

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ
АНГЛІЙСЬКОМОВНОЇ МУЗИЧНОЇ РЕЦЕНЗІЇ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0359-а
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови
та літератури (переклад включно),
перша–англійська
освітньо-професійної програми
Мова і література (англійська)
Пелепчатіна Ангеліна Сергіївна

Керівник д.ф.н., проф. Приходько Г. І.
Рецензент д.ф.н., проф. Козлова Т.О.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології
Кафедра англійської філології і перекладу
Освітній рівень магістр
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно),
перша–англійська
Освітньо-професійна програма Мова і література (англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
англійської філології

« ____ » _____ 2020 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Пелепчатіної Ангеліни Сергіївни
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Комунікативні стратегії і тактики англійськомовної музичної рецензії».
2. Керівник кваліфікаційної роботи (проекту) д.ф.н., проф. Приходько Г.І.
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом ЗНУ від «23» квітня 2020 року № 483-с
2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту)
01 грудня 2020 р.
3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту)
теоретичні основи дослідження комунікативної англійськомовної музичної рецензії.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) дослідити основні підходи до дослідження категорії оцінки; 2) характеризувати сутність комунікативної стратегії оцінки як основної в музичній рецензії; 3) проаналізувати музичну рецензію як оцінний жанр; 4) класифікувати та описати тактики продукування позитивної та негативної оцінки та їх вербалізатори в англійськомовних музичних рецензіях.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	д.ф.н., проф. Приходько Г. І.	05.08.2020	05.08.2020
Розділ 1	д.ф.н., проф. Приходько Г. І.	14.09.2020	14.09.2020
Розділ 2	д.ф.н., проф. Приходько Г. І.	05.10.2020	05.10.2020
Висновки	д.ф.н., проф. Приходько Г. І.	14.11.2020	14.11.2020

6. Дата видачі завдання 05.08.2020

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	серпень 2020	Виконано
2	Добір фактичного матеріалу	серпень 2020	Виконано
3	Написання вступу	серпень 2020	Виконано
4	Написання теоретичного розділу	вересень 2020	Виконано
5	Написання практичного розділу	вересень 2020	Виконано
6	Формулювання висновків	жовтень 2020	Виконано
7	Проходження нормо контролю	листопад 2020	Виконано
8	Одержання відгуку та рецензії	грудень 2020	Виконано
9	Захист	грудень 2020	Виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант

_____ (підпис)

А.С.Пелепчатіна

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Г. І. Приходько

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

_____ (підпис)

В.А. Бережний

(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 64 стор., 67 джерел.

Об'єкт дослідження: комунікативні стратегії і тактики англійськомовної музичної рецензії.

Мета роботи: визначення особливостей комунікативних стратегій і тактик англійськомовної музичної рецензії.

Теоретико-методологічні засади: дослідження категорії оцінки в лінгвістиці (Н.Д. Арутюнова, Дж. Мартін, М. Хеллідей, П. Уайт), сутність комунікативної стратегії й тактики оцінки (О.М. Ільченко, М.П. Брандес, О.П. Черногрудова, Г.А. Копніна, О.О. Селіванова) й музичної рецензії (М.М. Полюжин, О.О. Тертичний, Ю.А.Лотман).

Отримані результати: Музична рецензія є реакцією на певну музичну подію (пісню, альбом, концерт), і являє собою текст як змістовно взаємопов'язану послідовність знаків. Для продукування позитивних оцінок використовуються вісім основних тактик: експлікація позитивної оцінки; виділення позитивних характеристик музичного альбому; порівняння з іншими музичними колективами для виділення позитивних якостей альбому; порівняння з іншими альбомами музичної групи для виділення позитивних якостей альбому; позитивна характеристика виконавця; об'єктивація оцінки; надання статистичної інформації та експлікація персональної оцінки рецензента. Для продукування негативних оцінок використовуються у два рази менше тактик, а саме: експлікація негативної оцінки; протиставлення; порівняння з іншими музичними колективами для виділення негативних якостей альбому та акцентування на негативних характеристиках музичного твору.

Ключові слова: *категорія оцінки, стратегія й тактика оцінки, англійськомовна музична рецензія, продукування оцінки, позитивна і негативна оцінки*

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ОЦІНКИ В АНГЛІЙСЬКОМОВНІЙ МУЗИЧНІЙ РЕЦЕНЗІЇ	6
1.1 Основні підходи до дослідження категорії оцінки в лінгвістиці...	6
1.2 Сутність комунікативної стратегії та тактики оцінки як основної стратегії оцінних жанрів в музичній рецензії.....	17
1.3 Музична рецензія як оцінний жанр	25
РОЗДІЛ 2 КОМУНІКАТИВНІ ТАКТИКИ ОЦІНКИ В АНГЛІЙСЬКОМОВНІЙ МУЗИЧНІЙ РЕЦЕНЗІЇ	34
2.1 Тактики продукування позитивної оцінки на прикладі музичних рецензій на англійській мові	34
2.2 Тактики продукування негативної оцінки на прикладі музичних рецензій на англійській мові	48
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59

ВСТУП

Дослідження комунікативних стратегій і тактик, використовуваних в жанрі сучасної англomовної музичної рецензії, є сьогодні актуальним завданням, тому що, з одного боку, розширює наукове уявлення про форми «вербальної поведінки індивідуумів в різних типах дискурсу» [Формановская 2007, с. 135], а з іншого – дозволяє визначити специфіку музичних рецензій, що розміщуються в засобах масової інформації.

Розмежування термінів комунікативна стратегія та комунікативна тактика може бути лише при співвіднесенні їх одна з одною. Стратегія пов'язана з глобальною метою комунікації, спрямована на досягнення запланованого, відкладеного в часі результату. У процесі комунікації мета розкладається на ряд конкретних, ситуативно-обумовлених завдань, відповідно до яких здійснюється вибір мовних тактик в рамках заданої стратегії. Таким чином, терміни стратегія і тактика корелюють з поняттями глобальна мета, завдання, мовний засіб вираження.

Актуальність дослідження комунікативної стратегії та тактики оцінки обумовлена низкою причин. По-перше, пояснення функціонування категорії оцінки в лінгвокультурному аспекті є ключем до розуміння національної, в даному випадку британської картини світу. По-друге, значний інтерес до категорії оцінки є результатом її багатоаспектності, тісно пов'язаної з проблемою визначення меж оцінної семантики і зв'язком категорії оцінки з іншими лінгвістичними категоріями. По-третє, на актуальність дослідження вказує необхідність опису і класифікації тактик, пов'язаних з продукуванням оцінки, способів і засобів її вираження. Крім того, в даному дослідженні аналіз комунікативної стратегії оцінки здійснюється в рамках жанру музичної рецензії, що представляє безперечний інтерес з двох причин:

- 1) оцінність є жанроутворюючим компонентом рецензії;

2) музична рецензія як жанр знаходиться на периферії лінгвістичних досліджень.

Наукова новизна полягає у спробі власного комплексного дослідження особливостей комунікативних стратегій і тактик оцінки англійськомовної музичної рецензії.

Об'єктом дипломної роботи: комунікативні стратегії і тактики оцінки англійськомовної музичної рецензії.

Предметом дослідження є специфіка актуалізації комунікативних стратегій і тактик оцінки в англійськомовній музичній рецензії.

Метою дослідження є опис комунікативних стратегій і тактик оцінки, а також лінгвістичних засобів їх реалізації в англійськомовній музичній рецензії.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- дослідити основні підходи до дослідження категорії оцінки;
- схарактеризувати сутність комунікативної стратегії оцінки як основної в музичній рецензії;
- проаналізувати музичну рецензію як оцінний жанр;
- класифікувати та описати тактики продукування позитивної та негативної оцінки та їх вербалізатори в англійськомовних музичних рецензіях.

Матеріалом дослідження стали 204 рецензії на англійській мові із найбільш відомих періодичних музичних видань Великобританії. Англійські музичні рецензії досліджуються на матеріалі рубрик, присвячених музиці, в таких виданнях як "*Uncut*", "*Q*".

З огляду на специфіку дослідження, вирішення поставлених завдань здійснювалося за допомогою наступних методів:

1. Метод суцільної вибірки.

2. Аналітичний метод: аналіз теоретичної літератури по темі дослідження.

3. Метод інтерпретаційного аналізу для визначення особливостей комунікативних стратегій і тактик оцінки англійськомовної музичної рецензії відомих видань.

4. Метод зіставлення і узагальнення при проведенні аналізу особливостей комунікативних стратегій і тактик оцінки англійськомовної музичної рецензії.

5. Кількісний аналіз для обчислення кількісних результатів.

Практична значущість дослідження полягає у можливості використання його результатів у курсі прагматики, а також під час проведення семінарських занять зі стилістики та практичних занять з англійської мови.

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаної літератури.

У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об'єкту, предмету та структурування роботи.

У першому розділі подаються загальні відомості про проблеми комунікативних стратегій оцінки англійськомовної музичної рецензії.

Другий розділ містить власний аналіз комунікативних тактик оцінки в англійськомовній музичній рецензії.

У висновках подано узагальнені результати проведеної роботи.

Загальна кількість сторінок 64, кількість використаних джерел 67.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ОЦІНКИ В АНГЛІЙСЬКОМОВНІЙ МУЗИЧНІЙ РЕЦЕНЗІЇ

1.1 Основні підходи до дослідження категорії оцінки в лінгвістиці

Проблеми становлення та функціонування понятійних категорій з точки зору їх ролі в розкритті когнітивної природи мови є дуже актуальними для сучасного мовознавства. Їх дослідження має не тільки лінгвістичне, а й загальнонаукове значення. Однією з них є категорія оцінки. Оцінка охоплює широкий діапазон різнорівневих мовних одиниць, дослідження яких представляє безперечний інтерес, так як співвідношення і взаємодія семантики і прагматики – одна з центральних проблем лінгвістики.

Теорія оцінки пройшла довгий шлях становлення. У кожен конкретний період розвитку лінгвістичної науки увагу дослідників залучали різні аспекти оцінних суджень [Добросклонская 2008, с. 75]. Узагальнення інформації про їхню природу, структуру та принципи організації призвело до виникнення нових методів і підходів до аналізу оцінних категорій. Питання, пов'язані з вивченням різних аспектів оцінки, розглядалися в рамках безпосередньо лінгвістичних дисциплін, а також стали предметом вивчення філософії, етики, логіки, психології, аксіології. [Добросклонская 2008, с. 75; Bondi, Mauranen, 2003, р. 269–271]. Однак саме в лінгвістиці гостро стоїть питання про розробку різних концепцій оцінки, взаємодії контексту і оцінного значення та інше, адже оцінка являє собою складне і багатогранне явище для осмислення і аналізу.

Оцінна діяльність людини описана в численних і багатопланових дослідних роботах. Дослідники по-різному підходять до визначення суті поняття «оцінка» у філософському, логічному, психологічному та лінгвістичному планах. Це обумовлено складністю процесу породження оцінки, під час якого те чи інше явище має бути не тільки сприйняте, але і порівнювати із існуючою моделлю світу або з особливими уявленнями людини, пропущеними через розумову сферу і сферу її почуттів, і в результаті класифіковано.

Оцінка охоплює в мові широкий діапазон одиниць, на перший погляд слабо пов'язаних між собою, які нелегко об'єднати в одному описі.

Мова відображає світ з різних сторін. Перш за все, в мові представлена об'єктивна дійсність, наявні в світі предмети, властивості, дії, включаючи людину з її думками, почуттями, вчинками і їх співвідношення [Серажим 2002, с. 133]. Оцінка як ціннісний аспект значення присутній в самих різних мовних виразах. Вона може бути обмежена елементами, меншими, ніж слово, а може характеризувати і групу слів, і ціле висловлювання.

Оцінювання – це процес, який має місце в будь-якій науці [Красильникова 1999, с. 75; Atton 2012, р. 347].

Підтвердженням цього служить той факт, що ціннісна орієнтація в багатьох випадках сприяла розвитку цілого ряду напрямків не тільки в лінгвістичній області, але і в комп'ютерній техніці, генній інженерії та в іншому, що свідчить про стійкі інтеграції наукових знань в рамках когнітивної парадигми, яка, відповідно до попереднього визначення, формувалася як міждисциплінарна (когнітивна) наука.

Оцінка – це складне явище. Вона реалізується свідомістю суб'єкта при сприйнятті і обробці інформації про зовнішній світ і співвідноситься з внутрішнім світом людини, відображаючи «картину світу», представлену

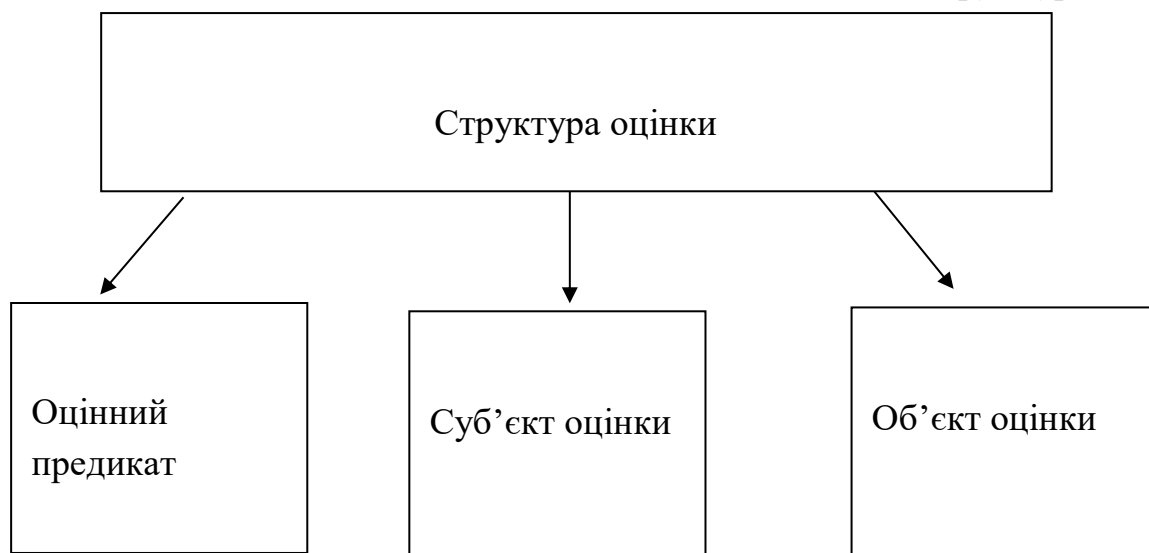
безліччю інших категорій, суміжних з оцінкою (градуальності, модальності, стану, заперечення та інше).

Оцінка – це комплексний феномен, властивий дискурсу, всю специфіку якого складно охопити і вивчити, оскільки вона не вкладається в рамки визначених лексичних та граматичних засобів в окремо взятій мові [Лотман 2006, с. 50].

Не менш ілюзорним є уявлення про вплив оцінки на процес взаємодії автора тексту і читача [Ільченко 2002, с. 65; Красильникова 1999, с. 77; Huston 1999, р. 176–206]. Одні дослідники задіють термін «оцінка» при характеристиці авторських суджень, точки зору, яка виражається в плані обговорюваної проблеми. Інші кажуть про ставлення суб'єкта мовлення до сказаного, яке в свою чергу категоризується як оцінні емоційні реакції, естетична оцінка або метадискурс.

