

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя

Факультет іноземних мов

Кафедра германської філології та методики викладання іноземних мов

Освітньо-професійна програма:

Германські мови та літератури (переклад
включно), перша – англійська

Спеціальність: 035 Філологія

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

«Номінативно-риторична організація рецензій на музичні твори

(на матеріалі американського сайту Billboard)»

студентки 2-го курсу другого (магістерського) рівня

Голуб Анни Владиславівни

Науковий керівник:

к. філол. н., доц., доцент кафедри

германської філології та методики

викладання іноземних мов

Талавіра Н. М.

Рецензент: канд. пед. н., доц. Нагач М. В.

Рецензент: канд. філол. н., доц. Мосієнко О. В.

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

(підпис)

(дата)

(ініціали та прізвище)

Ніжин – 2021 рік

АНОТАЦІЯ

Голуб А. В. Номінативно-риторична організація рецензій на музичні твори (на матеріалі американського сайту Billboard).

Магістерська робота на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 035 Філологія (Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська). Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, Ніжин, 2021.

У магістерській роботі розкрито номінативно-риторичну організацію рецензій на музичні твори. Порушено актуальну проблему трансформації жанру музичної рецензії, починаючи з 90-х років ХХ ст. до сучасності. Розглянуто номінативний аспект вивчення музичних рецензій, виокремлено два види номінації (первинну та вторинну).

У дослідженні здійснено аналіз риторики як засобу переконання, здатності застосовувати риторичні стратегії для переконання аудиторії в мовленнєвих учинках, досягнення ідентифікації риторів зі слухачами.

У розвідці з'ясовано, що на інвентивному-елокутивному етапі написання рецензії журналісти послуговуються різноманітними лінгвальними засобами щодо вербалізації власних ідей; виокремлено три групи одиниць, зокрема субстантивну номінацію виконавців, ад'єктивну характеристику співаків і музичних творів, дієслівну номінацію виконавців та музичних творів.

У роботі проаналізовано низку рецензій на музичні альбоми (на матеріалі американського сайту Billboard), з'ясовано, що характеристики музичних альбомів адресант послуговується суб'єктною та аспектною стратегіями текстобудови, залучаючи описову, кількісну та оцінну тактику.

Ключові слова: жанр, музична рецензія, Billboard, стратегія, тактика.

SUMMARY

Holub A. V. Nominative and rhetorical organization of musical reviews (a sample of American website Billboard).

Thesis for a Master's degree in Philology. Specialty 035 Philology (Germanic languages and literature (including translation), English first). Nizhyn Mykola Gogol State University, Nizhyn, 2021.

In the master's thesis the nominative and rhetorical organization of reviews of musical works are revealed. The actual problem of transformation of musical review genre starting from the 90s of the XX century up to the present time is discussed. The paper dwells on the nominative aspect of studying music reviews, distinguishing two types of nomination (primary and secondary).

The study analyzes rhetoric as a means of persuasion, the ability to apply rhetorical strategies to convince the audience in speech actions, achieving identification of rhetoricians with listeners.

The reviewer has found out that at the inventive-elocative stage of writing a review, journalists use various linguistic means to verbalize their own ideas; Three groups of units were identified, namely substantive nomination of performers, adjective characterization of singers and musical compositions, verbal nomination of performers and music works.

The work analyzes a number of music album reviews (based on the materials of the American website Billboard) and shows that in characterizing the music albums the author uses subjective and aspective strategies of text formation, including descriptive, quantitative and evaluative tactics.

Keywords: genre, music review, Billboard, strategy, tactics.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ РЕЦЕНЗІЙ НА МУЗИЧНІ ТВОРИ	9
1.1. Музична рецензія як жанр тексту.....	9
1.2. Номінативний аспект вивчення музичних рецензій.....	17
1.3. Риторичний аспект вивчення музичних рецензій.....	26
1.3.1. Інвенція: вибір аргументів	28
1.3.1.1. Пафос: апеляція до емоцій та потреб.....	29
1.3.1.2. Етос: як аудиторія бачить оратора	30
1.3.1.3. Логос: апеляція до міркувань	31
1.3.2. Диспозиція: стратегія і тактики.....	32
1.3.3. Елокуція: мовне втілення аргументів	35
1.3.4. Перформація: запам'ятовування та відтворення	36
Висновки до розділу I	37
РОЗДІЛ II. НОМІНАТИВНО-РИТОРИЧНИЙ АСПЕКТ ВИВЧЕННЯ МУЗИЧНИХ РЕЦЕНЗІЙ	39
2.1. Особливості номінативної організації музичних рецензій.....	39
2.1.1. Субстантивна номінація виконавців	39
2.1.2. Ад'єктивна характеристика співаків і музичних творів	41
2.1.3. Дієслівна номінація виконавців та музичних творів	45
2.2. Риторична організація музичних рецензій	50
2.2.1. Суб'єктна стратегія.....	51
2.2.2. Аспектна стратегія	55
Висновки до розділу II	60
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ	72
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	73

ВСТУП

Сучасний етап лінгвістичних досліджень характеризується підвищеним інтересом до дискурсу, який розуміється як будь-яка когерентна послідовність речень в усній або письмовій формі [3] та комунікативна ситуація, у якій вони вимовляються [57, с. 12]. У свою чергу, Інтернет-дискурс розглядається як процес спілкування у Всесвітній павутині. Це комплекс електронних, аудіо- та відеотекстів у поєднанні з екстралінгвістичними факторами, пов'язаними системою гіперпосилань. Інтернет-дискурс передбачає спілкування в різних комп'ютерних мережах, таких як новинні веб-сайти, соціальні мережі, онлайн-конференції тощо [3, с. 15]. Поширення Інтернету та його доступність призводить до здатності задовольняти потреби різних користувачів, починаючи від поточних новин, економічних та політичних подій і закінчуючи дозвіллям.

Щодо попереднього дослідження цієї теми, варто сказати, що мовознавці приділяли увагу медіадискурсу в аспекті його характерних рис та функцій [46, с. 65], текстів новин [65, с. 699], їх заголовків [12, с. 126], структури тексту [57, с. 72–78], особливостей комп'ютерного дискурсу [8, с. 55], новотворів в мові комп'ютерних користувачів [15, с. 1] та поняття зворотного зв'язку [63, с. 81]. Лінгвісти зосередилися на аналізі онлайн-текстів різних жанрів: політичних, економічних, новинних та аналітичних статей [31, с. 126; 65, с. 699], кінорецензій [47, с. 144], хоча специфіка музичних рецензій, схоже, перебуває на периферії їхнього інтересу. Огляди пісень актуальні переважно для молоді та шанувальників музики, які завдяки технічному прогресу можуть її слухати скрізь і потребують професійної думки щодо нового продукту. Сама рецензія повинна бути простою за формою та змістом, доступною для різновікових груп, відображати всі аспекти проаналізованої роботи та бути корисною для адресата [41, с. 250]. Для написання змістовної музичної рецензії журналіст повинен застосувати риторичні способи переконання, щоб заохотити публіку купити альбом.

Актуальність цієї роботи зумовлена увагою лінгвістів до різних жанрів текстів у мережі та їх характерних рис. Тому дослідження особливостей музичних рецензій у руслі риторичних канонів та сучасних підходів до вивчення номінативних одиниць викликає великий науковий інтерес.

Метою даної роботи є вивчення номінативно-риторичної організації рецензій на музичні твори.

Досягнення цієї мети передбачає виконання таких **завдань**:

- визначити поняття рецензії на музичні твори;
- розглянути риторику як засіб переконання;
- пояснити канони риторики та способи переконання;
- окреслити номінативну та композиційну організацію музичних рецензій;
- виділити мовні одиниці, які використовуються для опису пісень, музичних альбомів та їхніх виконавців;
- встановити риторичні стратегії організації музичних рецензій.

Об'єктом даної роботи є особливості рецензій на музичні твори як жанру текстів в Інтернеті.

Предметом дослідження є номінативно-риторична організація музичних рецензій.

Матеріалом даної розвідки слугують 35 рецензій на музичні твори, представлені на американському сайті www.billboard.com.

Дослідження спирається на такі **методи дослідження**:

- *суцільної вибірки* матеріалу;
- *кількісний* для верифікації отриманих результатів;
- *дефініційний* підхід до визначення термінів, що мають відношення до теми;
- *компонентний* аналіз для виявлення смислових ознак у значенні номінативних одиниць;
- *риторичний* аналіз тексту для встановлення стратегій і тактик організації музичних рецензій в аспектах канонів та засобів переконання.

Новизна роботи полягає у виокремленні мовних одиниць на позначення виконавців, їхніх творів, етапів появи музичної композиції чи альбому, досягнень співака або групи; установленні стратегій представлення музикантів та результатів їхньої творчості в музичних рецензіях.

Теоретична цінність дослідження визначається внеском в аналіз дискурсу за рахунок виявлення риторичних особливостей у структурі музичних рецензій; до медіадискурсу завдяки дослідженню англomовних рецензій на музичні твори в межах лінгвістичної репрезентації виконавців, альбомів та пісень; у лінгвориторику завдяки поширенню її застосування на нові жанри текстів.

Практичну цінність убачаємо в здатності використовувати матеріали дослідження на заняттях із практичної англійської мови (тема «Мистецтво»), у його внеску в стилістику («Функціональні стилі») та в спеціальних курсах із когнітивної лінгвістики та інтерпретації тексту.

Результати дослідження апробовано у виступах на 3 всеукраїнських конференціях (Всеукраїнській студентській науково-практичній інтернет-конференції «Арватівські читання–2021» (м. Ніжин, 21 квітня 2021 року), Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасні проблеми дослідження української мови й методики її навчання в закладах вищої та загальної середньої освіти» (м. Полтава, 21 вересня 2021 року); Всеукраїнських Грищенківських читаннях (м. Ніжин, 07 жовтня 2021 року) та **2 публікаціях**.

Так, за результатами конференцій опубліковано *тези* доповідей:

Голуб А., Талавіра Н. Рецензія на музичний англomовний альбом: номінативний аспект. Арватівські читання–2021: збірник тез доповідей Всеукраїнської студентської науково-практичної інтернет-конференції, 21 квітня 2021 року / упоряд. А. І. Бондаренко, Н. М. Пасік., С. В. Цінько. Ніжин: Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2021. С. 30–32.

та статтю:

Голуб А., Голуб Н., Цінько С. Музична рецензія як жанр тексту. Наукові записки Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

Психолого-педагогічні науки. 2021. №4 (фахове видання, яке індексується в міжнар. наукометр. базі Index Copernicus International).

Структура магістерської роботи. Магістерське дослідження складається зі вступу, двох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаної літератури, списку джерел ілюстративного матеріалу, резюме англійською мовою.

У **вступі** обґрунтовано актуальність обраної теми, сформульовано мету й завдання дослідження, визначено його об'єкт і предмет, окреслено методи дослідження, висвітлено новизну, теоретичну й практичну цінність, наведено дані про апробацію роботи.

Перший розділ «Теоретичні засади вивчення рецензій на музичні твори» присвячено визначенню теоретичних засад та методиці дослідження.

У **другому розділі – «Номінативно-риторичний аспект вивчення музичних рецензій»** – подано номінативні аспекти відображення виконавців, музичних творів та досягнень музикантів, а також представлені моделі текстобудови в музичних рецензіях на американському сайті.

У **висновках** визначено основні результати дослідження.

Список використаної літератури включає 79 джерел українською, російською та англійською мовами.

Список довідкових джерел містить 4 словники та енциклопедії, у яких подано тлумачення основних термінів, пов'язаних із темою дослідження.

Список джерел ілюстративного матеріалу складається з переліку 35 покликань на сайт www.billboard.com, із якого дібрано тексти для дослідження.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ РЕЦЕНЗІЙ НА МУЗИЧНІ ТВОРИ

1.1. Музична рецензія як жанр тексту

Щоб розглянути номінативно-риторичну організацію рецензій на музичні твори та їх вплив на молодіжну аудиторію, варто розкрити поняття музичної рецензії як жанру тексту, її основні види та особливості.

За визначенням В. Фоміної, рецензія є вторинним жанром, «основою якого є критичний відгук про якийсь твір» [47, с. 144]. Тобто в дискурсивному аспекті будь-яка рецензія є «дискурсом про дискурс».

Так, як зазначає Г. Черменська, жанр рецензії має тривалу історію становлення в напрямі переосмислення традиційних жанрів та пошуку нових [48, с. 28]. Попри різні розвідки та трансформаційні процеси, жанр рецензії завжди мав на меті висловити ставлення рецензента до твору, який він досліджує. На думку Ю. Крикунова, цей жанр спрямований на те, щоб «допомогти авторові усунути окремі недоліки, якщо вони є, допомогти читачеві правильно зрозуміти твір» [19, с. 7].

Так, науковці давали різнобічну оцінку рецензії як жанру: оцінювали як ситуативно-аналітичний жанр [9, с. 196]; як цільовий та оцінний, що має на меті інформувати, висловлювати судження реципієнта та потенційного слухача, аргументовано доводити правомірність оцінки щодо аналізу рецензованого твору, рекламувати, зокрема узагальнювати відомості про рецензований текст та одночасно приховувати його негативний бік, здійснювати вплив на реципієнта, стимулюючи його дії [29, с. 6]; як дослідницько-новинний, що має на меті оцінку твору та спрямування аудиторії на розуміння проблем, що порушені в книзі, виставі чи на картині, формування естетичного сприйняття дійсності та вироблення самостійного оцінного ставлення в аудиторії тощо [20].

Характерною ознакою рецензій, на думку В. Фоміної, є *поліфункційність* – здатність реалізувати в тексті низку функцій, зокрема *інформаційну, критичну (оцінну), мотиваційну, рекламну, розважальну* тощо [47, с. 144].

Об'єктом рецензій слугують наука, мистецтво, політика, а предметами відображення – наукова стаття, музичний альбом, фільм, книга тощо. Залежно від спрямування – до масової аудиторії чи до автора твору – рецензії поділяються на *тексти для масової та спеціалізованої аудиторії*. Поверховий аналіз може бути нецікавим для авторів твору й навпаки – глибокий розбір малопомітний для масової аудиторії.

Доходимо висновку, що головною метою рецензії як жанру є об'єктивна оцінка твору, розкриття перед читачем глибини його змісту. Як зазначають науковці, рецензію мають писати фахівці в тій галузі (наукову – науковці, зокрема літературну – літературознавці, театральну – знавці історії театру, музичну – журналісти з музичною освітою тощо) [42].

Спроба класифікувати рецензії належить А. Тертичному, який поділяв їх на *гранд-рецензії* (великі за обсягом) та *міні-рецензії* (короткого змісту). Гранд-рецензії друкують у спеціалізованих виданнях, де глибоко досліджують рецензований твір. Міні-рецензії трапляються частіше в засобах масової інформації та мають обсяг до 3,5–5 тисяч знаків. Основним змістом цих рецензій слугують загальні враження автора від твору, його суб'єктивна думка, що дає змогу зарахувати рецензію до інформаційних жанрів [43].

За кількістю аналізованих творів рецензії класифікують на *монорецензії* (у яких представлено розбір одного твору) та *полірецензії* (аналіз кількох нових творів у зіставленні, що робить текст рецензії більшим за обсягом). За тематикою рецензії класифікують на *літературні, кінорецензії, театральні, наукові, музичні та політичні*. Найважливішою їх ознакою є об'єктивність (тобто відсутність суб'єктивного бачення), тому, на думку С. Гуревича, їм не властива «зайва емоційність, використання гострої лексики, грубих порівнянь тощо... Обґрунтованість критики забезпечують ... показом невідповідності

твору реальному життю» [9, с. 199]. Проте, як свідчать дослідження, сучасні рецензії зазвичай характеризують активне використання жаргонізмів, сарказму тощо [27, с. 77].

