

Модуль 2.5

Комунікація

Образ козацтва в сучасній комунікації

Інформація

Музей онлайн. Віртуальна екскурсія

Мовні засоби

Правопис *не* з прикметниками

Текст

Сценарій

Літературний твір

Народна пісня

Громадянська лірика

Антитеза

Риторичне звертання. Риторичний вигук

Образ козацтва в сучасній комунікації

Образ козацтва знайшов своє відображення в образотворчому мистецтві, музиці, творах відомих українських письменників. Проте з розвитком технологій змінюються і засоби комунікації. Тепер ми можемо спостерігати козацькі образи у соціальних мережах, на сторінках відомих брендів, у комп'ютерних і мобільних іграх. Все це сприяє популяризації їх на ринку, робить привабливим для молодого покоління та створює ряд позитивних асоціацій у споживачів.

Під час російсько-української війни українці особливо відчували власну унікальність та усвідомили свою спадщину. Образ козацтва – це наша зброя у комунікації. Це дозволяє нам боротися зі стереотипами про українців, а також просувати українські бренди на міжнародному ринку.

У сучасній рекламі часто використовують образи відомих особистостей. Наприклад, у рекламних матеріалах можна зустріти Івана Мазепу та Богдана Хмельницького. Такі образи полегшують комунікацію для бренду, адже у споживачів одразу спрацьовує асоціативне мислення про конкретну козацьку постать. У нашій уяві одразу виникають ключові слова, коли ми чуємо їх імена: сміливість, свобода, сила, гострий розум, героїчні вчинки.

Аналізуючи інфопростір, можна дійти висновку, що в суспільстві вже є стійкий образ козака. Зазвичай це чоловік із шаблею у руці, довгими вусами та чубом, одягнений у червоні штани та вишиванку.

Однак, чи відповідає цей образ дійсності? Наші пращури не відставали від європейської моди та постійно змінювали свій стиль

одягу, зовнішній вигляд, вподобання. Тому інтегруючи цей образ у комунікації для бізнесу, спершу варто проаналізувати історичні джерела, аби проникнути у козацьке життя, побут для створення справді автентичного образу для аудиторії.

Всім відомий з дитинства мультсеріал «Як козаки...», де Грай, Тур та Око грали у футбол, рятували наречених та допомагали прибульцям, також відіграв важливу роль у формуванні образу українського козацтва. Ці персонажі запам'яталися глядачам своєю наближеністю до народу. У цих образах переданий справжній характер та дух козаків: винахідливі, розумні, сильні, добрі, завжди готові прийти на допомогу. Козаки Грай, Тур та Око є гідною конкуренцією популярним анімаційним персонажам у Франції (Астерікс та Обелікс), Чехії (Кріт) та Фінляндії (Мумі-троль). Компанія Google використовувала героїв із мультфільму «Як козаки..» у дизайні власної платформи для вшанування та підтримки персонажів. Це говорить про позитивне сприйняття міжнародною спільнотою образів козаків, створених Едуардом Киричем та Володимиром Дахном

(За матеріалами <https://cases.media/en/article/pereosmislennya-obrazu-kozactva-u-komunikaciyi-ukrayinskogo-biznesu>).

Музей онлайн. Віртуальна екскурсія

Нині можна побувати на екскурсії в музеї онлайн, не виходячи з дому, сидячи за своїм комп'ютером. Така екскурсія називають *віртуальна екскурсія*. На жаль, не всі музеї можуть запросити відвідувачів онлайн. Для цього має бути створений сайт, який представляє експозицію музею і має навігацію. Користуючись навігацією, відвідувачі можуть оглянути різні частини експозиції. Усі віртуальні екскурсії відбуваються з аудіосупроводом з поясненнями про те чи інше місце, цікаві факти і значення експонатів. Відчуття – начебто ви справді гуляєте музеєм з екскурсоводом.

Різні музеї світу пропонують віртуальні екскурсії: Лувр у Парижі, Британський музей у Лондоні, музей Ван Гога в Амстердамі і багато інших.