Розглянемо структуру оцінки. Згідно традиційною точкою зору, вона розпадається на три основні елементи: суб'єкт оцінки, об'єкт оцінки і оцінний предикат (або підстава оцінки) [Лотман 2006, с. 59] (рис. 1.1):

*Рисунок 1.1
Структура оцінки*



Суб'єкт оцінки – це експліцитний або імпліцитний компонент оцінної конструкції, що представляє людину або соціум, з боку якого дається оцінка [Либер 2015, с. 117].

Об'єктом оцінки прийнято вважати компонент оцінного висловлювання, що представляє собою фрагмент навколишнього

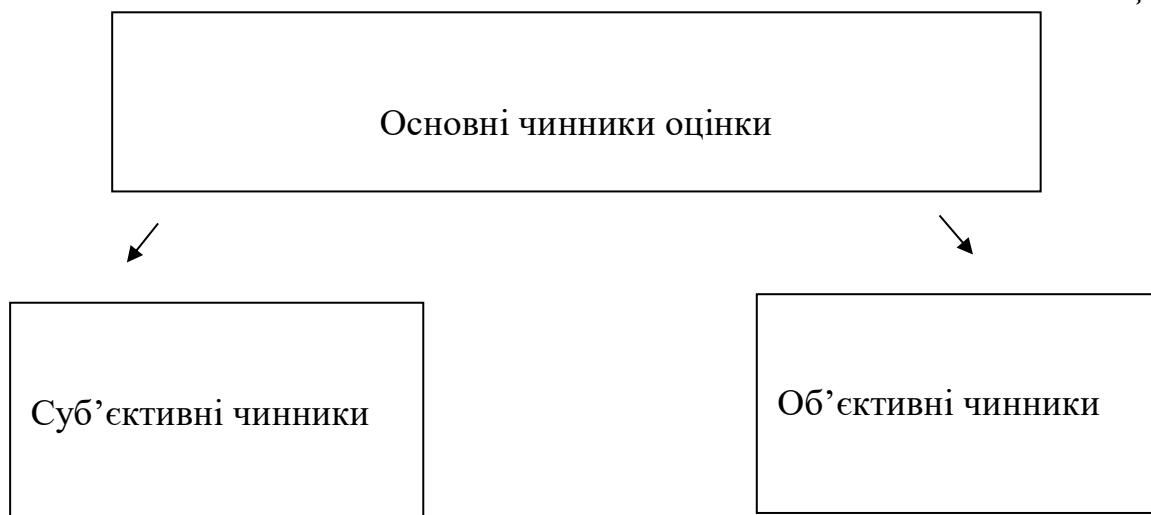
середовища, який оцінюється [Лотман 2006, с. 60]. Особливістю об'єкта оцінки є його здатність позначати не тільки конкретний предмет, а й цілу ситуацію, дію чи факт. Кожен об'єкт дійсності (річ або стан справ, людина або подія) володіє невизначеним за кількістю і складом набором аксіологічно-релевантних властивостей: в одному відношенні об'єкт може характеризуватися позитивними властивостями, в іншому – негативними.

Предикат оцінки або підстава оцінки – це компонент висловлювання, який виражає суть оцінки та є реальною основою оцінної конструкції [Красильникова 1999, с. 75].

Встановлення і вираз певних відносин між суб'єктом і об'єктом становить зміст або характер оцінки.

Таким чином, під оцінкою в лінгвістиці розуміється результат оцінної діяльності індивіда, виражений вербально, тобто закріплений в висловлюванні або елементах мовної системи оцінне ставлення оратора до предмета промови. В оцінці постійно взаємодіють суб'єктивні і об'єктивні чинники, причому кожен з них зачіпає і суб'єкт, і об'єкт оцінки (рис 1.2):

Рисунок 1.2
Основні чинники оцінки



Крім обов'язкових, структура оцінки передбачає наявність факультативних елементів. До факультативних елементів оцінної структури відносять аксіологічні предикати думки, відчуття, сприйняття, а також

мотивування, класифікатори, різні засоби інтенсифікації та деінтенсифікації.

Природа і структура оцінних категорій більшою мірою визначається системою колективних та індивідуальних цінностей людини, її сприйняттям світу, що стає очевидним в процесі використання мови в природній комунікації. Це дає підставу говорити про два типи категоризації в системі мови і в мові. Перший тип категоризації можна називати системною категоризацією, яка відображає знання людини про світ у такому вигляді, в якому вони зафіксовані в значеннях мовних одиниць. Другий тип – функціональна категоризація – припускає різного роду шкалювання і оцінку, необхідні для формування суджень і висловлювань в процесі обробки інформації [Красильникова 1999, с. 73]. Цей тип категоризації характеризується національно-культурною специфікою, що отримує вираження і в семантиці мовних одиниць.

Необхідно відзначити, що шкала оцінок, що визначає оцінну категоризацію, може мати різні підстави: це може бути чуттєвий досвід людини, існуючі стандарти або емоції. Відповідно, можна виділити три основи оцінної категоризації: чуттєву, раціональну і емоційну. Чуттєва оцінка безпосередньо пов'язана зі сприйняттям світу за допомогою органів почуттів (смачний – несмачний) [Копнина 2008, с. 34]. Раціональна оцінка передбачає оцінювання об'єкта, співвідносячи його з існуючими в даному лінгвокультурному співтоваристві стандартами або нормами, які можуть мати різний характер: правовий, етичний, естетичний, інтелектуальний, функціонально-практичний і т.д. [Красильникова 1999, с. 74]. Що стосується емоційної оцінки, то вона являє собою певне сприйняття людиною навколишнього її світу і явищ, які стосуються особистого світу мовця, і які він розцінює як важливі для нього. Емоційна оцінка найчастіше носить суто суб'єктивний характер і пов'язана, перш за все, з психологічними особливостями сприйняття людиною навколишнього її дійсності [Красильникова 1999, с. 74].

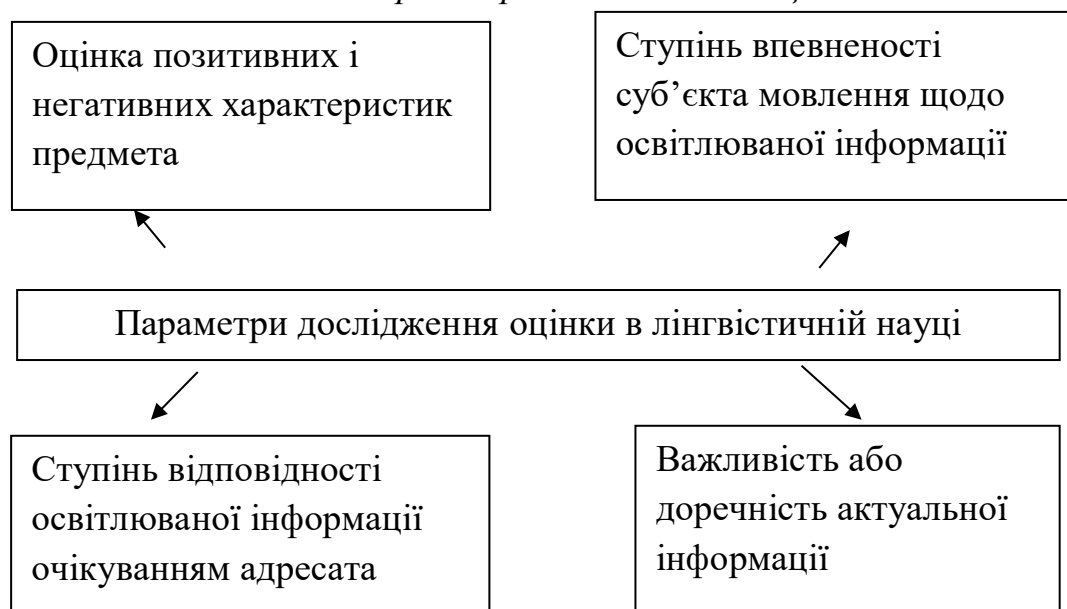
Спочатку поняття «оцінки» було запозичене з логіки оцінок і знайшло своє відображення в галузі лінгвістики. У зв'язку з цим оцінка в загальному вигляді визначається не тільки як висловлювання про цінності, але і як визначення об'єкту, при якому виявляється його позитивне / негативне значення для суб'єкта.

У лінгвістичній науці оцінка досліджується з урахуванням наступних чотирьох параметрів [Красильникова 1999, с. 79]:

1. Хороший – поганий, або оцінка позитивних і негативних характеристик предмета.
2. Ступінь впевненості суб'єкта мовлення щодо освітлюваної інформації.
3. Ступінь відповідності освітлюваної інформації очікуванням адресата.
4. Важливість або доречність актуальної інформації (рис. 1.3):

Рисунок 1.3

Параметри дослідження оцінки в лінгвістичній науці



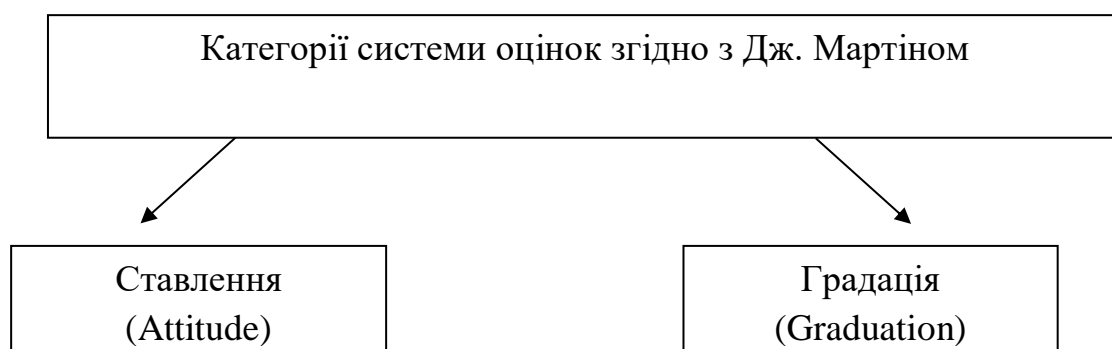
Мовна оцінність активно вивчається авторами, які працюють в англосаксонській традиції: вивчення категорії оцінки як такої, модальності, відносин, емоційної реакції, суб'єктивності і персональної точки зору і ін.

Структурний підхід до оцінки відноситься до системно-функціональної традиції, основи якої заклав М. Хеллідей [Halliday 1975, p. 135]. Пізніше розвитком даного підходу займалися перш за все в Австралії такі вчені-лінгвісти як Дж. Мартін і П. Уайт. Дж. Мартін характеризує феномен оцінки наступним чином: «набір ресурсів, що використовується для обговорення емоцій, суджень та оцінок, поряд із ресурсами, що використовуються для посилення та взаємодії з цими оцінками» [Martin, White 2005, p. 98].

Відповідно до думки дослідників [Martin, White 2005, p. 135], мовні ресурси вираження оцінки формують деяку систему всередині мови і поділяють систему оцінок на кілька категорій: ставлення (*Attitude*) і градація (*Graduation*) – кожна з яких поділяється на кілька підтипів (рис. 1.4):

Рисунок 1.4

Категорії системи оцінок згідно з Дж. Мартіном



Ставлення (*Attitude*) відноситься до здатності виражати емоційні, моральні і естетичні думки, які класифікується відповідно як емоційна реакція (*Affect*), судження (*Judgement*) і визнання (*Appreciation*). Емоційна реакція (*Affect*) спрямована на експліцитний вираз позитивних або негативних почуттів суб'єкта оцінки (говорить / пише). Судження (*Judgement*) передбачає оцінювання з соціальної та етичної точки зору, стосовно в першу чергу до людей або організацій. Нарешті, визнання (*Appreciation*) включає в себе оцінку естетичного або функціонального типу, яка відноситься переважно до творів мистецтва, літератури, а також фізичних об'єктів нелюдської природи, ніж до людини [Martin, White 2005, p. 58].

Отже, можна зробити висновок про те, що категорія емоційної реакції (*Affect*) служить для оцінки суб'єкта за допомогою експресії почуттів, в той час як категорії судження (*Judgement*) і визнання (*Appreciation*) служать для оцінки об'єкту шляхом присвоєння йому будь-яких якостей.

Прояви градації (*Graduation*) відрізняються від проявів відносин (*Attitude*) в тому, що самі по собі вони не мають внутрішньої позитивної або негативної конотації, але набувають її в визначеному контексті [Martin, White 2005, p. 59]. Як правило, градації (*Graduation*) проявляються за допомогою підсилювачів (*intensifiers*), які вживаються з іменниками (*real, true, genuine*) або прикметниками (*very, really*), і пом'якшувачами (*softeners*): *kind of, sort of, or something*.

Слід зазначити, що при аналізі лінгвістичної категорії оцінки, ми звертаємо увагу і на мовні та стилістичні способи її продукування.

Незважаючи на те, що багато аспектів вивчення мовної оціненості залишаються недослідженими лінгвістичною наукою, оцінка залишається досить всебічно розглянутою тільки в рамках англійської лінгвокультури. За деяким винятком більшість досліджень оцінки проводиться англійською мовою, а коли робляться спроби підключити до дослідження інші мови, то вони частіше вивчаються ізольовано, без міжмовного порівняння.

Оцінка – це один з найважливіших компонентів в структурі відбивної діяльності мови, яка здатна організовувати частини тексту і його смисловий розвиток [Миронова 1997, с. 67; Huston 1999, p. 196].

Як психологічна категорія оцінка ґрунтується на двох аспектах: когнітивному і емоційному [Martin, White 2005, p. 98].

Суб'єктивна оцінка пов'язана з особистісним сприйняттям і ставленням мовця. Вона об'єднує в собі як прагмасоціолінгвістичні характеристики, так і риси мовної поведінки.

Суть оцінки повно представлена в роботах Н.Д. Арутюнової [Арутюнова 1999, с. 321], яка запропонувала найбільш детальну

класифікацію оцінок. В даній класифікації має місце не завжди допустима заміна загальної оцінки приватної. Беручи за основу характер основи оцінки, Н.Д. Арутюнова [Арутюнова 1999, с. 322] пропонує свою класифікацію оцінних значень. У даній класифікації представлені три групи оцінних значень (сенсорні, сублімовані, раціоналістичні оцінки), які в свою чергу можуть бути конкретизовані категоріями оцінних значень (так, сенсорні оцінки діляться на сенсорно-смакові і психологічні).

Класифікація оцінок Н.Д. Арутюнової [Арутюнова 1999, с. 350] зачіпає ряд аспектів і має ряд переваг. По-перше, класифікація дозволяє розмежувати чисто оцінні ознаки («добре / погано») і ознаки, що поєднують оцінний зміст з дескриптивних; по-друге, допомагає визначити характер дескриптивної ознаки (сенсорно-смакової, утилітарної і т.д.); по-третє, простежити рівень емоційного / раціонального в приватних оцінках (в сенсорних оцінках буде вище рівень емоційного, ніж раціонального). Четвертий критерій – спосіб оцінювання. Залежно від формулювання оцінного висловлювання виділяють два типи оцінки: абсолютна і порівняльна. У формулюваннях першої використовуються такі терміни, як «добре / погано», другий – «краще / гірше». При абсолютній оцінці мова йде, як правило, про один оцінний об'єкт, при порівняльній – є принаймні два об'єкти або два стани одного і того ж об'єкту [Полонский 2009, с. 112].

