

**ВИВЧЕННЯ ВІЗИТНОЇ КАРТКИ ЯК АТРИБУТУ ДІЛОВОГО
СПІЛКУВАННЯ НА ЗАНЯТТЯХ ІЗ ДИСЦИПЛІНИ
“УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)”
У ВИЩИХ ВІЙСЬКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ**

*Тарасенко О. Д., старша викладачка
Остапчук Т. С., к. пед.н,
Розмазнін О. П, доцент
Чересюк С. В., викладачка
Військова академія (м. Одеса)*

Вироблювані людьми правила спілкування між собою, а також знання про засоби, що роблять його більш комфортним, передаються з покоління у покоління. При первинному знайомстві між людьми одним з таких обов’язкових атрибутів була і залишається до цього дня візитна картка. Вважається, що в сучасній формі візитні картки вперше з’явилися в Китаї ще в часи винаходу пороху. Галли оскаржують цю думку і стверджують, що візитні картки з’явилися на їхніх землях уже в 17-му столітті. Проте найбільш ранній зразок візитної картки, що датується 1786 роком, був знайдений у Німеччині, існує думка, що продавалися вони на одній паперовій фабриці в Лейпцизі. Деякі дослідники стверджують, що перші візитні картки з’явилися у Франції в часи Людовіка XIV – “Короля-Сонця”, де стали річчю репрезентативною, урочисто представляючи свого господаря в усій красі його положення. Більш широке поширення візитні картки отримали за одними відомостями до середини XVIII століття. У цей час вони стали частиною етикету, з не менш складними правилами, ніж ті правила столового етикету. Візитна картка використовувалася в той час тільки знатними людьми, що володіють

титулами, званнями, землями і кіньми. Її виготовленням займалися цілі покоління художників і дизайнерів. Візитки в XVIII столітті були трьох різновидів. *Одні* стали прототипом наших адресних і рекламних візитних карток, як, наприклад, картка художника Choffard'a – одного з кращих малювальників і виконавців віньеток часів Людовиків. *Іншим прикладом* візитки того часу, що також є прототипом наших візитних карток, виконаної, однак, куди красивіше і цікавіше, може служити (дійшла до наших часів) картка офіцера піхотного полку de Monsieur (так офіційно титулувався у другій половині XVIII століття брат короля): із зображенням фамільного герба у віньєтці, військових трофеїв і прапора, прикрашених лавровими гілками (робота Choffard'a). Нарешті картки *третього типу*, якими нерідко користувалися вельможі та діячі Катерининського часу, являли собою віньєтку з емблематичним малюнком. У кінці вісімнадцятого століття на візитних картках стали відтворювати пишні герби їх власників. Широке поширення візитні картки отримали тільки в XIX столітті, тоді і склалися певні правила користування ними. У середині XIX століття у період формування нового класу (буржуазії) – оформлення карток істотно міняється. Візитка по дизайну стає більш лаконічною: зникають художні надмірності в оформленні, на перший план виступають шрифти. Орнамент служить тільки як доповнення до шрифтової композиції. З'явилися візитки, часом гнітючі своєю простотою. Поступово виробляються правила оформлення візиток. На візитній картці вказуються спочатку ім'я та по батькові, і тільки потім прізвище. Інший найважливіший канон – це легкість для читання. З середини XIX століття паралельно з типографським способом виготовлення карток зберігається і рукописне їх оформлення. При заповненні спеціальних заготовок для візитних квитків користувалися ліщиновим чорнилом. Виготовляються з наростів, що утворюються на стовбурі ліщини, нанесені на папір чорнило набували з часом ніжно-коричневий колір. Пізніше, на межі XIX і XX

століть, дизайн візитки знову ускладнюється: використовуються шрифти ручної роботи, орнаменти, гравюри з емблемами (грона винограду, голубка з листом в дзьобі, якір тощо) і навіть з портретами власників. Розробку дизайну візитних карток замовляють таким відомим митцям як Бакст, Бенуа. Для заготовок стали використовувати кольоровий картон і полукартон. Обріз картки золотять сухозлітним золотом, заокруглені куточки. З'являються спеціальні конвертики для візиток, які користуються великою популярністю. У них візитки розсилалися по містах і країнах. Для цього на конверт достатньо було наклеїти поштову марку і написати адресу. Вказівка на візитках адреси власника стає обов'язковим елементом її оформлення, однак на дамських візитних картках його друкувати не прийнято. За формою візитні квитки також були вельми різноманітні. Дамські квитки виглядали витонченіше і мініатюрніше. Чоловічі ж, навпаки, часто мали великі розміри і часом досягали формату стандартного поштового конверта. Після революції візитки в росії зникли. Коли ж візитку все-таки реанімували в колишньому сср, “обличчя” її знайшло особливі, “радянські” риси. З'явилася, наприклад, погана, але стійка манера писати прізвище власника картки попереду імені. Характерна риса: всі радянські візитки однакові на вигляд. Ніяких шрифтових вишукувань, єдиний формат. І хоча “вертикальна” візитка з'явилася ще в кінці минулого століття (її “винайшов” іспанський архітектор будівель-вертикалей Гауді), всі радянські картки – як правило, “горизонтальні”. Сама наявність візитки за радянських часів було сигналом, знаком приналежності людини до касти небагатьох обраних. Співробітники обкомів, райкомів, керівники “великого калібру” – ось основні власники візиток. Гримнула епоха свободи в нашій батьківщині: мати візитні картки стало можна всім, без дозволу. Скресла крига у лавах творців-дизайнерів. З'явився попит, заворушилися

замовники. Підступала нова “ера візиток”, не менш яскрава, ніж на сході століття.

