs langues. La lexicologie générale traite des problèmes les plus importants de chaque langue nationale. La lexicologie privée étudie le vocabulaire d'une langue spécifique.

La lexicologie historique examine l'évolution du vocabulaire d'une langue depuis ses origines jusqu'à nos jours; elle est également appelée lexicologie diachronique. La lexicologie descriptive s'intéresse au vocabulaire d'une langue sur une certaine période, en le présentant (vocabulaire) sous la forme d'un tableau synchrone. La lexicologie comparée étudie le vocabulaire d'une langue particulière par rapport à d'autres langues, les unités et catégories relatives de vocabulaire de différentes langues sont considérées du point de vue de leurs similitudes et de leurs différences. La lexicologie comparée s'appuie sur les données de la lexicologie privée des langues comparées.

On distingue également la lexicologie pratique et théorique. La pratique comprend une description nécessaire à la maîtrise pratique de la langue, tandis que la clarification linguistique scientifique théorique des concepts, unités et catégories de vocabulaire, fournissant, avec d'autres disciplines théoriques, la maîtrise philologique de la langue en tant que sujet d'étude et d'enseignement.

La lexicologie utilise des méthodes de recherche linguistique générale. Les plus utilisés:

- Méthode descriptive – sélection, classification, interprétation qualitative du matériel lexical, prenant en compte les diverses propriétés des mots.
- La méthode historique comparative vise à identifier les modèles qui ont régulé le développement de langues apparentées dans le passé. Les résultats les plus fructueux sont obtenus en utilisant cette méthode pour étudier la structure sonore ou morphémique d'un mot. Le résultat est la préparation de grammaires et de dictionnaires de traduction comparables.

- La méthode statistique est d'une grande importance pour toutes les sciences, y compris la lexicologie. Il est utilisé par les lexicologues qui cherchent à mettre en évidence l'aspect quantitatif des phénomènes lexicaux au sein d'une langue, à identifier le nombre d'occurrences d'unités lexicales utilisées dans le discours, selon les conditions et les finalités de l'énoncé. La création de dictionnaires de fréquences est possible grâce à cette méthode.

Parmi les méthodes générales utilisées en lexicologie, il faut également noter la méthode de modélisation, qui consiste à utiliser des modèles, des schémas ou des schémas visant à identifier la structure abstraite et les principales caractéristiques d'un phénomène. Les lexicologues utilisent la méthode de modélisation pour étudier la formation et l'évolution sémantique des mots, puisque l'acquisition du vocabulaire se fait selon certains modèles.

Le vocabulaire est composé de mots et d'expressions fixes (par exemple, participer). Le mot est la partie la plus importante du langage, car le langage est avant tout un système de mots.

En un mot, on peut distinguer le côté sonore, qui est étudié dans la section «Phonique», le côté grammatical, qui est étudié dans la section «Grammaire», et le côté lexical lui-même. Toutes ces facettes du mot n'existent qu'ensemble, dans l'unité. Un mot ne peut pas exister en dehors du sound design et en dehors de la grammaire, c'est à dire il n'existe pas de mot sans caractéristiques grammaticales. Par exemple, les noms sont caractérisés par le genre, le nombre et, dans la langue biélorusse, ils ont également un cas pour les verbes, l'aspect, le temps et le mode peuvent être déterminés. Mais pour faciliter l'analyse, chaque côté peut être considéré séparément.

Le mot est l'unité sémantico-structurale fondamentale du langage. La plupart des linguistes reconnaissent le mot comme l'une des unités de base, voire l'unité de base du langage. Cette opinion n'a pas été remise en question pendant des siècles, mais certains linguistes du XXe siècle l'ont révisée. Parmi ces linguistes, on peut nommer Zellig Harris, selon lequel l'unité de base du langage ne sera pas le mot, mais le morphème. En linguistique française, on peut citer Charles Bally, qui a également émis des doutes sur la possibilité d'identifier le mot. Un mot en tant qu'unité de vocabulaire représente l'unité d'un signe, c'est-à-dire la coque sonore et graphique du mot, et le sens est une représentation linguistique spécifique de la réalité. Le contenu d'une unité linguistique est le résultat de la réflexion d'un certain sujet. Le même mot (par exemple, arbre) désigne un ensemble généralisé d'arbres, de taille, de forme et d'apparence différentes. Ainsi, lorsque nous parlons d'un arbre, nous entendons une sorte de généralisation d'objets similaires qui représentent quelque chose d'entier, commun et caractéristique de tous les objets de cette classe.

Le sens lexical est le même dans toutes les formes grammaticales du mot. Cependant, certains mots n'expriment pas de concepts. Les mots peuvent avoir plusieurs sens, mais le sens peut être exprimé en plusieurs mots. Ça s'appelle la polysémie par exemple le mot «pâte»:

1. Mélange à base de farine que l'on pétrit. Une pâte feuilletée.
2. Substance plus ou moins consistante. Une pâte d'amandes, une pâte de fruits, de la pâte à dentifrice.
3. Produits à base de semoule de blé dur. Je mange des pâtes.

Les types de significations lexicales d'un mot se distinguent sur la base des éléments suivants:

- par la nature du lien du mot avec les objets, phénomènes de la réalité (par le mode de dénomination): direct et figuratif;
- par origine: motivés et démotivés;
- par compatibilité des mots avec d'autres mots: libre et non libre;
- par rapport à la réalité: concrète et abstraite;
- en relation avec le domaine d'activité: général et terminologique.

Selon le but et le sujet de l'énoncé, les mots sont sélectionnés dans le système lexical de la langue. Dans un document commercial officiel, par exemple, et dans un discours familier, la même idée sera exprimée par différentes unités lexicales. Ce phénomène est appelé stratification stylistique du vocabulaire. Sur cette base, le vocabulaire de la langue peut être divisé en trois grands groupes:

- le vocabulaire neutre ou de style croisé;
- vocabulaire du discours oral;
- vocabulaire du discours écrit;

Les mots neutres sont utilisés dans tout type de discours. Par conséquent, un tel vocabulaire est appelé interstyle ou neutre, c'est-à-dire qu'il sert tous les styles de discours. Le vocabulaire neutre est appelé parce qu'il est dépourvu d'expression et d'émotions particulières.

Le vocabulaire du discours oral comprend des mots caractéristiques des variétés orales d'activité communicative. Le vocabulaire du discours oral est hétérogène. Tout cela se situe «en dessous» du vocabulaire neutre, mais selon le degré de «degré de réduction», selon le degré de littérature, ce vocabulaire se divise en deux grands groupes: familier et vernaculaire. Le vocabulaire du discours écrit comprend des mots qui sont utilisés principalement dans les variétés écrites du langage littéraire: dans les articles scientifiques, les manuels, dans les documents officiels, dans les journaux commerciaux, et ne sont pas utilisés dans les conversations informelles ou dans le discours quotidien.

Ainsi, la lexicologie est une vaste branche de la linguistique qui étudie divers aspects du langage.

Chapitre 2. Étude pratique des unités lexicales du français et du biélorusse

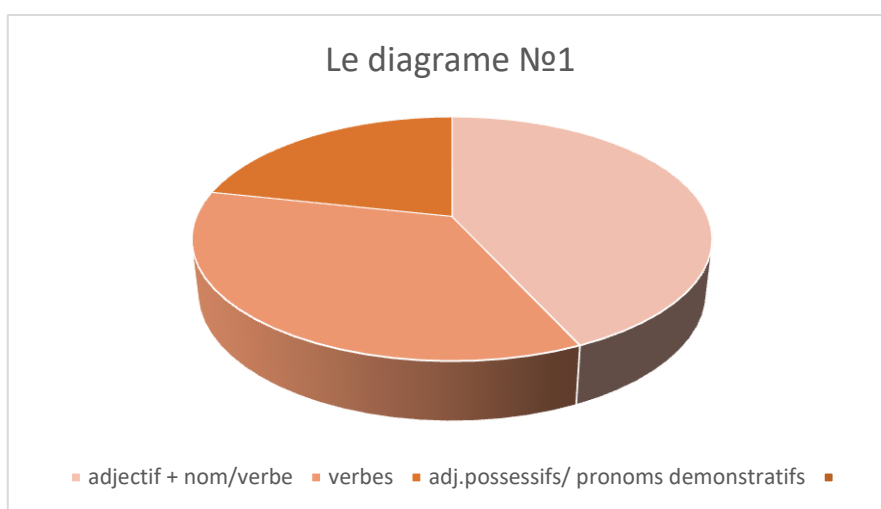
Le conte bien-aimé d'Antoine de Saint-Exupéry sur un pilote et un petit prince venu d'une autre planète n'a cessé de ravir les lecteurs depuis sa première parution en 1943. L'œuvre de Saint-Exupéry semblait inhabituellement actuelle et

inhabituelle, avec un nouveau thème – l'aviation, les vols, les pays lointains, les espaces célestes, et son héros – courageux, altruiste. Et en même temps, Saint-Exupéry est un pilote-penseur, un écrivain-penseur, et l'avion n'emmène pas ses héros dans un monde exotique, mais «plonge une personne dans tous les vieux problèmes».

La philosophie de Saint-Exupéry s'est révélée sous une forme poétique et allégorique dans le conte de fées «Le Petit Prince» (1943). Les œuvres de Saint-Exupéry sont caractérisées par le romantisme. Quelque part en dehors du monde bien connu de l'écrivain et reproduit de manière réaliste par lui, a commencé un monde mal connu, un monde qui a soulevé de nombreuses questions, et l'écrivain manquait de réponses. Mais Saint-Exupéry, pas toujours en mesure de répondre, se posait des questions: cet enthousiasme, cette recherche est en soi une qualité remarquable d'écrivain et un trait temps.

Dans notre étude du livre nous avons remarqué que l'auteur ne montre pas l'amour et l'amitié directement mais avec des relations avec des animaux ou des éléments de la nature par exemple le mouton, le renard, les étoiles et la rose. L'héro principal Le Petit Prince montre son amour et son amitié dans le livre par la protection de la rose, du moutons, des étoiles et du renard et il les aident.

Notre étude a examiné 30 phrases contenant des unités lexicales qui décrivent l'amour et l'amitié. Dans le travail nous avons comparés 19 unités lexicales que l'auteur utilise pour décrire l'amitié dans la langue française et leurs équivalent en Biélorusse. Les résultats de notre étude des phrases examinées sont présentés dans le diagramme №1.

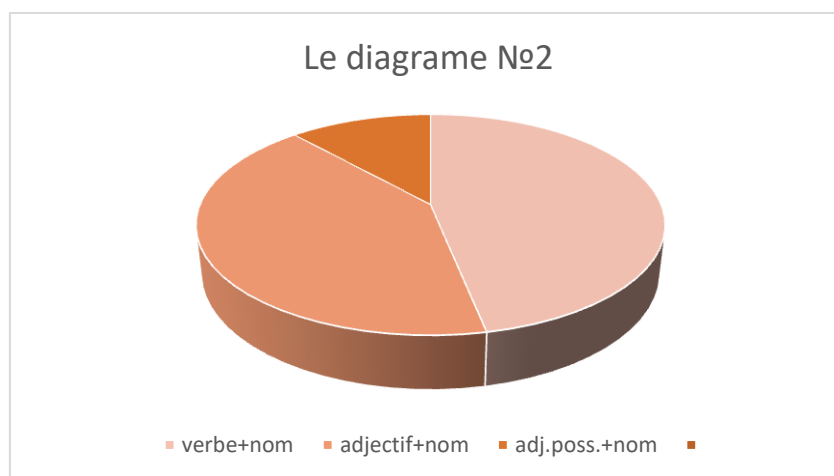


Il nous a été révélé que 16 (84 %) d'eux sont identiques: 6 (38 %) – adjectif ou adjectif + nom ou verbe, 5 (31 %) sont des verbes, 3 (19 %) sont des adjectifs possessifs + des pronoms démonstratifs comme «ma» ou «mon», pour démontrer et exagérer le fait que ces personnes ou objets appartiennent au Petit Prince.

Il est important de noter que dans la langue biélorusse, il n'existe pas d'adjectifs possessifs, il existe des pronoms possessifs dont le sens est le même. Aussi l'auteur utilise de structure coporative «comme si / як бы» pour prouver que si le mouton qui (désigne un ami) par exemple mange (fais du mal) à sa fleur (la personne que Le Petit Prince a des sentiments pour) c'est pour lui (pour Le Petit Prince) comme si brusquement toutes les étoiles s'éteignaient (son bonheur s'éteint, il devient triste). Le groupe de mot «tous les jours» dans la langue biélorusse à était traduis comme «штодня», que à son tour est un analogue de cette expression.

