

3. Krasnyh V. V. *Ours among strangers: myth or reality?* [Svoj sredi chuzhyyh; mif ili realnost?]. Moscow: ITDGK Gnozis, 2003. 375 p.
4. Losev A.F. *Dialectic of the artistic form* [Dialektika hudozhestvennoj formy]. Forma. Stil. Vyrazhenije. Moscow: Mysl, 1995. P. 3–150.
5. Ricoeur P. *Oneself as Another* [Sam jak inshyj]. Kyiv: Duh i Litera, 2002. P. 8.
6. Samigulina F. G. *Conceptual picture of the world and the specifics of its formation* [Konceptualnaja kartina mira i specifika ee formirovaniya]. Vestnik Rossijskogo gosudarstvennogo universiteta im. I. Kanta. Kaliningrad, 2010, Vyp. 2. P. 46–50.
7. Frege G. *Sense and denotatum* [Smysl i denotat]. Semiotika i informatika. Moscow, 1977. Vyp. 8. P. 181–210.

Дата надходження до редакції – 30.04.2018 р.
Дата затвердження редакцію – 31.05.2018 р.

УДК 811.161.2:81'42:17.022.1 Шевченко

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2018.36.114-137>

Olga M. Pliasun

TARAS SCHEVCHENKO IN IMAGE STRATEGIES OF MODERN UKRAINE: LINGUISTIC ARGUMENTATION

Abstract. The article concentrates on important issues of linguistic imageology – a new direction in the humanities which investigates linguistic peculiarities of image creation. Current research is focused on studying linguistic aspects of image formation in modern mass media which can be done within the framework of an innovative humanitarian discipline – medialinguistic imageology. This newly discovered linguistic branch analyses both linguistic and extralinguistic characteristics of image shaping. Exploring the conceptual apparatus of medialinguistic imageology, the author reveals that a great deal of its notions is of integral nature, i.e. they were borrowed in science from military and political terminology systems. Simultaneously, new concepts in this field are

constantly being developed. One of such brand new notions in medialinguistic imageology are concepts "image strategy" and "image strategy of a state". The author aims to give a comprehensive analysis of these notions in media linguistics. The main objective of the paper is to explore linguistic factors of formation of Ukraine's national and international image in contemporary mass media. Content analysis of recent publications about Ukraine conducted by the researcher clearly indicates that precedent names of culture play a critical role in the process of creating the image of the state in media. Such prominent figures as Yaroslav the Wise, Bohdan Khmelnytsky, Grigory Skovoroda, Taras Shevchenko etc. are regarded as cultural markers of the country. They are perceived by recipients as certain symbols that form the idea of the Ukrainian culture. The data obtained clearly show that precedent proper name Taras Schevchenko is an essential part of Ukraine's image campaign, within which the author emphasizes a number of image strategies (i.e. the strategy of universal image, target image strategy, "positioning" strategy, "mythologization" strategy, "emotionalization" strategy, "visualization" strategy, "creative explosion" strategy etc.). The results of the author's research convince that the appeal to Kobzar as Ukraine's "business card" can be quite effective in the framework of the Ukrainian image campaign. The findings are of direct practical relevance.

Key words: linguistic imageology, image, image of Ukraine in media, image strategy, precedent name, Taras Schevchenko.

Information about author: Pliasun Olha Mykolayivna – postgraduate student, assistant of the department of stylistics and language communication; Institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.

E-mail: olga_2511@ukr.net.

Плясун О.М.

ТАРАС ШЕВЧЕНКО В ІМІДЖЕВИХ СТРАТЕГІЯХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ: ЛІНГВІСТИЧНА АРГУМЕНТАЦІЯ

Анотація. У статті розглянуто актуальні проблеми лінгвістичної іміджелогії – інноваційної гуманітарної дисципліни, яка досліджує мовні особливості творення іміджу. Закентовано увагу на останніх здобутках у галузі медіалінгвомідджелогії – напрямку неолінгвістики, що вивчає лінгвістичні та екстрадінгвістичні принципи іміджетворення у сучасних медійних текстах.

Запропоновано інтерпретацію понять "іміджева стратегія" та "іміджева стратегія держави" у медіалінгвістиці. Визначено мовні фактори конструювання іміджу держави у ЗМІ. Проаналізовано вплив прецедентних номенів культури на формування національного та міжнародного іміджу України в сучасних медіа. Зроблено висновок про підвищення рівня зацікавленості засобів масової інформації до знакових для мовної свідомості суспільства постатей. Для української культури такими символічними фігурами є, зокрема, Ярослав Мудрий, Богдан Хмельницький, Григорій Сковорода, Тарас Шевченко, Леся Українка, Іван Франко, Валерій Лобановський, Андрій Шевченко, Віталій і Володимир Клички та ін. Особливе місце у національній пам'яті українців посідає прецедентний онім Тарас Шевченко. Своєрідним "поштовхом" до нового прочитання Шевченкової творчості та сприйняття особи автора стали події Майдану й Революції Гідності. Образ поета "ожив", актуалізувався в українській масовій культурі, що уможливило його використання в іміджевих стратегіях держави. Так, моніторинг останніх публікацій в українських та зарубіжніх медіа ("Дзеркало тижня", "Урядовий кур'єр", "День", ТСН, 24 канал, "The Telegraph" та ін.) переконливо свідчить про те, що апеляція до прецедентного для української культурної свідомості оніма Тарас Шевченко є важливою частиною іміджевої кампанії нашої держави. Доведено, що онім Тарас Шевченко фігурує у багатьох іміджевих стратегіях України, з-поміж яких найбільш впливовими є стратегія універсального (масового) іміджу, стратегія цільового іміджу, стратегія "креативного вибуху", стратегія позиціювання, міфологізації, емоціоналізації, візуалізації та ін. Сформульовано тезу про те, що апеляція до Кобзаря в рамках проведення іміджевої кампанії України може бути досить ефективною, адже Тарас Шевченко – це її "візитна картка", образ, що прочитується реципієнтами на вербальному та невербальному, емоційному й архетипному рівнях.