Позиція Н.Д. Арутюнової [Арутюнова 1999, с. 351] полягає в тому, що оцінка проявляється в порівнянні елементу реального світу з ідеальним уявленням про цей самий об'єкт, що склався у свідомості оцінюючого суб'єкту, і у винесенні загального або приватного судження про повне або частково не / відповідність. Безумовно, уявлення про ідеал значною мірою суб'єктивне, але в тій же мірі воно обумовлене єдиною апперцепційною базою тієї чи іншої спільності людей. Таким чином, оцінка потребує експлікації, яка не тільки її обґрунтовує, а й прояснює уявлення оцінюючого суб'єкта про ідеал. Дослідник підкреслює, що мотив оцінки завжди має

об'єктивний характер, а оцінні значення, в першу чергу загальнооцінні предикати, які відрізняються інформативною недостатністю [Арутюнова 1999, с. 351]. Закономірно очікування експлікації суб'єктом мовлення цих мотивів у вигляді дескрипцій об'єкту або фактичних даних, які, в свою чергу, можуть бути співвіднесені з дійсністю, тобто верифіковані.

Оцінка відображає як зовнішній, так і внутрішній світ самої людини, її ставлення до дійсності, яке носить ціннісний характер. При цьому важливо те, що мова, яка служить виразом оцінки, є також і способом змістовної організації та подання знань. З цієї причини оцінне значення включає оцінну шкалу, оцінний стереотип, об'єкт і підставу оцінки, суб'єкт оцінки, оцінні модуси, аксіологічні предикати, мотивування оцінки. Визначення шкали оцінки можуть переважати в конкретних дискурсивних жанрах. Таким чином, в рецензії на новий музичний альбом буде домінувати шкала «позитивний / негативний», «рекомендовано / не рекомендоване» до прослуховування [Валгина 2004, с. 95].

Комунікативна стратегія авторської оцінки завжди пов'язана з пошуком адекватних способів і засобів її виразу. Вони можуть бути різними в залежності від типу тексту, мотивування, цілеспрямованості і т.д., що означає, що вибір мовних засобів вираження оцінки обумовлений, якимось немовним завданням, реалізація якого і створює модальність тексту [Льченко 2002, с. 76]. Саме вона змушує сприймати текст не як суму окремих одиниць, а як цілісний твір. В результаті такого сприйняття особистісне ставлення автора, який висловлює оцінку, стає «концентрованим втіленням суті твору, об'єднуючим всю систему мовних структур» [Льченко 2002, с. 76]. Вибір тих чи інших засобів для передачі особової оцінки відправником висловлювання залежить від комунікативної стратегії і комунікативного наміру самого відправника.

Оціненість є сутнісною властивістю журналістської творчості. Думка про те, що можливість вираження «нейтрального», вільного від оцінного

значення будь-якими мовними засобами і чіткого розрізнення між пропозиційним і оцінним змістом висловлювання ставиться під сумнів. За допомогою аналізу газетних статей як форми дискурсу, на основі широкої вибірки мовного матеріалу дослідниками було продемонстровано, що будь-який журналізм в кінцевому підсумку є оцінним журналізму, так як завжди можна виявити ознаки авторської позиції навіть у важливих політичних новинах ("*hard-newsreporting*"). Більш того, оцінка незмінно пов'язана з персуазивністю тексту, так як оцінка поряд з іншими комунікативними стратегіями допомагає журналісту не тільки передавати інформацію, але і наділяти її в таку мовну форму, щоб досягти максимального впливу на читача, змінюючи і коригуючи його картину світу. У зв'язку з цим дослідники виділяють ряд тенденцій актуалізації оціненості в сучасній журналістиці та публіцистиці. По-перше, однією з них є зростання ролі суб'єкта мови, тобто автора, журналіста, рецензента. Дослідники [Шаховський, Жура 2002, с. 143] характеризують дану тенденцію як «підвищену авторизацію». По-друге, помітне «скасування жанрових перегородок», тому арсенал прийомів впливаючої мови, вироблений в жанрі рецензії, може бути успішно використаний і в інших жанрах журналістики.

Таким чином, оцінна категоризація носить переважно антропоцентричний, інтерпретуючий характер і орієнтована на систему цінностей, думок, стандартів, загальних і приватних оцінок, які виступають як основа для формування оцінних категорій [Бацевич 2009, с. 198].

Проблема оцінної категоризації світу як проблема відносин світу і людини, який індивідуально і суб'єктивно пізнає цей світ, відноситься до ряду питань, осмислення яких визначає онтологічні орієнтації людини в універсумі, а значить, вимагає нового осмислення відповідно до зміни ситуації на новому витку розвитку.

Беручи до уваги всі перераховані вище особливості оцінних предикатів, можна зробити висновок, що оцінка специфічна в своєму семантичному

прояві, при цьому вона має яскраво виражений прагматичний характер [Шаховський, Жура 2002, с. 143]. Подібне поєднання семантичних і прагматичних аспектів в оцінці визначає той факт, що в рамках традиційної лінгвістики однозначно не вирішене питання про її приналежність до семантики або прагматики. Оцінка є найважливішою дискурсивно-прагматичною категорією. Дана прагматична категорія охоплює широкий діапазон різнорівневих мовних одиниць, дослідження яких представляє безперечний інтерес, так як співвідношення і взаємодія семантики і прагматики – одна з центральних проблем лінгвістики.

1.2 Сутність комунікативної стратегії та тактики оцінки як основної стратегії оцінних жанрів в музичній рецензії

Сучасний період у розвитку лінгвістики відзначений тим, що мова вивчається в тісному зв'язку з людиною, все більше уваги приділяється дослідженню суб'єктивних аспектів комунікації. Поштовхом до цього послужила зміна векторів наукового пізнання, що сталася в другій половині ХХ століття [Ільченко 2002, с. 79]. На зміну структуралістському підходу вивчення мови приходять антропоцентризм, і інтереси дослідників переключаються на вивчення людини в мові людині. Суть нового підходу полягає в більшій зосередженості на функціональних характеристиках мови і тексту, який розглядається як «канал зв'язку», невід'ємна ланка комунікативного ланцюжка «автор – текст – читач» [Ільченко 2002, с. 79]. Основна перевага функціонального підходу до тексту полягає в тому, що він допомагає лінгвістам більш глибоко вивчити широке коло проблем: типи комунікації, види мовних актів, а також комунікативні категорії, стратегії і тактики.

Спробуємо розібратися в цих найважливіших поняттях, так як вони, на наш погляд, багато в чому визначають комунікативну культуру особистості, в тому числі і мовну поведінку індивіда і його світоглядні установки.

У теорії мовної комунікації під комунікативною стратегією розуміють оптимальну реалізацію інтенції мовця для досягнення конкретної мети спілкування шляхом вибору мовних дій і мовних засобів за певними прагматичним правилам, які враховують контекст комунікації і когнітивний стан адресата і адресанта. Таким чином, процес спілкування – це послідовність мовних ходів, які обумовлені комунікативними намірами і коригуються в залежності від конкретної ситуації [Ільченко 2002, с. 81]. Комунікативні стратегії особливо важливі для характеристики різновидів інституційного дискурсу, які являють собою регламентоване за формою і змістом спілкування в рамках таких соціальних інститутів, як наука, право, медицина, політика.

Аналіз особливостей комунікативних стратегій здійснюється сучасними дослідниками на широкому спектрі типів дискурсу: на основі ділового, політичного, судового, військового, рекламного, літературно-художнього, академічного, газетного дискурсу. Дослідження комунікативних стратегій виходить з ряду принципів. Передбачається, що будь-яка мовна діяльність, в тому числі спонтанний побутовий діалог, є досить структурованим. Ця структура проявляється в існуванні визначених ходів і правил їх сполучуваності, які і визначають протягом діалогу. При цьому на перший план виходить не конкретне лексичне наповнення реплік, але їх функціональна спрямованість, обумовлена з урахуванням типу комунікативної ситуації і структури діалогу [Шаховський, Жура 2002, с. 133]. Однак незважаючи на те, що термін «комунікативна стратегія» почав вживатися в лінгвістичній науці з середини 1980-х рр., автори вкладають в нього свій зміст в залежності від позиції, з якої проводиться те чи інше дослідження.

Цікаво простежити те, як розвивалося розуміння поняття комунікативної стратегії. Стратегія визначається як характеристика когнітивного плану спілкування, «такі плани є загальною організацією деякої послідовності дій і включають мету або цілі взаємодії».

В.В. Левицький трактує поняття інакше. Він пропонує наступну дефініцію комунікативної стратегії: «це частина комунікативної поведінки або комунікативної взаємодії, в якій серія різних вербальних і невербальних засобів використовується для досягнення визначеної комунікативної мети, стратегічний результат, на який спрямований комунікативний акт» [Левицький 2004, с. 48].

Більш глибоке вивчення наукової літератури вказує на відсутність єдиної точки зору щодо питання про сутність комунікативної стратегії. Так, М.П. Кочерган розуміє комунікативну стратегію не як частину комунікативної поведінки [Кочерган 2004, с. 277]. В основі запропонованого їй визначення лежить принцип мети, тобто комунікативна стратегія представляється як надзавдання мови, що диктується практичною метою продуцента для досягнення глобальної мовної мети в мовному події. Виходячи з прагматичних установок, М.П. Кочерган виділяє комунікативну значимість комунікативних стратегій, які припускають відбір і подачу фактів в визначеному освітленні, змушують людину, яка говорить адекватно використовувати мовні засоби. Згідно з М.П. Кочерганом [Кочерган 2004, с. 277], комунікативні стратегії можуть бути усвідомленими і підсвідомими. Свідомі комунікативні стратегії пов'язані переважно з досягненням практичної мети (діалоги регулятивного характеру з переважанням усвідомлено-вольового початку). Підсвідомі комунікативні стратегії не визначаються обдуманим планом, задумом і, як правило, присутні в спонтанних невимушених розмовних діалогах.

До прагматично-орієнтованого визначенням М.П. Кочергана, О.М. Ільченко додає принцип прогнозування і з позиції когнітивного

підходу визначає комунікативну стратегію як «зброю, яка дозволяє прогнозувати мовні дії – свої і партнера – на кілька кроків вперед (як у шаховій грі) і робити попереджувальні кроки» [Льченко 2002, с. 159]. На думку дослідники, комунікативна стратегія охоплює всю сферу побудови процесу комунікації, коли ставиться за мету досягнення визначених довготривалих результатів. У вузькому сенсі стратегія включає в себе планування процесу мовної комунікації в залежності від конкретних умов спілкування і особистостей комунікантів, а також реалізацію цього плану. Іншими словами, мовна стратегія являє собою комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної глобальної мети [Ларина 2009, с. 277].

Необхідно відзначити, що існують і більш узагальнені визначення поняття «комунікативна стратегія». Наприклад, сутність комунікативної стратегії в розумінні вітчизняних і зарубіжних дослідників мови вдало резюмується у визначенні М.П. Брандес: «Мовна (комунікативна) стратегія – це загальний план, або «вектор», мовної поведінки, що виражається у виборі системи продуманих поетапних мовленнєвих дій; лінія мовної поведінки, прийнята на основі усвідомлення комунікативної ситуації в цілому і спрямована на досягнення кінцевої комунікативної мети в процесі мовного спілкування» [Брандес 2004, с. 130].

Комунікативна стратегія в більшості випадків включає в себе визначений набір тактик і прийомів. Багато в чому саме від використання тактик і прийомів залежить успішність і ефективність комунікації. Стратегії і тактики спілкування пов'язані з дотриманням конвенцій, принципів, правил комунікації для досягнення поставлених завдань. Стратегії пов'язані із загальним задумом кінцевої мети спілкування, а тактики складаються з конкретних мовних ходів, відповідних загальній стратегії.

Таким чином, незважаючи на різноманітність думок з даного питання, думається, слід розглядати комунікативну стратегію досить широко.

Елементами її можна вважати і цільові установки комунікантів, і модель мовної поведінки, і індивідуально-особистісні особливості та інше, але найголовнішим, на наш погляд, є світоглядні орієнтири і цінності учасників спілкування. Все інше – вторинне.

Наступне питання, що розуміти під мовною стратегією. До речі, найчастіше ці терміни плутають або взаємозаміняють, а в деяких дослідженнях ці поняття взагалі не розмежовуються. На нашу думку, мовна стратегія (на відміну від комунікативної) – поняття більш вузьке. Вона реалізує комунікативну стратегію в конкретній ситуації спілкування. І саме в рамках окремої ситуації її і слід розглядати [Ільченко 2002, с. 83]. Багато вчених вважають, що стратегія обумовлена макроінтенцією одного або декількох учасників діалогу.

Важливо, що термін мовна стратегія використовується в основному стосовно мовлення, причому до діалогових форм. У кожному конкретному випадку учасники комунікації зайняті пошуком спільної мови, виробленням основ діалогічної взаємодії: це і вибір тональності спілкування, і планування результатів мовного акту, і визначення мовного способу представлення реального стану справ. Крім того, розробка стратегії здійснюється завжди відповідно до вимог стилістичної норми. Можна стверджувати, що мовна стратегія – це прийняте рішення про послідовність мовних дій, що визначають мовну поведінку в плані вибору оптимальних засобів і способів для досягнення цілей [Михайлов 2006, с. 136].

Комунікативна і мовна стратегія тісно взаємопов'язані і співвідносяться між собою як ціле і частина. У той же час для повного розуміння комунікативно-мовного процесу розмежування цих термінів обов'язково.

Отже, комунікативна стратегія – це комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної глобальної мети. Вона є надзавданням комунікації, яку ставить перед собою особа, яка говорить. Комунікативна

стратегія характеризується визначеним набором тактик та прийомів.

Існують також різночитання і неточності в тлумаченні поняття тактика. Наприклад, О.П. Черногрудова дає наступне визначення: «Комунікативна тактика, на противагу стратегії, як загальної канві комунікативної поведінки, розглядається як сукупність практичних ходів у реальному процесі мовної взаємодії» [Черногрудова 2008, с. 42]. В даному випадку більш правильним було б охарактеризувати тактику як мовну в зв'язку з тим, що вона реалізується в конкретній мовній ситуації (а комунікація – поняття більш узагальнене).

Більш вдалим нам видається думка Г.А. Копніної: «Мовна тактика – така мовна дія, яка відповідає певному етапу в реалізації тієї чи іншої стратегії ...» [Копнина 2008, с. 49]. А будь-яка мовленнєва дія, що реалізує один намір особи, яка говорить, може бути представлена однією або кількома мовними (або тактичними) прийомами. При цьому під прийомом слід розуміти «спосіб побудови висловлювання або тексту». Знову ж ми зустрічаємо співвідношення загального і приватного (тактики і окремих прийомів), тому ні в якому разі не можна вживати терміни мовний прийом і мовна тактика як синоніми (що в методичній літературі зустрічається).

Отже, комунікативний процес можна представити у вигляді стрункої ієрархічної системи, в якій тактичний хід (або мовний прийом) служить для реалізації мовної стратегії, для досягнення цілей в мовній ситуації, відображаючи в той же час загальні комунікативні принципи і установки учасників спілкування.

М.М. Полюжин зазначає, що в процесі комунікації тактика на відміну від стратегії має дрібніший масштаб. Згідно з його думкою, практичні ходи в процесі мовної взаємодії слід вважати мовною тактикою. Тактика співвідноситься не з метою комунікації, а з сукупністю визначених намірів комунікантів [Полюжин 2004, с. 79].

Значення, роль і функція комунікативних тактик пов'язані із

здійсненню стратегії мови: вони класифікують модальні відтінки розмови і утворюють частини діалогу.

О.О. Селіванова, роблячи акцент на комунікативному успіху комунікації, пропонує гранично лаконічні визначення досліджуваних понять: «Комунікативна стратегія – це основний шлях, який повинен привести до перемоги», а комунікативна тактика – «конкретні прийоми реалізації стратегічного задуму» [Селіванова 2008, с. 199].