Il est aussi important de noter que l'expression «toutes les semaines» en biélorusse est traduite par «штодня», ce qui ne correspond pas au sens de l'expression dans le livre original en français, (toutes les semaines — chaque semaine, hebdomadaire). Aussi, pour décrire Le Petit Prince et son attitude envers l'amitié, l'auteur utilise des adjectifs, tandis que dans la langue biélorusse le traducteur utilise des noms ou des noms et des pronoms. Ce dont nous pouvons prouver dans la phrase suivante: Tu deviens responsable pour toujours ... / Ты заўсёды у адказе (cette phrase interprète l'amitié car être responsable pour toujours veut dire que nous devons et allons prendre soins de la personne à qui nous avons dédié notre coeur et confiance). Nous pouvons aussi le démontrer dans cette phrase: c'est qu'il était ravissant ... / ... яго незвычайнасць... (Ravissant est un adjectifs admiratif, c'est un mot fort, ravissant veut dire plus que beau ou mignon, l'aviateur trouve son ami ravissant car son ami est brave, il est admiratif de son ami).

En étudiant la question des unités lexicales pour décrire l'amour (23 phrases), nous pouvons tirer les conclusions suivantes: 17 (78 %) unités lexicales en français coïncident avec leurs équivalents en biélorusse. Ce sont pour la plupart des verbes ou verbe + nom – 8 (44%), 7 (39%) – adjectif ou adjectif + nom, 2 (11%) sont des adjectifs possessifs + des noms. Le resultats des phrases sont aussi presente dans le diagramme №2.



De même l'auteur utilise une structure comparative comme sur le thème de l'amitié “comme si” et “comme”, par exemple dans la phrase «c'est l'image d'une rose qui rayonne en lui comme la flamme d'une lampe», il compare la rose avec la

lumière d'une lampe car la lumière dans une lampe c'est important, une lampe sans lumière ne sert à rien, personne ne sera heureux avec une lampe sans lumière, nous avons besoin de la lumière dans une lampe ce qui fait donc la lumière très importante, c'est pour quoi l'auteur compare la rose avec la lumière d'une lampe

Lors de l'étude des unités lexicales sur le thème de l'amour, des différences ont également été identifiées. Dans l'œuvre en langue originale, l'auteur utilise uniquement les pronoms possessifs «la mienne» et «la tienne», tandis qu'en biélorusse, un pronom possessif et un nom sont utilisés. L'auteur avec d'autres unités utilise aussi une locution restrictive qui est typique pour le français et signifie "seulement". L'expression «se préparer à être belle» en biélorusse est traduite par «прыхарашвалася ды прыхарашвалася» et «ma rose» est traduite par «яна – мая».

A noter également que l'auteur utilise très souvent l'expression «unique au monde / адзіная ў свеце» tant par rapport à l'amitié que par rapport à l'amour.

Il résulte de cette étude que l'auteur utilise le plus souvent des adjectifs ou adjectif + nom (31 %) pour décrire l'amitié et l'amour, et les verbes ou verbe + nom sont utilisés également. Toutes les phrases de notre étude d'unité lexicale ont été regardées d'un point de vue de la coloration stylistique. Les variétés de coloration stylistique que nous pouvons trouver sont le neutre, le conversationnel et le livre. Nous avons remarqué que toutes les unités lexicales sont de style neutre, à l'exception de la phrase 'l'image d'une rose qui rayonne en lui comme la flamme d'une lampe' qui est de nature littéraire, donc, le style coloré de cette phrase est 'livre', car dans le langage parlé nous utiliserons des mots plus modernes et moins littéraires, par exemple 'le reflet d'une rose qui rayonne en lui est comme l'ampoule d'une lampe.'

Conclusion

L'étude permet de conclure que la lexicologie est une section très importante et très importante de la langue moderne. Il existe différents types de lexicologie et chacun a son propre sujet d'étude, mais tous sont étroitement liés. Selon la plupart des linguistes, le mot est l'unité de base de toute langue. Chaque mot a son propre sens lexical, qui est divisé en plusieurs espèces selon différents critères. Sur cette base, les mots peuvent être utilisés dans différents domaines de la vie.

Sur la base d'une analyse comparative des unités lexicales, nous avons conclu que plus de la moitié des unités lexicales que nous avons étudiées, utilisées en français et en biélorusse, sont similaires et remplissent les mêmes fonctions dans la proposition.

Le plus souvent, pour décrire l'amitié et l'amour, l'auteur utilise des adjectifs ou des adjectifs avec un nom et principalement toutes les unités lexicales sont neutres qui peuvent être utilisés dans le discours oral et écrit.

Application

Amitié

Ce n'est pas une chose. Ça vole. C'est un avion.C'est mon avion	Гэта не штука. Гэта самалёт. Мой самалёт.
La preuve que le petit prince a existé c'est qu'il était ravissant, qu'il riait et qu'il voulait un mouton	Маленькі Прынц існаваў, і доказ таму – яго незвычайнасць, яго смех, яго жаданне мець баранчыка.
C'est triste d'oublier un ami	Гэта вельмі сумна, калі людзі забываюць сяброў
La fleur que tu aimes n'est pas en danger...je lui dessinerai une muselière	кветцы, якую ты любіш, нічога не пагражае... я намалюю твайму баранчыку аброцьку
Je possède une fleur que j'arose tous les jours. Je possède trois volcans que je ramone toutes les semaines	У мяне ёсць кветка, - сказаў ён. – і я штодня паліваю яе. У мяне ёсць тры вулканы, і я штодня чышчу іх.
C'est utile à mes volcans, et c'est utile à ma fleur, que je les possède. Mais tu n'es pas utile aux étoiles ...	Гэта карысна маім вулканам, гэта карысна маёй кветцы, каб я валодаў імі. А якая карысць ад цябе зоркам?
Si tu m'apprivoises , nous aurons besoin l'un de l'autre. Tu seras pour moi unique au monde. Je serai pour toi unique au monde...	Але калі б ты прыручыў мяне, мы сталі б патрэбныя адно аднаму. Ты стаў бы для мяне адзіным у свеце. І я стаў бы для цябе адзіным у свеце
On ne voit bien qu'avec le coeur .L'essentiel est invisible pour les yeux	Вось мой сакрэт: відушчае толькі сэрца. Самага галоўнага вачыма не ўбачыш
Tu deviens responsable pour toujours de ce que tu as apprivoisé	Ты заўсёды ў адказе за ўсіх, каго прыручыў.
J'étais ému. Il me semblait porter un trésor fragile	Я быў усхваляваны. Мне здавалася, што я нясу далікатны скарб
On risque de pleurer un peu si l';on s'est laissé apprivoiser...	Нялёгка стрымаць слёзы, калі дазволіш каб цябе прыручылі
Tu seras toujours mon ami	Ты назаўсёды застанешся маім сябрам.

Amour

Les fleurs sont faibles.Elles sont naïves. Elles se rassurent comme elles peuvent.Elles se croient terribles avec leurs épines...	Кветкі кволыя. І наіўныя. Яны падбадзерваюць сябе, як могуць. Яны думаюць, што калі выпусцяць калючкі, то іх усе пачнуць баяцца
Il n'a jamais respiré une fleur	Ён не панюхаў аніводнай кветкі

Et si je connais, moi, une fleur unique au monde , qui n'existe nulle part , sauf dans ma planète , et qu'un petit mouton peut anéantir d'un seul coup, comme ça , un matin sans se rendre compte de ce qu'il fait , ce n'est pas important ça!	І калі я ведаю адзіную ў свеце кветку, якая існуе толькі на маёй планеце, як нейкі баранчык як-небудзь наранку, бяздумна, у помірг вока можа загубіць яе – гэта зусім не важна?
Une fleur qui n'existe qu'en un exemplaire dans les millions et les millions d'étoiles	Калі любіш кветку – адзіную, якой больш няма ні на адной з мільёнаў і мільёнаў зорак.
Si le mouton mange la fleur , c'est pour lui comme si , brusquement , toutes les étoiles s'éteignaient!	А калі баранчык з’есць кветку, то гэта будзе тое самае, як бы раптоўна згаслі ўсе зоркі
C’est tellement mystérieux le pays des larmes	Краіна слёз такая таемная
Il est bien plus difficile de se juger soi-même que de juger autrui	Куды цяжэй судзіць самога сябе, чым каго іншага.
La fleur n'en finissait pas de se préparer à être belle	Кветка ўсе прыхарошвалася ды прыхарошвалася ў прытулку сваёй зялёнай святліцы
Il ne faut jamais écouter les fleurs. Il faut les regarder et les respirer. La mienne embaumait ma planète, mais je ne savais pas m'en réjouir	Ніколі не варта слухаць, што кажуць кветкі. Трэба толькі любавання імі і дыхаць іх водарам. Ад маёй красуні па ўсёй планеце ішоў цудоўны пах, але я не ўмеў яму радавацца.
J'aurais dû deviner sa tendresse derrière ses pauvres ruses. Les fleurs sont si contradictoires! Mais j'étais trop jeune pour savoir l'aimer	Я павінен быў разгледзець яе пяшчотнае сэрца за гэтымі няўдалымі хітрыкамі. Кветкі такія супярэчлівыя! Але я быў такі юны, каб умець любіць
Et, quand il arrosa une dernière fois la fleur, et se prépara à la mettre à l'abri sous son globe , il se découvrit l'envie de pleurer	І калі ён апошні раз паліў кветку і намерыўся накрыць яе каўпаком, ледзь не заплакаў.
Mais oui , je t'aime , lui dit la fleur	Так, я люблю цябе, - сказала яму кветка
Elle ne voulait pas qu'il la vît pleurer . C'était une fleur tellement orgeilleuse	Яна не хацела, каб ён бачыў яе слёзы. Такая ўжо гордая кветка
- J’ai aussi une fleur. Nous ne notons pas les fleurs, dit le géographe. - Pourquoi ça ! C’est la plus jolie ! - Parce que les fleurs sont ephemerres. Qu’est-ce que signifie « ephemere ». Ma fleur est ephemere	Гэта ж самае прыгожае! Таму што кветкі эфемерныя. Як гэта – эфемерныя? Мая кветка эфемерная

Je serais bien obligé de faire semblant de la soigner , car , sinon , pour m'humilier moi aussi , elle se laisserait vraiment mourir	І я быў бы вымушаны рабіць выгляд, што ратую яе, бо іначай яна сапраўды памерла б, каб толькі прынізіць мяне
Va revoir les roses.Tu comprendras que la tienne est unique au monde.	Ідзі і яшчэ раз паглядзі на ружы. Ты зразумееш, што твая ружа – адзіная ў свеце
Puisque c'est ma rose	Яна – мая!
C'est le temps que tu as perdue pour ta rose qui fait ta rose si importante	Твая ружа такая дарагая табе таму, што ты ахвяраваў ёй увесь час.
Les étoiles sont belles , à cause d'une fleur que l'on ne voit pas...	Зоркі вельмі прыгожыя таму, што недзе ёсць кветка, хоць яе і не відно
Ce qui m'émeut si fort de ce petit prince endormi , c'est sa fidélité pour une fleur , c'est l'image d'une rose qui rayonne en lui comme la flamme d'une lampe , même quand il dort	Што мацней за ўсё хвалюе мяне ў гэтым сонным прынцы, дык гэта яго вернасць кветцы, гэта вобраз ружы, які, як агеньчык каганца, свеціцца ў ім, нават калі ён спіць

У. Щиглинская (ГУО «Средняя школа № 38 имени Кирилла Туровского г. Гродно»)

С. А. Мукосей (научный руководитель)

LES NOUVEAUX MOTS DU FRANÇAIS 2024/2025: LES PARTICULARITÉS STRUCTURELLES ET SÉMANTIQUES

La langue française de Molière n'est jamais figée, elle évolue sans arrêt toujours en fonction des découvertes scientifiques, des changements culturels et des progrès contemporains. Le monde se transforme constamment et pour cette raison le vocabulaire se modifie aussi avec l'air du temps. Les mots naissent, apparaissent et disparaissent dans une langue. Les mots expliquent de nouvelles réalités, de nouvelles idées, de nouveaux sens et aussi circulent d'une langue à l'autre. Les néologismes sont nécessaires pour l'enrichissement d'une langue. Ils démontrent la vitalité et l'utilité de la langue et de la culture des locuteurs. On ne peut pas penser sans mots et les mots posent les bases de la pensée. Les mots sont des socles de nouvelles idées. Le philosophe Hegel affirme bien que «Il n'existe pas de pensée sans langage. C'est le mot qui donne à la pensée son existence». Les néologismes nous entourent partout. Les néologismes ont pour mission de combler toutes les lacunes présentes dans la langue pour désigner des réalités nouvelles. L'étude des néologismes est incontestablement très importante. Les nouveaux mots sont un miroir tendu sur la société qui dit beaucoup des locuteurs natifs. Dans cette étude on révèle les principales préoccupations de la société française moderne.