Ключові слова: лінгвістична іміджелогія, імідж, імідж України в медіа, іміджева стратегія, прецедентне ім'я, Тарас Шевченко.

Інформація про автора: Плясун Ольга Миколаївна – аспірант, асистент кафедри стилістики та мовної комунікації; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: olga_2511@ukr.net.

Плясун О.Н.

ТАРАС ШЕВЧЕНКО В ИМИДЖЕВЫХ СТРАТЕГИЯХ СОВРЕМЕННОЙ УКРАИНЫ: ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ АРГУМЕНТАЦИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные проблемы лингвистической имиджелогии – инновационной гуманитарной дисциплины, которая исследует языковые особенности создания имиджа. Акцентировано внимание на последних достижениях в области медиалингвоимиджелогии – направления неолингвистики, изучающего лингвистические и экстралингвистические принципы конструирования имиджа в современных медийных текстах. Предложена интерпретация понятий "имиджевая стратегия" и "имиджевая стратегия государства" в медиалингвистике. Определены языковые факторы создания имиджа государства в СМИ. Проанализировано влияние прецедентных номенов культуры на формирование национального и международного имиджа Украины в современных медиа. Сделан вывод о повышении уровня заинтересованности средств массовой информации к знаковым для языкового сознания общества фигурам. Для украинской культуры такими символическими фигурами являются, в частности, Ярослав Мудрый, Богдан Хмельницкий, Григорий Сковорода, Тарас Шевченко, Леся Украинка, Иван Франко, Валерий Лобановский, Андрей Шевченко, Виталий и Владимир Кличко и др. Особое место в национальной памяти украинцев занимает прецедентный оним Тарас Шевченко. Своеобразным "толчком" к новому прочтению творчества Шевченко и восприятия личности автора стали события Майдана и Революции Достоинства. Образ поэта "ожил", актуализировался в украинской массовой культуре, что сделало возможным его использование в имиджевых стратегиях государства. Так, мониторинг последних публикаций в украинских и зарубежных СМИ ("Зеркало недели", "Урядовый курьер", "День", ТСН, 24 канал, "The Telegraph" и др.) убедительно свидетельствует о том, что апелляция к прецедентному для украинского культурного сознания ониму Тарас Шевченко является важной частью имиджевой кампании нашего государства. Доказано, что оним Тарас Шевченко фигурирует во многих имиджевых стратегиях Украины, среди которых наиболее влиятельными являются стратегия универсального (массового)

имиджса, стратегия целевого имиджа, стратегия "креативного взрыва", стратегия позиционирования, мифологизации, эмоционализации, визуализации и др. Сформулирован тезис о том, что апелляция к Кобзарю в рамках проведения имиджевой кампании Украины может быть достаточно эффективной, ведь Тарас Шевченко – это ее "визитная карточка", образ, прочитываемый реципиентами на вербальном и невербальном, эмоциональном и архетипном уровнях.

Ключевые слова: лингвистическая имиджелогия, имидж, имидж Украины в медиа, имиджевая стратегия, прецедентное имя, Тарас Шевченко.

Информация об авторе: Плясун Ольга Николаевна – аспирант, ассистент кафедры стилистики и языковой коммуникации; Институт филологии; Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко.

Электронный адрес: *olga_2511@ukr.net.*

For any nation allocation of prominent figures, personalities that have determined the direction of development of a state, have become symbols of a certain historical epoch, cultural markers of a country seems quite reasonable and logical. For instance, such figures as William Shakespeare, Isaac Newton, Charles Darwin, Winston Churchill, Queen Victoria, Princess Diana are symbolic for British culture; Dante Alighieri, Marco Polo, Francesco Petrarca, Leonardo da Vinci, Galileo Galilei, Antonio Vivaldi represent the Italian culture; Jeanne d'Arc, Rene Descartes, Blaise Pascal, Louis XIV, Voltaire, Napoleon Bonaparte, Victor Hugo are deservedly considered as iconic figures of French history. Undoubtedly, Yaroslav the Wise, Bohdan Khmelnytsky, Grigory Skovoroda, Taras Shevchenko, Lesya Ukrainka, Ivan Franko, Valery Lobanovsky, Andriy Shevchenko, Vitaliy and Volodymyr Klychko have become significant and prominent figures of Ukrainian culture.

In linguistics, analogical proper names are described as **precedent**, i.e., according to L. Shevchenko, "they have a regulatory

.....

nature and are perceived by recipients as approved in communication models, samples, symbols" ¹[14, p. 9].

In our view, a professional analysis of the peculiarities of functioning of precedent names in media texts is also important for image investigations. The latter includes scientific research in the field of **linguistic imageology** – innovative humanitarian discipline which studies linguistic features of image creation; and **medialinguistic imageology** – a science that, according to A. Shilina's concept, explores "the linguistic and extralinguistic specificity of creating an image in "our" media texts" [15, p. 82].

We fully agree with L. Shevchenko that the precedent names of culture "allow us to make a peculiar linguistic screening of mass cultural consciousness of society" [14, p. 10]. Furthermore, meanings which such proper names produce have a great impact on the formation of internal (national) and external (international) **image of a country in media** and are one of the determining factors of its creation. In this context, it should be noted that precedent names of the various spheres of social activity (i.e. politics, economics, science, culture, literature, art, sports, history, etc.) are often used in image strategies of a state.

The term "**strategy**" was borrowed in science from the military sphere. The lexeme comes from the Greek "strategia", which in translation means "the art of preparing and conducting war and major military operations" [4, p. 449]. In a figurative sense, this concept is interpreted as "the art of social and political leadership of the general public, which should determine the main direction of its actions" or "the course of action, the pattern of someone's behavior" [4, p. 449]. Gradually, the term expanded the scope of its functioning and is now used not only in the military field, but also in political science, marketing, management, economics etc. According to A. Novyk's observation, "the strategy was literally adapted and turned

¹In a translation from Ukrainian: «мають регулятивний характер і сприймаються реципієнтами як апробовані в комунікації моделі, зразки, символи» [14, с. 9]. Hereinafter all quotations are given in English translation

into an interdisciplinary category, which is now widely used both in science and applied research" [5, p. 63].