Комунікативна тактика являє собою комплекс мовних дій, які дотримуються умови ефективної мовної взаємодії і дозволяють найбільш оптимальним способом досягти комунікативної мети.

Комунікативна тактика експлікується комунікативними ходами, які виступають мінімально значущими компонентами розвитку мовної інтеракції, що направляє процес спілкування до досягнення загальної цільової установки [Суперанская 2008, с. 78]. Сьогодні поняття мінімально значимого компонента мовленнєвої взаємодії активно аналізується дослідниками, про що свідчить термінологічне розмаїття позначення цього явища: мовно-поведінковий акт, мовний крок, інтерактивний хід [Реформатский 2011, с. 70], практичний прийом.

Комунікативні тактики сприяють здійсненню стратегії мови: вони беруть участь в формуванні діалогу, визначаючи групи і чергуючи модальні відтінки комунікації. Наприклад: думка, радість, оцінка, досада і інші.

Тактика – це ті практичні кроки, які вживає адресант в ході реалізації обраної стратегії. Комунікативні тактики безпосередньо впливають на ефективність впливу тексту адресанта на його адресата. Крім того, вони грають ключову роль в побудові змісту та оформленні висловлювання, зумовлюють вибір стилістичних засобів [Ільченко 2002, с. 86].

Комунікативна тактика виявляє відмінності в позиціях і думках дослідників, ефективності застосовуваних методів і т.д.

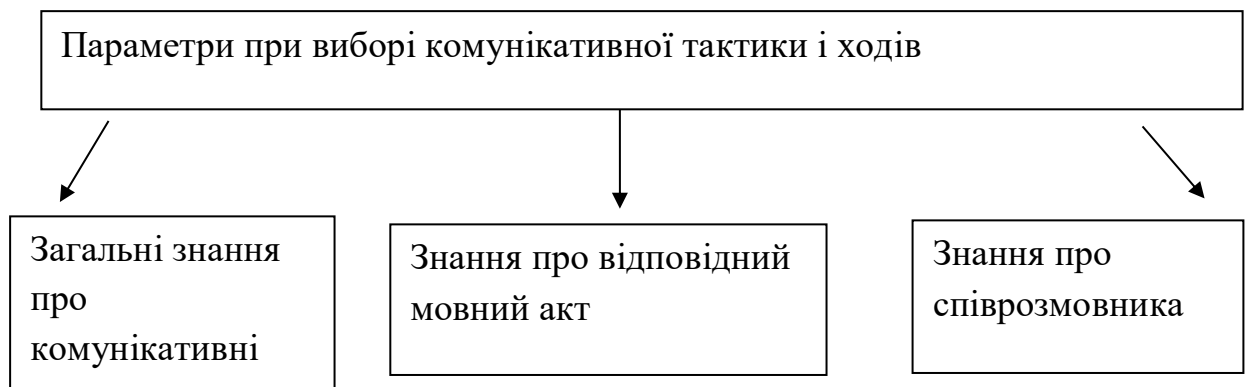
При виборі комунікативної тактики і ходів слід враховувати наступні

параметри [Добросклонская 2008, с. 111]:

1. Загальні знання про комунікативні ситуації (доречність / недоречність).
2. Знання про відповідний мовний акт (ритуальний, стереотипний, нестереотипний).
3. Знання про співрозмовника (як особистість, як партнера) (рис. 1.5):

Рисунок 1.5

Параметри при виборі комунікативної тактики і ходів



Отже, в основі комунікативних стратегій лежать мотиви, потреби і установки комунікантів. Ступінь їх усвідомленості може бути різною і часто залежить від рівня культурного та психологічного розвитку індивіда.

Комунікативна стратегія – це комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної глобальної мети. Під комунікативними тактиками розуміються «практичні ходи в процесі мовної взаємодії» [Формановская 2007, с. 88].

Взявши за основу даного дослідження комунікативних стратегій і тактик, ми ґрунтувалися на багатогранності явища оцінки, як однієї з текстоутворюючих категорій тексту. З цієї причини далі оцінка розглядається як категорія, що володіє рядом прагмасоціолінгвістичним потенціалом.

У процесі формування прагматичної компетенції, можна оперувати комунікативними тактиками і стратегіями, а також характеристиками

міжособистісних відносин при створенні висловлювань іноземною мовою і співвідносити функціонування мовних творів з певними принципами і постулатами для досягнення практичних результатів навчання.

1.3 Музична рецензія як оцінний жанр

Музична індустрія з кожним роком стрімко розвивається: з'являються нові жанри, композиції, нові творчі колективи. В зв'язку з цим зростає потреба аудиторії в музичній журналістиці: сучасний слухач відчуває необхідність в оперативному інформуванні та аналізі, який допоможе зорієнтуватися в різноманітті сучасних музичних напрямків.

Однак сучасні ЗМІ стикаються з проблемою браку професійних журналістів в сфері музичного мистецтва. Інформаційно-просвітницьку роботу виконує музикознавець, який абсолютно не володіє знаннями в області журналістики і довгі роки (якщо зуміє вижити в гостроконкурентному середовищі) інтуїтивно відшукувати потрібні методи журналістської роботи, або журналіст з університетським дипломом, але, на жаль, не розбирається ні в музиці, ні в суміжних видах мистецтва. Це помітно позначається на якості інформаційного продукту – музичних рецензій. Отже, сучасні ЗМІ, які висвітлюють музичну тему, потребують фахівців, компетентних як в області журналістики, так і в області музичного мистецтва, а також в якісних рецензіях, відповідних жанровим вимогам.

Рецензію визначають як мовний жанр оцінно-критичного типу текстів чи як різновид оцінного дискурсу, який відноситься одночасно до інформативних (дескриптивних) і евалюативних (оцінних) типів текстів. М.М. Полюжин відносить рецензію до інформаційної аналітики [Полюжин 2004, с. 104]. Слід, однак, взяти до уваги, що авторська інтенція рецензента

полягає не тільки в тому, щоб інтерпретувати і оцінити твір мистецтва, а й в тому, щоб спонукати потенційного читача / глядача до дії: читати або не читати, дивитися або не дивитися. Таким чином, цей жанр зближується з іншим типом медіатекстів – рекламою.

Жанр рецензії існує в науковому та публіцистичному стилях [Либер 2010, с. 58].

Визначення жанрових ознак рецензії, незважаючи на численність присвячених цьому типу текстів словникових статей і наукових робіт, далеко не так просто, як може здатися на перший погляд [Селіванова 2008, с. 98]:

1. По-перше, рецензія може визначатися і як жанр літературної критики, і як жанр прикладної журналістики, і як жанр наукового стилю, що має на увазі різні комунікативні цілі і різні характеристики адресата, адресанта і об'єкта рецензування.

2. По-друге, рецензія нерідко приймає так звані «Гібридні форми», Поєднуючи ознаки есе, нарису, анотації або навіть фейлетону.

3. По-третє, активний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій неминуче тягне за собою трансформацію всього жанрового простору сучасної медіасфери, змушуючи переглядати «закони жанру» і встановлювати нові правила.

Інваріантна структура наукової рецензії гармонійно поєднує інформування читача про зміст нової наукової публікації, аналіз її окремих положень з оцінкою роботи в цілому.

О.О. Селіванова виділяє чотири типи оцінок наукового твору в цілому і його окремих аспектів [Селіванова 2008, с. 100]:

1. Загальна аксіологічна оцінка.

2. Ментальна оцінка, що включає в себе психолого-інтелектуальну і емоційно-інтелектуальну оцінку.

3. Практична оцінка, яка ґрунтується на відношенні до норми, стандарту, традиції, актуальності, ефективності.

4. Емоційна оцінка, що позначає різні психологічні стани і реакції. Оцінка особи, що згадується в рецензії, включає в себе загальну оцінку майстерності, професійну оцінку, етико-психологічну оцінку.

Рецензія в публіцистиці належить до аналітичних жанрів. О.О. Тертичний пише, що «однією з найбільш примітних рис вітчизняних ЗМІ традиційно є націленість їх не стільки на повідомлення новин, скільки на аналіз, дослідження, тлумачення подій, що відбуваються, процесів, ситуацій» [Тертичный 2002, с. 134]. Завдання рецензії в публіцистиці – оперативно відгукнутися на появу конкретного твору мистецтва і створити образ рецензованої твори, пояснити читачеві або слухачеві, як пов'язані між собою естетично оформлений світ, фантазія творця і віртуальний світ мистецтва.

Рецензія є естетично-концептуальним жанром. Оцінка публіциста – це не суб'єктивне свавілля, засноване на принципі «подобається – не подобається», а ретельно аргументований розбір джерела [Тертичный 2002, с. 136]. Рецензія не завжди носить вичерпний характер, але зобов'язана дати аудиторії цілісне уявлення про твір, про особливості його змісту, стилю, стимулювати читацький інтерес до об'єкта рецензування.

Сучасна рецензія покликана задовольнити потребу індивіда в актуальній для нього інформації оцінного характеру, виконуючи рекламно-комерційну функцію, і, як наслідок, допомогти йому зробити вибір. Говорячи про музичні рецензії, потрібно розуміти, що їх рекламна спрямованість корениться в сучасній соціокультурній ситуації: музичний ринок постійно розширюється, лейбли зацікавлені в тому, щоб випускати все більшу кількість альбомів [Лотман 2016, с. 154]. Рецензії допомагають слухачській аудиторії не загубитися в колосальному об'ємі музичної продукції, зробити вибір (купити / не купити, слухати / не слухати той чи інший альбом).

У той же час, було б некоректно стверджувати, що рекламно-комерційна функція рецензії є основною. Рецензії, в тому числі музичні, мають також і естетично-просвітницькі функції: вони інформують читача про

нові книжки, фільми, музичні альбоми, намагаються найбільш об'єктивно і цікаво інтерпретувати авторський задум.

Рецензія є доказовим міркуванням, аргументованим автором своєї оцінки [Левицкий 2004, с. 155]. В основі цього міркування лежить схема зовнішньої оцінки. Рецензент осмислює авторську концепцію і може оцінити її як хорошу або погану, спираючись на визначення слідства, які має твір письменника.

Рецензія може бути звернена не тільки до масової аудиторії, але і до авторів творів, щоб вони могли порівняти своє уявлення про твір з поданням іншої людини. У зв'язку з цим рецензії діляться на тексти для масової і спеціалізованої аудиторії. Текст, призначений для авторів твору, може бути нецікавим широкій аудиторії, а розбір твору, написаний для широкого кола читачів, може виявитися занадто поверхневим для автора твору. Поверхневий розбір недостатній для художника, якому необхідно порівняти своє бачення твору з чужою точкою зору, в даному випадку, для журналіста.

Отже, рецензія – це вторинний текст про інший, первинний текст, що розуміється гранично широко: таким первинним текстом може бути не тільки вербальне, наприклад літературне, твір, а й кінофільм, телепередача, спектакль або музична композиція. Рецензія або констатує буття первинного тексту (інформаційна рецензія), або містить його авторську інтерпретацію.

Основу рецензії складає «критичний відгук про твір художньої літератури, мистецтва, науки, журналістики тощо» [Тертычный 2002, с. 134], що робить її «вторинним» текстом по відношенню до первинного, вже «сформованого» продукту. Якщо інтерпретувати даний термін рецензії в дискурсивному аспекті, то рецензія являє собою дискурс про дискурс, в якому об'єктом аналізу постає не сама дійсність, а її відображення в художньому, музичному або літературному творі.

Музична рецензія є реакцією на музичну подію (пісню, концерт, альбом), яка являє собою текст як «змістовну взаємопов'язану послідовність

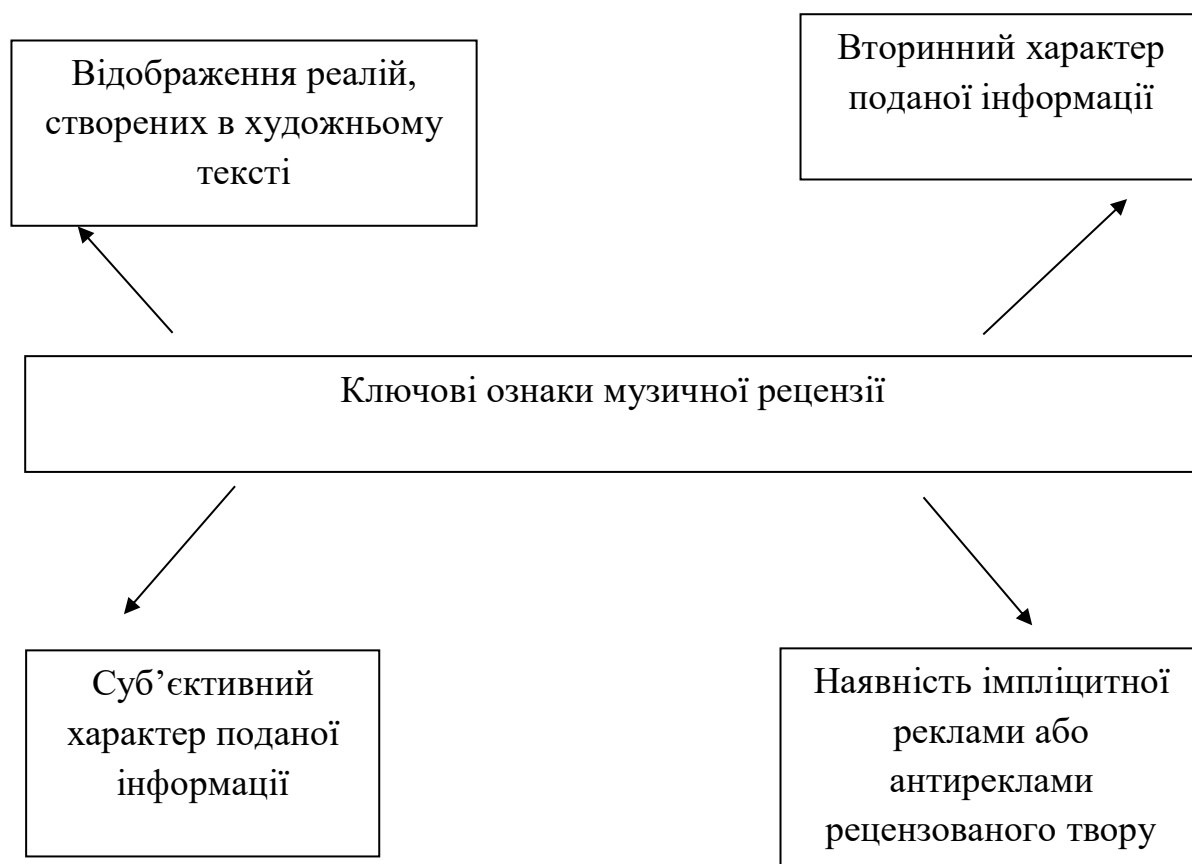
знаків» [Тертычный 2002, с. 135]. Відповідно, створюючи рецензію, автор інтерпретує текст музичного твору або події, що створює основну лінію дискурсивної взаємодії.