У засобах масової інформації (далі ЗМІ) широко розповсюджені рецензії, у яких журналісти розглядають лише один бік твору – зміст тексту або його інструментальну складову. Це є грубою помилкою, оскільки читач не матиме цілісного уявлення про твір, а його враження набудуть хибного характеру. У зв'язку з тим, що останнім часом з'являється значна кількість жанрів музики та зростає кількість сучасних виконавців, постає питання про те, щоб зорієнтувати читача в потоці сучасної музики. Саме тому виокремлюється окрема гілка музичної журналістики – *музична критика*, що займає важливе місце в групі аналітичних жанрів.

Так, на думку М. Демчука, традиційно музична рецензія слугувала засобом формування естетичних смаків, інтегратором процесів музичної культури [11, с. 132]. Останнім часом рецензії носять розважальний характер, оскільки їх аналітична складова зменшена, що вже не вимагає від автора музичної компетентності та професіоналізму. Тобто рецензії стали носити більше констатувальний, а не аналітичний характер: подається фактична інформація щодо дати релізу альбому, тематики текстів творів, кількості треків, що складають альбом тощо. Науковці доходять висновку, що в сучасних музичних рецензіях відсутній, зазвичай, об'єктивний цілісний аналіз. Причини такого знецінення рецензії як жанру вчені пояснюють відсутністю в галузі музичного мистецтва професійних фахівців-журналістів, що можуть якісно працювати в електронних видах ЗМІ [32, с. 118].

Окремі дослідники вважають рецензію «неактуальним жанром», саме тому більшість музичних видань використовують такі замітники до слова «рецензія», як: «огляд», «інформаційна стаття» (прикладом слугує журнал «RollingStone»).

Так, А. Тертичний дає таку дефініцію поняття «музична рецензія» як різновид текстотипу «рецензія», основою якої слугує критичний відгук про

якийсь твір. У цьому полягає особливість рецензії [42, с. 141]. На думку науковців В. Ермана, А. Єрмакової, рецензент здійснює оцінку музичного твору як реципієнт-слухач, що по-різному відображено в текстах музичних рецензій. Так, дискурс слухача в тексті рецензії має на меті реалізувати такі стратегії, як: абстрагування («відчуження» від слухача) або стратегію ідентифікації зі слухачем [51, с. 151]. Так, автор рецензії досягає об'єктивності оцінки за рахунок «дистанціювання» від власної оцінки, що полягає у використанні неозначено-особових займенників, маскуючи, таким чином, власну думку за узагальненим сприйняттям.

В. Фоміна виділяє в структурі музичних рецензій (кінорецензій) дві складові: *конструктивну* та *ілюстративну* [47, с. 144]. Конструктивний компонент становить основу рецензії та є тезами чи коментарями рецензента, у яких відображено його позицію. До ілюстративної складової відносять аудіозапис. На думку М. Хоффмана, важливою частиною рецензії є перекодування: коли музика й текст пісні слугують засобом вербалізації в тексті рецензента [47, с. 144].

Вітчизняна дослідниця О. Найдюк здійснила спробу класифікувати рецензії на аудіоальбоми як жанр, що поширювався й розвивався в кінці двадцятого століття паралельно з розвитком музичної інфраструктури. Вона визначає жанр музичної рецензії як специфічний, оскільки критик має можливість прослухати аудіоальбом кілька разів («застиглий концерт»), а також відбити своє індивідуальне сприйняття в рецензії [30, с. 119]. Результатом такого слухання є аналіз комунікативних стратегій. Дослідниця визначає їх як послідовність дій, що спрямовані на досягнення «певного ефекту під час контакту з читачем» [30, с. 119]. Так, серед них такі: *інформування як просвітництва* (прагнення рецензента максимально поглибити інформативність тексту); *емоційного впливу*; *пояснювальна* (коментування різних аспектів музичного альбому); *жарту* (розважання публіки, створення настрою, ситуації невимушеної комунікації з нею тощо).

Усі ці стратегії, на думку О. Найдюк, здійснюють вплив на жанрові моделі рецензій [30, с. 120].

Так, проаналізувавши низку рецензій на національні альбоми, О. Найдюк визначила їх зміст таким чином: структура програми, що зумовлена характером пропонованих музичних творів; аналіз змісту, стильових та стилістичних особливостей, історії написання твору мистецтва в контексті біографії митця; відбиття «національного компонента» через характеристику жанру, стилістики, композиторської техніки, індивідуального стилю автора тощо [30, с. 121]. Таким чином, залежно від комунікативних стратегій дослідниця умовно класифікує музичні рецензії на такі: *рецензія – наукова стаття, рецензія-нарис, рецензія-есеї, рецензія-просторікування (рецензія-жарт)*. Дана класифікація враховує наміри музичного критика, його прагнення, характер музичного твору, формат інтернет-видання тощо [30, с. 125].

По-іншому підходить О. Найдюк до класифікації жанрових моделей фестивального огляду, умовно виділяючи серед них *огляд-рецензію, огляд-звіт, огляд-коментар, огляд-памфлет та огляд-фейлетон*, що, на її думку, розрізняються за функціями (оцінки, викриття, коментування), ступенем оцінювання, способом мислення критика, індивідуальним авторським стилем рецензента тощо [30, с. 132].

Проаналізувавши низку праць про дослідження музичних рецензій, доходимо висновку, що в ЗМІ переважають інформаційно-просвітницький, інформаційно-новинний, інформаційно-аналітичний та інформаційно-розважальний формат. Таке комбінування та змішування жанрів є ознакою сучасності [30, с. 163].

Цікавою в контексті нашого дослідження є стаття К. Кисіль про міркування І. Панасова, редактора сайту Cultprostir, щодо особливостей музичної рецензії як жанру, її форм, а також жанрових різновидів [16].

На думку І. Панасова, метою написання рецензії є її цікавий виклад та бажання викликати в читача відчуття, що «він почув музику, про яку ми

спробували розповісти», так, щоб текст рецензії слугував тим матеріалом, який викликає почуття, тотожні до тих, що спричинила музика [16]. Критик зазначає, що, прочитавши рецензію, людина не повинна думати, що її обдурили, інакше зникне довіра до музичного журналіста. Так, І. Панасов погоджується з твердженням інших мовознавців та музичних критиків, що «об'єктивних рецензій не буває», оскільки поняття «рецензія» – це «побачення» суб'єкта, слухача, «із певним продуктом, який проходить через нього, як через фільтр» [16]. Таким чином, музичну рецензію, на думку критика, характеризують такі положення:

- намагання відкрити в музичному альбомі те, чого автор не прагнув показати;

- уважне «прочитання» обкладинки музичного альбому (наприклад, обкладинка до альбому гурту «Stoned Jesus» «The Harvest» у виконанні американського художника);

- доповнення біографічними фактами, обставинами, які супроводжували музиканта в процесі роботи над музичним альбомом (наприклад, альбом Девіда Боуї «Blackstar», альбом гурту «Bat for Lashes»);

- урахування соціально-політичних подій, культурного контексту (наприклад, історії рок-музики; символіки та змісту назв груп та альбомів («Pink Floyd»));

- знання творчого шляху музиканта (наприклад, римування в альбомах Емінема, які підкреслюють етапи «простою»);

- урахування історії музичного мистецтва (сприяє розумінню музичних традицій, «музичного запозичення», наскрізних тем і образів тощо);

- попередній аналіз документальних фільмів, кліпів, інших рецензій, що передували даній тощо [16].

Так, І. Панасов класифікує музичні рецензії на *рецензію критика* та *оглядача* [16]. Себе він відносить до оглядачів, оскільки не має професійної музичної освіти, але його рецензії, думки як журналіста мають змістову та ідейну цінність як для мовознавців, так і для музикантів зокрема.

Також за *обсягом* музичні рецензії поділяються на *міні* (обмежені кількістю знаків (як правило, до 1000), *середні* (наприклад, огляд-дайджест *Derpeche Mode*), *великі рецензії-статті* (5000 – 10000 знаків). У журналіста, на думку І. Панасова, не повинно бути шаблонів у виборі форми рецензії. Так, у його журналістському досвіді є *рецензія з інтерв'ю* (відео, цитатами) на альбом гурту «Gutzul Magik Foundation», *рецензія на виконавця, на період творчості* (показ певних сторін існування гурту, які виходять за межі репортажу, рецензії, огляду тощо), *рецензія з картинами та коментарями музикантів* (наприклад, альбом *My Personal Murderer*, де музиканти дібрали відповідно до пісень картини відомих художників), *рецензія на кліп із потрактуванням образів, окремі пісні, рецензія в картинах* (що передують самому тексту рецензії) тощо [16].

Так, І. Панасов акцентує на тому, що потрібно враховувати реакцію реципієнтів на рецензію, серед яких він виділяє такі види реакцій: музиканта-автора (залежить від авторитетності журналіста), читача (яка допомагає зрозуміти та визнати й усунути власні помилки) та колег (слугує мотивацією до створення наступної рецензії).

Із метою вдосконалення змісту музичних рецензій на альбоми, І. Панасов радить читати музичні видання (liroom.com.ua, *Cultprostir*, *Сомма*, *Allmusic.com*, журнали *Rolling Stone*, *Spin* тощо), збагачувати словниковий запас, частіше слухати звуки природи, щоб зрозуміти матерію музики тощо [16].

Проаналізувавши підходи до класифікації рецензій, їх жанрові ознаки, маємо визначити особливості сучасних музичних рецензій. Так, М. Демчук, Є. Вартанова виділяють такі їх основні особливості:

- зменшення кількості знаків, відповідно обсягу рецензії (до 3000–4000 знаків);
- поглиблення інформаційної складової (щоб аудиторія могла дізнатися, коли вийшов новий альбом, його жанр);

– зменшення аналітичної складової (створення ефекту аналітичності, об'єктивної авторської критики шляхом використання порівнянь, метафор, гіпербол, епітетів);

– заглиблення у велику кількість тем та відсутність їх цілісного й усебічного розкриття (завдання сучасної рецензії полягає в тому, щоб коротко викласти всі аспекти нового музичного твору, при цьому відсутній системний підхід до його аналізу). Так, сучасні автори рецензії прагнуть переказати аудиторії елементи твору музики, не вдаючись до аналізу, що створює враження про рецензію, як про огляд або анотацію [11, с. 134; 7, с. 11];

– мультимедійність рецензії, що передбачає поєднання в ній різних форматів, зокрема звука, тексту, відео- та фото зображення. На думку Ю. Сорокіна, Є. Тарасова, це створює нові можливості для жанру рецензії, а головне – аудіовідтворення музики, поєднання вербальних і невербальних засобів творення тексту музичної рецензії [38, с. 180]. Використання цього прийому дає змогу читачеві знайомитися з текстом рецензії та її мультимедійною складовою, поглиблює інформативність тексту, формує уявлення про новий твір мистецтва, знайомить із думкою журналіста, дає змогу одночасно його відтворювати, при цьому не переходячи на інші сайти за покликанням;

– перевага мультимедійних текстів над друкованими (наприклад, <https://rollingstones.com/>);

– спрямованість на спеціалізовану аудиторію (що має музичну освіту або цікавиться музикою різних жанрів);

– використання ненормативної лексики в змісті рецензій, перевага складних музичних термінів, незрозумілих, зазвичай, аудиторії, сарказм, знущання над недоліками музичних творів тощо.

Доходимо висновку, що поняття «музична рецензія» трансформувалася як жанр, поєднуючи елементи огляду та анотації, що спричинило до переходу аналітичної рецензії в інформаційну, починаючи з 90-х років ХХ ст. до сучасності.

Власний інтерес до сайту «Billboard» пояснюємо тим, що він є масштабним контентом, який охоплює практично всі джерела музичної індустрії, зокрема авторські музичні рецензії, інформацію щодо продажу аудіо- та відеоносіїв, різножанрові пісні та чарт щодо продажу музичних альбомів. Цей сайт представлений у вигляді щотижневика й зорієнтований значною мірою на професіоналів (керівників лейблів звукозапису, продюсерів, діджеїв та ін.). Щоб простежити процес удосконалення жанру музичної рецензії та пояснити номінацію виконавців, нам потрібно проаналізувати музичні рецензії сайту Billboard, зокрема їх різні блоки, простежити, які рівні категоризації застосовуються в заголовках. У музичних рецензіях сайту «Billboard» можна простежити процес становлення виконавця або ж самого музичного критика шляхом використання ним різних мовних засобів впливу на аудиторію.

Також нам важливо простежити, як при цьому автори застосовують різні риторичні стратегії, аби переконати аудиторію в риторичних вчинках і сприяти ідентифікації між ритором та реципієнтами. Тому потрібно проаналізувати номінативний та риторичний аспекти вивчення музичних рецензій.

1.2. Номінативний аспект вивчення музичних рецензій

Як відомо, мова реально існує не в мовленні (там вона проявляється), не в лінгвістичних працях та словниках (там вона описується), а в людській свідомості, ментальному лексиконі, мові мозку [14 с. 5–6]. Мова як засіб мислення та пізнання спрямована на представлення об'єктивної реальності, а отже, людське пізнання докільля знаходить своє опосередковане відображення в мові. За допомогою номінативної функції мовна діяльність розкладає реальність на елементи, які можна передати лінгвістично.

Будучи первинною функцією мови [44; 45], номінативна функція передбачає здатність мовної системи іменувати й виокремлювати фрагменти дійсності, формуючи поняття про них у вигляді слів, словосполучень,

фразеологізмів і пропозицій [40, с.336]. Саме в номінативній діяльності виявляється призначення мови як засобу передачі знань під час спілкування, їхнє представлення в комунікації, тексті та дискурсі [34, с. 182]. Постійний розвиток як комунікативної, так і пізнавальної діяльності людей, поява нових артефактів, реалій, предметів матеріальної та духовної культури підтверджують одне з провідних завдань мови – «забезпечення всіх сфер життєдіяльності людини новими назвами» [44, с. 5]. Механізм мовної номінації – «постійний внутрішньомовний процес реагування на появу нових реалій дійсності – працює, передусім, на активний розвиток лексики як сукупності самодостатніх мовних одиниць, що позначають об'єкти довкілля» [35, с. 194].

Лінгвісти зазначають, що «номінація – це ніби первинний процес пізнання речей, явищ й їхнє позначення, тобто перший етап закріплення результатів пізнання в мовному знаку, без якого, природно, не може функціонувати понятійна система людини» [10, с. 118; 24, с. 25]. Мовленнєва номінація потрактовується як фіксування та позначення мовними засобами результатів пізнавальної діяльності, як процес, з одного боку, «повернення фактів позамовної дійсності до надбання системи та структури мови, до мовних значень, які відбивають у свідомості носіїв мови їхній суспільний досвід» [36, с. 13], а з іншого боку, номінація – «процес утворення мовних одиниць, що характеризуються номінативною функцією, тобто слугують для називання й розчленування фрагментів дійсності та формування відповідних понять про них у формі слів, словосполучень, фразеологізмів та речень» [35, с. 194].

Іменування фрагментів навколишнього світу за допомогою знаків різної структури й складності – від слів до текстів – [40] імплікує вивчення не тільки процесу утворення мовних одиниць, але й результату «опредмечування людиною об'єктивної дійсності» [44, с. 8] шляхом вербалізації «зразків думки» / «patterns of thoughts» [59, с. 5] в значущі мовні одиниці [26, с. 45].