It is quite obvious that imageology as a new branch of humanitarian knowledge uses the conceptual apparatus of other sciences. In our case, we state the borrowing of the terms "strategy", "state strategy" from the political terminology system and the development of new concepts – "**image strategy**", "**image strategy of a state**".

For instance, **image strategy** in professional literature is defined as "tactical ways of combining the image of a political leader and a party brand in election technology with a view to overlaying them in electoral campaigns"; "systematization of the main ideas of the image campaign" etc. [5, p. 64].

According to I. Vasylenko, the **image strategy of the state** is "a designed for a long historical period (25-30 years) program of systemic influence on world public opinion through all channels of mass communication and public diplomacy with the purpose of forming a stable positive internal and external policy image" [1]. As a rule, the indicated definitions function in political science research devoted to the study of the phenomenon of "the image of the state". It is worth noting though that these categories are new for linguistics; hence, for the time being in professional literature there is no linguistic definition of the concept "image strategy of the state".

To our mind, **in media linguistics** the term "**image strategy of the state**" can be interpreted as a deliberate work of all media (press, radio, television, Internet) aimed at achieving the most favorable and desirable internal (national) and external (international) image. In the process of this work journalists use effective linguistic means of image-making, such as writing and distribution of image texts and image plots, accumulation of affective expressions, emotionally-evaluative lexemes, emotional subjective judgments, usage of suggestive neuro-linguistic technologies etc.

In modern science, a sufficiently large number of scientific works is devoted to the study of mechanisms for the formation and implementation of the image strategy of the state. In this area G. Pocheptsov's works are particularly worth noting ("Image: from

pharaohs to presidents", 1997 [8]; "Image", 2006 [7]; "Profession: image-maker", 1998 [9]; "Public Relations, or How to successfully manage public opinion", 1998 [10] etc.). For instance, the list of the main image strategies and tactics (i.e. positioning, manipulation, mythmaking, emotionalization, verbalization, metaphorization etc.), proposed by the scholar, is, to our mind, quite logical; accordingly, it is widely used by representatives of various areas of image-making – political, economic, linguistic asf. Scientific interest is also given to innovative research conducted by A. Novyk [5], I. Panteleichuk [6], O. Tyukarkina [12], G. Rogochai [11], I. Vasylenko [1, 2] etc.

The scientific researches of the psychologist O. Zmanovska [3] are important for understanding the basic principles of image management and, accordingly, the peculiarities of constructing effective image strategies. The researcher explains the concept "image strategy" as "the direction and general guidelines for building an image" [3, p. 87].

Content analysis of publications about Ukraine in modern mass media demonstrates widespread usage of precedent names and figures, symbolic for Ukrainians and their language consciousness. The founder of the new Ukrainian literary language **Taras Shevchenko** is, beyond any doubt, one of the most decisive and notable figures of Ukrainian culture. Moreover, the poet's image is an integral part of the national memory of our country.

Today Taras Shevchenko is not only a precedent name. He is a carrier of heterogeneous meanings, reflections which require detailed study and scientific argumentation. We fully agree with L. Shevchenko that "shevchenkiana is a great continent in both philological and historical studies, where there are various research genres, concepts, ideologues, attempts to find subtle tools for the interpretation of the mystery of Shevchenko's word" [13, p. 8].

In linguistic science, **an image aspect** can be a new stage in Shevchenko studies. In particular, the object of our research interest is the linguistic peculiarities of the usage of the proper name Taras Shevchenko in image strategies of modern Ukraine. It should be noted that in media communication a well-known proper name Taras Shevchenko is used quite often, which can be explained by the

special role of the poet in the national-cultural identity of Ukrainians. The monitoring of recent publications in Ukrainian and foreign media proves that the appeal to the precedent name for the Ukrainian cultural consciousness **Taras Shevchenko** is an important part of the image campaign of our state, in the context of which one should emphasize the following **image strategies**:

1) *the strategy of the universal (mass) image* – is formed on the basis of social stereotypes and collective images [3, p. 87]. The main objective of the above-mentioned strategy is to construct an image which "focuses simultaneously on different social groups" [3, p. 87]. According to our observations, in media this strategy is used by selecting lexemes that have a nation-oriented character and expressive emotional and appraisal connotation. At the linguistic level, this strategy is implemented in:

• **periphrases with appreciative component**², e.g.: *"It is Kobzar who remains and will remain the marker of Ukrainian identity. Like Shakespeare for all Englishmen – even those who never read his books and saw his plays. That is why our knowledge and especially our idea of the poet matters principally: how we perceive him, we perceive ourselves and our future"* [Dzherkalo tzhynia, 10.03.2017]; *"Delivering a speech at the ceremony of awarding the Taras Shevchenko Prize, Petro Poroshenko congratulated Ukrainians on the 203rd anniversary of the birth of Kobzar, stressing that this is the figure that unites Ukrainians and creates Ukraine"* [Uriadovyi kurier, № 46 (5915), 2017]; *"It is Shevchenko who is called with love and respect the father of the Ukrainian nation"* [Uriadovyi kurier, № 46 (5915), 2017]; *"The stage also carries an unusually banal – but fit for purpose – saying of Taras Shevchenko, the poet and author regarded as the Chaucer of Ukrainian literature, who apparently said: "Battle on – and win your battles!"*(fn Jeffrey Chaucer – an English poet, "the father of English poetry", one of the founders of

²Hereinafter all the illustrative material is submitted in English translation, the original can be found at the end of the article before the list of literature

English national literature and literary English) [The Telegraph, 11.06.2016].

In the last illustrative material one can notice an interesting periphrasis: **Taras Shevchenko – Chaucer of Ukrainian literature**. In fact, this testifies to a combination of various linguocultural meanings in the periphrasis. Jeffrey Chaucer, one of the founders of English national literature and literary English, is an iconic figure for the English, often called "the father of English poetry". For Ukrainians Taras Shevchenko is such a symbolic person, and the use of this expression evidences a high appreciation of the poet's creative work in England. This in turn can positively affect the construction of Ukraine's external image.