Нова візитівка набувала вигляд типової “business card”, втрачаючи старомодний стиль візитною квитка. І її якості ставали все більш діловими. Маленькій візитці часом доручалися особливі права, якщо отримували її від великої людини. І все ж головне свою властивість – показність – сучасна візитка не втратила. Вона стала більш нарядною, декоративною, “балакучою”, іноді, навіть, занадто балакучою. Тексти розмістилися як з лицьового, так і зі зворотного боку. Слідом за багатьма європейськими країнами і у нас з’явилися “подвійні” і, навіть, “потрійні” картки-розкладачки, зі згинами. У крихітку-візитку сучасні власники прагнуть втиснути якомога більше інформації: емблеми та символи, товарні знаки, фотографії, малюнки гербів і прапорів. Але серед цієї плутанини існує особливий клас професійно художньо зроблених стильних візитних карток. Такі візитки стають творами мистецтва. Так, існують такі види візиток: у сучасній практиці використовуються ділові, особисті та сімейні візитні картки. Зустрічаються випадки і комбінованих візитних карток, що містять як службові, так і особисті дані про її власника. Особиста візитна картка може містити ваші прізвище та ім’я. Тут же може бути вказано ваше ім’я по батькові або ініціали – залежно від вашого іміджу, віку, національних і культурних традицій. На особистій візитній картці можна дати також ті додаткові відомості, які ви хочете про себе повідомити (адреса, телефон (и), адреса електронної пошти). Ділові візитні картки – це невід’ємний атрибут сучасного ділового спілкування. Перша вистава, як правило, починається з обміну візитними картками. Особливе значення вони мають при спілкуванні з іноземцями, людьми, які не говорять на вашій рідній мові. На діловій візитній картці повинні бути чітко позначені ваші прізвище та ім’я (по батькові), назва вашої фірми або організації та ваша посада, повна

поштова адреса та інші відомості. Також на ній цілком доречно використання логотипу вашої фірми або організації. У державних чиновників, депутатів та військовослужбовців на візитній картці може знаходитися зображення державного прапора або герба. Ділова візитка може містити вказівки на ваше звання або титул, сферу відповідальності в рамках вашої організації, номера телефону (телефонів), електронної пошти. Якщо у вас змінився телефон, то ви можете акуратно вписати новий номер, закресливши старий. Закреслювати і вписувати нове найменування посади вважається дурним тоном – варто подбати про те, щоб якомога швидше замовити нові візитні картки. Ділова візитна картка без адреси також не відповідає нормам етикету (виняток становлять дипломати й вищі державні посадові особи). Якщо у вас змінюється адреса, і ви ще не знаєте своїх нових телефонів, то краще вказати офіційну адресу вашої організації, телефон секретаріату або канцелярії. Але все ж краще, коли візитка має класичний вигляд: вгорі по центру – назва фірми (організації, установи), нижче по центру – ім'я, по батькові та прізвище, ще нижче – посада; у правому нижньому кутку – телефон, адресу електронної пошти; в лівому нижньому кутку – адреса поштова, сайт, логотип, якщо він є, вказується у центрі або в лівій верхній частині візитної картки. Візитна картка – це зазвичай прямокутний шматок білого полуплотного картону гарної якості, на якому друкарським способом чітко і красиво віддруковані ваші прізвище, ім'я і (як правило) по батькові поряд з іншими відомостями, які ви хочете про себе повідомити.

Велика увага вивченню та сторенню візитівки за фаховим спрямуванням приділяється на заняттях з дисципліни “Українська мова за професійним спрямуванням” у Військовій академії (м. Одеса). Так, під час вивчення заняття 6 “Стандартні етикетні ситуації”, й, безпосередньо, після вивчення питання щодо походження візитівки, курсантам пропонується створити візитну картку, де вони моделюють свої посади, регалії. Такі

практичні вправи дозволяють у вихованців розвивати креативне мислення та основи ділового спілкування.

Отож, візитна картка – це невід’ємний атрибут сучасного ділового спілкування. Вона допустима і, навіть, обов’язкова частина “саморекламної” кампанії будь-якої ділової людини. Візитівка, що залишилася у співрозмовника, створює у нього асоціацію з її власником. Тому вона повинна бути зроблена так, щоб викликати позитивні емоції у того, хто на неї дивиться.

Як розуміється, вище викладений матеріал необхідний для майбутніх офіцерів, так як вони представляють ділову сферу.

УДК 378.14

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ОСВІТНІХ ТРАЄКТОРІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

*Величко Я.І., асистент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Завданням формування і використання індивідуальних освітніх траєкторій є розвиток людей, які можуть обирати, в якому напрямку їм рухатися під час навчання. При цьому, слід максимально враховувати індивідуальні особливості кожного здобувача вищої освіти (ЗВО), тобто розуміти, що не можна однаково ставитися до людей з різними характерами, інтересами та психофізіологічними особливостями. У центрі уваги освітнього процесу має бути людина - індивідуальність ЗВО, індивідуальність викладача та партнерство між ними.