Le but de cette recherche est de fournir des informations à jour sur les particularités de la formation des mots nouveaux en français moderne et sur les principales préoccupations de la société française d'aujourd'hui. Pour la réalisation de l'objectif fixé, les tâches suivantes doivent être résolues :

1. étudier les principaux procédés de former de nouveaux mots en français;
2. étudier l'information sur les plus grands dictionnaires actuels de la langue française;
3. analyser les néologismes du Petit Robert 2024/2025 et du Petit Larousse 2024/2025 en ligne: leur procédés de la formation et leur domaines d'utilisation pour la période spécifiée;
4. révéler les principales préoccupations de la société française d'aujourd'hui et les moyens favorisés de la formation des néologismes en français moderne.

Le sujet de l'étude: les caractéristiques sémantiques et structurelles des nouveaux mots. L'objet de l'étude: les unités lexicales ajoutées aux dictionnaires en ligne 2024/2025. Les méthodes suivantes ont été utilisées dans le travail: analyse théorique de l'étude sur les néologismes, méthode de recherche, méthode d'analyse.

Le terme néologisme a été créé par un adjectif grec «néo» (*nouveau*) et du substantif «logos» (*parole*). Etymologiquement, il est dérivé d'un mot *néologie* avec un suffixe *-isme* au 18^e siècle. Pour qu'un mot soit qualifié de néologisme, il ne suffit pas de l'utiliser qu'une seule fois. Il faut qu'il soit accepté et employé par un grand nombre d'interlocuteurs. Chaque année, seule une centaine de mots est retenue sur les 450 nouveaux termes susceptibles d'entrer dans le dictionnaire. Pour y figurer, les mots doivent prouver leur capacité à durer en tant que terme usuel de la langue française. Il existe plusieurs façons de former de nouveaux mots: *les néologismes créés par affixation, les néologismes créés par télescopage, les néologismes créés par abrègement, les néologismes créés par composition, les emprunts aux autres langues, les néologismes sémantiques*. La majorité des mots du français sont formés de mots dérivés. Comme beaucoup de mots en français, les préfixes et les suffixes ont souvent une origine latine ou grecque. Le télescopage est le procédé de formation des mots-valises. Un mot-valise est généralement composé à partir de deux mots : le début du premier et la fin du second. L'abrègement est un procédé qui permet de créer de nouveaux mots à partir de mots déjà existants en réduisant ces derniers à une expression plus courte. Généralement, c'est la finale du mot qui est tronquée : auto[mobile], radio[phonie], fac[ulté], catho[lique]. La composition est un procédé qui permet la création des mots composés : *porte+feuille=portefeuille*. Au cours de son histoire, le français a puisé de nouveaux mots dans de nombreuses langues. Aujourd'hui, ces mots n'ont plus l'apparence de mots étrangers. Le néologisme sémantique, aussi appelé néologisme de sens, se distingue du néologisme de forme par le fait qu'il est créé à partir d'une forme (un mot ou un groupe de mots) qui existe déjà dans la langue. Un nouveau sens lui est toutefois attribué, et c'est la combinaison de la forme existante et du nouveau sens qui est considérée comme un néologisme.

Le Petit Robert est un dictionnaire de la langue française, publié par les Dictionnaires Le Robert. Ce dictionnaire, en plus de donner la définition des mots et de les illustrer par des exemples, contient leurs antonymes, leurs synonymes et leur étymologie. Le Petit Robert permet à la fois de comprendre le français dans toutes ses nuances et s'exprimer avec aisance dans le registre qui convient. C'est toujours un événement pour les francophones du monde entier: la parution des nouvelles éditions des deux grands dictionnaires de la langue française: Le Petit Robert de la langue française et Le Petit Larousse illustré.

Nous avons analysé les néologismes du Petit Robert 2024/2025 et du Petit Larousse 2024/2025 en ligne: leur procédés de la formation et leur domaines d'utilisation pour la période spécifiée: https://docs.google.com/document/d/1e_A5Sry9coxuZ6zixLHPjdtitTt8BHKp/edit?usp=sharing&oid=107396487638373348822&rtpof=true&sd=true.

Nous avons révélé les moyens favoris de formation des néologismes modernes:

- la dérivation (affixation) (29,5 %)
- les néologismes sémantiques (27 %)
- les emprunts (mots anglais) (20 %)

Comme on le voit, dans la minorité des cas, les mots nouveaux sont :

- les composés (3,6 %)
- les abrègements (6 %)
- les mots- valises (4 %).

Les néologismes se rencontrent dans les domaines différents : la société (30 %), l'environnement (20 %), les sphères économique, politique et juridique (10 %), la gastronomie (10 %), le sport et les loisirs (13 %), la science et la médecine (7 %), les nouvelles technologies et l'informatique (9 %), le langage familier (3 %).

Nouveaux mots du Petit Larousse et du Petit Robert 2024/2025 : que disent-ils de la société française ?. Les nouveaux mots sont un miroir tendu sur la société. On apparaît de nombreux mots en référence à l'environnement et des Français expriment leurs craintes. On peut trouver l'anglicisme *greenwashing*, *écoanxiété* 'forme d'anxiété liée à un sentiment d'impuissance face aux problématiques environnementales contemporaines ', *réensauvagement* 'mode de protection de l'environnement consistant à rendre aux écosystèmes leur caractère naturel, sauvage 'ou *aquaponie* 'méthode de culture de poissons et de plantes dans le même système ' ; *agrivoltaïsme* 'production d'électricité photovoltaïque sur une exploitation agricole'; *aridifier* 'rendre une zone aride'; *assec* 'assèchement temporaire d'un cours d'eau, d'un étang ' ; *climaticide* 'qui, par ses émissions massives de CO₂, contribue au réchauffement climatique' ; *écoconcevoir* 'concevoir un produit de façon à garantir un impact écologique réduit sur l'environnement' ; *intelligence artificielle frugale* 'intelligence artificielle qui ne nécessiterait pas de grands besoins énergétiques, contradiction qui semble à ce jour indépasseable' ; *potabiliser* 'rendre l'eau potable'.

De nombreux mots apparaissent pour décrire de nouvelles technologies ou de nouvelles pratiques liées à Internet et aux réseaux sociaux. C'est le cas de *métavers* qui décrit un univers virtuel en 3D dans lequel on interagit avec un avatar et de *instagrammable* 'une photo particulièrement réussie, flatteuse, esthétique, digne de figurer sur le réseau social Instagram'. Les Français aiment manger et se divertir et on trouve beaucoup de mots nouveaux liés à la gastronomie. Les Français sont attachés aux technologies. Les nouveaux mots sont : *flow, tiktokeur, neuroatypique, prompt, stalker, vocal, bot, cracker, cyberattaque, femtech, webtoon*.

En 2024 Les Jeux Olympiques se sont passés en France et les nouveaux termes désignant des disciplines sportives occupent une place de choix dans les deux dictionnaires: *rideur, cécifoot, escalade de bloc, skeletonneur, taekwondoïste, badiste, trottinettiste, skatepark*.

Les mots de la cuisine : *edamame, chimichurri, portobello, kimchi, kombucha, bánh mì, babka, poké* qui sont entrés dans les dictionnaires confirment l'appétit des Français. On trouve des mots empruntés au langage des jeunes qui sont la signe de vitalité du français : *avoir un crush* c'est 'avoir un coup de cœur pour quelqu'un', le verbe *bader* 'être en bad', 'dans le mal', donc 'éprouver de l'inquiétude, de la tristesse ou de la mélancolie', *ghoster* 'rompre soudainement tout contact avec quelqu'un sans explication', *être en PLS* position latérale de sécurité c'est 'se sentir mal, être au bout de sa vie'.

Après avoir analysé 199 néologismes du Petit Robert et du Petit Larousse 2024/2025 on peut faire les conclusions suivantes :

- Le français est dynamique, vivant, évolue sans arrêt et chaque année de nouveaux mots font leur entrée dans les dictionnaires pour répondre au besoin de nommer les réalités d'un monde en perpétuelle évolution ;
- Les moyens favoris de formation des néologismes modernes sont la dérivation (affixation), les néologismes sémantiques et les emprunts (anglicismes) ;
- La société française exprime sa crainte à travers des mots nouveaux pour l'environnement et le climat. La catégorie des néologismes liés à l'écologie s'enrichit d'année en année. De nombreux mots apparaissent pour décrire de nouvelles technologies liées à Internet et aux réseaux sociaux. Les Français sont préoccupés aussi par la société, le sport et surtout les Jeux Olympiques en cette année, les sphères économique et politique, la science et bien sûr par la gastronomie car les Français aiment manger et se divertir. La société française est progressiste et inclusive. On trouve des mots empruntés au langage des jeunes qui sont la signe de vitalité du français.
- Des néologismes sont un élément important de toute langue qui l'aide à se développer. Des nouveaux mots sont un miroir tendu sur la société qui dit beaucoup des locuteurs natifs.

Le résultat de cette recherche est pertinent. Nous avons révélé les principales préoccupations de la société française d'aujourd'hui à travers des néologismes et nous avons fourni des informations à jour sur les moyens favoris de la formation des nouveaux mots en français moderne. Cette information sera utile pour tous ceux qui apprennent le français et la culture de la société française.

ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК

С. Белко (ГУО «Средняя школа № 24 г. Минска»)

Г. И. Мысливец (научный руководитель)

LÉXICO GASTRONÓMICO COMO EL CREADOR DE SIGNIFICADOS EVALUATIVOS EN ESPAÑOL Y BIELORRUSO

El trabajo prueba la idea que la cocina nacional refleja la experiencia centenaria del pueblo. Por tanto, podemos decir que la gastronomía determina una especificidad nacional y cultural y juega un papel importante en la comprensión de la imagen evaluativa general del mundo de una determinada nación.

Las características de la imagen valorativa del mundo española y bielorrusa se estudian mediante el análisis de unidades léxicas y fraseológicas con componente gastronómico.

Términos clave: lexema, unidad fraseológica, gastronomía, imagen valorativa del mundo, componente gastronómico, grupos semánticos, lengua española, lengua bielorrusa.

La forma de vida de cualquier pueblo se refleja sin duda en su gastronomía. No es de extrañar que en la mayoría de los idiomas exista una gran cantidad de unidades fraseológicas y modismos relacionados con el concepto de “gastronomía”.

El idioma español tampoco es una excepción en la presencia y uso activo de frases y expresiones relacionadas con la comida. La rica herencia de los aforismos españoles nos muestra una imagen de la sociedad.

La cocina nacional evoluciona constantemente de acuerdo con el desarrollo del mercado y la agricultura, reflejando las características de la mentalidad, así como las transformaciones que en ella se producen. Como resultado, la fraseología nacional y la memoria colectiva absorben y almacenan significados y asociaciones socioculturales que están directamente relacionados con los nombres de productos y platos de la cocina nacional, que se han formado a lo largo de los siglos.

El análisis de las unidades fraseológicas, que incluyen términos gastronómicos, permitió identificar un cierto conjunto de ideas como reflejo de asociaciones con el concepto de “comida” en la imagen lingüística española y bielorrusa del mundo.

La evaluación está indisolublemente ligada al significado pragmático. Se suele llamar pragmático al significado que adquiere una palabra (o afirmación) en una situación de habla.

El significado de una palabra puede cambiar dependiendo de la situación y de un contexto determinado, lo que añade ciertos detalles y connotaciones al núcleo semántico de la palabra. En consecuencia, en el marco de una sola

afirmación, es más correcto hablar de interpretación del significado que de su comprensión. La valoración es una implicación pragmática y depende de diversos factores, tales como: la personalidad del sujeto hablante, el destinatario del mensaje, la finalidad comunicativa del acto de habla, las normas de la sociedad, la época, etc. Debido al alto grado de dependencia del contexto, la evaluación es uno de los elementos de significado pragmático más difíciles de determinar.

La evaluación es una noción compleja, cuya estructura incluye componentes obligatorios y optativos. E.M.Wolf identifica el tema de la evaluación, el objeto de la evaluación y la evaluación misma entre los componentes obligatorios.

Desde la antigüedad se han realizado intentos de crear una clasificación de evaluación.

En la clasificación de Aristóteles, había tres tipos principales de bienes:

- 1) bienes externos
- 2) bienes relacionados con el alma
- 3) beneficios relacionados con el cuerpo.

Habiendo estudiado las unidades léxicas y fraseológicas evaluativas, incluido el componente gastronómico, llegamos a la conclusión de que existen varios tipos de bases que forman la base para comparar este vocabulario y expresiones.

La clasificación de estos motivos, que seguiremos en el futuro, la da el artículo de O.S. Chesnokova.

- 1) Forma y apariencia del producto alimenticio.
- 2) Sabor de la comida
- 3) Dificultad/facilidad de preparación del plato
- 4) La calidad de un producto alimenticio o plato.
- 5) Lugar y papel de un producto alimenticio o plato en la cocina nacional (central, periférica).