• **emotionally evaluative metaphors, personifications:** "*Shevchenko's majesty and power is not only in his poetry. He returned historical memory to the Ukrainians, awakened national consciousness and forced to recall dignity, inspired the nation to struggle*" [Uriadovyi kurier, № 46 (5915), 2017]; "*Taras Shevchenko's "Testament" raised the national liberation wave of the Ukrainian Revolution of 1917-1920, and now Ukrainians must master its main lesson – the lesson of unity*" [Uriadovyi kurier, № 46 (5915), 2017]; "*Shevchenko created the modern Ukrainian language and the concept of Ukrainians as a nation*" [The Telegraph, 04.02.2010]; "*Taras Shevchenko is the national poet, a man born into serfdom in the 19th century who would elevate the Ukrainian language to the literary and with it foster ideas of Ukraine as a nation*" [The Telegraph, 16.06. 2012];

• **stylistic hyperboles:** "*we have not reached the full weight of the light of not only Ukraine but of all mankind*" [Den, 21.05. 2016];

• **epithets with evaluative function:** "*Even among his contemporaries confirmed the view that he was a giant, a genius poet, artist, thinker, the great son of Ukraine. And these are not pathetic words, but the truth. Such an estimation of the genius gave time, made minds ...*" [Den', 21.05. 2016]; "*The country's national hero is a figure little known abroad but fundamental to its modern identity – the 19th century poet Taras Shevchenko, whose bushy*

moustache and frowning eyes are to be seen on statues in almost every town" [The Telegraph, 04.02.2010] etc. It should be noted that in order to achieve the desired effect – the creation of a favorable state image in media – journalists use not only precedent name **Taras Shevchenko**, but also use quotes from the author's poems: "*The President ... assured that today Ukrainians have a clear understanding of their "wide road"*" [Uriadovyi kurier, № 46 (5915), 2017];

2) **target image strategy** – is constructed with an orientation towards a particular image audience and its characteristics [3, p. 87]. The purpose of the target image strategy is to meet the expectations of a clearly defined social group (i.e. narrowly professional, children's, youth, intellectual, etc.) [3, p. 87-88].

In particular, in Ukrainian media this strategy is realized in the **selection of lexemes with semantics of age**: "*Taras Shevchenko may be interesting to a young Ukrainian. Just don't make him an icon*", emphasizes singer Svyatoslav Vakarchuk. "*I believe that this is a big mistake (and maybe it was specially made by someone in Soviet times) – the iconization of Shevchenko. An interesting progressive poet was turned into a symbol of Ukraine's sadness. We must change the attitude to his image, because there are many life-affirming things in his poetry*" [Radio "Svoboda", 10.03.2009]; "*Modern Shevchenko for modern youth*" [<http://su.org.ua>, 28.02.2014]; "*Taras Shevchenko through the eyes of Lviv youth*" [<http://city-adm.lviv.ua>, 20.03.2014] etc.

3) "**breaking usual stereotypes**" or "**creative explosion**" **strategy** – is aimed at creating "an original image which stands out sharply against the background of the usual images" [3, p. 89]. One should note that in Ukrainian media the use of the above-mentioned strategy is followed in publications which are of a sensational nature, mainly in headlines: "*Taras Shevchenko: facts about an artist that the majority doesn't know*" [Channel 24, 09.03.2016], "*5 facts about Shevchenko, which are not taught at school*" [TSN, 09.03.2017], "*15 little-known facts about Taras Shevchenko*" [etnoxata.com.ua]. To enhance the effect of novelty and sensationalism journalists use **tautology as a stylistic device**: "*Unknown facts about known*

Kobzar" [tv-news.dp.ua, 09.03.2016], "*Unknown of the well-known: 7 facts about Taras Shevchenko*" [twoemisto.tv, 09.03.2017] etc.

4) "*positioning*" strategy, the main purpose of which is "immersing an object in a favorable information environment" and "inclusion of emotional component of image making, which has a great influence on recipients and is quite memorable" [7, p. 125-126]. In media this strategy is used in **emotional** and **appraisal nominations**: "*Shevchenko is the spirit of Ukraine, the best of the poets to express the sufferings and hopes of ordinary Ukrainians*" [counterpunch.org, 01.04.2016], "*Shevchenko has long been the most famous of Ukrainian poets and certainly the most loved one*" [counterpunch.org, 01.04.2016] etc.

5) "*mythologization*" strategy, the main task of the latter is "to build a double message, bypass the filter of the audience, affect it at the subconscious level" [7, p. 144]. We should note that this strategy is very effective in image publications about Ukraine. It involves the usage of **national myths** and **archetypes**. In this context we fully agree with G. Pocheptsov's opinion that "myth and archetype belong to the very type of information which at a deep level is present in each of us, and the task is to activate this symbolism in a direction that is beneficial for the communicator" [7, p. 144]. For instance, in many Ukrainian and foreign media the proper name **Taras Shevchenko** is related to the archetypes "**father**" and "**son**": "*Taras Shevchenko... The son of the Ukrainian people. The father of Ukraine. He became a symbol of liberty, justice and endurance for every citizen of Ukraine, a symbol of the Ukrainian national movement and revival. As a literary scholar Ivan Dzyuba writes, "Taras Shevchenko is Ukraine". And this statement is truly indisputable*" [blogs.korrespondent.net, 11.11.2013], "*Largely regarded as the father of Ukrainian literature and linguistics, Taras Shevchenko was a brilliant but controversial philosophical artist and scholar of the 19th century*" [theculturetrip.com, 26.12.2016];