Поряд із суто лінгвістичними напрямками номінація є об'єктом дослідження суміжних дисциплін, тому виокремлюють такі підходи: *натуралістичний, нейролінгвістичний та когнітивний* [26].

У межах натуралістичного, біологічного, мовознавства, яке порівнює мову з людським організмом, що матеріалізується у звуках і знаках, котрі використовуються для передачі інформації, номінація тлумачиться як стихійний, «еволюційний» процес, що не залежить від волі людини [26, с. 45]. Створення мови – це «олюднення природи», тоді як власне мова постає «мисленням в звуковій матерії» [18, с. 324]. За цього підходу номінативний процес потрактовується як ментально-чуттєве сприйняття об'єктивної реальності, а процес номінації обмежується ідеями звуконаслідування й утворення мовних форм [26, с. 45].

У руслі нейролінгвістики номінація розглядається як складна форма психічної діяльності, що включає процеси породження мовлення з точки зору мисленневих операцій, задіяних під час кодування й декодування висловлювань, породження, розуміння та інтерпретації мовних одиниць, що називають предмети, події, характеристики, відношення між сутностями [25; 26, с. 45].

Когнітивний напрямок лінгвістики вивчає номінацію як процес репрезентації зовнішнього й внутрішнього світу людини, співвіднесеність мовних форм із їх когнітивними аналогами або як процес та результат об'єктивованого осмислення дійсності [22, с. 58, 322]. Для когнітивістів номінація імплікує «будь-яку мовну форму й тим більше мовну конструкцію, яка слугує в тексті й дискурсі виділенню, розпізнаванню й характеристиці будь-якої реалії (об'єкту, події, ознаки тощо), що стоїть за цією формою або конструкцією, і одночасно сприяє активізації знань про неї» [22, с. 430]. Когнітивна лінгвістика тлумачить значення як ментальне явище, пов'язане зі способами отримання, збереження й обробки інформації людським мозком [33, с. 382].

Із позицій когнітивної лінгвістики в номінативному акті здійснюється пошук іменування для деякого результату пізнання. Будь-яка форма пізнання світу відбувається в процесі певного виду діяльності, так чи інакше опосередкованого мовою, будь то чуттєве сприйняття дійсності, предметна або практична діяльність [22, с. 43]. У мові результатом репрезентації такого пізнання навколишнього дійсності стають мовні номінації [26, с. 52]. Звичайно ж вивчення ментальних особливостей мовної діяльності не дорівнює вивченню мовних одиниць як форми вербалізації мислення лише тому, що когнітивні процеси недоступні нашому безпосередньому сприйняттю. Мовне вираження може слугувати вихідним матеріалом для дослідження когнітивних процесів, що відбуваються під час номінації, оскільки ментальні процеси не тільки базуються на репрезентаціях, а й відповідають певним «когнітивним обчисленням» [26, с. 52].

Лінгвісти виокремлюють репрезентативну функцію номінації, котра полягає в здатності узагальнено висловлювати результати пізнавальної діяльності людей, укорінювати та зберігати підсумки їхнього суспільно-історичного досвіду й пізнання [26, с. 48]. Називання в мові завжди опосередковане мисленням, коли в пам'яті людини є уявлення про певну подію або явище, із котрим пов'язуються конкретні асоціації, що ґрунтуються на попередньому досвіді [26]. Тому процес позначення предметів чи феноменів об'єктивної реальності за допомогою мовних одиниць корелює з формуванням понять, у яких природні властивості речей чи явищ подані в такій формі, що базується на комунікативних потребах, асоціативному досвіді й когнітивному сприйнятті [26, с. 49]. Номінація співвідноситься з відображальною діяльністю людини та є засобом матеріалізації мислення, а не власне мисленням [44, с. 7, 9].

Мовознавці виокремлюють декілька видів номінації, залежно від критерії класифікації.

Залежно від застосованого мовного знаку, виокремлюють первинну й вторинну номінації. Первинна номінація вважається досить рідкісним явищем,

тому що номінативний інвентар мови в основному поповнюється за рахунок запозичень, словотвору або вторинної номінації з її новими конотаціями [26, с. 49]. При цьому вторинну номінацію потрактовують як «використання в акті номінації фонетичного вигляду вже існуючої одиниці мови як ім'я для нового позначуваного» [40, с. 336]. Відомо, що слова не обов'язково постають в своєму первинному значенні, особливо якщо вони взаємодіють з деяким контекстом. Як стверджує В. Еванс [60, с. 492], цей факт визначається тим, що значення, асоційоване з тим чи іншим словом, взаємодіє з контекстом певного висловлювання, частково залежить від функціональних інтенцій даного висловлювання, пор., *The night was dark, not a **star** was seen because of clouds; We stayed in a five-**star** hotel on our honeymoon; By now Kate Winslet is Hollywood's top female drama **star***. Як показують наведені висловлення, акт вербалізації поданої номінації та подальшої її інтерпретації ґрунтується на певному когнітивному досвіді (знання первинного значення мовної репрезентації) учасників дискурсу [26, с. 48].

Внутрішня форма вторинної номінації відбиває «минулий мовний досвід колективного сприйняття реалій навколишнього світу, знання про предмет, що певним чином трансформується в специфічних стильових умовах, задовольняючи комунікативні та експресивні потреби соціуму» [35, с. 194].

Відповідно до критерію комунікативної функції номінації виділяють її чотири типи: екзистенційну, ідентифікаційну, предикатну й апелятивну [2, с. 304–350].

Екзистенційна номінація вибирається відповідно до тієї сфери буття, у котру вона вводиться, і послуговується іменами широкої семантики. Екзистенційна номінація подає словесний портрет об'єкта. Вона ґрунтується на об'єктивній семантиці та надає суб'єктивно-оцінні визначення [1, с. 87]. Ідентифікаційна номінація певної сутності указує на його індивідуальні об'єктивні якості, ознаки, що виділяють даний об'єкт усередині класу. Ідентифікаційна номінація може бути спричинена низкою факторів: «рівень поінформованості адресата мови, характер описуваної події, яка виявляє у

своїх учасників визначені властивості; значення предиката, що імплікує наявність у суб'єкті чи об'єкті визначеної якісної характеристики, ставлення мовця до предмета, тип відношень між учасниками події [1, с. 87]. Предикатна номінація сутності виявляє його істотні риси, акцентує певну ознаку предмета, уточнює, виокремлює її. Апелятивна номінація репрезентує емоційно-оцінне значення, умотивоване не тільки індивідуальними стосунками комунікантів, але й прийнятими в суспільстві стандартами [1, с. 87].

Згідно зі структурним критерієм найменування, мовний знак, який виражає певні думки та слугує комунікативній меті, може бути представлений окремим словом, словосполученням, реченням, які по-різному іменують фрагменти дійсності: від відокремленої лексичної одиниці поза контекстом до представлення об'єктів, явищ та подій у їхньому взаємозв'язку [21, с. 7]. Залежно від форми мовних засобів – слів, словосполучень або речень – виокремлюють такі типи номінації: 1) за допомогою слова та словосполучення (лексична номінація), що використовується для називання сутностей зовнішнього й внутрішнього досвіду людини. Об'єктами лексичної номінації слугують елементи довкілля: предмет, процес, якість, відносини; 2) номінацію через речення, за якої об'єктом виступає мікроситуація – подія чи факт, які поєднують ряд елементів, що являють собою складні й багатопланові утворення; в) номінацію за рахунок тексту (дискурсивна номінація), об'єктом котрої стає ще складніший ланцюг ситуацій [35, с. 195].

Номінація може здійснюватися як за рахунок загальних іменників, так і власних. Загальні номінативи указують на приналежність предмета, об'єкта, явища, події до певного виду. Власна назва має одиничного носія, що детермінує граничну конкретність оніма, є ніби заголовком, символом сутності [14, с. 7, 21]. Виокремлюють шість видів антропонімічних власних іменників: іменний, прізвищевий, прізвиськовий, псевдонімічний, патронімічний, андронімічний [14].

Варто зазначити, що конкретна людина володіє певною сукупністю власних назв, які складаються, як мінімум, із чотирьох кіл. До найближчого

кола входить рідне, своє, добре й усталене – наймення рідних і найближчих друзів. У другому колі – назви осіб та предметів, із якими людина особисто знайома, особисто їх бачила. Наприклад, якщо людина може знайти на нічному небі Чумацький Віз, то цей космонім у неї в другому колі, а якщо не може – то в третьому. Особисте знайомство може бути й духовним, закріпленим почуттями й шаною. Третє коло – назви більш віддалених у часі та просторі осіб та предметів, які не набули такої символічної вагомості й тому не потрапили до першого чи другого кола. Останнє коло – потенційне. Воно охоплює всі власні назви, яких не знає дана людина, але вони наявні в лексиконах якихось інших людей. Узагалі, між потенційним колом і ближчими колами відбувається безперервне й досить активне переміщення: якісь невідомі власні назви стають людині відомими, а якісь відомі, навпаки, забуваються [14, с. 8–9].

Під час аналізу іменників ураховують рівні категоризації позначуваних референтів.

Категоризація є схематичним і впорядкованим відображенням результатів пізнавальної діяльності індивіда [50, с. 75] і представлена у вертикальній площині трьома рівнями: суперординатним, базовим і субординатним [73, с. 31].

Основним із лінгвістичної точки зору є базовий рівень категоризації [75, с. 48; 73, с. 31], що відіграє важливу роль у розумінні та здійсненні процесів концептуалізації та сприйняття світу [6, с. 85]. На базовому рівні позамовні сутності сприймаються як перцептивні гешталти [75, с. 48], тобто несвідомо [23, с. 20]. Категорії базового рівня мають багато спільних якостей між собою, їм притаманні ознаки, що відрізняють їх від членів інших категорій цього рівня [73, с. 32], напр., *a singer, an album*.

Субординатний рівень характеризується низьким ступенем узагальнення його категорій, їх можна чітко визначити завдяки чисельним специфічним рисам [6, с. 86], установленим за рахунок більш детальної перцептивної обробки інформації, отриманої на базовому рівні [73, с. 35]. На

субординатному рівні сутності мають високу подібність між собою. Одиниці цього рівня часто втілені словосполученнями, які включають терміни базового рівня й модифікатор [75, с. 49], напр., *a rock singer, a hip-hop album*.

Категоріям суперординатного рівня притаманний високий ступінь узагальнення та абстрактна семантика, їм невластива специфічна якість, вони мають мало спільних ознак [31, с. 45]. Установлення категорій цього рівня відбувається шляхом генералізації інформації, сприйнятої на базовому рівні [73, с. 35], тому що не існує надійних візуальних рис, які ідентифікують суперординатні групи референтів [39, с. 18]. Терміни суперординатного рівня – розмиті й недиференційовані [75, с. 50], позначені абстрактними чи незлічуваними іменниками, напр., *performer, music, industry*.

Ці рівні категоризації ми використовуємо для пояснення номінації виконавців у різних блоках музичних рецензій заради утримання уваги читачів та полегшення сприйняття тексту. Так, іменник субординатного рівня може бути вжитий у заголовку рецензії, напр., *British singer, Billie Eilish*, де остання назва за рахунок позначення одиничного носія теж іменує співачку, котру легко ідентифікувати. Натомість в основному блоці може бути використано одиниці базового рівня, напр., *the singer, the track*.

У рецензії окреслюють ознаки, якості та характеристики пісень та співаків, використовуючи прикметники та прислівники.

Прикметник потрактовують як клас слів, що характеризується загальним неявним лексичним і граматичним значенням якості або властивості речі чи екземпляра речі [71, с. 141]. Прикметник має широкий спектр синтаксичних і семантичних властивостей. Він характеризується типовими конструкціями, у яких він з'являється, починаючи від синтаксичного розподілу градальних прикметників, напр., *impressive, new*, ступенів порівняння, напр. *happy – happier – the happiest*, до прикметникової полярності, напр. *long / short, round / square*. Прикметники зазвичай модифікують іменники, вони є частиною іменникової фрази й залежать від головного субстантива [71, с. 142].

Особливістю англійської системи прикметників є їхнє положення відносно головного іменника. Вони трапляються або в передномінальній, або післяномінальній позиції [58, с. 10]. Ці позиції пов'язані зі структурними значеннями шаблонів: передномінальні прикметники описують постійні та характерні якості, тоді як постномінальні ідентифікують тимчасові або випадкові якості [71, с. 144], напр.,

At the party, Camila Cabello was the only star present.

His album can boast everything: some old songs, some new tracks.

Прикметники є основним засобом вираження оцінки. Багатозначність оцінних прикметників, варіанти їх семантичної структури дозволяють максимально охопити предметну та непередметну сфери [5, с. 84]. Оцінний прикметник може використовуватися для вираження особистих думок і смаків адресанта, які різняться для кожного окремого журналіста. У внутрішньому світі індивіда оцінка відповідає потребам і бажанням, думкам і почуттям. Тлумачення оцінки залежить від світогляду, норм, прийнятих у суспільстві, соціальних інтересів. Оцінна лексика вживається для реалізації експресивної функції мови, відображаючи емоційне ставлення адресанта до дійсності, до змісту чи до адресата.

Прислівники застосовують для посилення значень інших слів, адже інтенсифікація слугує основній потребі індивіда в акцентуванні будь-якої сутності. Крім того, людям притаманно характеризувати довкілля, використовуючи багатоступеневу шкалу цінностей [4, с. 12]. У сферу інтенсифікації входять якості, котрі можуть градуватися за шкалою інтенсивності, яка за такого тлумачення постає як варіант оцінки в широкому смислі слова. Реалізуючи ослаблення або посилення значення опорного слова, інтенсифікація несе й прагматичну функцію [13, с. 26], оскільки прислівники надають тексту незвичайної форми, здатної викликати інтерес незалежно від того, який стоїть за нею зміст, попереджаючи адресата про те, що буде сказано далі [49, с. 76].

Підсилювальні прислівники здатні до «необмеженої сполучуваності в тексті, у мовленні й найбільш емоційно передають ставлення людини до того чи іншого явища, предмета, дії» [4, с. 100]. Вони виражають суб'єктивне ставлення адресанта до референта, виділяють смисловий предикат висловлювання, характеризуються емоційністю [13, с. 48], володіють універсальністю й багатofункціональністю [74, с. 362]. До даного класу належать такі одиниці, як *utterly, hardly, completely, extremely, thoroughly* тощо.

Ступені прислівників за шкалою інтенсивності властивості виражаються різними одиницями, напр., *pretty, very, extremely, terribly, awfully*, що ідентифікують зростання ступенів інтенсивності.

Адресант завжди бере участь в оцінці та інтерпретації властивостей речей, тому в нашому дослідженні ми братимемо до уваги здатність прислівників-інтенсифікаторів акцентувати якості та властивості як виконавців, так і створених ними творів.

Таким чином, номінація відображає ментальні процеси, що відбуваються в мозку людини, та уможлиблює називання оточуючого світу за допомогою мовних знаків, що можуть бути представлені окремими словами, словосполученнями, реченнями й навіть текстом.

1.3. Риторичний аспект дослідження музичних рецензій

Риторику вивчали цілі плеяди філософів, науковців і вчителів, які по-різному формулювали її визначення.