Al estudiar los diccionarios de fraseologismos españoles y bielorrusos hemos encontrado 207 expresiones con el componente gastronómico en español y 74 expresiones en bielorruso (Tablas 1 y 2 en Apéndice 1).

Como resultado, identificamos áreas semánticas como:

1. Verdura y fruta
2. Pescado y mariscos (en la lengua española más que en la lengua bielorrusa)
3. Carne (grasa y aceite)
4. Lácteos
5. Especias y condimentos
6. Pan y trigo
7. Vino y bebidas

Analizando el léxico gastronómico podemos decir que el grupo semántico “verduras y frutas” es el más numeroso de todos. En español hemos encontrado 17 expresiones fraseológicas con lexema “verdura” y 53 expresiones con el lexema “fruta”.

En la lengua bielorrusa sabemos 17 frases con lexema “verdura” y 7 con lexema “fruta” que es bastante menos que en español. Los grupos semánticos “carne” y “vino/bebidas” casi coinciden en ambas lenguas que muestra la importancia de estos productos en las culturas española y bielorrusa. Mientras que el grupo semántico “pan y trigo”, “lácteos”, “especias y condimentos” son más numerosos en español.

Los fraseologismos con lexema “pescado/mariscos” es mucho más abundante en la lengua española (26 unidades) que en la lengua bielorrusa (3 unidades). Eso es debido a la tradición de comer mucho pescado y mariscos en España y de casi no comer pescsdo en Belarús.

En el léxico gastronómico de la lengua española 52,7 % de las expresiones están conectadas con la forma y la apariencia de la comida mientras que para la lengua bielorrusa este grupo contiene sólo 17,6%. Para los bielorrusos más importancia tiene el sabor de la comida – 23 % y el lugar y papel de plato en la cocina nacional – 31,1 %.

Dentro del grupo semántico “frutas, verduras y hierbas”, la más activa es la valoración intelectual negativa asociada al trabajo campesino de cultivar hortalizas y frutas, que no requiere un esfuerzo mental especial. También aquí observamos una valoración de las cualidades morales de una persona (molestia, avaricia, tacañería, gentileza, afectación, etc.), una valoración de las características físicas y de la apariencia. Este grupo semántico es el más numeroso en significados evaluativos generados en la lengua española.

En el grupo semántico “pescados y mariscos” también lidera la valoración intelectual negativa. En la lengua bielorrusa hemos encontrado sólo tres fraseologismos con el componente de pescado: *Вады не засіліш не паварушыўшыся, рыбы не зловіш не памачыўшыся. Танцавала рыба з ракам, а пятрушка з песцянякам. Абрыднуць як рыба гнілая.*

El grupo semántico “carne y embutidos” desarrolla una valoración paramétrica del físico, valoración de estados emocionales, así como valoración estética. Los bielorrusos usan más grasa o manteca de cerdo, salchichas eran el plato festivo, no para cada día.

Al estudiar el grupo semántico “lácteos y productos lácteos fermentados”, identificamos lexemas “queso” y “leche” como los significados axiológicos que se forman más activamente. Se registraron los siguientes tipos de valoración: estética, valoración de cualidades morales y de carácter, valoración de la edad y valoración de datos físicos.

La sal es un producto esencial en ambas lenguas, porque es necesaria para el funcionamiento normal del cuerpo humano.

El formador más activo de significados axiológicos en el campo semántico “grano y pan” es el lexema “pan”, que supera a otros lexemas en términos de diversidad cualitativa y cuantitativa de valoraciones. El pan tiene una valoración positiva en su mayoría.

Las expresiones con el lexema “vino” tienen una alta actividad en la formación de significados evaluativos, sin embargo, no tienen diversidad cualitativa. Llevan valoraciones principalmente negativas.

En ambas lenguas la evaluación negativa prevalece sobre la valoración positiva. En la lengua española hay 65,2 % de expresiones fraseológicas con el significado negativo, en la lengua bielorrusa – 47,3 %. En español hemos encontrado que 26,6% de las expresiones con el componente gastronómico tienen la valoración positiva, en bielorruso – 31,1 %. También, hay expresiones fraseológicas con la valoración neutral – 8,2 % en la lengua española y 21,6 % en la lengua bielorrusa.

Para resumir lo dicho, queremos notar que el vocabulario gastronómico juega un papel importante en la formación de la imagen valorativa española y bielorrusa del mundo e introduce en esta imagen características nacionales y culturales específicas.

La forma de vida de cada pueblo se refleja en la cocina nacional. Hasta cierto punto, las preferencias gastronómicas nacionales, junto con el patrimonio cultural histórico, las tradiciones y costumbres, hablan de la “personalidad” de cada nación. La experiencia cultural nacional, de la que forma parte la gastronomía, se refracta en el lenguaje, dando lugar a expresiones, frases y lexemas que conllevan un cierto carácter de valoración, propio de esta cultura en particular. En diferentes culturas, las actitudes hacia ciertos productos alimenticios pueden no sólo diferir, sino también ser diametralmente opuestas.

М. Ивашенко (*ГҮО «Средняя школа № 9 г. Молодечно»*)

Е. А. Лазарь (*научный руководитель*)

“FERIA” EN MÁLAGA Y “DOZHINKI” EN BELARÚS

Introducción

Las tradiciones de cualquier nación reflejan más plenamente su mentalidad. Las tradiciones cuidadosamente transmitidas de generación en generación proporcionan una conexión entre generaciones. Y para ver las peculiaridades de una cultura es necesario sumergirse en el espacio lingüístico, estudiar la lengua, porque la lengua es el alma del pueblo.

Este fue el caso de España. El calendario festivo, que se basaba en la agricultura, se desarrolló gradualmente a lo largo de un largo período de tiempo. Así, encarnando todo lo valioso, las fiestas y rituales populares siguen ocupando un lugar determinado en la vida de los españoles hasta el día de hoy.

El año pasado he participado en un proyecto educativo en español “Fiestas en España” y encontré el concepto de “feria en Málaga”, me interesé, así que decidí entender las características de esta fiesta y encontrar similitudes y diferencias con nuestra fiesta “Dozhinki”. Este se convirtió en **el objetivo** de mi trabajo.

Hipótesis: si la “Feria” de Málaga es una fiesta de la cosecha en España, y “Dozhinki” en Belarús también es una fiesta de la cosecha, entonces estas fiestas son fiestas similares.

Objeto de estudio: fiestas de la cosecha en España y Belarús.

Tema de investigación: características de la celebración de la “Feria” de Málaga y “Dozhinki” en Belarús.

Tareas: 1. determinar el significado léxico de la palabra “feria”, explorar hipótesis sobre la etimología de la palabra “feria”; 2. estudiar la historia de la aparición de las fiestas “Feria” de Málaga y “Dozhinki” en Belarús; 3. analizar las similitudes y diferencias entre las fiestas de “Feria” de Málaga y “Dozhinki”.

Métodos de investigación: elaboración de bibliografía sobre el tema de trabajo, muestreo, comparación, análisis.

Capítulo 1. Historia del origen de la feria en Málaga

1.1. Significado léxico y etimológico de la palabra “feria”

Cada ciudad de Andalucía acoge su propia feria, con su carácter especial. Pero primero, veremos qué significa la palabra feria.

Según El Diccionario Lexicológico de la Real Academia Española: Del lat. *feria*. 1. Mercado de mayor importancia. 2. Fiestas que se celebran con ocasión de una feria (|| mercado). 3. Paraje público en que están expuestos los animales, géneros o cosas para su venta. *‘Voy a la feria. En la feria hay mucha gente’*. 4. Exposición, exhibición. 5. Descanso y suspensión del trabajo. 6. Trato, convenio. 7. Dinero menudo, cambio.

Hoy en día, las ferias son celebraciones tradicionales en las ciudades españolas, que en ocasiones tienen carácter religioso. Antiguamente las “ferias” eran grandes ferias ganaderas a las que acudían comerciantes de toda España para comprar o vender ovejas, cerdos, vacas y otros animales.

Diccionario Etimológico General de la Lengua Española Eduardo de Echegaray da la siguiente definición: Feria. Género femenino. Se llama feria a cualquiera de los días de la semana excepto el sábado y el domingo. // La llegada de comerciantes a un lugar determinado y en días determinados para vender, comprar e intercambiar ropa, frutos obtenidos, etc. // si no se pagan los derechos, se llama feria franca. // Descanso y suspensión del trabajo. // Plural: dar o tratar durante una feria. Dicen: *‘dar ferias’*, que significa obsequios por cosas compradas en la feria. // *‘Todo el mundo habla de la feria como si estuviera allí’*. Un proverbio que significa que cada uno habla de las cosas dependiendo del beneficio o daño que aportan.

La palabra “feria” proviene del latín “*feria, feriarum*” (usado en plural). Forma antigua de la palabra “*feriae*” (un ejemplo de rotacismo latino típico fue el cambio de / s / a / r /), y su topónimo es el mismo que “*festus, festivo*”, (donde en el latín tardocristiano se usaba la palabra “*feria*” en el singular para designar los días de la semana. Este uso se conserva en portugués.

Etimología Del latín forma justa *‘ferro’* significa “llevo, ofrezco”.

Así, la palabra feria proviene de la forma antigua de la palabra “*ferriae*”, *fesiae*” reemplazando la consonante, que significa fiesta. Además, la palabra “*feria*” tiene 12 significados léxicos, que se pueden dividir en tres grupos principales: fiesta, recreación, dinero. El significado más numeroso y utilizado es fiesta, mercado, feria, dinero.

1.2. Historia de la “feria en Málaga” Características de la celebración “feria”

Los orígenes de Feria se remontan a la Edad Media. Originalmente, las “ferias” eran ferias comerciales y fiestas en honor a los santos patrones, el inicio de la temporada agrícola o la cosecha.

La Feria de Agosto de Málaga es una celebración de una semana que se desarrolla en el centro de la capital de provincia. Los orígenes de Feria se remontan a la Edad Media. Después de que los reyes católicos recuperaran Málaga de manos de los moros en 1487, el recién formado ayuntamiento acordó celebrar cada año un festival el Día de la Asunción para conmemorar la conquista. Con el tiempo, el día del evento se trasladó del 15 de agosto a otros días, pero siempre dentro de la segunda y tercera semana de agosto. Los participantes de la Feria disfrutaron de procesiones, corridas de toros y comida deliciosa. Desde el siglo XVII se le han añadido fuegos artificiales y eventos diversos. La festividad comenzó a celebrarse durante una semana.



Capítulo 2. “feria” de Málaga y “Dazhinki” de Belarús 2.1. Características de la celebración de “Dazhinki” en Belarús

“Dazhinki” (en belaruso Dazhynki) es un festival de trabajadores del pueblo que se celebra en Belarús desde 1996. En el festival se premia a los mejores trabajadores del complejo agroindustrial de la república. La parte oficial suele abrirse con una procesión de invitados de honor, delegaciones regionales y grupos creativos. El nombre de la fiesta viene dado por una fiesta tradicional dedicada a la finalización de la cosecha.

La festividad incluye una procesión de todos los participantes por la calle central de la ciudad (centro regional o distrital) y salida a la plaza central. Delante de las columnas hay una bandera con las “Espigas Doradas”, el emblema del festival. La festividad suele durar dos días: el primer día hay una parte ceremonial, premios y actuaciones de grupos folclóricos; el segundo, feria y conciertos en espacios abiertos.

Para la celebración del festival, se crea anualmente un plan de acción estatal de preparación para el festival, según el cual se construyen nuevas instalaciones y comunicaciones y se reconstruyen las existentes, se llevan a cabo reparaciones importantes y mejores en las calles de la ciudad.

Así, “Dozhinki” es una fiesta de los trabajadores rurales, que se celebra anualmente en septiembre-octubre en diferentes ciudades de la república.

2. 2. Similitudes y diferencias en la celebración de “feria” y “Dazhinki”

Exposiciones, música, atracciones, procesiones, carpas comerciales: todos estos atributos son inherentes a cualquier festival. Presentamos la tabla comparativa para ver las diferencias y similitudes entre las fiestas.

	“Feria” en Málaga	"Dozhinki"
Hora de ocurrencia	1487	1996
Tiempo	Agosto	Septiembre o octubre
Ubicación	Málaga	El lugar cambia cada año.
Fechas	7 días	1-2 días
Portal (la portada).	una enorme estructura parecida a una puerta instalada en la entrada de la feria.	instalaciones de paja que reciben a los huéspedes a la entrada de la ciudad
Tiendas de campana (las casetas)	Carpas con alimentos, bebidas, artesanías, etc.	Carpas con alimentos, bebidas, artesanías, etc.
Barras temporales	+	+
Trajes nacionales	+ *Las españolas se ponen vestidos nacionales para pasear por la ciudad, luciendo su vestimenta.	+ * Los bielorrusos actúan con trajes nacionales.
Música nacional	+	+
Atracciones	+	+
Procesiones	+	+
Historia	Celebración en honor a la conquista de la ciudad.	Fiesta de los trabajadores rurales.
Peculiaridad	Entretenimiento, etc	

El sello distintivo de nuestro Dozhinki son las instalaciones de paja que reciben a los huéspedes a la entrada de la ciudad. Los españoles no tienen esa tradición, pero sí tienen el Portal, una enorme estructura en forma de puerta instalada a la entrada de la feria.