6) "*emotionalization*" strategy, aimed at special accumulation of emotionally coloured information in a text, which "easily passes the audience filters and is much more memorable" [7, p. 162]. Such

information, according to G. Pocheptsov, is more "alive", respectively, it is perceived by recipients as clear and familiar [7, p. 162]. A linguistic analysis of the media content about our state before the **Revolution of Dignity** and after it clearly indicates that publications about Ukraine in recent years (2014-2018) are more emotionally coloured, hence, they perform better the most important function in media – the **influence function**. Certainly, the figure of Taras Shevchenko plays an important role in this change, as Ukrainians perceive the poet's image as "**the spiritual Hetman of the Maidan**": *"That is why the creative work of Taras Shevchenko is perceived so **emotionally** today, it lives so organically in the ethnonational spiritual space of the Ukrainian people's existence. In many respects, thanks to Shevchenko, such popular protest shifts as the **Orange Revolution** and **Euromaidan** have become revolutions of the spirit. The national spirit, which breaks to revive and establish the national and human dignity of Ukrainian citizens, achieve the truth and justice by non-violent methods. That is why Taras Shevchenko is so "**inquired**" today"* [incognita.day.kiev.ua, from the article by academician of the National Academy of Sciences of Ukraine M. Zulinsky], "*People needed an inspirer who would understand them and **maintain the power of the spirit at the most difficult moments**. And Ukrainians had such an inspirer. Shevchenko became not only the most famous poet, but a kind of **prototype of a fiery and irreconcilable revolutionist, a folk hero** who lived between barricades, acted with activists and stood with them under bullets. He turned into a popular folklore image that appeared in various romantic and mythological semblances: a philosopher – a Buddhist monk, if not the Buddha itself, a fiery CheGavar in a T-shirt with the inscription "Che", in countless interpretations of the current Ukrainian revolutionary with a closed balaclava face, desperate with a tire on his shoulder on Hrushevsky Street, with a bat in his hands against the background of the flag, with a saber, with Molotov's cocktails or in an orange building helmet which was a symbol of the "**self-defense**" fighter of Maidan in 2014. Folk artists confer the poet who, with a stroke of foot, drops a monument to Lenin from the pedestal with supernatural forces or*

portray him in the Superman suit. Shevchenko "comes to life" ... [aspen.org.ua, 24.11.2014], **"Taras Shevchenko became a symbol of the revolution for Ukrainians. With the words of Shevchenko they go to the barricades of the Maidan. Under his gaze they are ready to give their life. To be free. It seems that if Taras Grygorovych lived today, he would also be these days in a helmet, in warm clothes and at the capital's Maidan"** [gig.if.ua, 23.04. 2014], **"We needed his word. Because it remains relevant today. It is important to each of us as a powerful energy accumulated by many generations and concentrated in the poet's prophecies that are able to consolidate the society before the new challenges of time** [aspen.org.ua, 24.11.2014];

7) **"visualization"** strategy – the impact immediately on several channels: verbal and visual [7, p. 200]. It should be noted that visualization is a very effective and successful image strategy, because "there is no need to explain visual manifestations, they affect a person beyond his or her consciousness" [7, p. 200]. In the context of the image policy of our state we note that this strategy is often used by the Ukrainian media as a way to actualize the image of Taras Shevchenko in the cultural consciousness of the society. The latter includes the interpretation of the author's personality in contemporary art. And again, the events of the Ukrainian revolution in 2014 became a kind of impetus for a new reading, a new "vision" of Shevchenko, as after the Maidan new portraits of Kobzar were created: Shevchenko-Superman, Shevchenko at the Maidan, Shevchenko in the ATO etc. For instance, at the exhibition "Modern look at Taras Shevchenko (artistic interpretation)", which took place on March 11, 2015 at the Institute of Philology of Taras Shevchenko National University of Kyiv on the occasion of the International Roundtable to the 201st anniversary of the writer's birth, paintings by world-famous Ukrainian artists A. Yermolenko, Y. Shapoval, O. Shuplyak and N. Guziy were presented. On these paintings Shevchenko is presented in rather unusual hypostases. In particular, A. Yermolenko depicted the poet as Elvis Presley (Figure 1), a cossack-anarchist (Figure 2), an Indian teacher-prophet (Figure 3); in artistic interpretation of Y. Shapoval Taras Shevchenko is depicted

as a participant of ATO on barricades with a tire in his hands (Figure 4). "Ukrainian Salvador Dali" O. Shuplyak, a master of illusory paintings, depicted Shevchenko's face against the background of a boy who grazes lambs – in fact, it is an illustration to the author's poem "I was thirteen" (Figure 5), cossack playing the Kobza (painting "The spirit of freedom", Figure 6), etc., while N. Huziy presented images from "Kobzar" on Easter eggs (Figure 7). Our attention is also drawn to the portrait of a young Shevchenko, established on the square of Independence in Rivne (Figure 8). Created in the form of a mosaic of one and a half thousand photographs of Ukrainians, it clearly confirms that Shevchenko is each of us.

The image of Taras Shevchenko in contemporary interpretation of Ukrainian artists

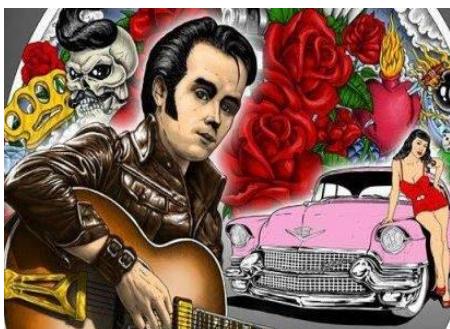
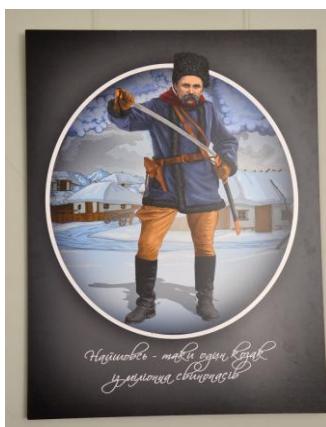


Figure 1. Shevchenko in the image of Elvis Presley
Figure 2. Shevchenko as cossack-anarchist



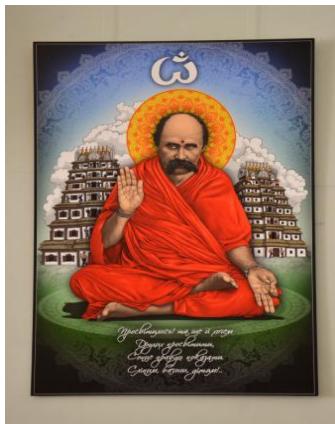


Figure 3. Shevchenko-Indian teacher-prophet

Figure 4. Shevchenko participant of ATO

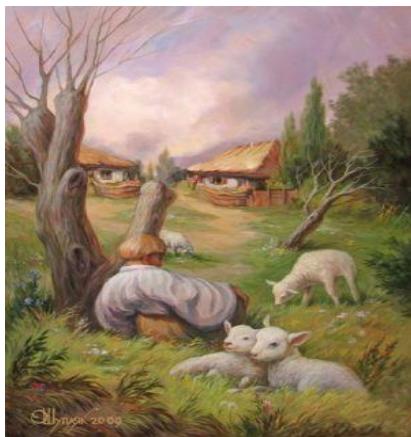


Figure 5. "I was thirteen"



