

ИЗУЧЕНИЕ ЯЗЫКОВОГО СОЗНАНИЯ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОБЩЕНИЯ МЕНЕДЖЕРОВ

Изменения, произошедшие в общественно-экономической жизни страны, изменили задачи подготовки специалистов со знанием иностранного языка. Общеизвестно, какое значение имеют коммуникативные способности менеджера, призванного решать кардинальные вопросы производства во взаимодействии с другими лицами. Однако владение навыками общения на английском языке предполагает не только знание иностранного языка как кода, но и обуславливает знание культуры страны изучаемого языка. Преодоление языкового барьера в общении социумов, принадлежащих к различным культурам, является недостаточным для взаимопонимания коммуникантов. Поэтому в последнее время проблеме исследования языкового сознания носителей различных языков уделяется особое внимание в психолингвистике.

Ряд психолингвистических работ выполнен на основе ассоциативного эксперимента. Например, для носителя русского языка эксперт – это умный, компетентный сотрудник милиции, либо человек, занимающийся экспертизой (специалист). Для английского языкового сознания *expert* – это умный, подготовленный специалист, способный дать квалифицированный, профессиональный совет и обладающий для этого соответствующими знаниями.

В связи с этим представляется важным адекватным перевод слов "expert", "expertise" с английского языка на русский, и наоборот. В частности, слово "expertise" неверно переводить как «экспертиза» во всех случаях. Прежде всего, оно означает «компетентность; эрудиция (в какой-либо области)». Выражение «он эксперт экономического отдела» означает лишь "He is a specialist in the economy department".

Обобщая обсуждаемую проблему совершенствования общения менеджеров, нельзя не отметить, что взаимозависимость и взаимодополняемость экономических и гуманитарных дисциплин способствует повышению более качественной интеллектуальной подготовки специалистов.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СЛЕНГ

Целью работы является выявление степени использования жаргона в бизнесе в целом и в отдельной компании в частности. Необходимо проанализировать, как влияет сленг на общение между людьми, на литературный язык и на компанию, в которой он используется. Нужно узнать помогает или мешает жаргон, как относятся к его применению сотрудники организации и лингвисты.

Чтобы преуспеть в любой организации, необходимо уметь говорить на языке бизнеса. И так как большинство документов оформляется в официальном стиле, принято считать, что стиль разговора должен быть формален, также, но это не совсем так. Сленг входит в структуру деловых встреч, и если собеседники не владеют жаргоном бизнеса, то они могут просто не понять друг друга.

Корпоративная культура - это не только наличие внутрикорпоративного кодекса поведения в компании. В большей степени это стиль взаимоотношений между людьми, стиль их поведения и ценности, которые они разделяют. Лексика, которой придерживаются люди, ра-

ботающие в компании, фирменные слова, которые можно услышать только здесь и нигде больше, - это также часть корпоративной культуры.

Филологи-теоретики утверждают, что сленг возникает на уровне так называемых субкультур. Он может быть профессиональный, региональный, социальный. Следуя этой логике, стоит признать, что наличие сленга в компании говорит о том, что в организации тоже сформировалась своя, уникальная культура.

При попытке что-либо выразить смысл и вкус этих слов может абсолютно потеряться. Выражения и термины, придумываемые в компаниях для обозначения собственных проектов, процессов, явлений, - не просто сленг, а внутренний маркетинг.

УДК 811.133.1

*Студ. Костокрыз М.О.,
преп. Хандопкина О.А.*

ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК СЕГОДНЯ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Изучение иностранного языка предусмотрено в «стандартах» обязательного обучения, определенных государством. Сегодня заметно снижение интереса учеников относительно изучения французского языка в качестве иностранного. Это явление можно объяснить глобализацией или скорее «англоглобализацией» мира.

Введение второго иностранного языка благоприятствует изучению французского языка. Действительно, три четверти учеников, изучающие уже английский язык, выбирают чаще всего как второй иностранный язык: французский (40%) или немецкий язык (32%), на втором месте испанский язык и восточные языки.

Интересу к французскому языку благоприятствуют:

- постоянство престижа Франции, а также ее развитие как современной страны науки и техники;
- развитие экономических связей с Францией;
- присутствие и поддержка Посольства Франции.

Действительно, знание двух языков, один из которых французский, необходимо для большого количества отраслей и областей профессиональной деятельности. Много предприятий, такие как «Danone», «Alcatel», «Michelin», «Renault» и многие другие ждут высококлассных специалистов, но со знанием французского языка.

Французский язык – это официальный язык в 53 государствах. 175 миллионов лиц говорят на нем во всем мире, на всех континентах. Французский язык это официальный язык Европейского союза и второй по использованию язык в Организации Объединенных Наций, также второй язык мира в плане политической значимости. Это также язык мировой метеорологической организации, универсального Всемирного почтового союза, Красного Креста.

Понимать французский язык – это говорить на «ты» с одной из главных культур планеты. Говорить на этом языке – это возможность понимать Францию, ее разнообразие и богатство.

УДК 796.06

*Доц. Фёдоров В.В;
преп. Ребизова Е.А.;
студ. Баринаова А.А.*

О ПРОБЛЕМЕ МОТИВАЦИИ СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ В УСЛОВИЯХ ВУЗА

Одним из стержневых образований личности является положение о строении мотивации её деятельности. А поскольку занятие тем или иным видом спорта представляет собой