Conclusión

Al estudiar las características de la celebración de la “Feria” de Málaga y la fiesta “Dozhinki”, determinamos que las fiestas tienen mucho en común. Por ejemplo, música tradicional, procesiones, venta de artesanías, atracciones, puestos de comida y bebida. Todo esto es una parte integral de cualquier fiesta.

Las diferencias son que “Dozhinki” es una fiesta de los trabajadores rurales y la fiesta es bastante joven, mientras que “Feria” es una fiesta en honor a la conquista de Málaga a los moros por los reyes católicos en 1487. Además, la feria española tiene una duración de 7 días, y para las mujeres españolas es una ocasión para lucir su atuendo tradicional. La principal diferencia entre la feria española es que es un día festivo para conmemorar la liberación de la ciudad de Málaga de los moros por los reyes españoles. Nuestro “Dozhinki” es una fiesta para los trabajadores rurales.

Un rasgo distintivo de la Feria Española son los trajes nacionales con los que las mujeres españolas pasean por la ciudad, luciendo abiertamente su atuendo. Los belarusos, por el contrario, son más modestos a este respecto; sólo los actores, así como los grupos artísticos folclóricos, visten el traje nacional.

Nuestro objetivo se logró y la hipótesis quedó confirmada. La “Feria” en Málaga y “Dozhinki” son dos fiestas diferentes que tienen características comunes y distintivas.

El proyecto “Feria de Málaga” fue el primer resultado de la investigación, que fue anunciado en el concurso de proyectos en nuestro colegio. También fueron hechos los ejercicios interactivos y el texto de lectura para el 9 grado. Los resultados del estudio se pueden utilizar en lecciones de español en octavo y noveno grado, así como en las actividades extracurriculares.

К. Кенькова (ГУО «Средняя школа № 1 г. Бобруйска имени Б. И. Ковзана»)
К. В. Гатман (научный руководитель)

LA RUTA ECOLÓGICA POR BOBRUIISK Y SU REGIÓN

Hoy en día las cuestiones ecológicas son muy importantes ya que la ecología está relacionada con la salud y el bienestar del hombre. Los problemas ecológicos perjudican el desarrollo de la humanidad. Además el estado del medio ambiente influye en la situación económica del país. Por esta razón muchos países hacen todo lo posible para mejorar su situación ecológica. Por ejemplo, nuestro estado apoya a los servicios ecológicos que trabajan en la esfera de la protección del medio ambiente. Se aprueban las leyes, se establecen unas prohibiciones, en las escuelas se habla mucho sobre la ecología para que los niños desde una edad temprana aprendan a cuidar lo que tenemos. De este modo el trabajo en la esfera de la restauración medioambiental va a toda velocidad.

El año pasado en Bobruisk tuvo lugar una misión ambiental “Limpia y siente la diferencia” que pasó en tres etapas. Después de participación en la cual fue tomada la decisión de crear una guía de ruta ecológica por Bobruisk y su región para que los visitantes de otras ciudades y países hispanohablantes pudieran ver la naturaleza hermosa de nuestra región.

El objeto del estudio es turismo ecológico de Belarús.

El sujeto del estudio es rutas turísticas y ecológicas de Belarús.

El objetivo del trabajo es elaboración de ruta ecológica de Bobruisk y de su región.

Las tareas son: 1. examinar la importancia de la ecología en el mundo contemporáneo; 2. revelar las capacidades de recursos para el ecoturismo internacional en Belarús; 3. elegir los puntos de ruta ecológica por Bobruisk y su región; 4. crear una guía de ruta ecológica de Bobruisk y de su región para los hispanohablantes.

Métodos de investigación: son la busca y recogida de la información; el análisis y síntesis de la información recibida, el método de encuesta.

La actualidad: es muy actual debido al interés de la gente en todo el mundo al turismo ecológico.

Belarús es un país con la historia antigua y las ricas tradiciones, la naturaleza pintoresca y la arquitectura increíble, las empresas grandes y agricultura desarrollada, la cocina original y la gente hospitalaria. Cada año el país se vuelve más atractivo para los turistas. Belarús se encuentra en el centro de Europa en el cruce de muchas rutas internacionales. Los belarusos son famosos por su hospitalidad y cordialidad. Muchos extranjeros pueden visitar el país sin visado, de este modo las puertas de Belarús están abiertas para una gran cantidad de turistas. Para simplificar al máximo el procedimiento de entrada y estancia en la República de Belarús para los turistas de 73 países que llegan al país a través del aeropuerto nacional de Minsk, se introdujo el régimen sin visado.

En el ranking de los países más hospitalarios del mundo Welcoming Countries Rank – 2024 (los países se evalúan por las posibilidades de visitar el país sin visado o solicitarlo en el aeropuerto) Belarús ocupa el puesto 53 entre 198 países del mundo.

La infraestructura turística de Belarús permite alojarse comodamente, probar los platos nacionales, llegar a cualquier rincón del país sin retraso y sin algún problema, comprar recuerdos. El potencial turístico de Belarús consiste en la diversidad y belleza de la naturaleza, la singularidad del Patrimonio histórico y cultural. En la República hay más de 15 mil monumentos históricos, culturales y arquitectónicos, así como los lugares memorables relacionados con los nombres de figuras destacadas de la historia y la cultura mundial.

Gracias a la naturaleza única con bosques antiguos y pantanos, lagos y ríos limpios y también a la increíble variedad de flora y fauna, Belarús es un país especial para los amantes del turismo ecológico. El turismo ecológico en Belarús es muy popular. En Belarús hay 4 parques nacionales y 2 reservas, donde se conservan paisajes únicos y se preserva la vida silvestre: parque nacional “Belovézhskaya Pushcha”, parque nacional “Bráslavskiye ozero”, parque nacional “Pripyátsky”, parque nacional “Narochansky”, la reserva biosférica Berézenski, la Reserva Radioecológica Estatal de Polesye. Para los turistas en Belarús hay decenas de senderos ecológicos y rutas interesantes que se extienden de 1 a 250 Km. Unas rutas se puede pasar caminando, otras montando la bicicleta, el caballo o en coche.

De este modo, hay que mencionar que Belarús tiene bastante recursos para el desarrollo del turismo internacional ya que tiene una historia muy rica, las tradiciones peculiares, la diversidad cultural única. Además dispone de gran cantidad de monumentos históricos, culturales y arquitectónicos. Pero sobre todo Belarús atrae a los turistas por su naturaleza hermosa, por gran cantidad de lagos y ríos magníficos, por los parques nacionales maravillosos.

En cuanto a la ciudad de Bobruisk, es una perla de la provincia de Moguilev. Los ciudadanos de Bobruisk valoran la naturaleza de su ciudad natal y se preocupan mucho por conservarla limpia y tan bonita como es ahora. Pero como

todas las ciudades del mundo la ciudad de Bobruisk también sufre de diferentes problemas ecológicos tales como falta de zonas verdes, contaminación atmosférica, acumulación de residuos domésticos e industriales, contaminación de aguas, contaminación sonora y lumínica, congestión de tráfico y muchos otros. Hay que decir que en la ciudad se hace todo lo posible para enfrentar los problemas ecológicos: las autoridades apoyan a los servicios ecológicos que trabajan en la esfera de la protección del medio ambiente, se aprueban las leyes, se establecen unas prohibiciones, en las escuelas se habla mucho sobre la ecología para que los niños desde una edad temprana aprendan a cuidar lo que tenemos. También se propone la gestión y reutilización de residuos, en las empresas industriales se construyen filtros especiales para la purificación del humo. Así que el trabajo en el campo de restauración medioambiental en la ciudad de Bobruisk va a toda velocidad.

Como se mencionó anteriormente después de participación en una misión ambiental que pasó en Bobruisk fue tomada la decisión de crear una guía de ruta ecológica por Bobruisk y su región. Antes de la elaboración de la guía entrevistamos a los compañeros y amigos sobre el interés por la ruta ecológica de Bobruisk y de su región para los hispanohablantes. En la encuesta participaron 30 personas de 15 a 16 años. Los resultados muestran que a la mayoría de los encuestados les interesa el tema de la ecología y les gustaría ser capaz de enseñar la ruta ecológica de Bobruisk y su región a los hispanohablantes. De este modo, los objetos de la ruta ecológica fueron elegidos a base de la encuesta de estudiantes.

El primer objeto natural elegido es la reserva de paisaje de importancia local **“Lúkovaya Gorá”** que es una parte de la orilla derecha del río Bereziná. La reserva fue establecida en 1994 con el fin de reservación de una forma típica de relieve de la llanura aluvial y glacial, que tiene el mundo vegetal y animal muy rico. La longitud de la reserva es 1000 metros y la superficie total es 30,5 hectáreas. Este territorio es increíblemente hermoso y tiene no solo el valor estético sino también el valor natural. En el territorio de la reserva están prohibidos todos los tipos de trabajos relacionados con el cambio del paisaje y el régimen hidrológico actual.

El siguiente punto de la ruta será el monumento botánico de la naturaleza **“El roble gigante de Bobruisk”**. Se encuentra en la calle Gógol y es el árbol más antiguo de la ciudad. Su edad es casi doscientos años, la altura es más de 25 metros y el diámetro del tronco es 1,4 metros. El árbol está en buen estado. “El roble gigante” es un monumento botánico de la naturaleza muy importante porque tiene tanto el valor práctico como el valor educativo.

Merece la pena mencionar que en la región de Bobruisk, fuera de la ciudad, se puede encontrar una gran cantidad de objetos naturales. Entre ellos está la reserva de paisaje de importancia local **“La cascada de lagos de Dúbovka”**. A lo largo de 14 kilómetros del norte al sur el río Vir une entre sí cuatro lagos – el lago Vyajovo, el lago Usoj, el lago Plavún, el lago Dragochin. Aquí se formó el clima peculiar y el mundo animal y vegetal muy especial. La cascada se encuentra a 4 kilómetros más al oeste de agrobiudad de Telusha.

También hace falta mencionar el monumento botánico de la naturaleza **“El pino centenario”** que se encuentra a 4,4 kilómetros más al suroeste de la aldea Mijáilovka. El árbol fue aprobado como el monumento botánico de la naturaleza en 2014 con el fin de conservar el acervo genético local. La altura del árbol es 35 metros y la edad es más de 200 años. Dicen que este pino ocupa el segundo lugar de vejez en nuestra república. El pino más viejo se encuentra en el territorio del parque nacional “Prípyatskiy” y tiene cerca de 300 años. “El pino centenario” tiene el estado de protección especial. Tiene un alto valor científico y estético, valor ecológico y educativo.

Y uno de los monumentos botánicos de la naturaleza es **“Póymennaya dubrava”**. Se encuentra a 10 kilómetros más al sur de Bobruisk y 0,6 kilómetros más al suroeste de la aldea Dománovo. La superficie total es 629 hectáreas. “Póymennaya dubrava” fue creada para conservar especies de árboles centenarios. Este lugar es muy valioso desde el punto de vista ecológico, científico y estético. La edad de los árboles es más de 90-100 años, y la edad de unos robles llega hasta los 180-200 años. “Póymennaya dubrava” es muy hermosa en cualquier estación del año. En este lugar se puede encontrar diferentes especies de árboles muy raros.

La guía de la ruta ecológica por Bobruisk y su región se puede descargar a través del código QR (figura 1).



Figura 1–El código QR para descargar la guía de la ruta ecológica por Bobruisk y su región.

De este modo, se puede decir que en Bobruisk y su región hay una buena cantidad de objetos naturales que pueden atraer a los aficionados al turismo ecológico. Además estos objetos pueden ser incluidos en las rutas ecológicas de provincia de Moguilev o de Belarús en general.

Merece la pena mencionar los resultados del trabajo:

1) Hemos examinado que la ecología tiene gran importancia en el mundo contemporáneo.

2) Nos hemos enterado de que Belarús tiene bastante recursos para el desarrollo del ecoturismo internacional.

3) A base de la encuesta hemos elegido los puntos de la ruta ecológica por Bobruisk y su región

4) Hemos elaborado una guía de la ruta ecológica por Bobruisk y su región para los hispanohablantes.

En el futuro es posible ampliar el número de rutas incluyendo los puntos de otras regiones de provincia de Moguilev o de Belarús en general.