Figure 6. "The Spirit of Freedom"



Figure 7. Images from "Kobzar" on Easter eggs



Figure 8. Portrait of Shevchenko on Independence Square in Rivne

Therefore, the analysis of contemporary Ukrainian and foreign media content indicates an increase in the level of media's interest to precedent figures which are significant for the language consciousness of a society. In the national memory of the Ukrainian people the proper name Taras Shevchenko occupies a special place. The events of Maidan and the Revolution of Dignity became a kind of "push" to the new reading of Shevchenko's creative work and the perception of the author's personality. The poet's image "revived" and was actualized in Ukrainian mass culture, which made it possible to use it in the image strategies of the state. The investigation shows that the appeal to Kobzar in the framework of the Ukrainian image campaign can be quite effective; after all, Taras Shevchenko is its "business card", an image that concentrates in itself a large number of meanings which are read by recipients on many levels: verbal and non-verbal, emotional and archetypal etc. Meanwhile, the issue of linguistic programming of a positive state image, taking into account the meanings formed in the mass consciousness of Ukrainians, needs to be thoroughly developed and opens the prospect for new scientific research in this field.

**The original of the illustrative material
(in the order of its reduction in the article):**

- **перифрази з компонентом оцінності: "Саме Кобзар залишається й залишатиметься маркером української ідентичності. Як Шекспір для всіх англійців — навіть тих, які**

жодного разу не брали до рук його книг і не бачили жодної вистави. Тому наше знання й особливо уявлення про поета має значення принципове: яким ми сприймаємо його, такими сприймаємо себе й своє майбутнє" [Дзеркало тижня, 10.03.2017]; "Виступаючи на церемонії вручення премії імені Тараса Шевченка, Петро Порошенко привітав українців із 203-ю річницею із дня народження Кобзаря, наголосивши, що **це та постать, яка об'єднує українців і створює Україну**" [Урядовий кур'єр, № 46 (5915), 2017 р.]; "Саме Шевченка з любов'ю і пошаною вже не одна генерація називає **батьком української нації**" [Урядовий кур'єр, № 46 (5915), 2017 р.];

- емоційно-оцінні метафори, персоніфікації: "Сила й велич Шевченка не лише в його поезії. Він повернув українцям історичну пам'ять, розбудив національну свідомість і примусив згадати про гідність, надихнув на боротьбу" [Урядовий кур'єр, № 46 (5915), 2017 р.]; ""Заповіт" Тараса Шевченка підняв національно-визволину хвилю Української революції 1917-1920 років, і нині українці мають засвоїти її головний урок - урок єдності" [Урядовий кур'єр, № 46 (5915), 2017 р.];

- стилістичні гіперболи: "... ми до кінця й не осягнули вагу світоча не лише України, а й усього людства" [День, 21.05. 2016];

- епітети з оцінною функцією: "Ще серед сучасників утвердилася думка, що він велет, геніальний поет, художник, мислитель, великий син народу. І це не пафосні слова а свята правда. Таку оцінку генію дав час, склали уми..." [День, 21.05. 2016]; "Президент ... запевнив, що сьогодні в українців з'явилося чітке усвідомлення "свого шляху широкого"" [Урядовий кур'єр, № 46 (5915), 2017 р.];

- добір лексем із віковою семантикою: "Тарас Шевченко може бути цікавий **молодому українцю**. Тільки не треба робити з нього ікону, наголошуючи співак Святослав Вакарчук. "Я вважаю, що це велика помилка (а, можливо, це навіть спеціально було кимсь зроблено в радянські часи) – іконізація Шевченка. Цікавого прогресивного поета перетворили на символ смутку України.

Треба змінити ставлення до його образу, адже в його поезії багато життєствердніх речей" [Радіо "Свобода", 10.03.2009]; "Сучасний **Шевченко** для сучасної **молоді**" [<http://su.org.ua>, 28.02.2014]; "Тарас **Шевченко** очима львівської **молоді**" [<http://city-adm.lviv.ua>, 20.03.2014] та ін.;

- **заголовки:** "Тарас **Шевченко**: факти про митця, яких не знає більшість" [24 канал, 09.03.2016], "5 фактів про **Шевченка**, які не вивчають у школі" [ТСН, 09.03.2017], "15 маловідомих фактів про **Тараса Шевченка**" [etnoxata.com.ua];

- **тавтологія як стилістичний засіб:** "Невідомі факти про відомого **Кобзаря**" [tv-news.dp.ua, 09.03.2016], "Невідоме про відомого: 7 фактів про Тараса Шевченка" [tvoemisto.tv, 09.03.2017] та ін.;

- **використання архетипів "батько" та "син":** "Тарас **Шевченко...** Син українського народу. Батько України. Він став символом волі, справедливості та витривалості для кожного громадянина підневільної України, символом українського національного руху та відродження. Як пише літературознавець та шістдесятник Іван Дзюба, ... "Тарас **Шевченко** – це Україна". І це твердження є дійсно безперечним" [blogs.korrespondent.net, 11.11.2013];

- **конструювання образу Шевченка як "духовного гетьмана Майдану":** "Ось чому так емоційно чутливо сприймається й сьогодні творчість **Тараса Шевченка**, так органічно вона живе в етнонаціональному духовному просторі буття українського народу. Саме багато в чому завдяки Шевченкові такі всенародні протестні зрушення, як **помаранчева революція та Євромайдан**, стали **революціями духу**. Духу національного, який поривається відродити й утвердити національну і людську гідність громадян України, добитися правди і справедливості ненасильницькими методами. Саме тому так сьогодні "запитуваний" **Тарас Шевченко** [incognita.day.kiev.ua, зі статті академіка НАН України М. Жулинського]; "Людям потрібен був **натхненник**, який розумів їх і підтримував силу духу в найважчі хвиліни. І такий **натхненник** в українців був. **Шевченко** став не просто