В Україні можна відвідати:

- Музей архітектури та побуту в Ужгороді;
- Музей народної архітектури та побуту “Шевченківський гай” у Львові;

- “Мамаєву Слободу” в Києві;
- Національний музей народної архітектури та побуту України в Києві;
- Музей народної архітектури та побуту середньої Наддніпрянщини в Переяслав-Хмельницькому;
- Резиденцію Богдана Хмельницького в Чигирині;
- Запорізьку Січ.

Інтернет-адреси усіх згаданих музеїв і деяких інших можна знайти за покликанням <https://nus.org.ua/articles/doslidzhuvaty-ne-vyhodyachy-z-domu-29-onlajn-muzeviv-aby-uriznomanitnyty-uroky/>.

Правопис не з прикметниками

Разом	Окремо
Без не не вживається: <i>непохитний, нехайний</i>	У реченні є протиставлення: <i>не звичайний, а особливий</i>
Додавання не утворює прикметник із протилежним значенням (антонім); можна дібрати синонім без не : <i>сміливий-несміливий (мужній)</i>	Після слів <i>далеко, зовсім, аж ніяк</i> : <i>далеко не простий; зовсім не цікавий; аж ніяк не оригінальний</i>
З префіксом недо- : <i>недозрілий</i>	У реченні є присудком: <i>Світ не милий</i>

Сценарій

Сценарій — літературно-драматичний твір, написаний як основа для постановки кіно- або телефільму. Сценарій в кінематографі, як правило, нагадує п'єсу і детально описує кожен сцену і діалоги персонажів з ремарками. Іноді сценарій являє собою адаптацію окремого літературного твору для кінематографа, іноді в цьому випадку автор роману буває і автором сценарію (сценаристом).

Сценарист — це людина, яка пише сценарій до фільму. Іноді в написанні одного і того ж сценарію бере участь кілька сценаристів, перш ніж режисер вибере кращий варіант. Необов'язково автор книги

пише сценарій для її екранізації. Ця робота зазвичай віддається сценаристу, а автор твору, при можливості є співавтором сценарію або консультантом.

(Вікіпедія)

Народна пісня

Народна пісня – найрозповсюдженіший вид музичної творчої діяльності народу, продукт колективної усної народної творчості.

Народні пісні поділяють на дві великі групи: обрядові та позаобрядові. До групи обрядових належать: календарні, весільні, похоронні.

Календарно-обрядовими піснями є: різдвяно-новорічні (колядки, щедрівки), веснянки, русальні, купальські та обжинкові. Весільні пісні різняться відповідно до етапів весільного обряду (сватання, заручини, власне весілля та ін.). Похоронну обрядову пісню називають голосіння.

Характерною ознакою всіх цих пісень є їхнє давнє походження, орієнтація на магічно-ритуальний бік життя людини, тобто кожна така пісня – це ніби якесь чаклування, адже тоді, коли ці пісні з'являлися, люди вірили в духів, у те, що все навколо живе.

Позаобрядові пісні присвячені різним подіям буденного та робочого життя людини, зокрема виділяють родинно-побутові, суспільно-побутові та історичні пісні. Серед родинно-побутової лірики розмежовують колискові, пісні про кохання, про трагічні сімейні обставини та пісні про сімейне життя. Суспільно-побутові пісні орієнтовані на відображення почуттів людини в її соціальному існуванні та діяльності.

Серед суспільно-побутових пісень розрізняють: козацькі, чумацькі, бурлацькі, солдатські та рекрутські, жовнірські, кріпацькі, наймитські, ремісницькі, робітницькі, жебрацькі, емігрантські, в'язничні тощо. На відміну від історичних пісень, суспільно-побутові не стосуються якогось історичного факту, події чи особи.

Жанрових різновидів народних пісень дуже багато. Це і власне пісні, і колискові, і колядки, і щедрівки, і веснянки, і коломийки тощо. Кожному із цих жанрів притаманна своя специфіка тем, образів, художніх засобів виразності, а ще довжини, ритму, характеру виконання тощо.

Громадянська лірика

Громадянська лірика розкриває суспільно-національні питання й почуття, сприяє формуванню національної свідомості й гідності, розбудові націєтворчих та державотворчих тенденцій, утвердженню загальнолюдських цінностей, постає ефективним засобом відродження нації.