MÚSICA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

La música es un elemento de identidad social. En las diferentes culturas los seres humanos utilizan el ritmo y la melodía para aliviar conflictos emocionales. La música es un elemento importante en las fiestas domésticas, los banquetes y los rituales religiosos. En la actualidad muchas culturas utilizan la música en su quehacer cotidiano para subrayar acontecimientos vitales, generando una identidad cultural y social. A lo largo de los años la música ha sido un lenguaje que la gente utiliza para comunicarse. Al igual que un idioma utiliza las palabras para crear otras estructuras gramaticales la música se sirve de los sonidos para crear estructuras que expresarán ideas, sentimientos e imágenes. A través de la música se puede describir situaciones, expresar sensaciones, emociones, sentimientos o ideas musicales. Es un lenguaje que puede tener más significados que el lenguaje oral.

Empezando la investigación he puesto **la hipótesis** de que la música está organizada como un lenguaje que nos permite expresarnos con ella, creándola , haciéndola y que precisamente la música provoca el desarrollo del potencial creativo.

El objetivo de este trabajo es mostrar que la música funciona también como medio de comunicación intercultural y tiene mucho en común con diferentes prácticas comunicativas.

Para conseguir el objetivo hice lo siguiente:

1. Estudiaba y analizaba la literatura dedicada al tema de mi trabajo.
2. Trataba de dar respuestas al concepto de la música y al sentido que tiene en la sociedad y en el mundo.
3. Analizaba cómo la música actúa como un medio de comunicación intercultural y cómo ha evolucionado esta función en el contexto de un mundo cada vez más interconectado.
4. Exploraba los desafíos y las oportunidades que la música presenta en la construcción de un mundo más inclusivo y multicultural, donde las barreras culturales y lingüísticas puedan ser superadas a través del poder de la melodía y el ritmo.
5. Hice el resumen sobre la influencia de la música en los procesos comunicativos interculturales.

A lo largo de la historia, la música ha servido como un poderoso puente entre culturas para intercambiar ideas, tradiciones y valores. Las influencias mutuas han dado lugar a la creación de nuevas formas de expresión musical, reflejando la riqueza y la diversidad del mundo. Hablando por ejemplo del flamenco se puede mencionar que es una expresión musical que se ha convertido en un símbolo de la identidad cultural española, pero sus raíces son interculturales. El flamenco es el resultado de una mezcla de la música gitana, árabe y judía, que se fundieron en un estilo único que refleja la historia de intercambio cultural de la Península Ibérica.

La música puede utilizarse como medio de comunicación intercultural, porque el arte musical es una manifestación de ideas de una sociedad, es una expresión de las vivencias de ésta y acerca a la cultura de otros pueblos. El conocimiento de esos elementos culturales característicos forma parte del proceso creativo musical. La música, desde sus inicios, ha sido un lenguaje universal que trasciende las fronteras geográficas y culturales. A lo largo de la historia, la música ha sido un testigo silencioso de la interconexión entre pueblos, permitiendo que diferentes culturas se conozcan, se inspiren y se enriquezcan mutuamente.

Por todo lo comentado, la música, tanto práctica como teórica, se convierte en un instrumento adecuado para comunicarse y apreciarse, a todos los niveles posibles. A nivel intercultural, la música es un instrumento que favorece el intercambio cultural, pudiendo trabajarse éstos sin provocar situaciones desagradables entre los diversos participantes en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Los eventos deportivos internacionales, como los Juegos Olímpicos o la Copa Mundial de Fútbol, suelen incluir espectáculos musicales en sus ceremonias de apertura y cierre que presentan música de diferentes partes del mundo. Estos eventos musicales son ejemplos claros de cómo la música actúa como un lenguaje universal que puede unir a las personas, celebrando tanto la diversidad como la humanidad compartida.

La música no es solo un conjunto de sonidos, sino un lenguaje propio con un vocabulario de ritmos, melodías y armonías que es único para cada cultura. La música es un mapa sonoro que nos permite viajar a través de las tradiciones y las creencias de un pueblo.

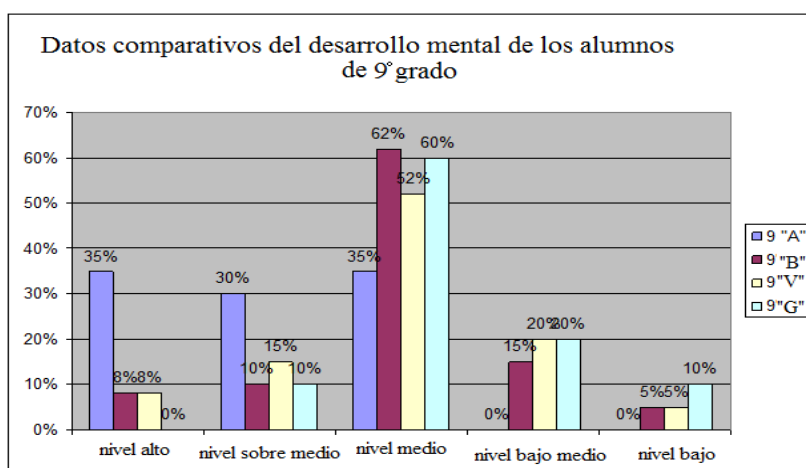
Hablando sobre la música folclórica puedo decir que es la voz del alma, un legado que se transmite de generación en generación, manteniendo viva la llama de la identidad cultural. La música es un lenguaje universal, pero cada cultura la interpreta y la expresa de manera única. El ritmo, la melodía, las armonías y los instrumentos que caracterizan a cada cultura musical son un reflejo de su historia, sus creencias, sus costumbres y su forma de vida.

La música es un tesoro que compartimos como especie, un regalo que nos recuerda que tenemos la capacidad de conectar con algo que nos une en la diversidad y nos recuerda que somos parte de un solo mundo. La música lleva consigo la imagen del tiempo y de la sociedad de la que parte, es una importante fuente de información intercultural. Ella siempre ha estado presente en mi vida y siempre me ha ayudado a ser más segura y tranquila. Cuando la escucho el tiempo se detiene y es una emoción muy grande cuando un tema musical me encanta y suena sin pasar dentro de mí.

Teniendo mis conocimientos en la música puedo afirmar que ella sigue desarrollando mi imaginación, mi potencial creativo, descubriendo nuevas notas románticas en mi alma.

En octubre del año 2024 en el colegio № 159 fue realizada la investigación del desarrollo mental de los alumnos de 9^o grado. Según los datos de la investigación fue aclarado lo siguiente: 10 alumnos tienen el nivel alto del

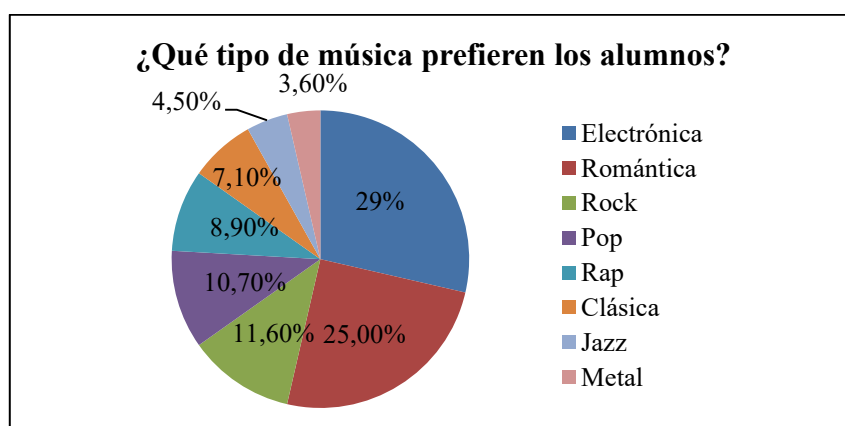
desarrollo intelectual. Analizando el nivel de capacidades mentales entre los alumnos de 9^o grado se puede subrayar que 8 personas estudian en 9^o “A”, 1 alumno en 9^o “B”, 1 alumno en 9^o “V” y en 9^o “G” no hay ningún alumno con capacidades mentales de nivel alto. Los alumnos de 9^o “A” grado estudian diferentes asignaturas que están relacionadas con la música, también tocan diferentes instrumentos musicales, cantan y dedican mucho tiempo a la música. Son muy atentos, tienen la memoria visual y auditiva muy buena, son muy capaces también para aprender cualquier idioma extranjero.



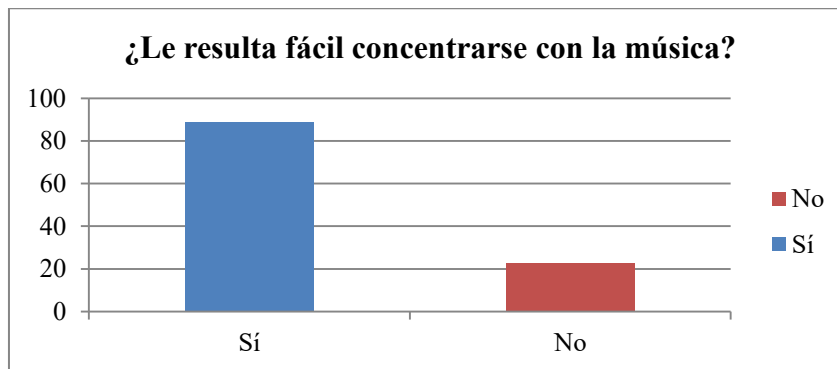
Según los resultados de la investigación se puede afirmar que el potencial creativo de nuestros alumnos de 9^o grado está relacionado con la música y es el medio principal en la realización del potencial creativo.

LA ENCUESTA DE LOS ALUMNOS DE 8^o– 9^o CURSOS

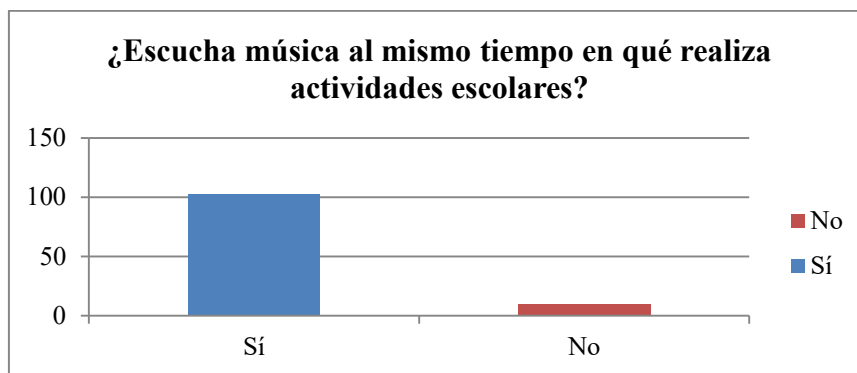
La encuesta fue completada por 112 alumnos del colegio, donde luego de analizar y tabular los datos y respuestas obtenidas, se consiguieron los siguientes resultados.



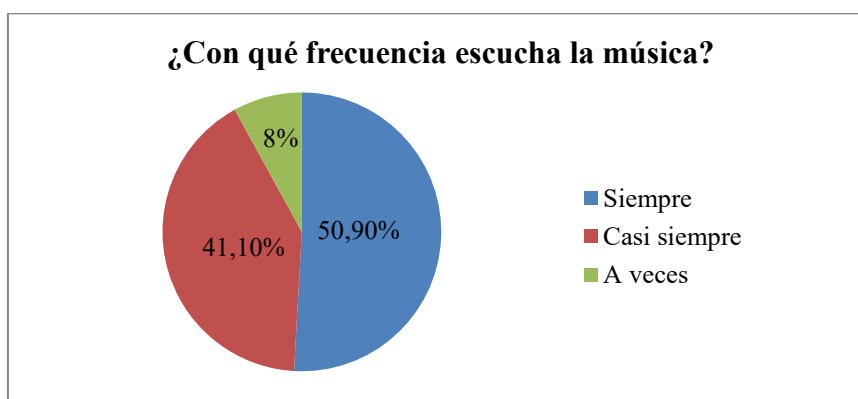
La gráfica muestra los géneros musicales más relevantes para los alumnos de nuestro colegio, incluyendo música clásica, música romántica, electrónica, rap, pop, rock, metal, y jazz. El diagrama revela que la música electrónica es el género más escuchado por los alumnos. No obstante, el género que también ocupa el primer lugar en popularidad es la música romántica.



La gráfica muestra que, de una muestra de 112 alumnos, a 89 les resulta fácil concentrarse mientras escuchan música, lo que equivale al 79,4 %, mientras que a 23 alumnos, es decir, el 20,6 %, no les resulta fácil. Esto evidencia que la música forma parte de la vida cotidiana de los alumnos y que, además, actúa como un factor influyente en su capacidad de concentración.



