

### Список использованных источников

1. Солодовников, С. Ю. Экономика рисков / С. Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня : сборник научных статей / Минск : БНТУ, 2018. – Вып. 8. – С. 16–55.
2. Lusty, P. A. J. Challenges to global mineral resource security and options for future supply / P. A. J. Lusty, A. G. Gunn // Geological Society. Special Publications, 2015. – Vol. 393. – Pp. 265–276.
3. Мелешко, Ю. В. Специфика горной промышленности как вида экономической деятельности / Ю. В. Мелешко // Экономическая наука сегодня: сборник научных статей. – Минск : БНТУ, 2020. – Вып. 11. – С. 105–115.

УДК 334.02

## ОБЩЕСТВЕННО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

Скорая К. В., Половинко И. Ю.

Белорусский национальный технический университет

e-mail: skorayaksenia@gmail.com

*Summary.* This article examines the phenomenon of social-functional innovations and their impact on the economic system of society.

П. С. Лемещенко справедливо отмечает, что «основным средством приращения, возрастания капитала стали не производство и технологические инновации, а манипуляции сознанием практически всех слоев населения» [1, с. 51]. Это становится возможным благодаря общественно-функциональным инновациям, под которым нами будет пониматься «отношения по поводу управления социально-экономической системой общества посредством воздействия на поведение ее субъектов» [2, с. 139]. Общественно-функциональные инновации следует рассматривать как важнейший инструмент управления социальными процессами.

Несмотря на то, что в реальных условиях регуляция общественных отношений практически невозможна, благодаря общественно-функциональным инновациям происходят глубинные трансформации в обществе. Воздействуя на социокультурные и психические факторы, общественно-функциональные инновации воспитывают в экономическом человеке геронтофобию потребления, эгональные, гедонистические и другие черты, которые приводят к превалированию в структуре потребления демонстрацией знака над полезностью, тем самым покоряя важнейшие элементы рыночной экономики своей собственной игре.

Ж. Бодрийяр справедливо пишет: «За всеми технологиями (особенно наиболее передовыми: электронными, компьютерными, виртуальными, технологиями образа и экрана) можно обнаружить своего рода абсолютную искусственность и двойную теорию деловых игр...» [3, с. 33]. Так, общественно-функциональные инновации скрывают «уродливую маску» общества потребления, возводя его в ранг культа. Последствием становится

иллюзорность любого экономического выбора, который индивид мог бы совершить.

Таким образом, общественно-функциональные инновации являются важнейшим инструментом не только манипуляции экономическими процессами, но и трансформации общественных отношений. Как следствие, рынок вынужден вступить в бесконечный цикл перепотребления и перепроизводства.

#### **Список использованных источников**

1. Лемещенко, П. С. От стоимости к институциональной ценности / П. С. Лемещенко // Экономическая наука сегодня: сборник научных статей / пред. ред. кол. С. Ю. Солодовников. – Минск: БНТУ, 2013. – Вып. 1. – С. 46–67.

2. Скорая, К. В. Сущность, виды и факторы становления общественно-функциональных инноваций / К. В. Скорая // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС, 2023. – Т. 14. – Вып. 4 (61). – С. 138–143.

3. Бодрийяр, Ж. Совершенное преступление. Заговор искусства. – М.: Рипол, 2019. – 348 с.

УДК 327

### **ТРАДИЦИОННЫЕ КОСТЮМЫ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ КАК ЭЛЕМЕНТЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ НЕВЕРБАЛЬНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

*Судакова П. В.*

*Филиал МГЛУ «Лингвогуманитарный колледж»*

*e-mail: psudakova@internet.ru*

*Summary. Exploring the topic of the significance of national costumes as elements of intercultural non-verbal business communication.*

В современном глобализированном мире деловая коммуникация стала одним из ключевых факторов успешного взаимодействия между представителями различных культур. При этом необходимость использования не только вербальных, но и невербальных средств общения становится все более актуальной. В данном эссе мы рассмотрим роль традиционных белорусских и китайских костюмов как элементов межкультурной невербальной деловой коммуникации и их влияние на взаимодействие между людьми из разных культур.

Изучение национальной культуры – это не просто получение набора знаний о стране изучаемого языка, а обретение знаний, которые значительно шире самого понятия «национальная культура». Становясь участниками любого вида межкультурных контактов, люди взаимодействуют с представителями других культур. Главное препятствие, мешающее успешному взаимопониманию, состоит в том, что мы воспринимаем другие культуры через призму своей.