

византийская резьба архитектурных деталей. Наиболее ярко эти черты отразились в знаковых работах архитектора К. А. Тона, которому принадлежит авторство храма Христа Спасителя, Большого Кремлевского дворца и Оружейной палаты.

В начале 1870-х годов славянофильские настроения в обществе пробудили интерес к древнерусскому зодчеству, народной культуре, а также к русской архитектуре XVI–XVII веков. Сначала это направление псевдорусского стиля нашло отражение в проектах небольших деревянных домов, таких, например, как Погодинская изба в Москве. Затем оно распространилось и на монументальное каменное зодчество. В это время здания, построенные из кирпича или белого камня, обильно декорировали в традициях русского народного зодчества. Постройки стали украшать широкими колоннами, узкими окнами-бойницами, массивной ковкой, многоцветными изразцами и растительным орнаментом. Наиболее ярко это проявилось в работах архитекторов А. Померанцева, которому принадлежит создание Верхних торговых рядов в Москве, В. Шервуда – автора здания Исторического музея.

Культурные традиции Византии важны прежде всего тем, что они явились основой духовности, культурных ориентиров для российского государства. И сегодня, в период нарастающей унификации культурных ценностей, важно не потерять свою национальную идентичность, основы которой заложены византийской и древнерусской культурами.

## **К. Батуро**

### **ПОДАРКИ И СУВЕНИРЫ В ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ**

Этика деловых отношений предполагает обмен подарками между деловыми людьми, представителями фирм, иностранными деловыми партнерами. Поэтому главным является принцип взаимности, исключающий как слишком дорогие, так и дешевые подарки.

По правилам бизнес-этикета подарки могут делать:

- сотрудник — сотруднику;
- сотрудники — шефу;
- фирма — сотрудникам и т.д.

В цивилизованных странах безвозмездная передача любых ценностей как со стороны коммерческих структур, так и со стороны государства строго регламентирована. По мнению экспертов, с юридической точки зрения понятие «подарок» является расплывчатым и вручение подарка может быть определено как «взятка».

Наилучшим выходом в подобного рода ситуациях считается наличие у организации сувениров, подарков с фирменной символикой. Многие солидные организации создают у себя специальный подарочный фонд, который

постоянно пополняется, в подарках при этом должны присутствовать наглядные фирменные знаки. Такие подарки трудно квалифицировать как взятку или подкуп. Они оказываются уместными и при неожиданном визите.

Большой проблемой с точки зрения этикета является подарок начальству. Во многих странах не принято дарить начальнику индивидуальный подарок, это рассматривается как заискивание. Поэтому лучшим считается подарок коллективный.

Желательно, чтобы подарок был красиво упакован, даже если это недорогая вещь, поскольку именно упаковка создает у человека первое впечатление о подарке.

Чаще всего выбор или запреты при дарении подарка связаны с национальными особенностями, но существует и небольшая группа общих ограничений, характерных для культур многих народов мира, которые надо учитывать при выборе подарка. Например, не принято дарить зеркала, ножи, носовые платки и другие предметы, связанные с предрассудками о негативных составляющих этих объектов у некоторых народов.

Когда подарок принять нельзя? Когда он слишком дорогой и может быть расценен как взятка. Не рекомендуется принимать подарки в случае попытки загладить ссору, вину, когда подарки запрещены политикой фирмы.

Таким образом, к выбору подарка или сувениров нужно подходить ответственно, чтобы вас не поняли превратно и не приняли ваши искренние намерения за попытку дать взятку или подкупить партнера.

## **Е. Бичик**

### **СОВРЕМЕННЫЕ СМИ, ИХ ВЛИЯНИЕ НА ОБЩЕСТВО**

Средства массовой информации – совокупность органов публичной передачи информации при помощи самых различных методов и технических средств. Когда пресса только зарождалась, появилось мнение о том, что она станет играть чрезвычайно важную роль в обществе. И сегодня мы видим, что это действительно так. СМИ не только информируют людей, о том, что происходит в данный момент в странах, в мире, но и самым серьезным образом влияют на общественное мнение, могут при этом не только убеждать, но и навязывать воззрения, все больше контролируя и подчиняя общество. Отсюда пошло выражение «кто владеет информацией – тот владеет миром».

Если углубиться в историю, то ярким примером влияния СМИ на массы является политика гласности, проводимая в СССР во второй половине 80-х годов прошлого века. До того времени цензура строго регулировала то, что люди должны были слышать. Политика гласности, в свою очередь, позволила людям заговорить на темы, которые раньше не принято было поднимать. Многие вопросы экономической, политической и культурной жизни государства стали доступны общественности. Народу стало известно