La gráfica muestra que, de una muestra de 112 alumnos, 102 realizan actividades escolares mientras escuchan música, lo que representa un 91 %, mientras que solo 10 escolares, es decir, un 9%, no lo hacen. Estos datos sugieren que la música puede influir en el desarrollo de habilidades, como la capacidad de realizar múltiples tareas y concentrarse en dos actividades al mismo tiempo, algo que resulta desafiante para muchas personas.



El gráfico estadístico muestra que el 100% de los alumnos escuchan música en distintos momentos, lo que evidencia la importancia de la música en sus vidas. Las estadísticas reflejan que cerca del 50% de los escolares escuchan música de manera constante, integrándola como parte de su rutina diaria y convirtiéndola en un elemento fundamental de su vida cotidiana.

EL CAMINO DE SANTIAGO, BUDSLAV Y ZHIROVICHY COMO FENOMENOS HISTORICOS Y CULTURALES

La penetración en el mundo misterioso de altas culturas antiguas es una de las tareas más importantes de la ciencia que se dedica al estudio de la civilización humana.

Uno de los fenómenos históricos y culturales más importantes de España es el Camino de Santiago a cuyo estudio está dedicado el presente trabajo.

Hoy día es uno de los más importantes centros de peregrinación. La peregrinación se efectuaba y sigue realizándose por varios trayectos cuyo nombre genérico es el Camino de Santiago. Actualmente se constata que por los Caminos de Santiago hay cada vez más caminantes, sean turistas, deportistas o peregrinos. De modo que el movimiento hacia Compostela que antes tenía un carácter fundamentalmente religioso, adquiere hoy otro objetivo: favorecer el encuentro de personas venidas de todos los rincones del continente y mostrarles un camino que une futuro y pasado. Sin embargo, la extraordinaria hermosura y simplicidad de la arquitectura, pintura y escultura esconden grandes secretos que a lo largo de los siglos tratan de descifrar tanto teólogos como científicos ateos. La simbología como parte del arte románico requiere un estudio minucioso que contribuirá al visitante (sea peregrino o turista) a conocer más plenamente el espíritu y el significado de las obras románicas.

En el marco de la tarea general propuesta, la de estudiar la simbología del Camino de Santiago nos proponemos resolver objetivos más concretos que son:

- estudiar la teoría del símbolo;
- investigar la historia del surgimiento y desarrollo del Camino de Santiago como fenómeno histórico y cultural;
- determinar el significado de los símbolos del Camino de Santiago en los hábitos del peregrino, en la arquitectura y la escultura;
- estudiar las rutas principales y sus peculiaridades;
- investigar las rutas de la peregrinación en Belarús y compararlas con el Camino de Santiago.

En calidad de materiales han sido utilizados:

- obras científicas sobre el tema de estudio de autores en lenguas rusa y española;
- fuentes lexicográficas, en especial, diccionarios enciclopédicos y de interpretación de la simbología;
- ilustraciones y reproducciones de las obras artísticas del Camino de Santiago

datos estadísticos.

Hemos propuesto la siguiente hipótesis: hay muy pocos rasgos comunes entre el Camino de Santiago, Budslav y Zhiróvichi como fenómenos históricos y culturales.

La peregrinación se efectuaba y sigue realizándose por varios trayectos cuyo nombre genérico es el Camino de Santiago. Actualmente se constata que por los Caminos de Santiago hay cada vez más caminantes, sean turistas, deportistas o peregrinos. De modo que el movimiento hacia Compostela que antes tenía un carácter fundamentalmente religioso, adquiere hoy otro objetivo: favorecer el encuentro de personas venidas de todos los rincones del continente y mostrarles un camino que une futuro y pasado.

El Camino de Santiago es una de las tres principales rutas de peregrinación (además de Roma y Jerusalén). Tiene la historia bastante antigua y rica, por desdicha olvidada para muchos siglos. En el siglo XIX, los científicos redescubrieron El Camino de Santiago. La razón fueron los numerosos monumentos de la Edad Media, que a pesar de todo siguieron luciendo a lo largo de las rutas. El interés por el Camino de Santiago se ha convertido en un nuevo impulso para la peregrinación y un estudio aún más detallado de su poder e historia.

Hasta los años 80 del siglo XX, el número de viajeros era escaso, pero poco a poco empezó a aumentar. Esto fue facilitado por los paseos del Papa Juan Pablo II, así como de Paulo Coelho. Tras la publicación de su libro “El diario de un mago”, empezaron a aparecer de nuevo líneas de buscadores de soledad, respuestas a preguntas y romances de carretera. La ruta está reflejada en las películas.

En la actualidad existen decenas de rutas de peregrinación señalizadas a Santiago de Compostela desde diferentes países europeos.

Cada camino tiene varias opciones, por lo que puedes elegir fácilmente la dirección que más te convenga. Por ejemplo, el Camino Portugués tiene tres rutas, y el peregrino elige: 1) avanzar a lo largo del océano; 2) océano y montañas; 3) pasar solo por las montañas.

La Ruta del Norte (Camino Norte) es de 860 km a lo largo de la costa de España.

El camino Portugués es una ruta de 400 km desde Lisboa o 285 km desde Oporto a lo largo del océano.

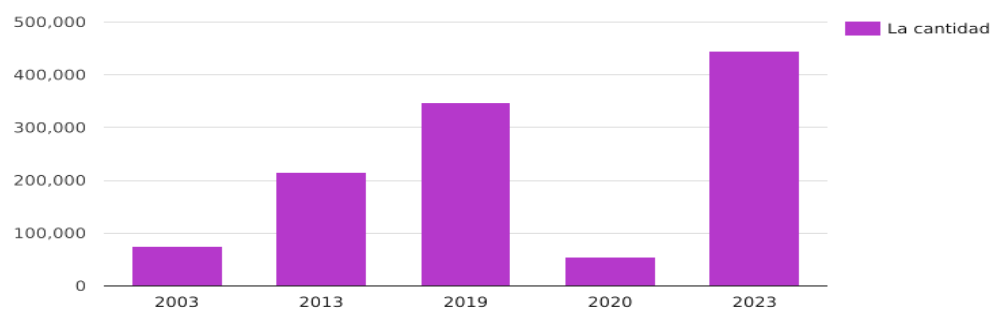
El camino Primitivo es de 315 km, el camino parte de Oviedo y conduce a las reliquias del Apóstol Santiago.



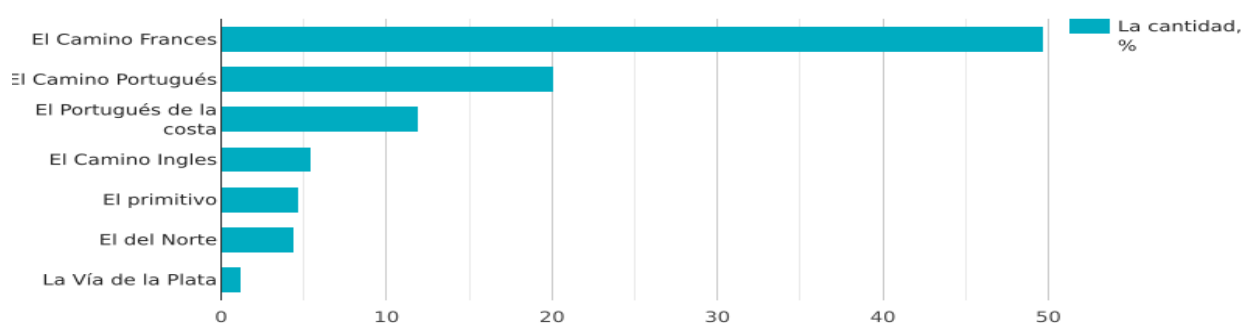
La Ruta Francesa es de 800 km por los Pirineos y por el centro de España.

El Camino de Santiago Inglés con 112 km es el más corto.

La cantidad de los peregrinos se va aumentándose cada año.



En lo que se refiere a la popularidad de las rutas los datos son siguientes:



Los hábitos más importantes o de otro modo los símbolos del peregrino son:

- el báculo o el bordón; la sportilla; la concha.

El báculo servía a los peregrinos para la marcha y para defenderse contra animales salvajes. Era como un tercer pie que simbolizaba la fe en la Trinidad. Al bordón iba suspendida la calabaza que servía de cantimplora al peregrino para llevar el agua necesaria para el camino. Como el camino era largo y el día era sofocante (el día de su Santo cae en el verano el 25 de julio), el peregrino tenía sed y necesitaba agua a cada paso.

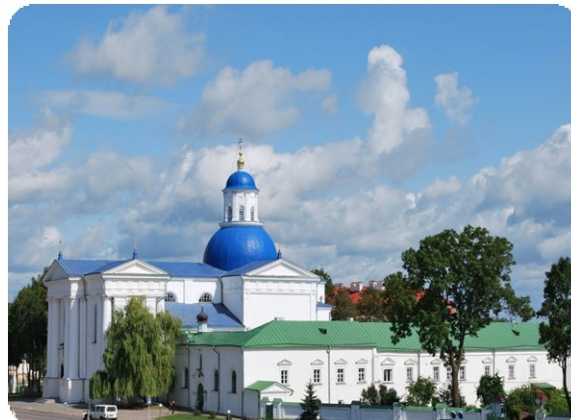
Lo esencial del peregrino fue la concha que es el símbolo del Camino de Santiago. En la Edad Media, los regalos del océano tenían un significado práctico: los viajeros recogían agua de los manantiales o la utilizaban como plato para comer. La concha también sirvió como confirmación de que el peregrino había llegado al punto final, porque este tipo de “artefactos” sólo se podían encontrar en la costa de Galicia.

Durante el viaje la concha se utilizaba con fines prácticos servía al peregrino como cuchara, recipiente, dinero, averiguaba que el peregrino logró finalizar la ruta.

Al principio del viaje es necesario registrarse y recibir el credencial en el que ponen los sellos a lo largo de la ruta. Al final del camino, en la ciudad de Santiago de Compostela, según el documento y los sellos de la Catedral, el peregrino recibe un certificado de peregrino por haber realizado El Camino de Santiago.

Los centros de turismo religioso para los ortodoxos en la República de Belarús son el Monasterio de Zhirovichi, donde se encuentra el icono milagroso de la Virgen de Zhiróvichi; Monasterio de Spaso-Eufrosínievskiy en Pólotsk, donde

se conservan las reliquias de Santa Eufrosina de Pólotsk; la Catedral del Espíritu Santo en Minsk, una de las principales iglesias ortodoxas de la república. Los centros de turismo religioso para los católicos son la iglesia de Budslav con un icono milagroso y el monasterio de Brigit en Grodno.



Teniendo una larga y rica historia, muchos sitios religiosos y la oportunidad de desarrollar este tipo de turismo, nuestro país, sin embargo, no hace suficientes esfuerzos para el uso activo de estos recursos y promoción de turismo de la religión. No hemos encontrado los datos sobre la cantidad de peregrinos al acceso libre como por ejemplo los datos sobre los peregrinos a Santiago de Compostela.

Según nuestra opinión existen diversos obstáculos para el desarrollo del turismo religioso: 1) la falta de la financiación; 2) los lugares sagrados pueden estar situados lejos de grandes poblaciones donde la red de transporte público está poco desarrollada, lo que dificulta la organización de visitas; 3) la infraestructura es poco desarrollada cerca de los lugares de peregrinación.

Hemos propuesto la siguiente hipótesis: hay muy pocos rasgos comunes entre el Camino de Santiago, Budslav y Zhiróvichi como fenómenos históricos y culturales. lo que hemos averiguado a través de la investigación.

A lo largo de los siglos, El Camino de Santiago se ha convertido en Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Este reconocimiento subraya su importancia no sólo como camino religioso, sino también como fenómeno cultural que une espiritualmente a personas de diferentes partes del mundo.

А. Николаева (ГУО «Гимназия № 2 г. Волковыска»)

И. С. Шишко (научный руководитель)

LAS PARTICULARIDADES LINGÜÍSTICAS Y ESTILÍSTICAS DEL DISCURSO ARGUMENTATIVO

En diferentes ámbitos de la vida nos encontramos con varios tipos de discursos. En la vida cotidiana podemos discutir con los padres o amigos demostrando nuestro desacuerdo. Ocurre que debemos saber convencer a nuestra amiga que la bolsa amarilla no se combina bien con esos zapatos de color morado. Son situaciones habituales y a veces podemos no insistir, sino llegar al acuerdo. Pero la necesidad de ser convincente aumenta cuando de nuestra argumentación

depende el resultado de la entrevista de trabajo o de las negociaciones internacionales. En este sentido es muy importante qué impacto podemos producir en el interlocutor.

El impacto puede ser realizado por diferentes medios, pero nos interesa si se puede recurrir a los recursos lingüísticos y estilísticos para hacer el discurso argumentativo más relevante, si los utilizan los españoles y si lo hacen cuáles son. Es la hipótesis del trabajo.

