

замахнётся на кого-нибудь веником или ударит им человека, то ему гарантированы проблемы на много лет.

Славяне считают, что именно на метле в их доме живёт домовая – тот, кто охраняет дом и всё добро, предупреждает, что может произойти беда. Славяне очень уважают домового и считают его добрым духом. Не случайно, переезжая в новый дом, они обязательно забирают с собой старую метлу: ведь на ней живёт защитник дома – домовая [5].

Очень много примет у китайцев связано с празднованием *Нового года*. В последнюю минуту уходящего года славяне обязательно загадывают желание. А китайцы в этот праздник идут в гости и берут с собой 2 мандарина (в переводе на китайский ‘золото’).

Можем сделать выводы, что 1) каждый народ имеет свои приметы и суеверия; 2) китайцам и славянам характерны свои особенные приметы и суеверия, которые характеризуют их традиции; 3) у китайцев и славян есть схожие приметы и суеверия.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Счастливые и несчастливые числа у китайцев или китайская нумерология [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа: <http://openchina.com.ua/schastlivyie-i-neschastlivyie-chisla-u-kitaytsev-ili-kitayskaya-numerologiya/> – Дата доступа: 20.11.2014.

2. Шамак, А.А. Міфалогія Старажытнай Беларусі / А.А. Шамак. – Мн.: Сэр-Віт, 2004.

3. Китайские приметы и суеверия [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://sadpanda.cn/archives/1032>. – Дата доступа: 20.11.2014.

4. [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://bydmen.org.ua/post293214459/> – Дата доступа: 20.11.2014.

5. Фастова, Е.В. Мифы народов мира / Е.В. Фастова. – М.: Изд-во Эксмо, 2002.

*А.В. Васильев, М.С. Петюк*  
УО БГЭУ (Минск)

#### WIE FUNKZIONIERT DAS GEHIRN VON VERSCHIEDENEN ALTERSGRUPPEN IN VERSCHIEDENEN TAGESZEITEN?

Das Gehirn ist eines der geheimnisvollsten Menschenorgane. Eine sehr schnelle Gehirnentwicklung geschieht im Alter von 2 bis 11 Jahren. Das menschliche Gehirn kann fünfmal so viel Information behalten, wie Enzyklopädie Britannica enthält. Außerdem benutzt man täglich das ganze Gehirnpotenzial, während manche behaupten, dass nur 10 % des Gehirns pro Tag eingesetzt werden. Das Ziel dieser Studie ist daher, Gesetzmäßigkeiten der Arbeit des Gehirns von verschiedenen Altersgruppen in verschiedenen Tageszeiten festzustellen.

Die Fragen, die unserer Erforschung zugrunde liegen, sind wie folgt:

- Wie funktioniert das Gehirn der Menschen?

- Von welchen Faktoren hängt intellektuelle Leistungsfähigkeit ab und was soll man tun, um die zu erhöhen?
- Funktioniert das Gehirn in verschiedenen Altersgruppen gleich?
- Welche Tageszeit ist für intellektuelle Arbeit am günstigsten?

Auf unsere intellektuelle Arbeit wirken solche Faktoren wie Lebensalter, körperliche Aktivität, Schlaf, Ernährung, Umwelt, Gesundheitszustand. Aber die Befriedigung dieser Faktoren (Momente) genügt für maximale geistige Arbeit nicht. Die Tageszeit spielt dabei eine große Rolle. Sie beeinflusst den Prozess der Wahrnehmung, die Informationsverarbeitung. Das Gehirn der Menschen funktioniert unterschiedlich. Es gibt eine typische Klassifizierung der Menschen in zwei Gruppen „Nachtmenschen“ („Eulen“) und „Tagmenschen“ („Lerchen“). Ihre geistige Aktivität ist in verschiedener Tageszeit maximal. „Tagmenschen“ gehen früh ins Bett, stehen am früheren Morgen auf und fühlen sich am muntersten am Vormittag. Der Höhepunkt deren geistiger Arbeit fällt auf 10 Uhr morgens. „Nachtmenschen“ schlafen nach Mitternacht ein und es fällt ihnen schwer, früh aufzuwachen.

Die maximale intellektuelle Arbeit der Eulen ist am Nachmittag. Dabei existiert auch die dritte Gruppe (Klassifizierung) der „Arhythmiker“ oder „Tauben“. Diese können sich jedem Arbeits- und Erholungsregime anpassen. Tagsüber werden zwei Höhepunkte deren Aktivität festgestellt, und zwar von 9 bis 13 Uhr und von 16 bis 18 Uhr. An der von uns durchgeführten Umfrage haben 100 Studenten der Fakultät der internationalen Wirtschaftsbeziehungen (FIWB), 100 Studenten der Fakultät der interkulturellen Business-Kommunikation (FIBK) und 30 BSEU-Lektoren teilgenommen. Wir haben festgestellt, dass nicht nur die Tageszeit, sondern auch Altersstufe und Geschlecht intellektuelle Arbeit beeinflussen.