Класичні вчені розглядали риторику як мистецтво переконання [52, с. 5]. Платон тлумачив риторику як «мистецтво завоювати душу дискурсом» [62, с. 14]. Арістотель стверджував, що мета риторики – відкрити «всі наявні засоби переконання» [52, с. 5]. Він розглядав питання оцінки правильності й доцільності мовлення. Цицерон, як послідовник Арістотеля, репрезентував римську ораторську школу, назвав риторику «одним великим мистецтвом, покликаним переконати» [56, с. 7], та ввів п'ять канонів риторики, які він

назвав «п'ятьма меншими мистецтвами» [56, с. 14]. Оратор стверджував, що добір слів, способу викладу є важливою частиною риторики. Естетика промов, на думку Цицерона, залежить від уживання переносних слів і словосполучень, метафоризації, безсполучниковості тощо.

Британські філософи Френсіс Бекон та Джордж Кемпбелл підтримували ідею переконливого характеру риторики, указуючи на мету дослідження як «мистецтво чи талант рухати волею» [54, с. 16].

У ХХ столітті багато мовознавців більше не розглядали риторику як мистецтво, а скоріше як науку або дисципліну [68]. Дуглас Енінгер та Кеннет Берк поділяли погляди античних філософів, кажучи, що риторика вивчає «всі способи, якими люди можуть впливати на мислення та поведінку один одного», а характерною проблемою дослідження є «маніпулювання переконаннями людей» [53, с. 41].

На думку деяких лінгвістів, риторика – це не лише дослідження чи мистецтво, а компетенція, яку визначають як здатність, освоєну риториками, застосовувати риторичні стратегії, щоб переконати аудиторію в риторичних вчинках і досягти ідентифікації між риториками та слухачами [66, с. 39].

Риторика важлива для людського спілкування, адже її «можна ототожнювати з енергією, властивою комунікації» [56, с. 32]. Ця енергія може бути емоційною, що змушує мовця висловлювати думки словами, фізичною, яка розширюється у висловлюванні, і такою, котру адресат відчуває під час декодування повідомлення [56, с. 33].

Хоча сучасні визначення риторики відрізняються від класичних, учені все ще базують своє дослідження на п'яти класичних канолах риторики: інвенція, диспозиція, елокуція, запам'ятовування й відтворення [52, с. 5; 64, с. 23]. Інвенцію вважають процесом пошуку та уточнення аргументів. Диспозиція полягає в організації цих аргументів для досягнення найкращого ефекту. Ілокуція визначає використання мовних одиниць, фігур мови та риторичних прийомів. Запам'ятовування – це процес вивчення промови, щоб подати її без використання нотаток. Відтворення потрактовують як процес

відпрацювання промови. На відміну від перших трьох етапів, запам'ятовування й відтворення є взаємозамінними [17, с. 15].

Моделі переконання, які також називають етичними стратегіями, є риторичними засобами, які визначають звернення оратора до аудиторії. Існує три способи переконання: етос, пафос та логос [37, с. 30; 55, с. 34].

Для аналізу музичних рецензій ми послуговуватимемося визначенням, що риторика є наукою, що застосовується для впливу на аудиторію за рахунок мовних засобів.

Навіть неймовірний вплив технологій на способи, якими ми говоримо та пишемо, усе ще можна проаналізувати, спираючись на класичну риторичну модель. Частиною цієї класичної спадщини є наше розуміння риторичних канонів: інвенції, диспозиції, елокуції, запам'ятовування й відтворення; та засобів переконання: етос, логос та пафос [56]. Розглянемо їх більш докладно.

1.3.1. Інвенція: вибір аргументів. Перша з п'яти частин класичної риторики – «інвенція», яка передбачає «відкриття найкращих доступних засобів переконання» [52, с. 5].

Інвенція є підґрунтям для всіх інших етапів. Головна мета мовця на цій стадії – обміркувати ідеї, що і як сказати для максимального переконання аудиторії [68].

Інвенція імплікує продумування теми: підняття спірного питання, що називається стазією промови, та засобів переконати слухачів пристати на точку зору оратора [28, с. 173]. Останні включають прямі докази, такі як свідки та договори, які оратор «використовує», але не «вигадує»; «художні» засоби переконання, котрі полягають у репрезентації характеру оратора (етосу) як надійного, логічного аргументу, що здатен переконати аудиторію, і пафосу, тобто емоції, котрі оратор може викликати в слухачів [56, с. 6]. Художні засоби переконання використовують «теми», тобто етичні чи політичні передумови, на яких можна побудувати аргумент. Арістотель розділив ці теми на «загальні» та «особливі». До загальних темам зараховують закони, свідків,

договори, присяги, порівняння подібності, відмінності чи ступеня визначення речей, причини й наслідки та інші речі, які можна було б проаналізувати або дослідити. Спеціальні теми включають справедливість чи несправедливість, чесноту, добро та гідність [78, с. 105].

Сучасні письменники використовують спеціальні теми під час підготовки аргументів, хоча більше акцентують наукові факти, статистичні дані та інші «вагомні» докази [17, с. 7]. Оратор також може використовувати теми, багато з яких стали традиційними, щоб завоювати довіру або зацікавити аудиторію. Важливість справи можна підкреслити не тільки для оратора, але як прецедент для прийняття майбутніх рішень або його впливу на суспільство [56, с. 6].

Інвенція стосується процесу відбору матеріалу для майбутнього повідомлення. Але йдеться не про «мовний матеріал», а про об'єктів довкілля як по відношенню до інших об'єктів, так і щодо їх внутрішньої природи. Інвенція пропонує ораторові систематизувати власні знання про обрані ним факти, порівняти їх зі знаннями інших людей та визначити, який із вибраних об'єктів і в якій кількості повинен бути представлений у промові [17, с. 7].

Отже, інвенція є першим етапом створення промови, пов'язаним із пошуком аргументів, тем та засобів переконання. Доповідач використовує інвенцію як перший крок у спробі генерувати ідеї або створити переконливий аргумент. Це дослідження розглядає інвенцію з точки зору вибору тем та засобів переконання, тому що виступ може апелювати до потреб людини за рахунок одного із засобів переконання – пафосу.

1.3.1.1. Пафос: апеляція до емоцій та потреб. Пафос, який традиційно пов'язують з емоціями глядачів, залежить від розказаної історії чи описаної картини або досвіду, із котрими аудиторія може ідентифікувати себе [77, с. 128].

Пафос охоплює різноманітні емоції: жарти, щоб розсмішити аудиторію, зневагу, щоб глядачі висміяли дурість, обурення через несправедливість, щоб розлютити слухачів, смуток, який може викликати в них жалість, загадки та парадокси, що спричиняють цікавість, і заспокійливі слова, щоб розслабити

читачів. Пафос найкраще працює з такими прийомами, як оповідання, опис, зіставлення та повторення [77].

Ефективний спосіб звернутися до емоцій – використання метафор, фігур мови та розповідей. Люди частіше пам'ятають історії, аніж факти, тому що історії впливають на наші емоції [68].

Ще один спосіб використання пафосу – це апеляція до базових потреб аудиторії [31, с. 70]. Узаємодія емоцій та потреб людини підтримується трьома факторами. По-перше, сучасні психологи стверджують, що емоції часто є рушійною силою мотивації людини. По-друге, перелік емоцій Арістотеля та список потреб Маслоу корелюють між собою [31, с. 156]. Так, почуття поваги співвідноситься з потребою в репутації, помста – із потребою безпеки, дружні мотиви викликають потребу в належності [31, с.156].

Таким чином, пафос як апеляція до емоцій слухача можна встановити за допомогою метафор, фігур мови, розповідей або звернення до базових потреб. Він є невід'ємним елементом будь-якого риторичного тексту.

1.3.1.2. Етос: як аудиторія бачить оратора. «Етос» – це грецьке слово, що означає «характер», яке використовується для опису провідних переконань чи ідеалів, що характеризують спільноту, націю чи ідеологію [37, с. 29]. Греки також використовували це слово для позначення сили музики впливати на емоції, поведінку й навіть мораль [79, с. 1].

Для Арістотеля етос полягає в тому, що оратор виглядає обізнаним у певній темі й має добрий характер. Арістотель і Цицерон вважали, що оратор може звертатися лише до його етосу власне під час самої промови й повинен витратити її першу частину на встановлення свого авторитету [67]. Класичний ритор Ісократ вважав, що розвиток власного етосу та довіри до аудиторії починається ще до того, як оратор почав говорити. Глядачі природно ставляться до спікерів та письменників із деякою підозрою, тому звертають увагу на їхнє минуле, щоб знайти докази того, що ця людина заслуговує довіри та знає, про що говорить чи пише [68].

Якщо аудиторія не довіряє адресанту, не має значення, наскільки емоційно зворушливі або чіткі аргументи ратора. Арістотель зауважив, що іноді однієї лише довіри достатньо, щоб переконати аудиторію, якщо оратор чи письменник видається надійним, обізнаним та доброзичливим. Щоб мати хороший етос, оратор повинен виглядати чесним, компетентним, розумним і зацікавленим у тому, що є найкращим для аудиторії [52].

Одним із способів апеляції до етосу є сказати щось на кшталт «Ви повинні мене слухати, тому що мені можна довіряти», але частіше доповідачі роблять це менш очевидними способами [76, с. 43]. По-перше, доповідач може розпочати свою промову, покладаючись на свої знання з даної теми, скільки статей оповідач опублікував, нагороди та визнання, які він отримав [68]. По-друге, якщо досягнення оратора є значними, було б непогано применшити їх, тому що аудиторія не любить, коли оратор виставляє свої здобутки напоказ. Скромність може викликати довіру та бажання допомогти [75, с. 248]. По-третє, варто спробувати знайти спільну мову з аудиторією, адже люди схильні довіряти тим, хто схожий на них. Установлення спільної точки зору можливе шляхом визнання подібних цінностей, переконань чи досвіду [68].

Отже, етос відображає встановлення оратором свого авторитету, який включає хороші мотиви, характер та почуття. Адресант при цьому може звернутися до свого досвіду, спробувати здатися скромним, знайти спільну мову з аудиторією.

1.3.1.3. Логос: апеляція до міркувань. У сучасному мовознавстві вчені визначають логос як аргументи, за допомогою яких доповідач переконує аудиторію в обґрунтованості своїх ідей та пропозицій [37, с. 31]. Арістотель вважав, що логос – найважливіший спосіб переконання й усі аргументи варто виграти або програти лише за допомогою розуму [52, с. 21]. Будучи пов'язаним із логічним мисленням, логос традиційно позначає мовну структуру аргументів, тобто слова, зв'язок між ними та переконливий потенціал. Саме логос відрізняє людину від інших живих істот, указуючи на

відмінність між перевагою й шкодою, справедливістю та несправедливістю [72, с. 21].

Апелюючи до логосу, ритор спирається на чіткі, вивірені аргументи та тези, які дозволяють заволодіти увагою адресатів.

Проте аудиторію можуть не переконати аргументи, засновані винятково на наукових чи логічних принципах, тому варто також використовувати інші способи переконання. Крім того, межі між усіма трьома техніками можуть бути розмитими, тому одночасна апеляція до етосу, пафосу та логосу може бути дуже ефективною [76, с. 43].

Отже, логос – це звернення до міркувань чи логіки. Це також спосіб побудови ефективного аргументу. Для цієї роботи логос важливий з точки зору організації структури мовлення, тому логос буде розглядатися разом із диспозицією, щоб вивчити, як риторичні стратегії та тактики організовані в музичній рецензії.

1.3.2. Диспозиція: стратегія і тактики. Друга частина класичної риторики – це «аранжування» або диспозиція, що полягає в організації аргументів [54, с. 5], які мають йти в такому порядку, щоб ритор досяг оптимального результату. Сучасні дискурсивні дослідження пояснюють організацію текстів з опертям на шестикомпонентну античну модель, що включає вступ, нарацію, протиставлення, доказ, спростування та висновок або епілог [54, с. 82–83].

У вступі адресант пропонує свій головний аргумент і всю необхідну інформацію, тобто його основна мета полягає у формулюванні предмета й мети промови: переконати, навчити, похвалити, привітати. Уважається, що вступ гарантує успіх виступу, адже в перші декілька секунд аудиторія визначає, чи варто слухати промову. Якщо ритор не здатний одразу заволодіти увагою аудиторії, він її втрачає до кінця виступу [64, с. 58].

Нарація, тобто виклад фактів та фонові інформації, потрібна для розуміння виступу, забезпечення достатньої кількості даних для того, щоб

слухачі усвідомили аргументи. Якщо ритор намагається переконати аудиторію діяти певним чином, спершу потрібно пояснити, що проблема дійсно існує і її треба вирішувати.

Протиставлення виконує дві функції: визначає спірні питання й перераховує аргументи, які ритор планує використовувати у своєму виступі [64, с. 6].

Докази вважаються основним елементом риторичного дискурсу: у цій частині автор пропонує та обґрунтовує аргументи та розглядає достовірність матеріалу, який він запропонував у двох попередніх частинах – нарації та протиставленні.

Спростування аргументів опонента є способом відповіді на його напади й критику.

Висновок повинен відповідати чотирьом завданням: схилити аудиторію на свою сторону, налаштувавши при цьому проти опонента; збільшити або зменшити кількість головних факторів; викликати в слухачів потрібні емоції; освіжити в пам'яті факти та емоції за допомогою повтору [54].

Згодом антична схема була запозичена для пояснення композиції новинного повідомлення [53, с. 148–155]. У структурі новин античний вступ відповідає заголовку й підзаголовку, тобто інтродуктивному абзацу [57, с. 256–259]; риторична нарація корелює з блоками головної та попередніх подій, що висвітлюють поточний стан справ, поданий у заголовку, і його передісторію [57], античний етап доказів співвідноситься з блоком коментарів, що містять аргументи протилежних сторін [57].

Сучасна риторика використовує стратегії та тактики на етапі диспозиції. Поняття стратегії в лінгвістиці визначається по-різному. У загальному сенсі стратегія – це уявлення мовця про найкращий спосіб діяти для досягнення мети [57, с. 65].

Із суто лінгвістичної точки зору стратегія визначається як «значуща одиниця тексту», «конкретний текст у тексті», «складний мовний знак» [39, с. 165]. Із погляду когнітивної лінгвістики, стратегія визначається як

«розуміння комунікативної ситуації за допомогою інтерпретаційних схем, які допомагають створювати альтернативні способи виконання дій», «пізнавальний процес, у якому оратор співвідносить комунікативний намір із конкретними мовними засобами» [39, с. 138].

У риторичних дослідженнях стратегія розглядається як творча реалізація плану поведінки мови [39, с. 165]. Особливістю цього підходу є акцент на плані мовлення, який включає основні ідеї виступу й реалізується в процесі структурування висловлювання.

У риторичному плані стратегію тлумачать як план досягнення мети, яка поставлена адресантом [39, с. 54], загальну лінію мовної поведінки оратора, що уможливорює досягнення певного впливу на аудиторію [39, с. 166].

Із точки зору риторики потреб, яка пояснює організацію виступу через звернення до основних потреб та мотивів людей, визначаються певні мотиваційні стратегії, що ґрунтуються на людських потребах: безпеці, належності, репутації та самоактуалізації [31, с. 128].

Стратегії складні за своєю структурою й складаються з менших підрозділів – тактик, які полягають у використанні певних рухів та способів досягнення впливу на аудиторію [39, с. 167]. У той час як стратегія має конкретну мету, тактика має менші завдання в межах цієї мети, реалізація яких сприяє ефективності стратегії [39, с. 96]. Наприклад, стратегія репутації може бути реалізована за допомогою тактики вдячності, яка полягає у висловленні подяки окремим людям або їх групам, або захопленні, яке передбачає похвалити людину або групу людей за важливе досягнення [39, с. 13].

