

себя людей, если его внешний вид, скажем мягко, не совсем уместен. Голос может привлечь в сторону говорящего, убедить слушателей в чем-либо, завоевать их доверие. Голос должен содействовать карьере, а не портить ее.

Важными также являются правила общения по телефону и деловой переписки. Искусство ведения телефонных разговоров состоит в том, чтобы кратко сообщить все, что следует, и получить ответ. При служебной переписке каждое письмо должно быть строго индивидуально. На него накладывают отпечаток адресат, конкретная ситуация, личность и должность пишущего. При деловой переписке надо помнить, что впечатление, производимое письмом на адресата, зависит от таких мелочей, как конверт, бланк фирмы, содержание письма.

Успех фирмы, предприятия, организации тесно связан с этикетом и культурой поведения, но существует много различных способов психологических манипуляций людьми для достижения фирмой определенных целей. Но все-таки деловые отношения должны основываться на честности и взаимодоверии, а для этого каждая из сторон должна владеть деловым этикетом и культурой поведения. Тогда любое развитие ситуации будет соответствовать правилам хорошего тона.

**Н.В. Чечко**  
БГЭУ (Минск)

## **ЦВЕТОВАЯ СЕМАНТИКА НАЦИОНАЛЬНЫХ ФЛАГОВ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

В наше время восприятие цвета утрачивает свою философичность и многозначительность, в то время как наши предки воспринимали цвета и их оттенки гораздо тоньше. Цветовой язык со временем уходит в коллективное бессознательное — неосознаваемую долговременную память человечества. Поэтому возникает необходимость изучения символики цвета и ее толкования в культурах, религиях различными народами и восприятия цвета отдельным человеком.

У каждой страны — своя история развития и становления, особая культура, которая складывалась на данной территории веками. В связи с этим один и тот же цвет для разных народов и людей различного вероисповедания будет иметь смысл, присущий только данной культуре или религии. Восприятие цвета отдельным человеком зависит от его душевного состояния и ассоциируется с его

чувствами. Исходя из этого, необходимо разделять толкование цвета по следующим критериям:

- толкование цвета с позиции конкретного народа и страны, т.е. понятие его в той или иной культуре;
- символика цвета с религиозных позиций;
- восприятие цвета на подсознательном уровне.

С самого начала жизни в организованном сообществе человек стал пользоваться множеством разнообразных символов в целях идентификации — как на индивидуальном уровне, так и на уровне группы, чтобы выделить каким-либо образом свою семью, племя, свой народ.

Одним из средств идентификации является флаг. Все они, конечно же, играют важную роль, но национальным флагам мы оказываем особое внимание. Цвета и символы флагов многих стран мира основываются на символике трех флагов, которые считаются “первыми” — это “Юнион Джек”, “Старз энд Страйпз” и триколор. Но также существуют флаги, единственные в своем роде.

В основе нашего исследования лежали следующие направления:

Наиболее употребляемые цвета флагов.

Одноцветные и многоцветные флаги.

Наличие дополнительных знаков на флагах.

Горизонтальное либо вертикальное расположение цветов.

Самые редкие цвета, которые используются на национальных флагах.

Используя результаты проведенного анализа, можно сделать вывод о том, что цвет на флаге не всегда совпадает с пониманием его в той или иной культуре и не всегда отражает национальные особенности народа и нации. На его семантику повлияли: история развития страны, государственная форма правления, классовый характер государства, а также религия и идеология.

Различные исторические события, происходившие на территории Беларуси и России, являлись причиной изменения национального или государственного флага в различные временные отрезки. При происходивших видоизменениях флага менялись не только цвета и символы, но вместе с тем — трактовка данных цветов и знаков. Флаги, которые мы имеем в настоящее время есть результат многовекового становления и развития этих государств.