

обучения, которые дают студентам возможность проявлять и развивать личностные качества и создают условия для творческой и научной активности.

Межкультурная коммуникация — это как вербальное, так и невербальное взаимодействие партнеров, которые говорят на различных языках и принадлежат к различным культурам. На успешную расшифровку информации, полученной посредством устных сообщений, а иногда через такие средства, как выражение лица, жесты, тон голоса и т.д., непосредственно влияют межкультурные отличия участников коммуникации. Поэтому стоит обратить внимание на необходимость усвоения студентами таких моментов, если они хотят понять своего партнера и быть понятыми в ответ. Вербальными барьерами успешной иноязычной коммуникации считаются неадекватное знание коммуникантами лексики и порой различная ее интерпретация, двусмысленность сообщений и др.; невербальными — неадекватные и вызывающие конфликты сигналы, различия в восприятии, неуместные эмоции и пр. Поэтому необходимо ознакомить студентов с этическими нормами делового общения (пунктуальность, соблюдение дресс-кода и пр.), показать последствия неправильного невербального общения с представителями других культур.

Таким образом, очевидно, что в наш век в связи с глобальными изменениями в политической и экономической жизни общества изучение иностранного языка как средства межкультурного общения в условиях диалога культур становится важной задачей.

<http://edoc.bseu.by/>

*В. М. Губская, канд. філал. навук, дацэнт
o_gubskaya@mail.ru
БДЭУ (Мінск)*

ПОСТ-ПРЭС ЛІТАРАТУРА ЯК КУЛЬТУРНЫ ПРАДУКТ ЛІЧБАВІЗАЦЫІ

Любы твор мастацтва — гэта акт камунікацыі аўтара і патэнцыйнага чытача. Аднаводна, любы літаратурны тэкст, дзе задума пісьменніка транслюецца праз наратора, ёсць камунікацыйна падзея, якая змяшчае тры бакі: рэферэнтны, креатыўны, рэцэптыўны. І менавіта апошні становіцца больш праяўным у перыяд тагальнай лічбавізацыі.

Сапраўды, аналіз літаратурнага твора ў XXI ст. выклікае асаблівую цікаваць. На першы план выходзіць перагляд прасторы, у рамках якой аказваецца твор. На скрыжаванні лічбавай культуры і класічнага літаратурнага поля фарміруецца новы ўнікальны культурны прадукт — «літаратура пост-прэс» (post-press literature*), якая дазваляе сачыць за штодзённым успрыманням і інтэрпрэтацыяй мастацкага тэксту.

Важна прыйсці да ўсведамлення, што класічны (па фармальных параметрах) літаратурны твор у перыяд лічбавай культуры трапляе ў новую для яго сеткавую камунікацыйную прастору і сутыкаецца з інтэрактыўным асяроддзем, якое спараджае новыя сеткавыя формы існавання класічнага літаратурнага тэксту. Варта падкрэсліць, што сеткавая камунікацыйная прастора характарызуецца імгненным прадудцыраваннем рэфлексіі пра літаратурны тэкст у самых разнастайных формах камунікацыйных адносін: водгукі, каментары ў сацыяльных сетках, літаратурная крытыка (рэцэнзіі), альбо наогул стварэнне на аснове класічнага літаратурнага твора новага тэксту — літаратуры фан-фікшн**.

Сеткавае інтэрактыўнае асяроддзе дазваляе нам назіраць за падвойным працэсам камунікацыі, выкліканым увядзеннем літаратурнага твора ў новы рэжым рэчаіснасці:

* Тэрмін быў ужыты Нікам Леві ў артыкуле «Post-Press Literature: Self-Published Authors in the Literary Field».

** Сучасная літаратурная з’ява, звязаная з заканамернасцямі стварэння масавай, часам эпігонскай літаратуры на падставе вядомага літаратурнага твора.

па-першае, гэта адносіны рэцыпіента з аўтарам (аўтар-чытач «а:ч»); па-другое, гэта працэс камунікацыі ўнутрысеткавай супольнасці, арганізаваны ў рамках дадзенага літаратурнага тэксту (чытач–мноства чытачоў «ч:{ч}»). Атрымліваецца, што ўнутры інтэрактыўнага асяроддзя камунікацыйныя адносіны выстройваюцца па прынцыпе «а:ч» → «ч:{ч}». Важна падкрэсліць, што «індывідуальны чытач» у інтэрактыўным асяроддзі пачынае чытанне абранага літаратурнага твора, як правіла, не з аўтарскага тэксту, а з водгуку (рэфлексіі) пра яго, складзенага рэцыпіентам. Апошні валодае індывідуальным культурным светаўспрыманнем, якое спрыяе генерываванню новай сістэмы семіятычных знакаў, а значыць, можа паўплываць на семіятычнае жыццё тэксту ў цэлым. Медыярэальнасць стварае новыя спосабы для паўторнага адкрыцця літаратурных твораў, спрыяе з'яўленню ўнікальных формаў творчага самавыяўлення рэцыпіента, у тым ліку своеасаблівага эпігонства (пераймання і запазычання). Сеткавае інтэрактыўнае асяроддзе спрыяе фарміраванню адмысловага «сінтэтычнага» тыпу літаратурнага дыскурсу, заснаванага на ўзаемадзеянні фармальнага і нефармальнага літаратурнага слова.

Відавочна, што наяўнасць літаратурнага тэксту фарміруе ўнутры інтэрактыўнага асяроддзя камунікацыйныя адносіны на наступных узроўнях (пералік можа папаўняцца): прафесійны ўзровень (водгукі, якія ўключаюць у сябе рэцэнзіі спецыялістаў і навуковыя артыкулы), аматарскі (водгукі чытачоў, абмеркаванне ў сацыяльных сетках), умоўна творчы (фан-фікшн). У сітуацыі, калі сеткавая інтэрактыўная прастора пачынае дамінаваць над рэальнай, цікавасць выклікае не толькі сам літаратурны твор, але і коды трансфармацыі класічнага літаратурнага тэксту ў сеткавы прадукт. Разуменне кодаў трансфармацыі дазволіць наблізіцца да вывучэння спосабаў уключэння патэнцыялу пазнавальнай актыўнасці сучаснага «сеткавага» чалавека ў новыя рэжымы рэчаіснасці і асэнсавання рэальнасці.

<http://edoc.bseu.by/>

A. V. Hurski
BNTU (Minsk)

SHADOW ECONOMY, METHODS OF ASSESSMENT AND COUNTERACTION

The relevance of this article is that in the modern economy, the level of the shadow component is quite high. Although the topic of the shadow economy is very common, scientists do not have an approved definition of the shadow economy, which makes it quite difficult to assess it. The purpose of this article is to study the main approaches to identifying the shadow economy.

The shadow economy is understood as the activity of business entities that develops outside of state accounting and control. This definition is one of the main ones. Unfortunately, in our time, it is impossible to imagine a society without a shadow economy. It is based on the opportunistic behavior of business entities, as well as the phenomenon of the “stowaway”. It manifests itself in the fact that the consumer of the public good tries to avoid paying for it. In modern society, many people want to receive benefits and not pay for them. Or get them more than they can legally get. Due to the above factors, the company increases transaction costs—the costs that accompany the relationship of economic agents. Accordingly, the higher the level of the shadow economy, the higher the transaction costs, and, consequently, the lower the overall indicator of life of the population.

As D. N. Ratchin writes, “Measuring the scale of the shadow economy is one of the most difficult tasks. However, at present, numerous methods have been developed to determine the share of shadow operations” [1, p. 151]. Special methods include:

- accounting analysis method;