Отже, диспозиція імплікує процес відбору різних аргументів та їх організацію заради ефективності промови. Аранжування мовлення здійснюється за допомогою стратегій, які є загальною лінією поведінки оратора, необхідної для досягнення впливу на адресата. Стратегії здійснюються тактиками, які реалізують певні завдання в межах основної мети стратегії. Для аналізу риторичних особливостей музичних рецензій

послугувуватимемося мотиваційними стратегіями, а саме «безпека», «належність», «репутація» та «самореалізація».

1.3.3. Елокуція: мовне втілення аргументів. Після того, як доповідач спланував «що» сказати й в якому порядку це подати, третє завдання – вирішити «як» це сказати, тобто як представити це словами та реченнями. Мова йде про «стиль» або «елокуцію» [39, с. 26]. Стиль розглядають як сукупність прийомів використання мови, продукт індивідуального відбору з альтернативних виражальних форм. Характерним для класичної риторики є тлумачення стилю як навмисного процесу введення предмета в мову; адже одні й ті ж ідеї можуть бути репрезентовані різними словами з різним прагматичним ефектом [39, с. 6]. Стиль включає дві частини: «дикцію» або вибір слів і «композицію», об'єднання слів у речення, що включає структуру, ритм та фігури мови [69, с. 76]. Обговорення стилю зазвичай організовується навколо концепції чотирьох «чеснот»: правильність (граматики та вживання), ясність, орнаментация та пристойність [69, с. 6]. Орнаментация полягає у використанні тропів, фігур мови, риторичних питань або зміни звуку чи розташування послідовності слів. Стилї часто класифікували на типи, із яких найвідомішою категоризацією є потрійний поділ на «великий», «середній» та «простий» [61].

Великий стиль – це стиль риторики, що характеризується використанням образної мови та її здатністю викликати емоції [17, с. 76]. Середній стиль розглядають як засіб задоволення й при цьому він не є: не ефектний, не дуже образний, не жорсткий, не надто простий або лаконічний [61, с. 36]. Простий стиль (також відомий як низький) відноситься до прямого або прямолінійного мовлення [61].

Таким чином, елокуція чи стиль – це процес вибору слів, фігур для втілення аргументів у мові. Дана розвідка буде ґрунтуватися на аналізі мовних одиниць у музичних рецензіях із метою визначення стратегій, які відповідають

певним базовим потребам. Виділені стратегії будуть використані для вивчення композиції проаналізованих текстів.

1.3.4. Перформація: запам'ятовування та відтворення. Перформація: запам'ятовування та відтворення – четвертого та п'ятого канонів класичної риторики [17, с. 8]. Після того як промова буде спланована та написана, ритор повинен запам'ятати її слово в слово для усного виступу [17, с. 8].

Пам'ять слугує розробці певних прийомів запам'ятовування, які дозволяють оратору покладатися не тільки на свою короткочасну пам'ять та набір енциклопедичних знань, що додається до неї, а й на спеціальні методи запам'ятовування матеріалу, котрі дозволяють йому контролювати всю структуру того, про що він говорить, і за необхідності пов'язувати інформацію з відомих галузей знань, не руйнуючи цілого. Насправді, пам'ять має гарантувати, що «банк даних» оратора завжди доступний для нього, і вони зможуть швидко використовувати будь-яку інформацію, що там міститься [17, с. 9].

Відтворення, як і елокуція, пов'язане з тим, як подають інформацію [67]. У той час як елокуція зосереджується насамперед на тому, якою мовою користується оратор, відтворення сфокусоване на техніці того, як оратор передає повідомлення. Для давніх ораторів відтворення означало, як оратор використовував мову тіла та жести рук і як він змінював тон голосу під час виступу. Стародавні греки дуже поважали відтворення. Вони вважали, що оратор, який може красномовно виголосити промову, насправді є добродісною людиною. Ідея полягала в тому, що дар промовляти потужну промову може міститися лише в добродісній людині [68].

Сучасні технології кардинально змінили запам'ятовування та відтворення, оскільки їх функції були взяті на себе шляхом письма та друку. Іноді оратору навіть не потрібно стикатися з аудиторією під час виступу. Ця зміна вплинула й на інші три канони, оскільки через втрату спілкування вічна-віч стало важливіше зосередитися на людських потребах [70, с. 158].

Таким чином, етап перформації складається з запам'ятовування та відтворення – четвертого та п'ятого канонів риторики. Перший із них є процесом вивчення промови, тоді як другий – відтворенням – її відпрацюванням та представленням публіці. На даному етапі вони розглядаються разом завдяки впливу сучасних технологій на комунікацію. У цьому дослідженні перформація потрактовується як невід'ємна частина риторичних канонів, знання про які використовуються для вивчення звернення до основних потреб у рецензіях на музичні твори.

Висновки до розділу I

1. Отже, увага лінгвістів до текстів різних жанрів, представлених у мережі Інтернету, спонукає до вдосконалення жанру музичної рецензії, оскільки сучасне суспільство потребує компетентного мовця, обізнаного зі світовою культурою, здатного до комунікації з іншими народами.

2. Проаналізувавши праці з лінгвістики та мовознавства щодо дослідження музичних рецензій, доходимо висновку, що в ЗМІ переважає їх інформаційно-аналітичний, інформаційно-новинний, інформаційно-просвітницький, а також інформаційно-розважальний формат.

3. Здійснивши аналіз різних підходів до класифікації рецензій, їх жанрових ознак, відзначаємо, що основними особливостями сучасних музичних рецензій є, з одного боку, поглиблення інформаційного компонента, зокрема відсутність усебічного розкриття, подекуди переказування елементів музичного твору; з іншого – спрямованість на аудиторію, що має музичну освіту або цікавиться різножанровою музикою; переважання складної музичної термінології, сарказму, мультимедійність, поліпшення структури, форми та змісту тощо.

4. Проаналізувавши номінативний аспект вивчення музичних рецензій, доходимо висновків, що лінгвісти відзначають номінацію як первинний процес пізнання речей, явищ та їхнє позначення, перший етап закріплення результатів пізнання в мовному знаку. Мовленнєва номінація тлумачиться як фіксування та

позначення результатів когнітивної діяльності засобами мови, процес повернення фактів позамовної дійсності до надбання системи та структури мови, мовних значень, що відбивають у свідомості мовців суспільний досвід; процес утворення мовних одиниць, що характеризуються номінативною функцією. Відзначаємо, що лінгвісти виокремлюють первинну номінацію, яка є рідкісним явищем через те, що номінативний інвентар мови поповнюється за рахунок запозичень, словотворення або вторинної номінації; та вторинну – використання в акті номінації вже наявної одиниці мови в якості назви для нового позначуваного.

5. Розглянувши музичні рецензії сайту Billboard, відзначаємо, що для пояснення номінації виконавців у різних блоках музичних рецензій використовують різні рівні категоризації (іменники субординатного та базового рівня). Доходимо висновку, що номінація відображає ментальні процеси, що відбуваються в мозку людини, та сприяє відображенню навколишнього світу за допомогою лексем, словосполучень, речень, текстів.

6. Проаналізувавши риторичний аспект дослідження музичних рецензій, відзначаємо, що риторика є компетенцією, здатністю, удосконаленою шляхом застосування риторичних стратегій, із метою переконання аудиторії в риторичних вчинках та досягнення ідентифікації між продуцентами та реципієнтами.

РОЗДІЛ II. НОМІНАТИВНО-РИТОРИЧНИЙ АСПЕКТ ВИВЧЕННЯ МУЗИЧНИХ РЕЦЕНЗІЙ

Аналіз 35 рецензій на музичні твори, представлених на щотижневому американському онлайн часописі www.billboard.com, виявив, що номінативна організація та риторична побудова текстів досить різняться. У номінативному аспекті представлені три групи одиниць на позначення виконавців, їхніх творів та дій, пов'язаних із ними. У риторичному плані виокремлено дві стратегії, які відображають текстову організацію номінативних одиниць у рецензії: суб'єктну та аспектну.

2.1. Особливості номінативної організації музичних рецензій

На інвентивному-елокутивному етапі написання рецензії журналіст відбирає факти, аргументи та характеристики як виконавців, так і їхніх творів з урахуванням цільової аудиторії та специфіки онлайн-сайту www.billboard.com. При цьому адресант послуговується різноманітними лінгвальними засобами для вербалізації своїх ідей: називання співаків, пісень, альбомів, представлення їхніх об'єктивних та суб'єктивних ознак та якостей, зображення досягнень виконавців, оцінки їхньої роботи. Тому ми виокремили три групи номінативних одиниць: субстантивну номінацію виконавців, ад'єктивну характеристику співаків і музичних творів, дієслівну номінацію виконавців та музичних творів.

2.1.1. Субстантивна номінація виконавців у музичних рецензіях, які розміщені на американському сайті Billboard, представлена іменниками чи іменними словосполученнями, котрі називають співаків або групи. При цьому залежно від кількості використаних субстантивів для називання одного виконавця виокремлюємо одно-, дво- та трикомпонентні структури.

Однокомпонентними структурами називають виконавців, які добре відомі публіці та мають світову славу. При цьому задіяні бувають як власні назви, так і загальні іменники. Прізвища, які є найбільш частотними в музичних рецензіях, урівноважують високий статус виконавця та його індивідуальність, напр., *Lovato* (28); *Drake* (35); *Eilish* (27). Лише іменами представлені окремі виконавці, яких упізнають у музичній сфері завдяки власному імені, котре, по суті, є їхнім сценічним псевдонімом також, напр., напр., *Adele* (2); *Rihanna* (25). Відомих співаків називають лише за їх псевдонімом, напр., *Eminem* (23) або прізвиськом, напр., *Biiebs* (27). В останньому випадку використання в кінці статті прізвиська зірки вказує на його/її наближеність до публіки, що межує із фамільярністю. Загальні іменники вживають з означеним артиклем при повторній ідентифікації виконавця в статті за рахунок кореференції, яка полегшує читабельність рецензії, напр., *the singer* (4), *the band* (17), *the tenor* (28).

Двокомпонентні структури включають власні іменники на позначення імені та прізвища виконавців і назв колективів, напр.,

Emeli Sandé (13);

Jack Harlow (12);

Mac Miller (18);

Limp Bizkit (3);

The Pretty Reckless (22).

Двокомпонентними можуть бути також сценічні псевдоніми, які добре відомі як експертам, так і фанатам, часто сприймаються як справжні імена та прізвища та акцентують високий статус виконавця, напр.,

Nicki Minaj (21);

Katy Perry (34);

Stevie Wonder (8);

Elton John (17).

Крім того, двокомпонентна структура може включати власний і загальний субстантиви, які позначають виконавця конкретної пісні, напр.,

“Toxic” singer (34).

Трикомпонентна структура має два варіанти. Перший містить власне антропонім, що є справжнім іменем та прізвищем або псевдонімом зірки, напр.,

Lana Del Rey (11).

У другому варіанті трикомпонентна структура складається з власних іменників та загального, де останній виступає класифікатором, що викликано низьким статусом зірки та її недостатньою відомістю для глобальної аудиторії, напр.,

rapper Gloria Groove (5);

tenor Andrea Bocelli (19)

Отже, виконавці можуть бути представлені структурами трьох видів залежно від кількості елементів у їхньому складі. Однокомпонентні структури з власними іменниками вказують на високий статус зірки, її відомість серед широкої публіки, тоді як номінативні одиниці із загальним субстантивом задіяні як засіб кореференції. Двокомпонентні структури містять ім'я та прізвище виконавця, сценічний псевдонім або назву гурту. Трикомпонентна структура задіяна у двох випадках: якщо три елементи містять власне антропонім або коли перед іменем та прізвищем використано загальний іменник, що слугує класифікатором для виконавця, котрий недостатньо відомий адресатам.

2.1.2. Ад'єктивна характеристика співаків і музичних творів представлена їхніми якостями, типовими властивостями й рисами, позначеними в музичних рецензіях різноманітними означеннями. Співаки представлені в аспекті належності до певної національності, гендеру, вікової групи чи їхніх досягнень.

Національність може бути представлена прикметниками під час характеристики виконавців, напр.,

Brazilian rapper Gloria Groove (5);

Belgian rapper Stromae (4);

British torch singer (5).

Гендерна належність неактуальна для музичних рецензій на сайті www.billboard.com, тому ми виокремили лише три номінативні одиниці, де стаття позначена іменником *girl* або прикметником *female*, напр.,

an all-female group (8);

all-dancing girl (8);

ex-girl group member (21).

Темпоральний компонент у характеристиці виконавців представляє їхній вік за допомогою числівника або колишню приналежність до групи за рахунок прикметника *former*, напр.,

the 74-year-old hitmaker (17);

former group Little Mix (6).

Якісна характеристика виконавців полягає в репрезентації стилю їхньої музики, спеціалізації, їхніх досягнень за рахунок прикметників, що вказують на їхню винятковість (*legendary, notorious*) чи відомість у всьому світі (*world-renowned*), напр.,

a rock singer (34);

a pop superstar (3);

the pop-punk singer (27);

the Blink-182 drummer (7);

melodic genius (3);

the legendary singer (16);

world-renowned tenor Andrea Bocelli (19);

the multi-Grammy winner (25);

Характеристика музичних творів полягає у виокремленні їх особливих рис, порядку появи у творчості співака, оцінки експертами, тривалості пісні або її приналежності конкретному виконавцю.

Ознаки, які вирізняють пісню серед сотень інших, які щодня з'являються на ринку музичної індустрії, відображають специфіку звучання, задіяні

музичні інструменти, стильові особливості музики, емоційний вплив на слухача, напр.,

a sweeping orchestral arrangement (1);

soft tune (31);

a piano-driven ballad (14);

a punchy guitar line (35);

reggae-vibed song (30);

seductive bass lines (8);

moving storytelling (1);

spooky keys (22);

lighthearted melody (34).

Музичний твір можна представити за рахунок характеристики теми, що в ньому розкривається, напр.,

a breakup song (11);

universal love songs (1).

Не менш важливою для музичної рецензії є порядок появи пісні чи альбому у творчості виконавця, що представлено в проаналізованих текстах прикметниками (*sophomore*), порядковими числівниками (*first, third*), а також одиницями, що акцентують нещодавній вихід альбому (*new, recent, latest*) чи його першість у кар'єрі групи чи співака (*debut*), напр.,

sophomore album (2);

second solo album (33);

the band's upcoming fifth studio album (9);

first self-produced song (13);

latest solo album (29);

new tracks (28);

most recent studio album (4);

debut album (15).

Окрема характеристика альбому чи пісні полягає в її оцінці професіоналами чи слухачами, втілена в музичних рецензіях за допомогою

прикметників найвищого ступеня порівняння. При цьому експерти вказують на здобутки пісні в напрямі вдосконалення виконання чи впливу на аудиторію, а музичні компанії відображають кількість завантажень альбому чи його очікуваність із боку слухачів, напр.,

most mature work to date (1);

most ambitious work (20);

most complete rock albums (3);

decade's most impactful debut single (8);

most-streamed song (32);

most pre-added album of all time (26);

gold-selling eighth album (10);

much-anticipated sophomore album (31).

Важливою рисою музичного твору є його тривалість, представлена в рецензіях словосполученнями, перший компонент яких є числівником, що називає кількість часу, а другий – іменником, котрий позначає темпоральний відрізок, напр.,

a five-minute track (18);

the three-minute video (4);

an 18-second teaser (22).