Музичні рецензії являють собою односторонню опосередковану комунікацію і зазвичай характеризуються певною формальністю (офіційністю) спілкування. Читання музичній рецензії також є повсякденною ситуацією, може відбуватися практично в будь-якому місці (вдома, в автобусі і т.д.) і в будь-який час. Передбачається, що в музичних рецензіях буде вербально описано те, як звучить музика (в треку, на альбомі, на концерті), тому вони повинні мати оригінальний стиль і повинні передавати відчуття музики за допомогою поетичних описів, алітерацій, метафор і т.п. Однак рецензії не повинні бути вкрай негативними, журналістам рекомендовано знаходити в кожному відкритті хоча б щось позитивне [Тертычный 2002, с. 138]. Для даного жанру музичного дискурсу характерні дві соціальні ролі – журналіст і читачі. Комуніканти знаходяться між собою в вертикальних відносинах: текст музичної рецензії розрахований на напівпрофесіонала, але в той же час рецензія створюється журналістом, який є експертом, більш того, нерідкі випадки, коли за рецензування береться відомий музикант.

О.О. Тертичний визначає музичну рецензію як виділений на підставі об'єкта опису підвид мистецтвознавчої рецензії, що представляє собою реактивний інформативно-аналітичний мовний жанр масмедійного дискурсу, який володіє такими ключовими ознаками, як [Тертычный 2002, с. 139]:

1. Відображення реалій, створених в художньому тексті (незалежно від знакової системи, на якій написаний текст).
2. Вторинний характер поданої інформації («текст про текст»).
3. Суб'єктивний характер поданої інформації (рецензія завжди містить оцінний компонент).
4. Наявність імпліцитної реклами або антиреклами рецензованого твору (рис. 1.6):

Рисунок 1.6
Ключові ознаки музичної рецензії



Образ автора рецензії є якась особа, яка має право на публічне вираження оцінки рецензованої твору [Лотман 2016, с. 200]. Однак в рецензіях, розміщених у великих журналах, автор вкрай рідко говорить від першої особи, що говорить про претензії на об'єктивність оцінки, винесеною журналістом, мають певну кваліфікацію в сфері музикознавства, що дозволяє йому працювати в даній сфері, а читачам – прислухатися до його думки. Навпаки, в рецензіях, розміщених на некомерційних сайтах, автор, як правило, говорить від першої особи, так як аматорські тексти породжені не в рамках інституційного дискурсу.

Адресатами рецензії незалежно від дискурсу, в якому був породжений конкретний текст, є як рядові читачі журналу або сайту, так і сам творець

рецензованого твору. Читачеві буде або цікаво бути в курсі новинок, або дізнатися думку рецензента, якій він довіряє, і зіставити його думки зі своїми [Лотман 2016, с. 205]. Творець творів, в свою чергу, цікавиться професійним відгуком на результат його праці. З цього можна зробити висновок про те, що рецензент по відношенню до читача виконує рекомендаційну функцію, а по відношенню до творця – дидактичну [Чернышова 2003, с. 102].

В рамках музичного дискурсу рецензія, з одного боку, є одним із жанрів комунікації між клієнтом і агентом, в рамках якого клієнт реалізує своє право на оцінку майстерності агента, і в той же час в рецензії реалізується комунікація між клієнтами дискурсу, в якій відбувається обмін думками про майстерність агента дискурсу.

Отже, музична рецензія є самостійним жанром і ґрунтується на критичному аналізі творів, який, однак, не завжди претендує на музикознавчу глибину. Спочатку музичні рецензії виконували в першу чергу просвітницьку функцію. У зв'язку з цим оцінка, яку дає рецензент, може розглядатися як особливий формат представлення свого знання і слухацького досвіду. З появою все більшої кількості музичних періодичних видань та альбомів настає новий етап розвитку музичної критики [Полонский 2009, с. 105]. В даний час вона крім іншого покликана надавати вплив на переваги читачів, з метою комерціалізації музичної продукції. Завдання рецензента полягає в тому, щоб переконати цільову аудиторію в об'єктивності своєї оцінки. Дане завдання виконується за рахунок відбору мовних одиниць різного рівня, вибір яких продиктований комунікативною стратегією оцінки.

Рецензії, вибрані для аналізу, взяті з відомих англійських періодичних музичних видань. Музичні рецензії англійською мовою взяті з двох музичних періодичних видань Великобританії "*Uncut*" і "*Q*". Журнали мають ряд загальних характеристик. По-перше, обидва журнали випускаються щомісяця і орієнтовані на меломанів середнього і старшого віку на противагу, наприклад, таким журналам, як "*New Musical Express*" або "*Rolling Stone*", які

адресовані на більш молодіжну аудиторію слухачів. Якість рецензій незмінно висока, на що вказує склад редколегія та особистості головних редакторів.

Головна особливість, яка об'єднує журнали "Q" і "Uncut", полягає в тому, що протягом багатьох років в них залишається великий розділ альбомних рецензій, яким в середньому відводиться 44 і 40 сторінок відповідно, що становить близько третини друкованих сторінок кожного номера.

Проте, журнали розрізняються по важливому параметру, який необхідно враховувати при аналізі мовного матеріалу, зокрема при виділення комунікативних тактик продукування позитивної і негативної оцінки. Рецензентами використовуються дві різні шкали оцінювання альбомів. "Uncut" при оцінюванні якості нових альбомів музичних виконавців або гуртів використовують десятибальну шкалу, яка виглядає наступним чином: 10 – *Masterpiece*, 9 – *Essential*, 8 – *Excellent*, 7 – *Very good*, 6 – *Good but uneven*, 4-5 – *Mediocre*, 1-3 – *Poor* [Uncut Magazine]. Висота оцінки визначає об'єм рецензії.

Таким чином, в більшості випадків новим альбомам, гідних, на думку критиків, десяти балів, відповідають рецензії, що містять не менше 700 слів. Тим часом, переважна кількість рецензій складається з 125–200 слів. Варто відзначити, нами не були виявлені випадки публікації рецензії на нові альбоми, які набрали менше 5 балів.

Журнал "Q" демонструє інший підхід до оцінки і відбору рецензій для публікації. Рецензенти оцінюють нові альбоми по більш традиційній п'ятибальній шкалі. П'ять «зірок» і оцінка *classic* виставляється альбому, який варто придбати і є обов'язковою частиною музичної колекції будь-якого меломана. Оцінки *excellent* удостоюються альбоми, прослуховування яких, на думку критика, гарантовано принесе задоволення. Якщо альбом є цікавим в рамках своєї жанрової традиції, але, швидше за все, буде не до смаку всій слухацькій аудиторії, то виставляється оцінка *good* [Q Magazine].

Альбоми, які можуть розчарувати навіть незмінних фанатів групи, отримують позначку *fair*. Нарешті, альбом отримує негативну оцінку poor, в тому випадку, якщо він не містить в собі нічого цікавого, що могло б привернути увагу слухачів. На відміну від журналу "*Uncut*", музичне видання "*Q*" публікує рецензії на всі нові альбоми в незалежності від оцінки критика.

Таким чином, узагальнюючи інформацію про жанр музичної рецензії, ми робимо два висновки. По-перше, сучасну рецензію як жанр відрізняє принципове ставлення автора до рецензованої праці і прагнення до аргументованого аналізу матеріалу. По-друге, аналітичний жанр рецензії становить найбільший потенціал для вивчення комунікативної стратегії оцінки, оскільки в ньому оціненість в буквальному сенсі є жанроутворюючим і текстоутворюючим фактором.

РОЗДІЛ 2

КОМУНІКАТИВНІ ТАКТИКИ ОЦІНКИ В АНГЛІЙСЬКОМОВНІЙ МУЗИЧНІЙ РЕЦЕНЗІЇ

2.1 Тактики продукування позитивної оцінки на прикладі музичних рецензій на англійській мові

Для жанру сучасної музичної рецензії характерно висування на перший план рекламної функції, що зумовлено комерціалізацією літературно-критичного процесу в цілому і проявляється в прагненні критика при аналізі художнього тексту продемонструвати виключно гідності, здатні привернути увагу читача, викликати інтерес і, в кінцевому підсумку, бажання придбати музичний альбом. При реалізації даної комунікативної інтенції провідну роль відіграє тактика позитивної презентації об'єкту рецензії, що має своєю метою створення привабливого для читача музичного альбому виконавця або гурту.

Представити масовій аудиторії позитивну оцінку об'єкту критики – основне завдання тактики позитивної презентації об'єкту рецензії. Оцінка – складна категорія, що володіє певною структурою [Лотман 2016, с. 216]. В якості основних її компонентів вчені виділяють суб'єкт, об'єкт і основу оцінки.

В якості емпіричної бази для дослідження ми проаналізували 204 літературних рецензій на англійській мові загальним об'ємом 58 575 слів з музичних періодичних видань Великобританії "*Uncut*" і "*Q*". Максимальний об'єм рецензії – 756, мінімальний – 125 слів. Аналізу піддалися матеріали, опубліковані в номерах "*Uncut*" і "*Q*" у період 2014 – 2016 рр. Всі тексти належать до жанру публіцистичної літератури, написані критиками-експертами і розміщені в друкованих виданнях журналів.

Достатня по об'єму вибірка рецензій дозволяє уявити основні способи лінгвістичного вираження оцінних тактик, використовуваних в даному аналітичному жанрі.

Журнал "Q" почав виходити в Лондоні в 1986 році. Його засновники, музичні журналісти BBC Марк Еллен і Девід Хеппворт, виявили, що дорослі меломани заново закупають альбоми, які полюбили у вініловій версії, – тепер на CD. А значить, їм все ще цікаві їхні старі кумири. Це не була зовсім юна аудиторія, на яку була розрахована інша музична преса того часу. Випуск щомісячного глянцевого журналу для публіки з більш високими споживчими стандартами, ніж, наприклад, у покупців щотижневих "New Musical Express" або "Melody Maker", точно мав сенс [Atton 2012, p. 347].

З 1990-х років журнал став важливою складовою музичного світу Великобританії. Видання було знамените своїм легким стилем, довгими інтерв'ю, різноманітними музичними вподобаннями редакції (рок, реп, поп, інді-рок, ритм-н-блюз тощо), а також списками кращих артистів, альбомів і пісень.

"Q" був унікальний не тільки рівнем зірок, про яких розповідав на своїх сторінках і з якими робив інтерв'ю, але і надзвичайно високою якістю журналістських матеріалів: багато його авторів отримували професійні премії і ставали зірками [Q Magazine].

"Q" писав про музикантів, які були представлені на радіо і в магазинах – U2, Depeche Mode, Oasis, Blur, Мадонна, Radiohead та інших закордонних зірок, в той час як головний американський музичний журнал "Rolling Stone" був по суті не зовсім музичним, він швидше був культурно-публіцистичним, а його аудиторія обожнювала кантрі і реп [Walser 2007, p. 511–516].

На жаль у липні 2020 року світ побачив останній випуск даного видатного музичного видання. Останньою краплею для журналу "Q" стала спроба бути актуальним, писати про наймодніших артистів і піднімати найбільш обговорювані теми.

"Q" був відомий своїми списками кращих пісень, альбомів, груп тощо. В останньому випуску видання зібрані інтерв'ю з улюбленими героями журналу, серед яких – Девід Боуї (*David Bowie*), Джоні Мітчелл (*Joni Mitchell*) і *Prince*. Фінальна смуга віддана *Bono* – лідеру *U2* [Q Magazine].

"*UNCUT Magazine*" – це журнал для любителів класичного року і фільмів. Він оцінює і розповідає історії з життя рок легенд, приправляючи їх фотографіями зі свого архіву [Uncut Magazine].

Даний британський щомісячний журнал був заснований у 1997 році. Основна увага у виданні приділяється рок-музиці, також є розділи, присвячені книгам і кінематографу. Значна увага приділяється новинам зі світу музики і кіно, оглядам нових альбомів і фільмів, інтерв'ю з провідними музикантами і кінорежисерами, а також розгорнутим статтям про історію рок-музики [Uncut Magazine].

Журнал друкує інтерв'ю з режисерами і музикантами, новини зі світу музики і кінематографа, огляди нових альбомів, фільмів і DVD. Акцент робиться на такі жанри, як *Americana*, *rock* and *alternative country* [Uncut Magazine].

На обкладинках спеціальних випусків *Uncut* були *Radiohead*, Боба Ділан, Брюса Спрінгстін, *The Byrds*, Девід Боуї, Ерік Клептон, Джон Леннон, *Pink Floyd*, *Queen*, Мартін Скорсезе, *Led Zeppelin* і багато інших [Uncut Magazine].

З травня 2006 року в "*Uncut*" був повністю прибраний розділ, присвячений книгам, і зменшений розділ про фільми [Walser 2007, p. 511].

В 2008 році британський музичний журнал *Uncut* оголосив про запуск власної премії, покликаної виявити кращий альбом.

Кожного року переможець премії визначається спеціальним журі з восьми чоловік, до складу яких серед інших входить головний редактор журналу Аллен Джонс. Із списку альбомів журі відбирає кожного року вісім кращих платівок, а потім шляхом голосування обирає одну найкращу.

Серед номінантів премії журналу "Uncut" бували такі видатні гурти та виконавці, як: *Radiohead*, Пі Джей Харві, *Portishead*, *Nick Cave & the Bad Seeds*, *Vampire Weekend*, Пол Уеллер, Брюс Спрінгстон, Роберт Плант та Елісон Краусс та інші [Uncut Magazine].

Розглянемо основні тактики виявлення позитивної оцінки серед рецензій англійських видань.

Тактика експлікації позитивної оцінки. Даний вид тактики націлений на акцентування позитивної інформації в характеристиці альбому, який рецензується. Дана тактика виражається експліцитно через використання слів меліоративної оцінковості з метою посилення персуазивності висловлювання рецензента [Huston 1999, p. 176–206]. Як правило, автори використовують велику кількість прикметників з яскраво вираженою оцінною емотивною конотацією, які містять оцінні семи в своєму значенні. Крім того, при виборі того чи іншого якісного прикметника, автор здатний висловити оцінку з бажаним ступенем експресивності, що дозволяє не тільки експлікувати оцінку, а й висловити певні емоційні нюанси (*monumental album; classic album; splendid album*).

Приклад 1. *Clattering* darbukas and bouzoukis, *swooning* violins and *seductive* clarinets underpin *elegant* Turkish blues and *thrilling* Greek dance tunes, 40 topped by a *sensual* voice of Oriental grace and mystery, courtesy of a young Turkish Kurd woman from Hackney – proving that in these multi-cultural days, you no longer have to go very far to find world music of *the most enticing* kind ("Cigdem Aslan – Mortissa" by Nigel Williamson, "Uncut" № 200, 2014) [Uncut Magazine].

В даному прикладі рецензент використовує прикметники не тільки для надання тексту більшої виразності, а й намагається передати звучання незвичайних інструментів, допомогти читачеві уявити звучання альбому. Посиленню виразності може сприяти залучення голофразису, інакше іменованого «фразовим епітетом», оказіонального функціонуванню

словосполучення чи речення як цільнооформленого утворення, графічно, інтонаційно і синтаксично уподібненого слову (*not-to-be-sniffed-at accolade*).

Приклад 2. *Excellent, astute, rapturous folk-rock from London hermits* (" *The Monks Kitchen – Music from the Monks Kitchen*" by Peter Watts, " *Uncut*" № 200, 2014) [*Uncut Magazine*].

Приклад 3. *Expansive, emotive second from soulful South Londoner* (" *Deptford Goth – Songs*" by Peter Watts, " *Uncut*" № 211, 2014) [*Uncut Magazine*].

Приклади 2 та 3 відображають схильність рецензентів використовувати таку конструкцію експресивного синтаксису, як однорідні члени речення. Вони надають тексту образність і інформативність.

Приклад 4. *Drenge are a thrillingly uncompromising two-piece noise group from Derbyshire who gained unlikely mainstream prominence when Labour MP Tom Watson name-checked them as «awesome» when resigning from the shadow cabinet in July 2013* ("*Drenge – Undertow*" by James Oldham, "*Q Magazine*", May 2015).