найвідомішим поетом, а своєрідним першиообразом *полум'яного і неприміренного революціонера, народним героєм*, що жив поміж барикад, діяв разом із активістами і стояв із ними під кулями. Він перетворився на популярний фольклорний образ, що являється у різних романтично-міфологічних подобах: то філософа - буддиського монаха, якщо не самого Будди, то полум'яного ЧеГеваре у футболці із написом "Че", то у незліченних інтерпретаціях нинішнього українського революціонера із закритим балаклавою обличчям, відчайдуха із шинкою на плечі на вулиці Грушевського, із битою у руках на тлі пропора, із шаблею, із коктейлями Молотова чи у помаранчевій будівельній касці, що була символом "бійця" самооборони Майдану 2014 року. Народні художники наділяють надприродними силами поета, який ударом ноги скидає із п'єдесталу пам'ятник Леніну, або ж зображають його в костюмі Супермена. *Шевченко "оживає"...* [aspen.org.ua, 24.11.2014]; *"Тарас Шевченко став символом революції" для українців.* Зі словами Шевченка йдуть на барикади Майдану. Під його поглядом *готові віддати життя*. Аби бути вільними. Здається, якби Тарас Григорович жив сьогодні, він теж був би у ці дні в касці, в теплому одязі і на столичному Майдані" [gig.if.ua, 23.04. 2014]; *"Нам потрібне було його слово. Бо воно залишається актуальним і до сьогодні.* Воно важливе кожному з нас як *потужна енергія*, накопичена багатьма поколіннями і сконцентрована у пророцтвах поета, що здатні *консолідувати суспільство перед новими викликами часу* [aspen.org.ua, 24.11.2014].

REFERENCES

1. Vasilenko I.A. *Image strategy of modern Russia* [Imidzhevaya strategiya sovremennoy Rossii]. Rossiya i mir: anatomiya sovremennykh protsessov: sbornik statey. Moskow, 2014. P. 390-414.
2. Vasilenko I.A. *The role of technologies of "soft power" in the formation of Russia's image strategy* [Rol' tekhnologiy "Myagkoy sily" v formirovaniy imidzhevoy strategii Rossii]. Kontury globalnykh transformatsiy: politika, ekonomika, pravo. 2015. №1 (39). P. 28-34.
3. Zmanovskaya E.V. *Managing a personal image* [Upravleniye lichnym imidzhem]. 2005. P. 87-89.

4. *Dictionary of the Ukrainian language: in 11 volumes* [Slovnyk ukrayins'koyi movy: v 11 tomakh]. Volume 9, 1978. P. 751. URL: <http://sum.in.ua/s/strategija>.
5. Novyk A.O. *Image strategies in presidential election campaigns in Ukraine* [Imidzhevi stratehiy u prezydents'kykh vyborchykh kampaniyakh v Ukrayini] Filosofiya i politolohiya v konteksti suchasnoyi kultury. 2013. Volume 6 (2). P. 61-66.
6. Panteleychuk I.V. *Mechanisms for the formation and implementation of the state image strategy* [Mekhanizmy formuvannya ta realizatsiyi derzhavnoyi imidzhevoyi stratehiyi]. Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok. 2012. № 9.
7. Pocheptsov G.G. *Imageology* [Imidzhelohiya]. Kiev, 2006. 574 p.
8. Pocheptsov G.G. *Image: from pharaohs to presidents. Construction of imaginary worlds in myth, fairy tale, anecdote, advertising, propaganda and public relations* [Imidzh: ot faraonov do prezidentov. Stroitel'stvo voobrazhayemykh mirov v mifie, skazke, anekdote, reklame, propagande i publik rileyshnz] Kiev, 1997. 328 p.
9. Pocheptsov G.G. *Profession: image maker* [Professiya: imidzhmeyker]. Kiev, 1998.
10. Pocheptsov G.G. *Public relations, or how to successfully manage public opinion* [Pablik rileyshnz, ili kak uspeshno upravlyat' obshchestvennym mneniyem]. Moscow, 1998.
11. Rogochaya G.P. *Historical memory in the context of image strategies* [Istoricheskaya pamiat' v kontekste imidzhevyykh strategiy]. Problemy natsional'noy bezopasnosti Rossii: uroki istorii i vyzovy sovremennosti. 25 let bez Sovetskogo Soyuza: sbornik Statey mezhdunarodnoy konferentsii. Krasnodar, 2016. P. 156-161.
12. Tyukarkina O.M. *Modern image strategies of the European Union countries: the experience of comparative analysis* [Sovremennyye imidzhevyye strategii stran Yevropeyskogo Soyuza: opyt sravnitel'nogo analiza]. Diplomaticeskaya sluzhba. 2012. № 1.
13. Shevchenko L.I. *Meanings of Taras Shevchenko and mass media: the situation before anniversary* [Smysly Tarasa Shevchenka y mas-media: peredyuvileyna sytuatsiya]. Aktualni problemy ukrayins'koyi linhvistyky: teoriya i praktyka: zb. naukovykh prats. Volume 27. Kyiv, 2013. P. 7-18.
14. Shevchenko L.I. *Precedent names of culture in Ukrainian media* [Pretsedentni nomeny kul'tury v ukrayins'kykh media]. Aktualni problemy ukrayins'koyi linhvistyky: teoriya i praktyka: Zb. naukovykh prats. Kyiv, 2017. Volume 34. 129 p. P.7-18.

15. Shyolina A.G. *Media linguistic imageology and media linguistic imagology as the meso paradigms of media linguistics* [Medialingvoimizheliogiya i medialingvoimagologiya kak mezoparadigmы medialingvistiki]. Mezhkul'turnyye kommunikatsii: nauchnyye shkoly i sovremennyye napravleniya lingvisticheskikh issledovaniy: tezisy dokladov uchastnikov mezhunarodnoy nauchnoy konferentsii. Simferopol, 19-20 April 2016. P. 82.