Під час опису музичних творів журналісти виокремлюють їхню належність конкретному виконавцю чи групі за допомогою власного іменника в присвійному відмінку, напр.,

A.R. Rahman and Shreya Ghoshal's "Param Sundari" (6);

Miller's posthumous album Circles (18);

Lovato's latest album (26).

Іноді виконавці записують пісні декількома мовами, що відображено в рецензіях відповідними прикметниками, напр.,

her Latin album (16);

second Spanish-language album (21).

Таким чином, характеристика виконавців у проаналізованих рецензіях відображає їхню національність, стать, вік або винятковість, тоді як музичні твори акцентовані в контексті особливостей їх звучання, порядку появи у творчості співака, оцінки пісні чи альбому експертами, тривалості твору чи його приналежності певному виконавцю.

2.1.3. Дієслівна номінація виконавців та музичних творів полягає у виокремленні етапів виведення альбомів чи пісень на ринок та різноманітних досягнень співаків.

Мовні одиниці на позначення етапів представлення музичного твору в проаналізованих рецензіях відображають його появу та оцінку як пересічними слухачами, так і критиками. Поява альбому чи окремого синглу на музичній арені починається з оголошення про його вихід за допомогою дієслова *announce*, напр.,

announces new single (7);

announces sophomore album (24);

announced the project (24);

або за допомогою предикату *herald*, який указує на вихід альбому в найближчому майбутньому [Collins], напр.,

heralds upcoming fourth album (2).

Виконавець може видати лише обмежену інформацію про потенційний вихід альбому за допомогою дієслова *tease* [Collins], напр.,

teases new soundtrack (23).

Поява першого твору виконавця представлена присудком *debut*, напр.,

debuts with the chart's sole title (5);

debuts on the global chart (5).

Вихід чергового альбому репрезентований предикатами *arrive* або *drop*, який позначає різку появу, напр.,

arrive with 'Ateo' (6);

arrived Friday on Atlantic Records (1);

dropped their single (20);

drop 'Still Sueks' to the public (4);

release чи словосполученням *officially hit*, що відбивають офіційне представлення твору, напр.,

will release their new album (4);

released a full body of work (7);

officially hit America (8);

фразовим дієсловом *come out*, котрий іменує доступність альбому для публіки [Collins], напр.,

come out with a record (1);

чи *kick off*, який указує на початок певної дії [Collins], напр.,

kicks off his latest project (31);

is kicking off a new era of her career (7).

Неочікувана для фанатів чи музичних експертів поява музичного твору представлена в рецензіях дієсловом *leak*, який відбиває просочування секретної інформації [Collins], та *unveil*, що репрезентує розкриття таємних даних [Merriam Webster], напр.,

a version leaked in 2011 (22);

unveiling some of her styles (25);

Спланована поява альбому відображена в статтях за допомогою словосполучень з обставинами часу, котрі називають конкретну дату виходу музичного твору, напр.,

comes out on Sunday (4);

a new single coming next week (7);

which is out next week (24);

або натякають на його появу в найближчому майбутньому, напр.,

debut single is almost here (21);

solo era is coming soon (21).

Крім того, дієслово *set* відображає вірогідну появу твору, тоді як предикат *supposed* маркує припущення авторів рецензії [Longman], напр.,

album 'Toy' set for release (22);

is finally set for release (22);

supposed to come out (22).

Повторна поява виконавця на сцені або у світових чартах представлена дієсловами *return, be back, re-enter, rewrite* та іменником *comeback*, напр.,

Adele returns (2);

the album returned to № 1 a week ago (14);

are back with their fourth album (20);

re-entering the daily top 100 charts (32);

rewrite record (10);

teased her comeback in a video (21).

Після виходу альбому чи пісні їх оцінюють слухачі. Визнання публікою твору, вартого уваги, відображено в рецензіях словосполученнями, котрі представляють кількість прослуховувань або переглядів за допомогою дієслів *draw, garner*, що указують на привернення уваги, та числівників, напр.,

drew 64 million radio airplay audience impressions (15);

garner 28 million views worldwide (19).

Оцінка творчості виконавців професійними критиками відображена фразами, котрі указують на високу позицію в їхньому особистому списку за рахунок дієслів, що називають рух угору, позитивне ставлення за допомогою оцінних прикметників, захоплення роботою музикантів завдяки вживанню іменника на позначення похвали, напр.,

ranked critic's picks (1);

receive a similarly warm reception (8);

serves as an ode (31).

Найбільше виокремлено дієслівних одиниць (56) на позначення досягнень певного співака, гурту чи музичного твору, що тлумачимо специфікою сайту, де опубліковані рецензії, адже йому притаманні перш за все різноманітні рейтинги.

Найчастіше журналісти указують на місце твору в певному чарті за рахунок числівників, напр.,

arrives at № 86 on Billboard Global 200 (6);

is back at № 1 on the mainstream chart (9);

debuted at № 1 on the Top Rock Albums chart (9).

При цьому найвище місце рейтингу подано за допомогою прикметника *top* або утвореного від нього дієслова, напр.,

making it to the top selling album (8).

topping the top 100 global chart (2);

topped the UK charts (8);

Предикати, що відображають місце твору в рейтингу, репрезентують потрапляння на конкретну позицію (*enter, occupy, slot in, reach, reside*), неочікуваність зайнятого місця (*hit*) або бажаність цієї позиції (*land*), акцентують успішність твору (*score, peak*) [Collins; Longman], напр.,

slotting in at № 1 on the Hot 100 (2);

reach № 1 on the Billboard 200 (8);

hit the chart (6), hitting № 1 on Hot 100 (15);

landing at № 1 on Friday (17);

peaked at № 2 (5), scores first UK № 1 single (17).

Крім того, присудки в поєднанні з обставинами часу указують на період, коли певний музичний твір перебував у рейтингу, напр.,

spent six weeks at № 1 (8);

occupy № 1 for the last four weeks (17);

held it [the record] for one week (19).

Окремим досягненням будь-якого виконавця є встановлення рекорду в музичній індустрії, що репрезентовано словосполученням *set a record* або *boast a record*, котре додатково акцентує гордість музикантів [Collins], фраза *historical hit* підкреслює важливість здобутку для історії, а іменник *milestone* маркує важливу віху у творчості [Macmillan], напр.,

has been setting records (2);

boasts a record (19);

achieve the historical hit (17);

marks a big milestone (13), *break milestone* (2).

З іншого боку, надбанням є отриманням нагороди, визнаної не лише серед музикантів, але й в усьому світі, напр.,

won the Academy Award (6);

has been nominated for six Grammys (19).

Водночас, якщо успіх можна виміряти у фінансовому аспекті, тоді в музичних рецензіях подається кількість проданих виконавцями альбомів чи трансляцій творів в інтернеті, напр.,

3,500 sold worldwide (28);

selling 18,000 copies in the US (14);

has sold 26.7 million albums (19);

racked up 332 million streams around the world (35);

scored 7.6 million streams (29).

Досягненням кожного музиканта є покращення власного виконання, що подано дієсловами *amplify*, *display*, прикметником *new*, напр.,

have amplified their sound (3);

a soundtrack boasts new music (3);

music displays the range of freedom (13).

Здобутки в музичній сфері представлені також метафорично як рух угору (*soar*, *notch*) [Macmillan], розповсюдження по великій території (*balloon*, *make big inroads*) [Merriam Webster], напр.,

'Easy on Me' soars (2), *Harlow notches his first* (15);

on-demand streams ballooned (2);

has been making big inroads around the world (2);

has made a lot of noise in the country world (3).

Метафорично досягнення представлені шляхом перенесення ознак успіхів з інших сферах життя людей: танців (*waltz*) як спосіб легкого досягнення успіху [Macmillan], перегонів (*in the pole position*), політики

(*domination ambitions, revolutionize, rule*), королівської влади (*take the throne, crown*), подорожей (*put on the map*), напр.,

waltzes 6 % (5);

is in the pole position (8);

fulfill their global domination ambitions (8);

the song revolutionized the pop landscape (8);

ruled for two weeks (9);

first crowned the list (9), *'Cold Heart' takes the throne* (17);

put girl power on the map (8).

Невдачі виконавців представлені лише трьома одиницями, що може бути пояснено прагненням журналістів задовольнити вимоги цільової аудиторії: людям притаманно захоплюватися досягненнями, успішною реалізацією планів та амбіцій. Провал зображений дієсловами на позначення руху вниз, напр.,

breaks down to 7 million clicks (5);

'Fearless' falls 1-7 with 8,000 (14).

Таким чином, дієслівні словосполучення, вжиті в проаналізованих рецензіях, репрезентують етапи появи альбому чи пісні на ринку, їхнє схвалення слухачами й професійними критиками, а також відображають досягнення виконавців, подані як місце в рейтингу, отримання нагороди, покращення виконання та невдачі музикантів.

2.2. Риторична організація музичних рецензій

Як відомо, диспозиція пов'язана з організацією аргументів та тем задля створення ефективного промови. Лінеаризація фактів, прикладів, коментарів, як правило, складається з шаблонів, які вказують їхню послідовність [55, с. 19]. Проте адресант може змінити порядок компонентів або пропустити деякі з них, щоб зробити свій текст більш вражаючим. При цьому він користується різноманітними стратегіями текстобудови. У медійному дискурсі, до якого

зараховують і музичні рецензії, за рахунок генеральної лінії добору й розташування текстового матеріалу стратегії конструюють події, представлені в змістових блоках повідомлення [39, с. 60]: заголовку та основній частині тексту. Під час дослідження рецензій на музичні твори ми виокремили дві стратегії з опертям на позначувані референти й порядок їх вживання у тексті: суб'єктну та аспектну.

2.2.1. Суб'єктна стратегія структурує музичні рецензії в плані називання виконавців або музичних творів різними номінативними одиницями в корпусі тексту. При цьому журналіст створює ефект наближення до знаменитості або віддалення за рахунок мовних одиниць різних рівнів категоризації. Виконавці музичних творів можуть бути представлені в заголовку двокомпонентними антропонімами, які включають ім'я та прізвище, у тексті рецензії – загальними іменниками або займенниками, а в кінці тексту – прізвиськами. У заголовках для привернення уваги читацької аудиторії співаки іменуються двокомпонентними антропонімами, які включають ім'я та прізвище та вказують на високий статус музикантів: *Gwen Stefani, Demi Lovato*. В основному тексті рецензії виконавці представлені однокомпонентним антропонімом. Спочатку журналіст використовує прізвища, напр., *Stefani, Lovato*, а наприкінці статті вживає ім'я, що наближує співаків до фанатів, напр., *Nick, Gwen*. Віддалення від прихильників репрезентовано фразами типу *the famous singer*, яка акцентує високий статус співаків, та займенників *she / he*, котрі позначають лише стать зірки. Найбільший ступінь фокусування на знаменитостях, що граничить із фамільярністю, відображає використання їхніх прізвиськ, напр., *the JoBro*. Відмінності в порядку використання власних назв, загальних іменників та особових займенників втілено в проаналізованих рецензіях трьома тактиками: наближення, віддалення та циклічною.

Тактика наближення імплікує представлення виконавця або альбому загальними іменниками з подальшою специфікацією їхньої назви / імені та

прізвища власними іменниками. Прикладом цієї моделі слугує текст *Porter Robinson Shares Album Release Date* (31). У заголовку музичний твір представлений загальним субстантивом (*album*), що в рецензії протиставляє його лише окремому синглу без специфічних ознак. Деталізація втілена в основному блоці тексту власною назвою ("*Nurture*"), подана його оцінка за допомогою дієприкметника та прикметника (*much-anticipated sophomore album*), корелювано вказано на альбом означеним субстантивом для полегшення читабельності тексту (*the album*), репрезентована окрема пісня за рахунок представлення її порядкового номера в збірці та назві (*Nurture's fourth single, "Look at the Sky."*). Крім того, деталізовано характеристики синглу оцінними прикметниками та прислівником-інтенсифікатором (*the shimmering, propulsive and ultimately joyful track*) та загальним неозначеним субстантивом, який у сполученні з прислівником та абстрактним іменником *hope* описують специфіку треку (*fundamentally a song about hope*). Тобто дана рецензія представляє альбом в аспекті наближення, фокусуючи увагу адресатів на деталях музичного твору:

(2) "*Nurture*" will arrive on April 23.

(3) *Spring is often considered a hopeful time, and Porter Robinson is looking to make the most of the season. On Wednesday (Jan. 27), the producer announced that his much-anticipated sophomore album, Nurture, will drop April 23 via Mom + Pop. The album is Robinson's first under his own name in seven years.*

(4) *The news comes alongside Nurture's fourth single, "Look at the Sky." The shimmering, propulsive and ultimately joyful track was written during a moment of personal crisis for the North Carolina-based producer [...].*

(5) "*'Look at the Sky' is fundamentally a song about hope,*" Robinson says in a press release. "*There's no shortage of fuel for despair, but you can't take meaningful action to improve things if you don't have some belief that things might get better.*"

(7) *Robinson debuted “Look at the Sky” during his Secret Sky virtual festival this past May. [...]*

Тактика віддалення відображає поступове використання номінативних одиниць вищого рівня категоризації: субстантивний рівень, представлений власними названими, – базовий рівень, втілений загальними іменниками, – суперординатний рівень, репрезентований займенниками або абстрактними іменниками. Даною тактикою побудована музична рецензія *Avril Lavigne Announces New Single ‘Bite Me’* (7). На початку заголовку вжитий двокомпонентний антропонім *Avril Lavigne*, що акцентує високий статус виконавиці. У другому параграфі її прізвище подано в присвійному займеннику (*Lavigne’s*) для представлення її діяльності – співу (*signing*). У наступному абзаці журналіст використовує знову її ім’я та прізвище (*Avril Lavigne*), замінене далі словосполученням *the pop-punk singer* для деталізації стилю її музики, вказівкою її прізвища (*Lavigne*), оскільки вона вже представлена читачам, із подальшим вживанням означеного субстантива *the singer* та особового займенника *she*.

(2) *The announcement comes after Lavigne’s signing to Travis Barker’s DTA Records.*

(3) *Avril Lavigne is kicking off a new era of her music career – under Travis Barker’s DTA Records – with a new single coming next week.*

(3) *The pop-punk singer announced a new single called “Bite Me” on her social platforms Friday morning (Nov. 5), tagging Marshmello, whose involvement in the track is unclear.*

(4) *Lavigne last released a full body of work in 2019, with her sixth studio album Head Above Water. She has been active nonetheless with singles and appearing on tracks for others like WILLOW’s “G R O W” and MOD SUN’s “Flames” this year alone. [...]*

(6) *In the artwork for the upcoming single, the singer sits along a light blue wall and checkered floor, with a black, heart-shaped cake by her side with the*

single's title displayed on top. After a more subdued aesthetic for recent records, she seems to be once again embracing the colorful, pop-punk youthfulness that brought her onto the scene in the early 2000s.

Циклічна тактика репрезентує виконавця / музичний твір за рахунок звернення до власних імен, створення ефекту віддалення загальними субстантивами або особовими займенниками й повторного акцентування суб'єкта антропонімом із поверненням до загальних іменників або займенників.

Продемонструємо описану тактику на прикладі музичної рецензії *Justin Bieber's 'Justice' Is Here: Stream It Now* (27). У заголовку використано двокомпонетний антропонім у присвійному відмінку для акцентування авторства музичного твору (*Justin Bieber's*), в основному блоці статті – ім'я й прізвище в загальному відмінку, які репрезентують зірку як діяча у функції підмета (*Justin Bieber*), словосполучення з загальними іменниками, котре називає рід занять особи (*the pop star*), прізвисько знаменитості для наближення його до відданих прихильників (*the Biebs*) та особовий займенник, що вказує на стать зірки (*he*).