Даний приклад демонструє, що прикметники можуть посилюватися за рахунок допоміжних засобів – інтенсифікаторів: "*thrillingly*", "*unlikely*".

Тактика виділення позитивних характеристик музичного альбому. Рецензенти часто акцентують увагу і висловлюють свою думку з приводу окремих характеристик музичного твору. Одним із самих найрозповсюдженіших аспектів, якими керуються читачі при виборі альбому або композиції для ознайомлення, є тексти пісень окремих композицій альбому (*eloquent lyrics, clever lyrics, band's debut album unveils a real song-writing talent*), звучання голосу виконавця, стиль і т.д.

Рідко характеристика альбому обходиться без опису співочої манери соліста групи, про чий альбом йде мова в рецензії.

Приклад 5. *There's plenty of strings on Life In The Midwater – Burn plays violin and viola as well as guitar – but the dominant instrument is her voice, which*

has a tremulous timbre that you can picture accompanying motion pictures about thwarted love on yearning folk like "Sold" or the drawling "Discerpo" ("Aisha Burns – Life In The Midwater" by Peter Watts, "Uncut" № 211, 2014) [Uncut Magazine].

В даній рецензії автор використовує метафору, порівнюючи голос виконавиці з музичним інструментом, що володіє трепетним, чутливим тембром.

Приклад 6. *Within the general structure of a classic Celtic ballad, gorgeous mandolin and fiddle accents, and her so-called Voice Of God Choir, Cash plunges into myth and reality, magnificence and tragedy, her voice delivering each chapter in the story with an aching beauty ("Rosanne Cash – The River & The Thread" by Luke Torn) № 211, 2014) [Uncut Magazine].*

Рецензія на альбом виконавиці Розанни Кеш, дочки видатного музиканта Джонні Кеша, багата різними стилістичними засобами виразності, які полягають у використанні вишуканої метафори, епітета *gorgeous*, а також пар однорідних доповнень, висловлених абстрактними іменниками *myth and reality, magnificence and tragedy*. Подібне сходження в межах одного речення декількох стилістичних прийомів, сприяють виявленню позитивних характеристик музики альбому називають конвергенцією [Hesmondhalgh 2007, p. 506–527].

Приклад 7. *Barnett is even self-deprecating about her narrative voice, but you can hear her growing more confident in it as her work progresses. Crucially, she trusts herself to tell the story sparely, letting the finer details percolate and employing nifty linguistic tricks as well as words; the clever internal rhymes of terrific single "Avant Gardener" ("Life's getting hard in here so I do some gardening") contribute to a growing sense of unease: she goes out weeding to allay laziness-induced quilt but then suffers an anaphylitic shock ("Courtney Barnett – The Double EP: A Sea Of Split Peas" by Laura Snapes) "Uncut" № 211, 2014) [Uncut Magazine].*

Даний приклад поєднує використання декількох засобів виразності. Якщо говорити про синтаксис, то присутня інверсія: наріччя *crucially* займає невластиву йому передню позицію. Крім того, використовуються прикметники *terrific* і *nifty*, які містять яскраву емоційно-оцінне забарвлення. Більш того, використане дієслово *percolate*, яке в даному контексті може бути віднесеним до лексики високого регістра. Це досить показовий приклад, так як оцінність досить часто виражається претензійною чи піднесеною лексикою (*sumptuous, visceral, lovelorn*), за якою може критися упередженість думки, що служить цілі «емоційного вербування читача» [Walser 2007, p. 511–516].

Високої оцінки критиків також удостоюються ті альбоми, в чий музиці виконавці вміло поєднують контрасти, музичні інструменти, стилі, як видно з прикладу наведеного нижче.

Приклад 8. *Piano, underplayed violin, gently lapping keys and the softest brushwork constitute the rueful "Far From Me" ("Nick Cave & The Bad Seeds – Live From KCRW" by Sharon O'Connell)* [Q Magazine].

Важливою рисою, яка приваблює як слухачів, так і критиків, є новизна ("*finally finds her own voice*"), оригінальність ("*intrepid reading of a form*", "*otherness*"), свіжість, незвичайність, а, отже, цінність музичного матеріалу, представленого в альбомі. При цьому, використовуються згадані вище прийоми: однорідні визначення і інтенсифікаторами (*a convincing, impressive reinvention; strikingly original*). Високі оцінки (8/10, 9/10, 10/10; *classic, essential*) виставляються виконавцям, яких відрізняє харизма і щирість в подачі матеріалу [Walser 2007, p. 511–516].

Приклад 9. *But, like a stake through its heart, there's a credible sincerity throughout* ("*Dale Cooper Quartet & The Dictaphones – Quatorze Pieces De Menace*", Wyndham Wallace, "Uncut" № 200, 2014) [Uncut Magazine].

В даному випадку використовується експліцитний спосіб вираження позитивної оцінки за допомогою порівняння.

Тактика порівняння з іншими музичними колективами для виділення позитивних якостей альбому. Тактика порівняльного аналізу спирається на прийомі порівняння, використовуючи новий альбом групи, який рецензент пов'язує з творами інших музичних колективів, вже удостоєних статусу легендарних, високопрофесійних. Таке порівняння найчастіше сприймається як дійсно переконливий аргумент.

Тактика порівняння з іншими музичними колективами користується великою популярністю і нерідко використовується в поєднанні з тактикою експлікації позитивної оцінки [Halliday 1975, p. 154]. Ймовірно, рецензент прагне вибрати найбільш точні прикметники при порівнянні груп з метою апеляції до фонових музичних знань слухачів, їх «наслуханність», що відображено наступному прикладі.

Приклад 10. *Nothing fancy: their amped-up country/rock is as meat-andpotatoes as you can get. But leader Brian Hennenman's hypocrisy detector and fierce identification with the downtrodden – tracing a line from Gunthrie to Haggard to Springsteen – is regularly set to stun ("Bottle Rockets – Bottle Rockets/The Brooklyn Side [Deluxe Editions] " by Luke Torn, "Uncut" № 2011, January 2014) [Uncut Magazine].*

Рецензент навмисно ставить альбом колективу «Bottle Rockets» в один ряд з роботами видатних музикантів Вуді Гантрі (американський фолк-музикант 1950-1960-х рр.) і Брюса Спрінгстона, тим самим підкреслюючи високу планку рецензованого матеріалу.

Певним інтересом володіє рішення рецензента описати звучання одного з альбомів епітетом *"kitchen-sink-drama"* – style, який містить вказівку на період в культурному житті Великобританії, який отримав назву «драматургія кухонної мийки» [Walser 2007, p. 515]. Для начитаного читача такий епітет здатний викликати асоціації як з образами видатних літературних творів того періоду (наприклад, з героями і проблематикою драм Алана Сіллітоу), картин Джона Бретбі, так і з музикою окремих

музикантів: в першу чергу з піснями *"The Smiths"*, *"Morrissey"* і *"Pulp"*, який отримав всесвітню популярність. В результаті, апеляція до культурної реалії надає рецензії високий оцінний потенціал.

Тактика порівняння з іншими альбомами музичної групи для виділення позитивних якостей альбому. Важливим фактором для винесення позитивної оцінки є здатність групи еволюціонувати, покращувати своє звучання, створювати більш глибокі професійні тексти пісень.

Приклад 11. *Bruno has moved on and made the already big and bold, bigger and bolder* ("*Awolnation – Run*" by John Aizlewood, "*Q Magazine*", May 2015) [*Q Magazine*].

Для експлікації позитивної оцінки в даному випадку використовується порівняльна ступінь прикметників.

Приклад 12. *Matangi is also her most exhilarating and multi-faceted album* ("*MIA – Matangi*" by Stephen Dalton, "*Uncut*" № 211, 2014) [*Uncut Magazine*].

Стівен Далтон, постійний рецензент "*Uncut*", оцінюючи новий альбом MIA під назвою "*Matangi*", використовує суперлативи, які сигналізують інтенсифікацію позитивного ставлення автора до виконавця.

Тактика позитивної характеристики виконавця. Особливість втілення тактики позитивної характеристики виконавця (зокрема музичного гурту) полягає в тому, що журналіст дає оцінку не самому об'єкту рецензування, а його творцеві (творцям). Позитивна оцінка, таким чином, поширюється на весь об'єкт рецензування. Позитивна оцінка музичного таланту реалізується через іменники з емоційним потенціалом (*music's minor-key geniuses; creative visionary; South Coast wunderkind*) і неградуальні прикметники, що позначають безвідносно високу ступінь якості (*virtuosic quartet; classic-sounding; superior guitar-pop classicism*). Висока думка про майстерність виконавця може бути вираженою і відсиланням до значних культурних реалій англомовного співтовариства, які з метою посилення експресивності

поміщаються в підзаголовок рецензії, як показано в наступному прикладі.

Приклад 13. *Radiant return of Americana's founding fathers* ("The Jayhawks – Paging Mr. Proust" by Rob Hughes, "Uncut") № 211, 2014) [Uncut Magazine]. Тут використано тактику об'єктивації оцінки, яка полягає у апеляції до авторитетної думки.

Приклад 14. *It's easy to see why Guy Garvey has been singing the praises of Nadine Shah. In places on Fast Food there's a distinct air of Elbow-styled sonic invention at work, as if fronted by Siouxsie Sioux or a feminine Nick Cave (namechecked alongside beat author Jack Kerouac in the Banshees-like guitar chime of Fool)* ("Nadine Shah – Fast Food" by Tom Doyle, "Q Magazine", May 2015) [Q Magazine].

У наведеному фрагменті рецензії автор посиляється на думку Гая Гарві, успішного музиканта, соліста популярної інді-групи "Elbow", радіо-ведучого, який схвально відгукнувся про молоду талановиту співачку в рамках своєї програми [Rounds 2010, p. 106]. Крім цього, автор рецензії звертається до вже виділеної тактики порівняння альбому з музикою інших музикантів. Він прагне охарактеризувати стиль співачки через її зіставлення з трьома виконавцями: з Гаєм Гарві, Сьюзі Сью, вокалісткою "Siouxsie Sioux & The Banshees", і Ніком Кейвом. Таку фігуру мови, як *a feminine Nick Cave*, можна назвати проявом антономасії, так як через використання власної назви розкриваються особливості виконавської майстерності Надін Шах, які також є невід'ємними рисами творчості Ніка Кейва: сутінкова атмосфера пісень, в'язкість звуку, відстороненість, самоконтроль в подачі матеріалу.

Крім апеляції до думки соліста знаменитої групи, для обґрунтування своєї високої оцінки рецензенти схильні цитувати думки своїх старших колег, які працюють в найбільших музичних періодичних виданнях. У рецензії, присвяченій новому альбому групи "Cian Nugent & The Cosmos", Джон Малві, звертаючись до історії музичного колективу, наводить цитату з самого впливового журналу про сучасну музику "New Musical Express":

"when Nick Kent reviewed *Marquee Moon* [дебютний альбом Шона Наджента, який був у той час солістом знаменитої британської групи "*Television*"] *for the NME in 1977, it wasn't just the wild mercury sound of downtown New York that entranced him. «The song's structure,» he wrote of «Marquee Moon» itself, «is practically unlike anything I've ever heard before...».*

Тактика надання статистичної інформації. Дана тактика використовується нечасто, поступається в процентному співвідношенні тактикам виділення позитивних характеристик і експлікації позитивної оцінки [Atton 2001, p. 29–46]. Звертаючись до тактики надання статистичної інформації, критик вказує кількість великих лейблів, з якими співпрацювала група (*Rough Trade, Motown*), призводить число музичних премій і нагород виконавця, найбільш вирішальною з яких для англійських музичних критиків стає *Brit Awards*. Статистична інформація також представлена числом тижнів, протягом яких виконавець утримувався на вищих рядках хіт-парадів (*the record spent 111 weeks on the Billboard chart*).

Тактика експлікації персональної оцінки рецензента. По-перше, дана тактика є визнанням рецензента в тому, що він позитивно оцінює будь-які якості рецензованого альбому або виконавця. По-друге, тактика реалізується в заяві автора про те, що він з цікавістю має намір стежити за майбутніми роботами групи, що продемонстровано в наступному прикладі.

Приклад 15. *"Huffing accordion shadows the like of "The Lark Night Train", sketching out melancholy phrases while paddling drums underscore nylon-string guitar, sending chordal inversions into the air like beaming satellites. Can't wait for the forthcoming, "darker" sequel" ("Directorsound – Other Rivers" by John Dale, "Uncut Magazine" № 211, 2014) [Uncut Magazine].*

Існує й інший спосіб експлікації персональної оцінки рецензента, який особливо часто використовується в міні-рецензіях. Він полягає в резюмуванні тексту односкладними або нерозповсюдженими окличними реченнями, що надає додаткову експресію оцінці.

Приклад 16. *Heroic* ("Awolnation – Run" by John Aizlewood, "Q Magazine", May 2015) [Q Magazine].

Приклад 17. *C'est formidable!* ("Brian Jonestown Massacre – Musique de film imagine" by Andrew Perry, "Q Magazine", May 2015) [Q Magazine].

Перераховані вище тактики орієнтовані на продукування позитивної оцінки. В Таблиці 2.1 наочно продемонстровано їх процентне співвідношення.

Таблиця 2.1
Тактики продукування позитивної оцінки в
англійській музичній рецензії

№	Рецензії на англійській мові	% від загального числа рецензій
1.	Тактика експлікації позитивної оцінки	97%
2.	Тактика виділення позитивних характеристик музичного альбому	37%
3.	Тактика порівняння з іншими музичними колективами для виділення позитивних якостей альбому	76%
4.	Тактика порівняння з іншими альбомами музичної групи для виділення позитивних якостей альбому	38%
5.	Тактика позитивної характеристики виконавця	43%
6.	Тактика об'єктивації оцінки	11%
7.	Тактика надання статистичної інформації	8%
8.	Тактика експлікації персональної оцінки рецензента	24%

Оцінним тактикам, які функціонують в позитивних рецензіях на англійській мові, властива раціональність, про що свідчить наявність таких тактик, як тактика об'єктивації оцінки, тактика надання статистичної інформації. Однак раціональність англійських позитивних рецензій

поєднується з емоційними, суб'єктивними способами вираження оцінки, про що говорить широке використання прикметників з оцінною семантикою, прислівників-інтенсифікаторів, емпатичних синтаксичних конструкцій.

У таблиці 2.2 розглянемо лінгвістичні засоби продукування позитивної оцінки в англійській музичній рецензії.