La novedad del trabajo está determinada por el interés hacia el estudio de diferentes tipos de discursos y la importancia que tienen los recursos estilísticos y lingüísticos en la presentación del discurso.

El objeto es el componente lingüístico y estilístico del discurso argumentativo.

El objetivo del trabajo es analizar los recursos lingüístico y estilístico en el discurso argumentativo a base del debate electoral.

Nuestros fines son:

1. Determinar el concepto del discurso argumentativo político.
2. Estudiar el debate como una forma de interacción.
3. Analizar los discursos de los candidatos del debate televisivo. Encontrar y dar ejemplos del uso de los recursos lingüísticos y estilísticos.

Las condiciones en que vivimos se hacen cada vez menos privadas. Los medios de comunicación han penetrado mucho en nuestra vida y nos dan acceso a la comunicación pública y el discurso público. Hay diferentes tipos del discurso público, sin embargo hay criterios comunes que son el emisor, el receptor, el tema, el mensaje, el objetivo, el contexto, el lenguaje.

De acuerdo al tema y al propósito el discurso público puede ser construido y presentado de diferente manera. En nuestra investigación nosotros analizamos el discurso público que se emite en el debate electoral. Resulta que de acuerdo al tema se trata del discurso político y de acuerdo al propósito (que es persuadir) se trata del discurso argumentativo.

¿Por qué analizamos el debate político? Porque el debate político es una forma más representativa donde aparece el discurso argumentativo. Y como es televisivo se cumplen rigurosamente todas las normas.

La investigación se basa en el material del debate televisivo que está dedicado a las elecciones en el Parlamento Europeo. En el debate participan seis candidatos de los partidos políticos de España. El debate está dividido en tres bloques. Nosotros hacemos el análisis lingüístico del segundo bloque dedicado a la economía y energía.

En los discursos de los candidatos se puede notar dos estrategias principales. La primera se centra en exponer sus ideas como las más justas y correctas, por eso los oradores utilizan las formulaciones enfáticas: *la economía de personas, pensar en los ciudadanos, generar oportunidades no a cualquier precio, activar todas las fuerzas*, etc. La segunda estrategia es desacreditar a su oponente. Para hacerlo los candidatos usan el léxico connotativo negativo: *nos engañaron, son mentirosos, ellos se desprecian, es la enemiga* y otros. También destacamos el uso de vocativos, hablando de las acusaciones hacia los oponentes, y las formas del imperativo que se usan para expresar una petición insistente.

En cuanto a las características estilísticas de los discursos se puede decir que son numerosos los ejemplos de diferentes figuras retóricas. La lengua es la herramienta que utilizan los políticos para influir en la opinión de la audiencia. Nosotros encontramos los ejemplos de metáforas, metonimia, hipérbole, epíteto, polisíndeton, anáfora.

Metáfora significa traslación y consiste en la traslación del significado apoyándose en una relación de semejanza. Las metáforas pintan en la mente de la audiencia las imágenes muy vivas. Así, el valor expresivo de la metáfora la hace muy atractiva. Hemos encontrado tales ejemplos como *los autónomos asfixiados a impuestos y ahogados en burocracia, ese Pacto ver es una tomadura de pelo, los fondos buitres*, etc.

Metonimia es un tropo que une las palabras por afinidad de los fenómenos designados. *El Partido Socialista y el Partido Popular acaban de votar el bipartidismo*. Los ejemplos de tal tipo son comunes en el fragmento analizado. El nombre del partido se usa para nombrar a los miembros de este partido.

Para hacer su discurso más demostrativo y conseguir el apoyo de la audiencia los candidatos han recurrido también a hipérbole que es la intensificación exagerada de determinadas cualidades del objeto o fenómeno que se describe. Entre los ejemplos podemos mencionar *lo que veremos es una crisis industrial sin precedentes, el peor dato, cero posibilidades de construir políticas que avancen y otros*.

El epíteto es una palabra o combinación de palabras que tiene la función sintáctica de complemento circunstancial o complemento del nombre y posee cierto significado estilístico. Los ejemplos que podemos mencionar son *la reducción drástica, un dato tremendo, las ensaladas de lujo, competencia desleal, pescadores criminalizados*.

Además nosotros hemos destacado el aprovechamiento estilístico de la sintaxis como el uso de polisíndeton y anáfora. Polisíndeton es una figura que consiste en repetir la conjunción delante de cada término de una enumeración. *Y si la industria de defensa sea que no le gusta nada a la señora Montero, no le gusta nada que se construyan corbetas en Cádiz, ni blindados en Trubia, ni fragatas en Galicia, ni helicópteros en Getafe, ni aviones en Sevilla*.

Otra figura sintáctica es anáfora. Anáfora es la repetición de una palabra o combinación de palabras, hallándose al principio de una cláusula. La repetición se usa para alcanzar un crecimiento en intensidad: *Nosotros hemos votado en contra de la granja a la mesa. Nosotros hemos votado en contra de la ley de restauración de la naturaleza. Nosotros hemos votado en contra de la directiva de pesticidas*.

Concluimos que la lingüística y la estilística juegan un papel importante en la formación del discurso argumentativo. Se puede decir que el discurso argumentativo no es el discurso neutral ya que su objetivo es influir en la audiencia. Las figuras estilísticas y los recursos lingüísticos son una herramienta eficaz para captar la atención del público. Además hay una estrecha relación entre la postura del orador, su estrategia y los recursos que usan para hacer su discurso más relevante. Así la hipótesis del trabajo está confirmada.

СОДЕРЖАНИЕ

К читателю	3
------------------	---

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

<i>Балицевич М.</i> Principles of Naming Youth Leisure Activities (on the Example of Local Establishments of Baranovich City)	4
<i>Бегунова С.</i> The Challenges of Translating Lacunae on the Example of the Mythological Creatures of Belarusian Folklore	7
<i>Бубен Н.</i> School Symbols: Beautiful Images or Core Principles and Aspirations of a School.....	11
<i>Войно С.</i> Online Map "Made in Belarus" As A Quality Brand to Promote National Image	14
<i>Войтович А.</i> The Role of Fictional Toponyms in Fantasy Genre	17
<i>Гаев А.</i> Language Game Based on Conversion and Homonymy on the Material of the English Tongue Twisters.....	21
<i>Глазко А.</i> English with Memes.....	25
<i>Гринь В.</i> What in a Name or Ergonyms in the Restaurant Business of Grodno	28
<i>Гуняяга А.</i> Linguistic and Sociological Analysis of 'Season' Proverbs, Weather Lore and Idioms in English, Russian and Belarusian.....	32
<i>Ермак В.</i> Specifics of Cultural-Ethnic Linguistic Units' Translation into English Based on the Material of U. Karatkevich's Novel 'King Stach's Wild Hunt'	36
<i>Заят Л.</i> Stylistic Features of the Excursion Speech As a Basis for Creating a Tour for the School Museum	39
<i>Крупенькин О.</i> Anglicisms in Russian Computer Slang.....	42
<i>Рубекина А.</i> Linguistic Peculiarities of Fraud in Digital Messages and Phone Calls	45
<i>Свириц С.</i> Four-Legged Friends or Dangerous Enemies? The Issue of Stray Animals (on the Example of Belarus and the USA).....	49
<i>Чамеева Я.</i> Cross-Cultural Communication in the Astronaut Community	53

НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

<i>Бабыдова Д.</i> Epitheta im Diskurssystem der modernen deutschen Publizistik	55
<i>Баранкевич В.</i> Geschichte der Stadt in Straßennamen.....	58
<i>Гаврилейко Е.</i> Cybermobbing unter den Kindern und Jugendlichen.....	63
<i>Готовко М.</i> Elektronische Bildungsressourcen beim Deutschlernen.....	66
<i>Зайко М.</i> Die Darstellung von Aschenputtel in Grimm`S Märchen und dessen Verfilmungen	68
<i>Зелёно А.</i> Vergleichende Analyse der Benennungen der Militärtechnik Deutschlands Und Russlands aus der Zeit des ersten Weltkriegs.....	73
<i>Миненко Е.</i> Arten und Bedeutung der englischen Wörter im Deutsch anhand des Lehrbuches „Deutsch“ für die 9. Klasse.....	77
<i>Поклонова С.</i> Vergleichende Sprachcharakteristik der Werbungen von belarussischen und deutschen Erzeugern	81
<i>Синяк А.</i> It-Sphere im Dienste der gesunden Lebensweise.....	84
<i>Соловьёва Д.</i> Die Sprache der deutschen Märchen und ihre Verwendung im Alltag.....	86
<i>Старовойтова М.</i> Ist jeder Netzwerk-Kontakt ein Freund, oder wie unterscheiden sich Freundschaften in der digitalen Ära?	89
<i>Тагиева А.</i> Deutsch und Esperanto: Wie ähnlich sind die beiden Sprachen?.....	93
<i>Чугунов Д.</i> Die Kornblume als nationales Symbol Von Belarus und Deutschland: linguokultureller Aspekt	97

КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК

<i>Василевич Н.</i> 网络流行语作为互联网对现代汉语影响的结果.....	101
<i>Городник Д.</i> 中国文化中的牡丹形象和白俄罗斯文化中的矢车菊形象	107
<i>Микульская А.</i> 武术作为培养和教育学生的一种方式：历史与展望	111
<i>Нечипорук Д.</i> 白俄罗斯共和国与中华人民共和国中小学生的公民爱国主义教育	114
<i>Остапенко М.</i> 建筑对话：中国传统与技术如何塑造现代白俄罗斯的形象	118
<i>Серединская Е.</i> 中国与俄罗斯童话动物象征的对比分析.....	120
<i>Таболіна В.</i> 商务与演讲交流文化：中国和白俄罗斯	122
<i>Уминская А.</i> 以明斯克白俄罗斯和中国餐馆为例，两种文化的烹饪法 特点 ...	125

ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

<i>Гашиников З.</i> Les Particularités de la Formation Professionnelle des Jeunes au Bélarus et en France	128
<i>Евдокимова В.</i> Les Idiotismes Animaliers: Leurs Particularités et Statut dans le Système Linguistique Français.....	131
<i>Зайцев Р.</i> La Guerre: on ne l'a Pas Vue, mais on la CommémoreToujours.....	135
<i>Зуйкевич М.</i> L'écriture Inclusive.....	139
<i>Козловская В.</i> Les Caractéristiques Linguistiques des Communiqués de Presse Nations Unies en Français.....	142
<i>Кузнецова З.</i> Etudes Étymologiques et Sémantiques des Noms de Plats de la Cuisine Française	146
<i>Леонов И.</i> Le Regiment d'aviation «Normandie-Niemen» dans la Memoire Historique au Belarus, en Russie et en France (XX ^e -XXI ^e Siecles)	148
<i>Романенкова Д.</i> Le Calembour (le Jeu de Mots) Comme Phénomène du Langage Familier Français	153
<i>Чушев Д.</i> Au 80-e Anniversaire de la Grande Victoire: l'histoire Héroïque du Détachement Partisan Féminin «Rodina»	157
<i>Шаплыко Я.</i> Les Particularités du Développement du Tourisme des Châteaux au Bélarus et en France	161
<i>Шпагина С.</i> L'analyse Comparative des Unités Lexicales Décivant l'amitié et l'amour dans les Langues Française et Biélorusse dans l'œuvre « Le Petit Prince » D'antoine de Saint-Exupéry	167
<i>Щиглинская У.</i> Les Nouveaux Mots du Français 2024/2025: les Particularités Structurelles et Sémantiques.....	176

ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК

<i>Белко С.</i> Léxico Gastronómico como el Creador de Significados Evaluativos en Español y Bielorruso	180
<i>Ивашенко М.</i> “Feria” en Málaga y “Dozhinki” en Belarús	183
<i>Кенькова К.</i> La Ruta Ecológica por Bobruisk y su Región	187
<i>Киселёва А.</i> Música como Medio de Comunicación Intercultural.....	191
<i>Кондруцкий М.</i> El Camino de Santiago, Budslav y Zhirovichi como Fenomenos Historicos y Culturales	195
<i>Николаева А.</i> Las Particularidades Lingüísticas y Estilísticas del Discurso Argumentativo	198

Научное издание

МАТЕРИАЛЫ
РЕСПУБЛИКАНСКОГО КОНКУРСА
РАБОТ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ХАРАКТЕРА (КОНФЕРЕНЦИИ)
УЧАЩИХСЯ ПО УЧЕБНЫМ ПРЕДМЕТАМ
«АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК», «НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК», «ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК»,
«ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК», «КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК»

г. Минск, 19 февраля – 21 февраля 2025 г.

Ответственный за выпуск *В. Д. Синяк*

В авторской редакции

Компьютерная верстка *Е. А. Запеко*

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Белорусский государственный университет иностранных языков». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2014 г. № 1/337. ЛП № 38200000064344 от 17.09.2025 г.

Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.