(2) *Justin Bieber has finally delivered Justice.*

(3) [...] *The pop star is also supporting organizations “that embody what justice looks like in action” to accompany the album release.*

(4) *The Biebs links up with a whole new crew of featured artists, including Khalid on “As I Am,” The Kid Laroi on “Unstable,” Dominic Fike on “Die For You,” BEAM on “Love You Different,” Burna Boy on “Loved By You,” and the peachy-keen “Peaches” collab with Giveon and Daniel Caesar, which he previewed on his NPR Tiny Desk (Home) Concert.*

У кількісному аспекті тактика наближення представлена в 9 рецензіях (26 % від загальної кількості проаналізованих текстів), віддалення – у 4 (11 %), циклічна – 22 (63 %), що відображено в діаграмі на рис. 1.



Рис. 1. Суб'єктна стратегія побудови музичних стратегій.

Таким чином, суб'єктна стратегія структурує рецензії на музичні твори з урахуванням їх номінації різноманітними лінгвальними одиницями в корпусі тексту. Тактика наближення відображає виконавця / альбом чи пісню загальним іменником у заголовку з подальшою деталізацією його досягнень, характеристик власними назвами й оцінними прикметниковими словосполученнями. Тактика віддалення виокремлює суб'єкта в заголовку за допомогою антропоніма або власного іменника, а в основному блоці вжито загальні субстантиви чи характеристичні ад'єктивні звороти. Циклічна тактика вирізняється поєднанням двох попередніх з послідовним вживанням власних назв та загальних іменників.

2.2.2. Аспектна стратегія відображає побудову рецензій з урахуванням деталей появи альбому чи пісні або характеристичної досягнень виконавця. Залежно від аранжування номінативних одиниць у заголовку та основному блоці рецензії, з одного боку, і тематики статті, з іншого, виокремлено три тактики: описову, кількісну й оцінну.

Музичні рецензії про вихід нового альбому побудовані за **описовою тактикою**, яка полягає в представленні в заголовку інформації про виконавця,

назву альбому або пісні й повідомлення про їх вихід. В основному блоці повідомляється конкретна дата релізу, надається характеристика твору та інформація про попередні роботи виконавця. Прикладом цієї моделі слугує рецензія під заголовком *Lana Del Rey's 'Chemtrails Over the Country Club' Is Here: Stream It Now* (26). У ньому висунуто на початок, у сильну позицію, творчий псевдонім виконавця (*Lana Del Rey*), назву її альбому (*'Chemtrails Over the Country Club'*) та факт його виходу, поданий екзистенційним дієсловом у сполученні з прислівником місця (*is here*). В основному блоці представлені час виходу альбому (*at midnight on Friday (March 19)*) та його характеристики за допомогою словосполучення *seventh studio album*, яке вказує на порядковий номер та якість збірки, котра записана в професійній студії, фрази *the follow-up album*, що акцентує наявність попередніх творів, та звороту *also includes previously released singles*, котрий уводить деталі про конкретні сингли, що були випущені раніше:

(3) *Like many albums delayed due to the ongoing COVID-19 pandemic, her seventh studio album finally landed on streaming music platforms at midnight on Friday (March 19).*

(4) *This serves as the follow-up album to Norman F---ing Rockwell from 2019, which peaked at No. 3 on the Billboard 200.*

(6) *The album also includes previously released singles "Let Me Love You Like a Woman" and the title track "Chemtrails Over the Country Club."*

Кількісна тактика вирізняється наявністю в заголовку словосполучення на позначення місця музичного твору в рейтингу, а також вживанням кількісних числівників, що подають досягнення як в аспекті фінансів, так і чартів. Прикладом цієї моделі слугує рецензія *Halestorm Is 'Back' at No. 1 on Mainstream Rock Airplay Chart* (9). У зазначеному заголовку репрезентований виконавець (*Halestorm*), його пісня (*'Back'*), місця в рейтингу (*No. 1*) та його назва (*Mainstream Rock Airplay Chart*), винесена в кінець для утримання уваги читачів. Із метою акцентування здобутків співака в основному блоці статті подано позицію його твору в чарті (*tops Billboard's*

Mainstream Rock Airplay chart), указано на зміну місця в рейтингу протягом певного часу (*jumps 3-1 on the survey, climbs 13-11 on the Rock & Alternative Airplay ranking, leaps 17-11 on the multi-metric Hot Hard Rock Songs chart*), кількість попередніх здобутків у митця (*Halestorm's fifth No. 1, charted three titles, scores Fourth Mainstream Rock Songs No. 1, debuted at No. 1 on the Top Rock Albums and Hard Rock Albums charts*) та переглядів глядачами (*2.6 million audience impressions, earned 157,000 U.S. streams*):

(3) *For the first time in three years, Halestorm tops Billboard's Mainstream Rock Airplay chart.*

(4) *"Back From the Dead," the first taste of the band's upcoming fifth studio album, jumps 3-1 on the survey dated Nov. 6. It's Halestorm's fifth No. 1 and first since "Uncomfortable," which ruled for two weeks beginning in August 2018.*

(5) *The Lzzy Hale-led act first crowned the list in 2013 with "Freak Like Me." Between "Uncomfortable" and "Back," Halestorm charted three titles: "Do Not Disturb" (No. 8, February 2019), "Vicious" (No. 13, June 2019) and "Black Vultures" (No. 25, November 2019).*

(6) *Halestorm Scores Fourth Mainstream Rock Songs No. 1 with 'Uncomfortable'.*

(7) *Concurrently, "Back" climbs 13-11 on the all-rock-format, audience-based Rock & Alternative Airplay ranking with 2.6 million audience impressions, up 7%, according to MRC Data.*

(8) *"Back" also leaps 17-11 on the multi-metric Hot Hard Rock Songs chart, equaling its best rank first reached in early September. In the Oct. 22-28 tracking week, in addition to its radio audience, it earned 157,000 U.S. streams.*

(9) *A release date for Halestorm's latest album has not yet been announced. The group's most recent album, Vicious, debuted at No. 1 on the Top Rock Albums and Hard Rock Albums charts in August 2018 and has earned 140,000 equivalent album units to date.*

Оцінна тактика відзначається представленням характеристик творчості виконавця за допомогою якісних прикметників, найвищого ступеня

порівняння, а також одиницями, котрі відбивають досягнення співака, подані в різноманітних рейтингах. Ця модель представлена в рецензії *Adele's '30' Breaks Apple Music's Pre-Add Milestone In Record Time* (2). У заголовку представлено ім'я виконавиці в присвійному відмінку (*Adele's*), її альбом ('30'), досягнення (*breaks apple music's pre-add milestone*). В основному тексті рецензії успішність її синглу відображена за допомогою дієслова руху ("*Easy On Me*" *soars*), досягнення співачки на музичній арені – завдяки дієслівним словосполученням, що відображають вихід альбому (*heralds upcoming fourth album*), установлення ним рекордів (*setting records, notching milestones, setting the all-time record, making big inroads, breaking records on Apple Music for pre-adds, albums ballooned*) або позицію збірки пісень у різноманітних рейтингах (*slotting in at No. 1 on the Hot 100, hitting No. 1 on Apple Music's daily top 100 charts, topping the top 100 global chart, hit daily top 100 charts*). Прикметники в найвищому ступені порівняння указують на надзвичайний статус музичного твору та його винятковість (*most-streamed song, the most pre-added album, the largest number of pre-adds, the shortest amount of time*), а числівники акцентують кількісні показники, важливі для музичної індустрії (*listen 4.2 times more, number rises to 5.6 times, two-thirds of those users, increasing 93% to 11.34 million streams*).

(2) *The singer's catalog also rises as "Easy On Me" soars.*

(3) *Adele's return after six years with single "Easy On Me" has been setting records and notching milestones already in the two weeks since its release Oct. 15, slotting in at No. 1 on the Hot 100 in its first full week of availability and becoming Spotify's most-streamed song in a single day. But as it heralds the British singer's upcoming fourth album, 30, out Nov. 19, it's also breaking records on Apple Music for pre-adds [...].*

(4) *According to a rep for the service, Adele's 30 became the most pre-added album of all time on Apple Music in just the first week that option became available, also setting the record for the largest number of pre-adds in a single day and setting the all-time record in the shortest amount of time.*

(6) According to Apple Music, listeners that pre-add albums listen to those releases an average of 4.2 times more than users who do not; for pop albums, that number rises to 5.6 times during an album's initial week of release. Two-thirds of those users who pre-added an album also return to it again during its first week.

(7) In addition to the records for the album, the song itself has been making big inroads around the world, hitting No. 1 on Apple Music's daily top 100 charts in 89 countries and 79 cities, while topping the top 100 global chart each day since its release. [...] Apple Music says songs from her catalog hit daily top 100 charts in 87 countries after the release of "Easy On Me".

(8) Overall, total U.S. on-demand streams for Adele's first three albums ballooned in the week ending Oct. 21, with her 2008 album 19, 2011's 21 and 2015's 25 increasing 93% to 11.34 million streams, 79% to 25.86 million and 93% to 33.39 million, respectively, compared to the prior week, according to MRC Data.

У цілому, 14 музичних рецензій структуровані описовою тактикою (40 % від загальної кількості проаналізованих текстів), 8 – кількісною тактикою (23 %) та 13 текстів – оцінною (37 %), що відображено на діаграмі (рис. 2).



Рис. 2. Аспектна стратегія побудови музичних рецензій.

Таким чином, подаючи характеристики музичних альбомів, окремих пісень та їх виконавців, журналіст застосовує аспектну стратегію. При цьому залучення описової тактики дозволяє йому представити в тексті дані про співака, назву твору й дату його виходу, надати загальну інформацію про кількість пісень, порядковий номер альбому та його запис у професійній студії. Кількісна тактика структурує рецензії, які в заголовку повідомляють про місце музичного твору в одному з відомих рейтингів, а в основному блоці тексту відображають фінансові аспекти виходу альбому, заробітки виконавця, зміну позицій у чартах. Оцінна тактика представлена в рецензіях, які описують досягнення співака за рахунок кількісних та якісних показників, які, крім іншого, відображають схвалення твору як пересічними слухачами, так і професійними критиками.

Висновки до розділу II

1. Здійснивши аналіз 35 рецензій на музичні твори, представлених на щотижневому американському онлайн часописі www.billboard.com, відзначаємо, що номінативна організація та риторична побудова текстів досить різноманітна. Так, у номінативному аспекті вона представлена трьома групами одиниць на позначення виконавців, їхніх творів та дій, пов'язаних із ними, у риторичному – стратегіями, зокрема суб'єктною та аспектною.

2. Аналіз музичних рецензій виявив, що на інвентивному-елокутивному етапі написання рецензії журналісти послуговуються різноманітними лінгвальними засобами щодо вербалізації власних ідей, зокрема називання співаків, пісень, альбомів, представлення їх об'єктивних та суб'єктивних ознак і якостей, зображення досягнень виконавців, оцінки їхньої діяльності. У зв'язку з цим було виокремлено три групи одиниць, зокрема субстантивну номінацію виконавців, ад'єктивну характеристику співаків і музичних творів, дієслівну номінацію виконавців та музичних творів.

3. Дослідження виявило, що дієслівні словосполучення, ужиті в проаналізованих рецензіях, репрезентують етапи виходу альбому чи пісні на ринку, схвалення слухачами чи професійними критиками, відбивають здобутки й невдачі виконавців та музикантів.

4. Аналіз музичних рецензій довів, що адресант послуговується різноманітними стратегіями текстопобудови, зокрема суб'єктною та аспектною.

5. Так, суб'єктна стратегія структурує музичні рецензії щодо називання виконавців або музичних творів різними номінативними одиницями в корпусі тексту. Аспектна – віддзеркалює структуру рецензій з урахуванням деталей появи альбому чи пісні або характеризує здобутки виконавця. У процесі дослідження було виокремлено також три тактики побудови музичних рецензій (описову, кількісну й оцінну).

6. Проаналізувавши достатню кількість рецензій на музичні альбоми (на матеріалі американського сайту Billboard), доходимо висновків, що, надаючи характеристики музичним альбомам, окремим пісням та їхнім виконавцям, журналіст застосовує аспектну стратегію. При цьому залучення описової тактики дозволяє відобразити в тексті дані про співака, назву твору й дату його виходу, надати інформацію про кількість пісень, порядковий номер альбому та його запис у професійній студії; кількісна тактика структурує рецензії; оцінна тактика допомагає описати здобутки співака за рахунок кількісних та якісних показників, які відображають схвалення твору пересічними слухачами чи професійними критиками.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У магістерській роботі розглянуто актуальну для сучасної лінгвістики проблему номінативно-риторичної організації рецензій на музичні твори (на матеріалі американського сайту Billboard).

1. Отже, проаналізувавши лінгвістичні праці щодо дослідження музичних рецензій, різні підходи щодо їх класифікації, доходимо висновку, що в музичній журналістиці та ЗМІ переважає їх різноманітний формат (інформаційно-аналітичний, інформаційно-новинний, інформаційно-просвітницький, а також інформаційно-розважальний). Серед основних особливостей сучасних музичних рецензій на альбоми, твори, виконавців критики визначають, з одного боку, послаблення аналітичного підходу, відсутність усебічного розкриття, поглиблення інформативності музичних рецензій, з іншого – мультимедійний формат представлених альбомів та пісень, спрямованість на освічену аудиторію, поліпшення форми та змісту рецензій, використання складної музичної термінології тощо.

2. Розглянувши номінативний аспект щодо вивчення музичних рецензій, відзначаємо, що в мовознавстві виокремлюють первинну номінацію, яка поповнюється за рахунок запозичень, та вторинну, яка передбачає застосування в мовленні вже наявних мовних одиниць. Так, для пояснення номінації виконавців у рецензіях використовують різні рівні категоризації.

3. Здійснивши аналіз риторики як засобу переконання, доходимо висновку, що риторика є не лише мистецтвом, а й здатністю застосовувати риторичні стратегії для переконання аудиторії в мовленнєвих учинках, досягнення ідентифікації риторів зі слухачами.

4. Проаналізувавши праці з риторики, відзначаємо, що сучасні вчені все ще здійснюють свої дослідження на основі п'яти класичних канонів риторики (інвенції, диспозиції, елокуції, запам'ятовування й відтворення). Серед основних засобів переконання вони виділяють етос, логос та пафос. Так, доповідач використовує інвенцію, щоб створити переконливий аргумент,

апелюючи до потреб людини за рахунок одного із засобів переконання та невід'ємного елемента будь-якого риторичного тексту – пафосу; етос – для встановлення авторитету, що включає хороші мотиви, характер та почуття; логос – як спосіб побудови ефективного аргументу, важливий для вивчення риторичних стратегій та тактик, що застосовуються в музичних рецензіях. Диспозиція сприяє відбору різних аргументів та їх організації заради ефективності промови, елокуція – допомагає вибрати слова, фігури для реалізації в мові, перформація (запам'ятовування та відтворення) є невід'ємною частиною риторичних канонів, знання яких необхідні для звернення до основних потреб у музичних рецензіях.

5. Опрацювавши музичні рецензії сайту www.billboard.com, ми визначили, що адресанти послуговуються різними лінгвальними засобами для називання виконавців, синглів, альбомів, демонстрації їх об'єктивних та суб'єктивних ознак тощо, тому в роботі було виокремлено три групи номінативних одиниць: субстантивну номінацію виконавців, ад'єктивну характеристику співаків і музичних творів, дієслівну номінацію виконавців та музичних творів.