Таблиця 2.2
Лінгвістичні засоби продукування позитивної оцінки в англійській музичній рецензії

№	Рецензії на англійській мові	Загальна кількість рецензій	Частотність вживання в рецензіях
1.	Прикметники з яскраво вираженою оцінною конотацією (<i>Terrific, splendid, excellent, awesome, gorgeous</i> та ін.).	58	26
2.	Піднесена і книжкова лексика (<i>sumptuous, visceral, lovelorn, heartfelt, percolate</i> та ін.).	13	12
3.	Фразові епітети (<i>not-to-be-sniffed-at accolade, «kitchen-sinkdrama»-style, Motown-meets-Krautrock beat</i> та ін.).	6	6
4.	Прикметники вищого та найвищого ступеня (<i>bigger, bolder; most exhilarating, the finest, the best</i> та ін.).	13	11
5.	Неградуальні прикметники (<i>virtuosic, superior, fascinating, fantastic, wonderful, classic</i> та ін.).	14	12
6.	Авторські okazionalizmi (<i>Elbow-styled, morrisseystique, Banshees-like, Teardrop Explodes-ish</i> та ін.).	8	8
7.	Іменники з яскраво вираженою оцінною конотацією (<i>genius, visionary, wunderkind, founding fathers</i> та ін.).	5	5

Продовження таблиці 2.2

8.	Антономазія (<i>a feminine Nick Cave</i> та ін.).	5	5
9.	Конструкції експресивного синтаксису:	18	16
	- інверсія;	3	3
	- розщеплені речення з експресивним потенціалом;	10	8
	- однорідні члени речення (<i>myth and reality, magnificence and tragedy; «Exciting, tremendous, gorgeous album!»</i> та ін.).	5	5
10.	Метафори (<i>a six-minute monster, voice of a God Choir</i> та ін.).	23	19
11.	Інтенсифікатори (<i>strikingly original, sheer delight</i> та ін.).	21	7
12.	Прислівники з емпатичним значенням (<i>thoroughly, contemplatively, deeply</i> та ін.).	14	8

Отже, серед тактик продукування позитивної оцінки нами були розглянуті такі тактики, як: експлікація позитивної оцінки; виділення позитивних характеристик музичного альбому; порівняння з іншими музичними колективами для виділення позитивних якостей альбому; порівняння з іншими альбомами музичної групи для виділення позитивних якостей альбому; позитивна характеристика виконавця; об'єктивація оцінки; надання статистичної інформації; експлікації персональної оцінки рецензента.

Розглянувши розподіл оцінних тактик можна зробити наступні висновки. По-перше, англійським позитивним музичним рецензіям більшою

мірою властива раціональність. По-друге, рецензенти проаналізованих англійських музичних журналів частіше використовують тактику експлікації позитивної оцінки (97% рецензій) і рідко виносять низьку оцінку альбому (тільки в 24% випадків). На частку позитивних англомовних рецензій доводиться більша кількість емпатичних стилістично-зabarвлених лінгвістичних засобів (прикметники з яскраво вираженою оцінною конотацією: 58 в англійських рецензіях; інтенсифікаторами: 21 в англійських рецензіях; піднесена і книжкова лексика: 13 в англійських рецензіях).

2.2 Тактики продукування негативної оцінки на прикладі музичних рецензій на англійській мові

Вираз емоційних реакцій і оцінок є однією з основних функцій мови [Яшенкова 2010, с. 188]. Важливість цієї ідеї підтверджується тим фактом, що в останні десятиліття не слабшає інтерес до питань, пов'язаних з мовною оцінністю, що розглядається в сучасній лінгвістиці як один з найважливіших аспектів опису змістовної сторони мовних засобів, однією з мовних універсалій.

Оцінка являє собою складне і багатогранне явище для осмислення і аналізу. Питання, пов'язані з вивченням різних аспектів оцінки, ставали предметом вивчення філософії, етики, логіки, психології, аксіології. Однак саме в лінгвістиці гостро стоїть питання про розробку різних концепцій оцінки, взаємодії контексту і оцінного значення [Яшенкова 2010, с. 189].

Вивчення лінгвістичної категорії оцінки є непростим завданням для дослідника, так як вона є комплексним феноменом і не укладається в рамки певних лексичних і граматичних засобів в окремо взятій мові

[Иссерс 2011, с. 138; Ray 2016, р. 75]. Аналітичний жанр рецензії є особливо багатим матеріалом для дослідження оцінності, так як вона є текстоутворюючим елементом даного жанру. Рецензія є естетично-концептуальним жанром. Оцінка публіциста – це не суб'єктивне свавілля, засноване на принципі «подобається – не подобається», а ретельно аргументований розбір джерела. Рецензія не завжди носить вичерпний характер, але зобов'язана дати аудиторії цілісне уявлення про твір, стимулювати інтерес до об'єкта рецензування [Шерстяных 2013, с. 99].

В музичній рецензії дається оцінка музичному продукту – альбому. Передбачається, що в музичних рецензіях буде вербально описано те, як звучить музика, тому вони повинні мати оригінальний стиль і повинні передавати відчуття музики за допомогою вибору відповідних лексико-стилістичних і синтаксичних засобів, які є лінгвістичними інструментами вираження комунікативної стратегії оцінки.

Під комунікативною стратегією розуміється «комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної глобальної мети» [Кашкин 2000, с. 199]. Комунікативна стратегія в більшості випадків включає в себе певний набір тактик і прийомів. Багато в чому саме від використання тактик і прийомів залежить успішність і ефективність комунікації. Слідом за В.Б. Кашкін ми визначаємо комунікативну тактику як практичний хід в процесі комунікації, яка співвідноситься з сукупністю певних намірів комуніканта.

Комунікативні тактики, спрямовані на вираження негативної оцінки в музичній рецензії. Вони є особливо цікавим предметом аналізу, оскільки в даний час за жанром рецензії все більше закріплюється рекламна спрямованість, яка коріниться в сучасній соціокультурній ситуації. Музичний ринок постійно розширюється, і лейбли зацікавлені у випуску все більшої кількості альбомів. В результаті, прийнято вважати, що рецензії не повинні бути вкрай негативними, журналістам рекомендовано знаходити в

кожному відкликанні хоча б щось позитивне [Добросклонская 2008, с. 50; Atton 2004, р. 60].

Існують такі різновиди комунікативних ходів, які використовуються з метою негативної презентації об'єкту рецензії [Шерстяных 2013, с. 101]:

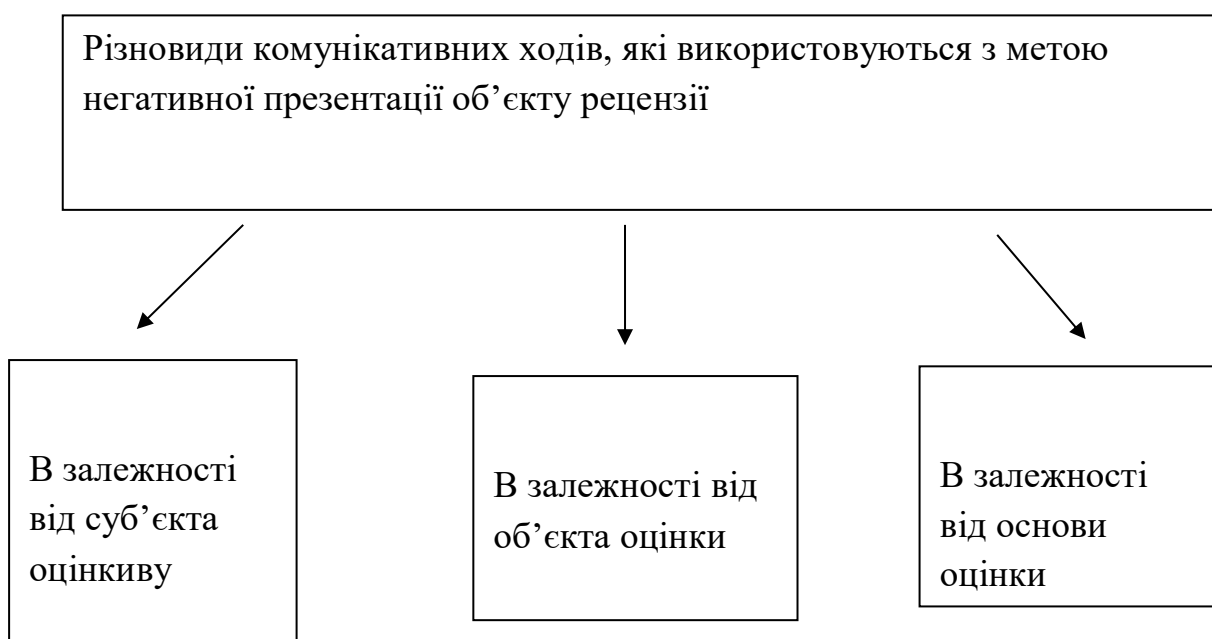
1. В залежності від суб'єкта оцінки – враження від прочитаного, обдурені очікування, порада, апеляція до чужої думки, згода / незгода з чужою думкою і нав'язування самооцінки.

2. В залежності від об'єкта оцінки – твердження недоліків музичного твору, заперечення достоїнств музичного твору, характеристика образу потенційного слухача, осуд, обвинувачення, глузування.

3. В залежності від основи оцінки – включення в контекст сучасної музичної індустрії, вказівка на стилістичну недосконалість і вказівка на фактичну неточність.

Рисунок 2.1

Різновиди комунікативних ходів, які використовуються з метою негативної презентації об'єкту рецензії



Розглянемо засоби і способи вербалізації комунікативних ходів, що реалізують тактику негативної презентації об'єкту рецензії.

Основа – суб'єкт оцінки. Тут об'єднуються комунікативні ходи, які, працюючи на тактику негативної презентації, тими чи іншими засобами формують образ суб'єкта оцінки.

В якості суб'єкта оцінки виступає критик, метою якого є дискредитація об'єкта рецензії в очах читача за допомогою певних комунікативних ходів [Добросклонская 2008, с. 49]:

1. Враження від прочитаного.
2. Обмануті очікування.
3. Поради.

В якості суб'єкта оцінки виступає третя особа, як правило, це інший критик, чия думка вводиться в текст рецензії. В цьому випадку ми виділяємо комунікативний хід апеляції до чужої думки [Салимовский 2002, с. 82].

Основа – об'єкт оцінки. Ця основа об'єднує такі комунікативні ходи, де експлікований об'єкт негативної оцінки: музичний твір або його творець [Салимовский 2002, с. 85].

Основа – основа оцінки. Всі комунікативні ходи цієї групи орієнтовані на оцінку ідейного або власне мовного боку твору [Салимовский 2002, с. 86].

Їх основна функція – у доступній для читача формі аргументувати загальну негативну оцінку об'єкта рецензії або нав'язати її [Салимовский 2002, с. 87]:

1. Включення в контекст сучасної літератури.
2. Вказівка на стилістичне недосконалість.
3. Вказівка на фактичну неточність.

Не кожне музичне видання публікує рецензії про музичну продукцію з низьким рейтингом. Але на прикладі музичних видань "*Uncut*" та "*Q Magazine*" ми розглянемо декілька прикладів використання даних тактик.

Тактика експлікації негативної оцінки. Під тактикою експлікації негативної оцінки розуміють тактику, в якій негативна оцінка виступає в якості смислового центру судження. При аналізі даної тактики на перший

план виступає емотивний компонент. Негативна оцінка може бути закладена в семантиці окремих слів висловлювання, а може і утримуватися в цілому висловлюванні [Добросклонская 2008, с. 51].

Приклад 18. *Aussie duo's **mangled**_electronics ("Garland – Syndrome" by Piers Martin, "Uncut Magazine" № 211, 2014).*

Речення, взяте в якості прикладу 17, виділено в журналі жирним шрифтом, і випереджує рецензію, відразу налаштовуючи публіку на сприйняття неоднозначного музичного матеріалу. Дієприкметник *mangled* має яскраву негативну конотацією. Серед інших дієприкметників, передавальних негативним сприйняттям альбому, виділено дієприкметник *hobbled*, що дозволяє говорити про певні тенденції вираження непрофесійного виконання за допомогою метафоричного відсилання до обмежених фізичних можливостей. Крім того, тактика реалізується за допомогою використання експресивних епітетів (*suffocating*), які містять семи, пов'язані з фізичним болем. Складові прикметники теж можуть бути використані з метою негативної характеристики окремих композицій альбому, наприклад, їх звучання (*mind-numbing*).

При експлікації негативної оцінки прикметники виступають в ролі яскравих епітетів. У сучасній англійській рецензії можливо також збільшення експресивності епітета за рахунок транспозиції за типом голофразису, тобто okazional'nogo funktsionuvannya slovospoluchennya abo rechen'nyya yak tsil'nooformlenogo utvoren'nyya, grafichno, intonatsiynno i syntaksichno upodobnennya slova. В силу своєї непередбачуваності такі словоподібні утворення, фразові епітети, дуже виразні (*brooding-to-soaring bad attitude; his tried-and-tested formula*).

Тактика виділення негативних характеристик твору. Основне завдання цієї комунікативної тактики – викликати сумнів серед читацької аудиторії в позитивних якостях твору. Виходячи з того, що оцінка детермінована конкретними аспектами музичних творів, рецензент акцентує увагу саме на

них, виставляючи їх в найгіршому світлі, іронізуючи і т.д.

Одним з таких аспектів є тексти пісень. Реалізуючи тактику виділення негативних характеристик альбому, автори загострюють увагу на відсутності оригінальних ідей в текстах пісень або їх необґрунтованій надмірній пихатості.

Приклад 19. *Old difficulties remain, with Sullivan's declamatory lyrics often **mistaking grandiosity for gravitas**, but Between Dog And Wolf is mostly an impressive beast* ("New Model Army – Between Dog And Wolf" by Stephen Dalton, *Uncut* № 211, 2014).

В даній рецензії негативна оцінка заснована на грі схожих по звучанню слів, які несуть протилежні конотації (*grandiosity*, *gravitas*). Однак різкість критика нівелюється подальшою позитивною характеристикою пісні альбому через використання сполучення.

Поширені випадки, коли тактика реалізується за допомогою використання яскравого епітета в поєднанні з власною мовою або прикметником, що виражає негативну оцінку (*hardly groundbreaking stuff, an unlikely eye-opener*).

Тактика протиставлення. Даний вид тактик має в основі антитезу, яка є засобом впливу, що лежить в основі інструментальної тактики продукування негативної оцінки. Тактика протиставлення часто реалізується в тексті за рахунок складносурядних речень зі сполучником *but* через протиставлення позитивних і негативних характеристик твору.

Приклад 20. *Sumptuous **but** airless art-rock from the Midwest* ("Elsinore – Push/Pull" by Andrew Mueller, "Uncut Magazine" № 211, 2014).

Приклад 21. *"Yr Wylan Fry" sounds like Ennio Morricone jamming with Belle And Sebastian. **Lovely stuff, if a little sedate*** ("The Gentle Good – Y Bardd Anfarwol" by Stephen Dalton, «Uncut Magazine» № 211, 2014).

В прикладі 21 продукування негативної оцінки сприяє і вживанню слова з розмитим, зниженим семантичним значенням (*stuff*).

Тактика протиставлення висловлює негативну оцінку в найменш категоричній формі, оскільки їй властивий елемент неявного заперечення. Тактика сприяє продукуванню зваженого думки.

Тактика порівняння з іншими музичними колективами для виділення негативних якостей альбому. Даний вид тактик найчастіше має на меті акцентування неспроможність групи, її нездатність привнести щось нове на музичну сцену, «найти свій голос». Тому критик прагне перерахувати велику кількість легендарних, знаменитих груп, які вплинули на музику виконавця, який, однак, годиться лише на роль невмілого пародиста.

Приклад 22. *The opening "Hymn" is a startling piece of nouveau-chamber pop production, all symphonic twists and choirs at strange angles. Cue brattish reinventions of Creedence ("Never Lonely"), Costello ("New Years") ("Diane Coffee – My Friend Fish" by Garry Mulholland, "Uncut Magazine" № 211, 2014).*

Ми виділили основні тактики продукування негативної оцінки, які представлені в таблиці 2.3:

Таблиця 2.3
Тактики продукування негативної оцінки в
англійській музичній рецензії

№	Рецензії на англійській мові	% від загального числа рецензій
1.	Тактика експлікації негативної оцінки	24%
2.	Тактика виділення негативних характеристик твору	47%
3.	Тактика протиставлення	12%
4.	Тактика порівняння з іншими музичними колективами для виділення негативних якостей альбому	76%

Тактика порівняння з іншими музичними колективами для виділення негативних якостей альбому найчастіше служить цілі продукування негативної оцінки в англійській музичній рецензії, що може свідчити про переважну аксіологічну установку рецензентів: виконавець повинен бути досить оригінальним і володіти певним ступенем несхожості на інші

колективи, щоб заслужити високий рейтинг. Тактика експлікації негативної оцінки була виділена тільки в 24% всіх англійських рецензій, що можна назвати досить низьким показником.