Громадянська лірика завжди було актуальною для українства. З нею пов'язані імена Т. Шевченка, П. Куліша, І. Франка, Лесі Українки, Олександра Олеся, авторів пісень січових стрільців, В. Симоненка, В. Стуса та ін.

У громадянській ліриці можна виділити суспільно-політичну тематику (наприклад, вірші Василя Голобородька "Наша мова", "Ми йдемо" й патріотичну тематику (наприклад, поезії Андрія Малишка "Пісня про рушник", "Стежина").

Антитеза

Антитеза (гр. «протиставлення») – стилістична фігура, у якій протиставляються життєві явища, думки, образи з метою розкриття їх сутності. Найчастіше можна зустріти антитезу в афоризмах, прислів'ях та приказках (наприклад: *Гірко заробиш – солодко з'їси*). Як правило, в основі антитези лежить антонімічна пара. Також це можуть бути образи, слова у переносному значенні, які у вірші створюватимуть враження протилежних явищ.

Роль антитези в мові та літературі:

- *Вираження контрасту.* Антитеза допомагає виділити суперечливі або протилежні поняття, створити враження контрасту.

Наприклад:

У тім гаю,

У тій хатині, у раю

Я бачив пекло.

(Т. Шевченко)

- *Поглиблення змісту та підсилення конфлікту.* Використання антитези може посилити враження та емоційну насиченість тексту, дозволяючи автору виразити глибокий зміст або конфлікт.

Наприклад:

*В мужика землянка вогка,
В пана хата на помості...
(Леся Українка)*

- *Варіативність.* Автори використовують антитезу для вираження альтернативних можливостей або вибору між двома протилежними шляхами.

Риторичне звертання

Риторичне звертання – це фігура мовлення, тобто словесний зворот, що має умовно-діалогічний характер. Коли йдеться про риторичне звертання, то йдеться про звертання, яке не має на меті буквальний контакт з особою чи явищем, до якого звертаються, це часто звертання до абстрактних понять, неживих предметів, до відсутніх людей як до присутніх. Мета риторичного звертання – привернути увагу читача до тієї особи чи явища, до яких звертається автор. Таке звернення часто містить оцінну характеристику, виявляє ставлення промовця до об'єкта мовлення, викликає експресію.

Земле рідна!

*Мозок мій світліє,
І душа ніжнішою стає,
Як твої сподіванки і мрії
У життя вливаються моє.
(В. Симоненко)*

Батьку ти мій, друже!

*Блуджу в снігах та сам собі:
«Ой не шуми, луже!»
Не втну більше. А ти, батьку,
Як сам здоров знаєш;
Тебе люде поважають,
Добрий голос маєш;
Співай же їм, мій голубе,
Про Січ, про могили,
Коли яку насипали,
Кого положили.
Про старину, про те диво,
Що було, минуло —*

*Утні, батьку, щоб нехотя
На весь світ почули...*

(Т. Шевченко “До Основ’яненка”)

Риторичні вигуки

Риторичний вигук або риторичний оклик — це фігура мовлення, тобто словесний зворот, що має умовно-діалогічний характер. Коли йдеться про риторичний вигук або риторичний оклик, то йдеться про окличне речення, яке служить для образного вираження якогось сильного почуття — радості, захоплення, гніву, відчаю. Як і у випадку з риторичним звертанням, використання риторичного вигуку (оклику) не передбачає відповідної реакції від будь-кого.

***Вставай, хто живий, в кого думка повстала!
Година для праці настала!***
(Лєся Українка)

Риторичний оклик має підкреслено-емоційний характер і вводить переважно з метою затримати або посилити увагу на якомусь з аспектів зображуваного, за механізмом створюваного смислового ефекту він нагадує ще одну фігуру мовлення - риторичне запитання, коли відповіді на запитання не очікується або вона загальновідома.

*Хто може випити Дніпро,
Хто властен виплескати море,
Хто наше золото-серебро
Плугами кривди переоре?
Хто серця чистого добро
Злобою чорною поборе?*

(М. Рильський)