ЛІТЕРАТУРА

1. Василенко И.А. Имиджевая стратегия современной России. *Россия и мир: анатомия современных процессов*. 2014. С. 390-414.
2. Василенко И.А. Роль технологий "Мягкой силы" в формировании имиджевой стратегии России. *Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право*. 2015. №1 (39). С.28-34.
3. Змановская Е.В. Управление личным имиджем. 2005. С. 87-89.
4. Словник української мови: в 11 томах. Том 9. 1978. С. 751. URL: <http://sum.in.ua/s/strategija>.
5. Новик А.О. Іміджеві стратегії у президентських виборчих кампаніях в Україні. *Філософія і політологія в контексті сучасної культури*. 2013. Вип. 6(2). С. 61-66.
6. Пантелейчук І.В. Механізми формування та реалізації державної іміджевої стратегії. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2012. № 9.
7. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Киев, 2006. 574 с.
8. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. Киев, 1997. 328 с.
9. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. Киев, 1998.
10. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. Москва, 1998.
11. Рогочая Г.П. Историческая память в контексте имиджевых стратегий. *Проблемы национальной безопасности России: уроки истории и вызовы современности. 25 лет без Советского Союза*: сборник статей международной конференции. Краснодар, 2016. С. 156-161.
12. Тюкаркина О.М. Современные имиджевые стратегии стран Европейского Союза: опыт сравнительного анализа. *Дипломатическая служба*. 2012. №1.
13. Шевченко Л.І. Смисли Тараса Шевченка й мас-медіа: передовілейна ситуація. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*: зб. наукових праць. Вип. 27. Київ, 2013. С. 7-18.

14. Шевченко Л.І. Прецедентні номени культури в українських медіа. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*: зб. наукових праць. Київ, 2017. Вип. 34. С.7-18.

15. Шилина А.Г. Медиалингвоимиджелогия и медиалингвоимагология как мезопарадигмы медиалингвистики. *Межкультурные коммуникации: научные школы и современные направления лингвистических исследований*: тезисы докладов участников международной научной конференции. Симферополь, 19-20 апреля 2016. С. 82.

RESOURCES

1. Mirror of the week. Shevchenko without a tower. URL: <https://zn.ua/project/shevchenko/>
2. Government Courier. Understanding Shevchenko's heritage as a resistance to the Moscow poison. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/osmislennya-spadku-shevchenka-yak-protidiya-moskov/>
3. The Telegraph. Ukraine is a great European state. Lest we forget, it is still at war. URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/2016/06/11/ukraine-is-a-great-european-state-lest-we-forget-it-is-still-at/>
4. The Telegraph. Ukraine, Europe's enigmatic frontier. URL: <https://www.telegraph.co.uk/expat/expatnews/7155268/Ukraine-Europes-enigmatic-frontier.html>
5. The Telegraph. Euro 2012: national hero Andrei Shevchenko stirred into final hurrah against England for beloved Ukraine. URL: <https://www.telegraph.co.uk/sport/football/teams/england/9335810/Euro-2012-national-hero Andrei Shevchenko-stirred-into-final-hurrah-against-England-for-beloved-Ukraine.html>
6. Day. Taras Shevchenko: nothing human is alien to him. URL: <http://day.kyiv.ua/uk/article/ukrayinci-chytayte/taras-shevchenko-nishcho-lyudske-yomu-ne-chuzhe>
7. Radio Liberty. Shevchenko behind the scenes. What Taras Shevchenko might be of interest to contemporary Ukrainians? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/1507410.html>
8. Contemporary Shevchenko for modern youth. URL: <http://su.org.ua/2014/02/сучасний-шевченко-для-сучасної-молоді/>
9. Taras Shevchenko with the eyes of Lviv youth. URL: <http://city-adm.lviv.ua/news/culture/216439-taras-shevchenko-ochyma-lvivskoi-molodi>

10. Taras Shevchenko: facts about the artist which the majority does not know. URL: https://24tv.ua / taras_shevchenko _fakti_pro_mittsya _yakih_ne_znaye_bilshist_n665573/amp
11. 5 facts about Shevchenko which are not taught at school. URL: <https://tsn.ua/blogi/themes/books/5-faktiv-pro-shevchenka-yaki-ne-vivchayut-u-shkoli-893260.html>
12. 15 little known facts about Taras Shevchenko. URL: <https://etnoxata.com.ua/statti/traditsiji/15-malovidomih-faktiv-pro-tarasa-shevchenka/>
13. Unknown facts about the famous Kobzar. URL: <http://tvnews.dp.ua/novyny/1601-nevidomi-fakty-pro-vidomoho-kobzaria>
14. Unknown about the known: 7 facts about Taras Schevchenko. URL: http://twoemisto.tv/news/nevidome_pro_vidomogo_tsikavi_fakty_pro _tarasa_shevchenka_84386.html
15. Taras Shevchenko, the national poet of Ukraine... and 'Russian' Donetsk. URL: <https://www.counterpunch.org / 2016/04/01/ taras-shevchenko-the-national-poet-of-ukraine-and-russian-donetsk/>
16. Taras Shevchenko – Father of the Ukrainian people. URL: <https://blogs.korrespondent.net/blog/users/3211396-taras-shevchenko-batko-ukrainskoho-narodu>
17. Taras Shevchenko and the search for a Ukrainian literary identity. URL: <https://theculturetrip.com/europe/ukraine/articles/taras-shevchenko-and-the-search-for-a-ukrainian-identity/>
18. Taras Shevchenko and Euromaidan. URL: <http://incognita.day.kiev.ua/taras-shevchenko-ta-yevromajdan.html>
19. Shevchenko's image in the folklore text-making of Maidan. URL: <http://aspen.org.ua/uk/component/k2/item/232-obraz-shevchenka-u-folklorenomu-tekstotvorenni-maidanu>
20. Shevchenko on Maidan. URL: <http://gig.kosiv.biz/1067/>

Дата надходження до редакції – 30.04.2018 р.
Дата затвердження редакцією – 04.06.2018 р.