На прикладі таблиці 2.4 нами були розглянуті лінгвістичні засоби продукування негативної оцінки в англійській музичній рецензії.

Таблиця 2.4
Лінгвістичні засоби продукування негативної оцінки в англійській музичній рецензії

№	Рецензії на англійській мові	Загальна кількість рецензій	Частотність вживання в рецензіях
1.	Прикметники і дієприкметники з яскраво вираженою негативною оцінною конотацією (<i>terrible, mangled, hobbled, suffocating, mind-numbing</i> та ін.)	10	5
2.	Модифікатори (<i>hardly groundbreaking, an unlikely eye-opener</i> та ін.).	31	10

Як бачимо на прикладі таблиці 2.4 серед лінгвістичних засобів продукування негативної оцінки в англійській музичній рецензії використовуються прикметники і дієприкметники з яскраво вираженою негативною оцінною конотацією та модифікатори.

Таким чином, результати аналізу негативних музичних рецензій показали, що англійські рецензенти не схильні виносити низькі оцінки новим альбомами, що відбивається на відсутності різноманітності лінгвістичних засобів вираження думки. Ми припускаємо, що низька кількість негативних рецензій, а, отже, і негативних оцінних тактик обумовлена політикою самих музичних видань "*Uncut*" і "*Q*": рецензії, публікуються на сторінках досліджуваних журналів, носять рекомендаційний характер і не претендують на глибину і критичність музичного аналізу.

ВИСНОВКИ

Дипломна робота була присвячена дослідженню комунікативних стратегій і тактик оцінки, що використовуються в англійськомовній музичній рецензії.

Категорія оцінки – це одна з найважливіших лінгвістичних категорій, яка бере безпосередню участь в організації мовного спілкування. З одного боку вона звернена до мислення людини, її когнітивної діяльності, а з іншого до її практичної діяльності, соціальної та культурної реальності. Оцінка – це складна категорія світогляду, яка привертала увагу дослідників ще з часів античності. Неослабний інтерес до дослідження кваліфікативних феноменів пов'язаний із становленням в мовознавстві когнітивно-комунікативної парадигми, переходом до всебічного вивчення мови, зміщенням фокусу уваги на розгляд мови в комунікації і в тісному зв'язку з ментальними процесами.

Під терміном «комунікативна стратегія» розуміють комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної глобальної мети. Вона є надзавданням комунікації, яке ставить перед собою комунікант. Комунікативна стратегія характеризується певним набором тактик та прийомів. Під терміном «комунікативна тактика» розуміють практичні кроки, які вживає адресат в ході реалізації обраної стратегії. Крім того, вони відіграють ключову роль в побудові змісту та оформленні висловлювання, зумовлюють вибір стилістичних засобів.

Здійснивши аналіз особливостей музичної рецензії можна зробити висновок, що під поняттям «музична рецензія» розуміють найпопулярніший жанр музичної критики, мета якого – розповідь про музичний альбом або пісню певного виконавця (музичного гурта). Даний вид рецензій є реакцією на певну музичну подію (пісню, альбом, концерт), і являє собою текст як

змістовно взаємопов'язану послідовність знаків. Створюючи рецензію, автор інтерпретує текст (дискурс) музичного твору або події, які створюють основну лінію дискурсивної взаємодії.

Аналітичний жанр музичної рецензії представляє багатий матеріал для аналізу структурованого і оцінного аспекту комунікативної стратегії оцінки з двох причин:

1) використання даної стратегії обумовлено завданням рецензента, що полягає в тому, щоб винести судження про новий альбом. Отже, обрана комунікативна стратегія оцінки змушує рецензента вибирати відповідні тактики і лінгвістичні вербалізатори оцінки;

2) сучасні музичні рецензії можна розглядати як джерела і своєрідні «ретранслятори» цінностей культури, так як їх популярність безперервно зростає, породжуючи зростаючу кількість незалежних музичних друкованих та онлайн видань.

Для продукування позитивних оцінок використовуються вісім основних тактик: експлікація позитивної оцінки; виділення позитивних характеристик музичного альбому; порівняння з іншими музичними колективами для виділення позитивних якостей альбому; порівняння з іншими альбомами музичної групи для виділення позитивних якостей альбому; позитивна характеристика виконавця; об'єктивація оцінки; надання статистичної інформації та експлікація персональної оцінки рецензента.

Для продукування негативних оцінок використовуються чотири тактики, а саме: експлікація негативної оцінки; протиставлення; порівняння з іншими музичними колективами для виділення негативних якостей альбому та акцентування на негативних характеристиках музичного твору.

Аналіз рецензій показав, що ряд позитивних тактик апелює до певних елементів лінгвокультури. Особливо це стосується культурних реалій, що відносяться до тактики експлікації позитивної оцінки, тактики порівняння з іншими музичними колективами для виділення позитивних якостей альбому і

тактики позитивної характеристики виконавця.

В перспективі, на нашу думку, представляється можливим і доцільним продовжити дослідження комунікативних стратегій і тактик оцінки в інших видах рецензій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык : учеб. пособ. М. : Просвещение, 2009. 384 с.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека : моногр. М. : Языки русской культуры, 1999. 911 с.
3. Балк Е. А., Леманев М. М. Английский язык. Занимательный урок : учеб. пособ. М. : Издательство НЦ ЭНАС, 2006. 366 с.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : навч. посіб. К. : Академія, 2009. 376 с.
5. Брандес М. П. Стилистика текста. Теоретический курс : учебник. М. : Прогресс-Традиция; ИНФРА-М, 2004. 416 с.
6. Валгина Н. С. Теория текста : учеб. пособ. М. : Логос, 2003. 173 с.
7. Валгина Н. С. Теория текста : учеб. пособ. М. : Логос, 2004. 280 с.
8. Габидуллина А. Р. Педагогическая лингвистика : учеб. пособ. для студ. высших учебных заведений. Горловка : ГГПИИЯ, 2011. 208 с.
9. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации : учеб. пособ. М. : 2008. 116 с.
10. Ильченко О. М. Етикет англомоногового наукового дискурсу : монографія. К. : ІВЦ «Політехніка», 2002. 288 с.
11. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : моногр. М. : Издательство ЛКИ, 2012. 304 с.
12. Иссерс О. С. Речевое воздействие : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». 2-е изд. М. : Флинта: Наука, 2011. 224 с.

13. Иссерс О. С. Речевое воздействие : учеб. пособ. М. : ФЛИНТА: Наука, 2013. 240 с.
14. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс : науч. пособ. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
15. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации : учеб. пособие. Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. 175 с.
16. Кобякова І. К. Креативне конструювання вторинних утворень в англomовному дискурсі : монографія. Вінниця : Нова книга, 2007. 128 с.
17. Копнина Г. А. Речевое манипулирование : учебное пособие. М. : Флинта, 2008. 176 с.
18. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : підручник для студентів вищих навчальних закладів. К. : Академія, 2003. 464 с.
19. Красильникова Л. В. Жанр научной рецензии : семантика и прагматика : монография. М. : Диалог, 1999. 139 с.
20. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира : учеб. пособ. М. : Просвещение, 2004. 560 с.
21. Куликова Л. В. Коммуникативный стиль в межкультурной парадигме : науч. пособ. Красноярск : Краснояр. гос. пед. ун-т им. В. П. Астафьева, 2006. 392 с.
22. Кухаренко В. А. Інтерпретація тексту : підручник для вузів. Вінниця : Нова книга, 2004. 272 с.
23. Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации : Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций : моногр. М. : 2009. 512 с.
24. Левицкий В. В. Квантитативные методы в лингвистике : учеб. пособ. Черновцы : Рута, 2004. 190 с.
25. Либер Е. Букварь начинающего арт-критика: учеб. пособ. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2015. 214 с.

26. Лотман Ю. М. Структура художественного текста. Структура художественного текста. Анализ поэтического текста : моногр. Санкт-Петербург : Азбука, 2016. 704 с.
27. Миронова Н. Н. Дискурс-анализ оценочной семантики : учеб. пособ. М. : Грамота, 1997. 158 с.
28. Митусова О. А. Английский для аспирантов : учеб. пособ. Ростов-на-Дону : Феникс, 2003. 320 с.
29. Михайлов Н. Н. Теория художественного текста : учеб. пособие для студ. филол. фак. высш. учеб. заведений. М. : Издательский центр «Академия», 2006. 224 с.
30. Полонский А. В. Сущность и язык публицистики : учеб. пособ. Белгород : Политерра, 2009. 238 с.
31. Полюжин М. М. Курс лекцій з лінгвоісторіографії : навч. посіб. для студентів філологічних спеціальностей. Вінниця : Фоліант, 2004. 272 с.
32. Полюжин М. М. Функціональний і когнітивний аспект англійського словотворення : моногр. Ужгород : Закарпаття, 1999. 240 с.
33. Приходько Г. І. Способи вираження оцінки в сучасній англійській мові : навч. посіб. Запоріжжя: ЗДУ, 2001. 362 с.
34. Реформатский А. А. Введение в языковедение : учеб. пособ. М. : АспектПресс, 2011. 536 с.
35. Руженцева Н. Б. Дискредитирующие тактики в российском политическом дискурсе : моногр. Екатеринбург : Знание, 2004. 294 с.
36. Салимовский В. А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (научный академический текст) : учеб. пособ. Пермь : Изд-во Пермского ун-та, 2002. 234 с.
37. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія : навч. посіб. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
38. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми : підруч. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.

39. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище : методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики) : моногр. К. : Академія, 2002. 392 с.
40. Суперанская А. В. Общая терминология: терминологическая деятельность : учеб. пособ. М. : АСТА, 2008. 288 с.
41. Суперанская А. В. Общая терминология: Вопросы теории : учеб. пособ. М. : ЛИБРОКОМ, 2012. 248 с.
42. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособ. М. : Слово, 2000. 624 с.
43. Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учебное пособие. М. : Аспект Пресс, 2002. 320 с.
44. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие : коммуникация и прагматика : учеб. пособ. М. : Издательство «ИКАР», 2007. 480 с.
45. Фролова І. Є. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі : моногр. Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2009. 344 с.
46. Черногрудова Е. П. Основы речевой коммуникации : учебное пособие. М. : Изд-во «Экзамен», 2008. 126 с.
47. Чернышова Т. В. Современный публицистический дискурс : коммуникативно-стилистический аспект : учеб. пособие. Барнаул : Изд-во Алтайского университета, 2003. 178 с.
48. Шаховский В. И., Жура В. В. Вопросы языкознания : учеб. пособ. М. : Изд. «Наука», 2002. 160 с.
49. Шерстяных И. В. Теория речевых жанров. Лекционно-практический курс. М. : Флинта: Наука, 2013. 544 с.
50. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву : лінгвістичний аспект : навч. посіб. К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. 440 с.
51. Яшенкова О. В. Основы теории мовної комунікації : навч. посіб. К. : ВЦ «Академія», 2010. 312 с.

52. Принципи класифікації комунікативних стратегій. URL: http://www.kamts1.kpi.ua/sites/default/files/files/maslova_pryntsypu.pdf (дата звернення: 11.11.2020).

53. Типология коммуникативных ходов, реализующих тактику положительной презентации объекта рецензии. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-kommunikativnyhhodovrealizuyuschih-taktiku-polozhitelnoy-prezentatsii-obekta-retsenzii> (дата звернення: 11.11.2020).

54. Типология коммуникативных ходов, реализующих тактику негативной презентации объекта рецензии. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-kommunikativnyhhodovrealizuyuschih-taktiku-polozhitelnoy-prezentatsii-obekta-retsenzii> (дата звернення: 12.11.2020).

55. Atton Ch. "Living in the Past" : value discourses in progressive rock fanzines. *Popular Music*. 2001. Vol. 13/4. P. 29–46.

56. Atton Ch. Writing about listening: alternative discourses in rock journalism. *Popular Music*. 2004. Vol. 21/8. P. 53–67.

57. Atton Ch. Listening to "difficult albums" : specialist music fans and the popular avant-garde. *Popular Music*. 2012. Vol. 31/3. P. 347–361.

58. Bondi M., Mauranen A. Editorial : evaluative language use in academic discourse. *Journal of English for Academic Purposes*, 2003. Vol. 11. P. 269–271 .

59. Halliday M. Learning How to Mean : explorations in the development of language. (Explorations in Language Studies Series, edited by Peter Doughty and Geoffrey Thornton). London: Edward Arnold, 1975. 164 p.

60. Hesmondhalgh D. Audiences and everyday aesthetics. Talking about good and bad music. *European Journal of Cultural Studies*, London, 2007. Vol. 10 (4). P. 507–527.

61. Huston S. *Evaluation and the planes of discourse*. Status and value in persuasive texts. Oxford, 1999. Vol. 7 (2). P. 176–206.

62. Martin J. R., White P. R. R. *Language of Evaluation : Appraisal in English*, 2005. 278 p.
63. Pounds G. Attitude and subjectivity in Italian and British hard-news reporting : The construction of a culture-specific "reporter" voice. *Discourse Studies*. 2010. Vol. 16. P. 106–137.
64. Ray R. B. Critical senility vs. over comprehension : rock criticism and the lesson of the avant-garde. *Pop Music and the Press*. 2016. Vol. 24. P. 72–78.
65. Walser R. Bad Music : The Music We Love To Hate. *Journal of the Society for American Music*. 2007. Vol. 61. P. 511-516.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

66. *Q Magazine*. URL: <https://www.qthemusic.com/> (дата звернення: 11.09.2020).
67. *Uncut*. URL: <https://www.uncut.co.uk/> (дата звернення: 11.09.2020).

SUMMARY

The presented paper is dedicated to the analysis of such a topical problem as the musical review.

The object of the work can be defined as the communicative strategies and tactics of the English musical review.

The main aim of the paper consists in the study of the peculiarities of the communicative strategies and tactics of the English musical review. It determined the accomplishment of such objectives as: to examine the main approaches to the study of the category of evaluation; to characterize the essence of the communicative evaluation strategy as the main one in the music review; to analyze the music review as an evaluation genre; to classify and illustrate tactics of producing positive and negative evaluation and their verbalizers in the English-language music review.

A music review is a reaction to a certain musical event and can be considered as a text with the meaningfully interconnected sequence of signs. Eight basic tactics are used to create positive evaluation: explication of a positive assessment; highlighting the positive characteristics of a music album; comparison with other music groups to emphasize the positive qualities of the album; positive characteristics of the performer; objectification of evaluation; providing statistical information and explication of the reviewer's personal evaluation. For creation negative evaluation the following tactics are used: explication of a negative assessment; comparison with other music groups to highlight the negative qualities of the album and draw attention to the negative characteristics of the music work.

Key words: category of evaluation, strategies and tactics of evaluation, English music review, positive and negative evaluation

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Пелепчатіна Ангеліна Сергіївна, студент(ка) 2 курсу, форми навчання денна, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма Мова і література (англійська), адреса електронної пошти lina21.02.1997@gmail.com

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Комунікативні стратегії і тактики англійськомовної музичної рецензії»

відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____