

Ecological problems have no borders. However, environment disasters can be avoided if people broader ecological education and every person that our nature is extremely fragile. Using of biodegradable plastics can't solve the problem but they can help our planet.

The main advantage of biodegradable polymers is that they can be composted with organic waste and release back to enrich the soil. Their use will not only reduce threats to wildlife caused by dumping conventional plastic but will also reduce the cost of labor for removal of plastic waste in the environment because they are parsed by nature. Using biodegradable polymers in a variety of industries instead of synthetic materials can significantly help to protect the natural environment.

REFERENCES

1. Постановление Совета Министров Республик Беларусь «О поэтапном снижении использования полимерной упаковки», 2020.
2. Guilbert S.A., Gontard N.P., Gorris L.M. «Prolongation of the shelf-life of perishable food products using biodegradable films and coatings», 1996.
3. Molly Zhongnan Jia «Biodegradable Plastics: Breaking Down the Facts», 2020.

УДК 811.134.2

Студ. Ю.А. Манкевич
Науч. рук. преп. Е.С. Шаркович
(кафедра межкультурных коммуникаций и технического перевода, БГТУ)

EL ESTUDIO DEL PAPEL DE LAS FIESTAS, LOS FESTIVALES Y LAS FERIAS GASTRONÓMICOS EN LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS MARCAS GASTRONÓMICAS TERRITORIALES DE ESPAÑA Y BELARÚS

Hoy en día, en todo el mundo crece el interés hacia el turismo gastronómico y, en particular, hacia los auténticos productos gastronómicos que son marcas de un territorio determinado y hacia los eventos gastronómicos que promueven estas marcas. Como ha demostrado el estudio, en España este tipo de turismo está bien desarrollado; los eventos gastronómicos tienen su historia y sus tradiciones, por ejemplo, la Fiesta del Marisco de El Grove y la Fiesta del Pulpo de Carballiño en Galicia se celebran desde los años sesenta del siglo pasado [1]. En Belarús el turismo gastronómico está a comienzos de su desarrollo y aún existen pocos proyectos innovadores para promocionar las marcas gastronómicas. Al mismo tiempo, la gastronomía belarusa es muy variada, posee muchos

productos y platos autóctonos que podrían ser marcas turísticas.

La marca gastronómica es el producto, la bebida o el plato que se encuentran en una región determinada, y que poseen una autenticidad particular, muchas veces basada en los mitos, las creencias, las leyendas. El producto-marca es el núcleo, el centro de la organización de los eventos [2]. La mayoría de las marcas y los eventos gastronómicos incluyen en su denominación el nombre-topónimo del destino y tienen su logotipo, que sirve como instrumento de publicidad y promoción de la marca y de la destinación.

La cocina bielorrusa: algunos investigadores belarusos indican que la cocina de la región de Vitebsk y de Moguilev se diferencia de la cocina de la región de Grodno; al mismo tiempo, estas dos cocinas se diferencian de la cocina de Polesye.

Para que el evento tenga éxito es necesario, en primer lugar, el conjunto de la tradición con la innovación y la creatividad. La innovación actual incluye la teatralización del consumo del producto. La teatralización comprende las formas creativas de la convivencia y la participación de los turistas y de los visitantes en las actividades del evento: ceremonias, master-classes de los cocineros, competiciones, concursos, etc.

Todo es superlativo en los eventos gastronómicos [3]. La cantidad de visitantes y turistas supera la cantidad de los habitantes de la localidad donde se celebra el evento. Se establecen los records en el consumo del producto- marca.

La campaña de promoción incluye sus propias páginas web, las redes sociales. Como demuestran los materiales recolectados, la mayoría de las marcas y los eventos gastronómicos tienen su página web, donde el turista puede obtener toda la información necesaria sobre el producto-marca, el programa del evento, su historia.

Para que el evento tenga éxito es imprescindible la colaboración activa de todos los participantes del evento: productores de la marca gastronómica (agricultores, pescadores, cocineros), los patrocinadores, los restaurantes, los habitantes de la localidad.

Las perspectivas y el potencial del desarrollo de los eventos gastronómicos en Belarús son enormes porque existe gran número de las marcas gastronómicas que pueden atraer a los turistas y profesionales del turismo gastronómico por ser estas marcas autóctonas, ecológicas y de alta calidad [4]. Los festivales y fiestas analizados demuestran que la mayoría de estos eventos poseen todas las cualidades necesarias para la atracción de los turistas porque conjuntan la tradición con la innovación y la creatividad; las marcas y los eventos se promocionan a través de las redes sociales, páginas web de entidades turísticas regionales y nacionales; mucha

atención se presta a la calidad de actividades realizadas. Entre los festivales más conocidos puedo nombrar "Delicias de Motol" y el Festival de la Guinda de Glubokoye [5].

Aparecen nuevos proyectos, por ejemplo, *Dranikfest* de Moguilev. Además, la hospitalidad es una de las mejores tradiciones de nuestro país, que se ha convertido en la marca nacional y que siempre atrae a los turistas que visitan nuestro país.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гордин В.Э., Трабская Ю.Г. Гастрономический брендинг туристских дестинаций: опыт формирования и продвижения // Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение. – СПб.: Левша-Санкт-Петербург, 2014. – 207 с.

2. Дедова М. А., Тихонова Д. А. Гастрономические фестивали: виды, отличительные особенности и значение для брендинга туристской дестинации // Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение. – СПб.: Левша-Санкт-Петербург, 2014. – 207 с.

3. Хорева Л.В., Трабская Ю.Г., Зеленская Е.М. Гастрономический брендинг как инновационная технология продвижения туристской дестинации // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2015. – № 6 (96). – С. 50-60.

4. Gastronomía. [Recurso electrónico] – Modo de acceso: <https://es.wikipedia.org/wiki/Gastronomía>. – Дата доступа: 14.04.2021.

5. Вишневый фестиваль. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://glubokoe.vitebsk-region.gov.by/ru/vishnevyyi-festival>. – Дата доступа: 14.04.2021.

УДК 811.134.2

Студ. П.А. Шастель

Науч. рук. преп. Е.С. Шаркович

(кафедра межкультурных коммуникаций и технического перевода, БГТУ)

GRAN GUERRA PATRIA: VICTORIA SOVIÉTICA PARA TODA LA HUMANIDAD

El mundo entero debería recordar agradecido, por estas horas, los 76 años de la derrota del nazismo, la peor amenaza conocida hasta entonces contra la humanidad toda. El 9 de mayo, marcó la caída del fascismo y – también - el fin de una campaña militar respaldada por el pueblo soviético todo, que perdió a más de 27 millones de los suyos en los campos y las ciudades de toda la Europa oriental [1].

La Gran Guerra Patria comenzó en junio de 1941 cuando las tropas