Der Vormittag ist die beste Zeit für die Aneignung der Informationen für die FIBK-Studenten, während 35% der Befragten spät nach Mitternacht und 58% am Nachmittag die Hausaufgaben erfüllen. Daraus folgt, dass das Studium für die Studenten mit geisteswissenschaftlichem Denkvermögen am besten geeignet ist. Am Vormittag geschieht die maximale Aneignung der Informationen, am Nachmittag - deren Festigung.

Aus den Angaben der Studenten der FIWB folgt, dass sich die geistige Arbeit der Jungen und der Mädchen unterscheidet. Unter Jungen überwiegen „Arhythmiker“, deren Zahl 56% der Befragten beträgt, unter Mädchen – „Eulen“ (48%). Während sich 68% der weiblichen Studierenden am Nachmittag auf den Unterricht vorbereiten, erfüllen 79% der männlichen Studenten die Hausaufgaben in der Nacht. Es wurde auch festgestellt, dass sich der Chronotyp mit dem Alter ändert. Obwohl die Mehrzahl der Lektoren „Eulen“ (56%) sind und nur 30% „Lerchen“, bereiten sie sich auf den Unterricht selten in der Nacht vor. Im Unterschied zu Studenten, bei denen man andere Ergebnisse beobachten kann: FIBK – 35%, FIWB – 39%.

Aufgrund der Kenntnisse über seine biologische Uhr, Altersgruppe- und Geschlechtsspezifika bekommt man eine Möglichkeit, seinen Tag sinnvoller zu

gestalten. Es gibt einige Tipps, mit deren Hilfe man intellektuelle Leistungsfähigkeit erhöhen kann. Das sind intellektuelle Trainings (Gedächtnisübungen, Erlernen der Fremdsprachen, Lösen der Kreuzworträtsel); richtige Ernährungsweise (mehr Obst und Gemüse, Hülsengerichte und Nüsse); kein Überessen (das führt zur Senkung der intellektuellen Aktivität); genügend Schlaf (wenig Schlaf verursacht frühzeitige Übermüdung); Pausen; Verzicht auf schlechte Gewohnheiten wie z.B. Rauchen und Alkohol.

*Д.П. Васько*  
УО БГЭУ (Минск)

## **ENGLISH-LANGUAGE NAMING IN BELARUS: ITS TRENDS AND FEATURES**

In an increasingly competitive market there is a growing need for a professional naming – activities concerning the development of the company name. Despite this fact, there is a lack of scientific research in this sphere. So the analysis of the names of successful businesses can be beneficial. That's why we set out the purpose to identify the trends and features of the English-language naming in Belarus.

Thus, the object of the research is English-language naming. The subject of the research is the efficiency of English-language naming in Belarus. The key goal of the research is to identify the main recommendations for the effective naming.

English names began to spread in Belarus in the 1990s with the transition to a market system. Looking through the business catalog, we noticed that most of the English-language original titles are in the restaurant business. The main reason is that European restaurants were associated with the prestige, quality and denoted the type of cuisine. But the English-language naming in Belarus has its own characteristics. According to the population census of 2010, among adults, who are fluent in English, 64% are young people. This means that semantic experiments in naming are possible mostly in the field of youth cafés. Also English-language naming can't be in a huge scale, as it would contravene the right of state languages. Like in other countries naming in Belarus depends on the type of the company. According to the Cambridge dictionary, "café is a restaurant where simple and usually quite cheap meals are served". Restaurant is a business with a wide range of dishes. So they have different target consumers and functions. Criteria of naming may also be various.

For this analysis, we found 55 titles of such companies in Minsk. We systematized them and studied at four levels: phonetic, lexical, morphological and word-formative, - in order to identify the main trends. The specific literature and data of naming agencies provide more than 30 ways of creating names. On word-formative level we identified two tendencies: 1) the use of international naming schemes, such as "adjective+café" (7 names), "coffee+noun or pronoun"(6 names), "adjective + bar/club/house/hall/"(9 names); 2) using of youth slang based on americanisms and computer words to attract this target group ("noun+OK") . Analysing the parts of speech, we noticed that most of the names are nouns( 65,5 %). This is due to their nominative function. Another numerous group is the adjective and