6. Як виявило дослідження, виконавці можуть бути представлені однокомпонентними, двокомпонентними та трикомпонентними структурами. Ад'єктивна характеристика виконавців і їхніх творів у музичних рецензіях представлена їхніми якостями, типовими властивостями й рисами, позначеними різноманітними означеннями. Вона відображає їхню національність, стать, вік, музичні ж твори представлені в контексті особливостей та тривалості їх звучання, порядку появи у творчості співака, оцінки пісні чи альбому експертами, належності певному виконавцю. Дослідження виявило, що дієслівна номінація виконавців та музичних творів репрезентує етапи виходу альбому чи пісні на ринку, схвалення слухачами й професійними критиками, а також відображає здобутки виконавців та їхні невдачі.

7. Проаналізувавши риторичну організацію музичних рецензій, ми виокремили суб'єктну та аспектну стратегії з опертям на позначувані референти й порядок їх вживання у тексті. Так, суб'єктна стратегія допомагає структурувати рецензії на музичні твори з урахуванням їх номінації різноманітними лінгвальними одиницями. Використання тактики наближення сприяє відображенню виконавця / альбома чи пісні загальним іменником у заголовку з подальшою деталізацією його досягнень, характеристик власними назвами й оцінними прикметниковими словосполученнями; тактика віддалення вирізняє суб'єкта в заголовку за допомогою антропоніма або власного іменника, а в основному блоці за допомогою загальних субстантивів чи характеристичних ад'єктивних зворотів; циклічна тактика поєднує два попередні з послідовним вживанням власних назв та загальних іменників.

8. Ми дійшли висновків, що аспектна стратегія відображає побудову рецензій з урахуванням деталей виходу альбому чи пісні або характеристичні досягнень виконавця, тому було виокремлено описову, кількісну й оцінну тактики. Так, музичні рецензії про вихід нового альбому побудовані за описовою тактикою, яка полягає в представленні в заголовку інформації про виконавця, назву альбому або пісні й повідомлення про їх вихід. Кількісна тактика представлена в заголовку словосполученнями на позначення місця музичного твору в рейтингу, а також вживанням кількісних числівників, що подають досягнення в аспекті фінансів і чартів. Оцінна тактика представлена характеристиками творчості виконавця за допомогою якісних прикметників, найвищого ступеня, одиницями, які відображають досягнення співака.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азарова Л. Є., Лепко Г. В. Основні визначення типів номінації в сучасному мовознавстві. *Рідний край*. 2010. № 1. С. 86–90.
2. Арутюнова Н. Д. Лингвистические проблемы референции. *Новое в зарубежной лингвистике. Логика и лингвистика (Проблемы референции)*. М.: Прогресс, 1982. С. 304–350.
3. Ахренова Н. А. *Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление*: автореф. дис. д. фил. наук. М. 2009. 36 с.
4. Безрукова В.В. *Интенсификация и интенсификаторы в языке и речи (на материале английского языка)*: дис. ... канд. фил. наук : 10.02.04. Воронеж, 2004. 222 с.
5. Белова Н. Н. Возможности классификации оценочных значений прилагательных. *Рациональное и эмоциональное в языке и речи: модальность, эмоциональность, образность: международный сборник научных трудов*. М.: МГОУ-МАНПО, 2011. С. 84-87.
6. Болдырев Н. Н. *Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии*. Тамбов: Изд-во Тамбовск. гос. ун-та им. Г. Р. Державина, 2001. 123 с.
7. Варганова Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? *Информационное общество*. 1999. Вып. 5. С. 11–14.
8. Галичкина Е. Н. *Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций)*: дис. канд. фил. наук: 10.02.20. Астрахань, 2001. 212 с.
9. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра : учебное пособие для вузов. М. : Аспект Пресс, 2004. 288 с.
10. Гусейнова А. Б., Черток Н. А. До питання про мовленнєву номінацію. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського*. Серія, Гуманітарні науки. 2014. Вип. 2 (62). С. 116–124.

11. Демчук М. А. Тенденции развития современной музыкальной рецензии. *Медиасреда*. 2017. № 12. С. 132–135.
12. Євграфова А.О. Заголовок як явище інтертекстуальності в журналістському контексті. *Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия Филология*. 2006. Т.19 (58) №5. С. 126–130.
13. Ившина Т. П. *Реализация эстетических возможностей наречия в художественном тексте*: Автореф. дисс. . канд. филол. наук. Ижевск, 2002. 261 с.
14. Карпенко Ю. О. Вступ до мовознавства: підручник. К.: Видавничий центр: Академія, 2006. 336 с.
15. Кириченко О. А. Комп'ютерний сленг в сучасній англійській мові, лексико-синтаксичні особливості. *Перекладацькі інновації: матеріали X всеукраїнської студентської науково-практичної конференції*, (Суми, 20-21 березня 2020 р.). Суми: СумДУ, 2020. С. 155–157.
16. Кисіль К. Як писати музичну рецензію: візія Ігоря Панасова. URL: <https://ms.detector.media/maister-klas/post/16138/2016-02-26-yak-pysaty-muzychnu-retsenziyu-viziya-igorya-panasova>.
17. Ключев Е. В. *Риторика. Инвенция. Диспозиция. Элокуция*: уч. пособие для высших учебных заведений. М.: ПРНОР, 2001. 272 с.
18. Кодухов В.И. *Натуралистическое направление. Лингвистический энциклопедический словарь* / гл. ред. В.Н. Ярцева. 2-е изд., доп. М. : Большая Российская энциклопедия, 2002. С. 326.
19. Крикунов, Ю. А. Рецензия в газете : учеб. пособие для студентов. фак. журналистики гос. ун-тов. М., 1976. 40 с.
20. Кройчик Л. Е. Основы творческой деятельности журналиста. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/58.htm/>
21. Кубрякова Е. С. *Теория номинации и словообразование*. 2-е изд. М. : ЛИБРОКОМ, 2010. 88 с.

22. Кубрякова Е. С. *Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира*. М.: Языки славянской культуры, 2004. 560 с.

23. Лакофф Дж. *Женщины, огонь и опасные вещи: Что категории языка говорят о нашем мышлении*. [пер. с англ.]. М.: Языки славянской культуры, 2004. 792 с.

24. Лозовой А. Ю., Названова И. А. К проблеме номинации. Особенности современной эргонимии. *Известия Южного федерального университета. Технические науки*. 2013. Вып. 1. С. 25–30.

25. Лурия А.Р. *Основные проблемы нейролингвистики*. М. : Директ-Медиа, 2008. 547 с.

26. Малинка А. В., Нагель О. В. Лексическая номинация: ономазиологический и когнитивный подходы. *Язык и культура*. 2011. №4 (16). С. 44–56.

27. Мальчевская Е. А. Трансформация жанра рецензии. *Веснік БДУ*. 2011. № 1. С. 74–77.

28. Матиенко А. В. Использование элементов классической риторики в современных лингвистических изысканиях. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2014. №3. С. 170–176.

29. Набиева Е. А. Оценочность в жанре рецензии: лингвистический и прагматический аспекты (на материале «Литературной газет» и региональной парламентской газеты «Тюменские известия» постсоветского периода 1993–1995 и 2003–2005 гг.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень: ТГУ, 2010. 30 с.

30. Найдюк О. М. Трансформаційні процеси у жанрах музичної критики (за матеріалами української преси 1990–2005 років): дис.... канд. мистецтвознавства: 17.00.03. «Музичне мистецтво». Національна музична академія України ім. П. І Чайковського. Київ, 2019. 252 с.

31. Потапенко С. И. Когнитивная риторика потребностей: стратегии построения англоязычных текстов новостей. *Одесский лингвистический вестник*. 2013. №2. С. 126–137.
32. Птушко Л. А. Музыкальная журналистика: от теории к практике. *Знание. Понимание. Умение*. 2010. № 1. С. 117–121.
33. Селіванова О. О. *Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія*. Полтава: Довкілля. 2006. 716 с.
34. Селиванова Е. А. *Когнитивная ономазиология*. К.: Фитоцентр, 2000. 244 с.
35. Семенюк І. С. Вторинна номінація як структурний і функціональний елемент мови у сучасній газетній публіцистиці. *Вісник Житомирського державного університету*. Вип. 64. Філологічні науки. 2012. С. 194–197.
36. Серебренников Б. А. *Языковая номинация: Общие вопросы*. М.: Наука, 1977. 359 с.
37. Сковронська І. Етос, логос, пафос як базові модуси судової риторики античних часів. *Національний юридичний журнал: теорія і практика*. 2018. №1. С. 29-32.
38. Сорокин Ю. А., Тарасов Є. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. *Журналистика и массовые коммуникации*. 1990. С. 180–186.
39. Талавіра Н.М. Безартиклеві прийменникові звороти сучасної англійської мови: когнітивно-дискурсивний аспект: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Ніжин, 2015. 225 с.
40. Теля В. Н. Номинация. *Лингвистический энциклопедический словарь* / гл. ред. В. Н. Ярцева. 2-е изд., доп. М.: Большая Российская энциклопедия, 2002. С. 336.
41. Тертычный А. А. *Аналитическая журналистика: учеб. пос. для студентов вузов*. М., 2013. 258 с.
42. Тертычный А. А. *Жанры периодической печати: Учеб. пособие*. М., 2011. 320 с.

43. Тертычный А. А. Становление и развитие теории жанров в отечественной науке о журналистике. Жанры СМИ: история, теория, практика: тезисы VI и VII Всероссийской научно-практической конференции. Самара : Порто-принт, 2014. С. 80–92.

44. Уфимцева А. А., Азнаурова Э. С., Кубрякова Е. С., Телия В. Н. Лингвистическая сущность и аспекты номинации. *Языковая номинация*. М.: Наука, 1997. С. 7–19.

45. Уфимцева А. А. *Лексическая номинация (первичная нейтральная)*. 2-е изд. М. : ЛИБРОКОМ, 2010. 88 с.

46. Хорошун О. О. Дискурс засобів масової інформації: характерні особливості. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки*. 2014. № 6. С. 65–71.

47. Фомина В. А. Кинорецензия в системе дискурсных взаимодействий. *Известия СПбГЭУ*. 2011. С. 144–146.

48. Черменская Г. Г. Развитие театральной критики в общеполитической прессе начала XX века. *Вестн. Моск. ун-та им. М. В. Ломоносова. Сер. 10. Журналистика*, 1985. № 6. С. 21–30.

49. Шангаева Н. К. Использование интенсификаторов в языке французских женских журналов. *Вестник Бурятского государственного университета*. М., 2013. С. 75–77.

50. Шарандин А. Л. Динамическая природа концептуализации и категоризации как основа речевой деятельности человека. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2013. № 1. С. 75–81.

51. Эрман В. А., Ермакова А. В. Особенности реализации дискурса слушателя в тексте музыкальной рецензии. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-realizatsii-diskursa-slushatelya-v-tekste-muzykalnoy-retsenszii/viewer>.

52. Aristotle. *Rhetoric*. ed. W.D. Ross, trans. W. Rhys Roberts. New York: Cosimo Books, 2010. 194 p.

53. Burke K. *A Rhetoric of Motives*. Oakland: University of California Press, 1969. 356 p.
54. Campbell G. *The Philosophy of Rhetoric*. Cambridge: Cambridge University Press, 1988. 423 p.
55. Centeno S. *The Canons of Rhetoric*. Quezon City: University of the Philippines Diliman Press, 2012. 53 p.
56. Cicero M.T. *On the Ideal Orator*. trans. James M. May, Jakob Wisse. Oxford: Oxford University Press, 2001. 384 p.
57. Dijk Teun A. van. Structures of news in the press. *Discourse and Communication*. Berlin: De Gruyter, 1985. P. 69–93.
58. Dixon R. M. W., Aikhenvald A.Y. *Adjective Classes. A Cross-linguistic Typology*. Oxford: Oxford University Press, 2004. 394 p.
59. Evans V., Green M. *Cognitive Linguistics. Introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd., 2006
60. Evans V. Lexical concepts, cognitive models and meaning-construction. *Cognitive linguistics*. 2006. № 17-4. P. 491–534.
61. Fallows J. When Donald Meets Hillary. – Accessed at <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2016/10/who-will-win/497561/>
62. Golden J., Berquist G., Coleman W. *Rhetoric of Western Thought*. Dubuque: Kendall/Hunt Publishing Company, 2003. 540 p.
63. Hattie J., Timperley H. The power of feedback. *Review of Educational Research*. 2007. Vol. 77. №. 1. P. 81–112.
64. Hauser G.A. *Introduction to Rhetorical Theory*. Long Grove: Waveland Press, 2002. 303 p.
65. Ifantidou E. Newspaper headlines and relevance: Ad hoc concepts in ad hoc contexts. *Journal of Pragmatics*. 2009. N 41. P. 699–720.
66. Li Ke. A Comparative Study of Rhetorical Competence among Chinese and American College Students under the Same Teaching Background. *Journal of Studies in Education*. 2016. Vol. 6. № 1. P. 37–50.

67. Maclennan J. The Nature of Rhetoric. – Accessed at <http://mandmseniorrhetoric.weebly.com/introduction-to-rhetoric.html>
68. McKay B. Classical Rhetoric 101: The Five Canons of Rhetoric – Invention. – Accessed at <http://www.artofmanliness.com/2011/01/26/classical-rhetoric-101-the-five-canons-of-rhetoric-invention/>
69. Potapenko S. *Introducing Cognitive Linguistics*. Nizhyn: Nizhyn University Publishing House, 2013. 136 p.
70. Potapenko S. Rethinking Pathos: Media Rhetoric of Needs. *Deeds and Days*. Kaunas, 2016. № 66. P. 155–166.
71. Radden G., Dirven R. *Cognitive English Grammar*. Amsterdam (Phil.): John Benjamin Publishing Company, 2007. 375 p
72. Rahe R. *A. Republics Ancient and Modern: The Ancient Régime in Classical Greece*. North Carolina: University of North Carolina Press. 1994.
73. Rosch E. Principles of Categorization. *Cognition and Categorization*. Hillsdale, N.Y.: Lawrence Erlbaum, 1978. P. 27–48.
74. Tagliamonte S. A. So different and pretty cool! Recycling intensifiers in Toronto, Canada. *English Language and Linguistics*. 2008. Vol. 12. P. 361–394.
75. Taylor J. R. *Linguistic Categorization. Prototypes in Linguistic Theory*. Oxford: Oxford University Press, 1995. 328 p.
76. Toye R. *A Very Short Introduction to Rhetoric*. Oxford: Oxford University Press, 2013. 136 p.
77. Walker R. *Strategic Management Communication for Leaders*. Nashville: South-Western College Pub, 2014. 432 p.
78. Warwick B. *Two Systems of Invention: The Topics in the Rhetoric and the New Rhetoric*. Carbondale: Southern Illinois University Press, 2000. 278 p.
79. Weiss P, Taruskin R. *Music in the Western World*. New York : Schirmer, 1984. 592 p.

СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

80. Collins Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com/> (viewed on November, 22.2021).

81. Longman Dictionary. URL: <https://www.ldoceonline.com> (viewed on November, 22.2021).

82. Macmillan Dictionary. URL: <https://www.macmillandictionary.com/> (viewed on November, 22.2021).

83. Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (viewed on November, 22.2021).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/9652809/ed-sheeran-equals-tracks-ranked-critics-picks/>
2. <https://www.billboard.com/articles/business/9652960/adele-30-breaks-apple-music-pre-add-milestone/>
3. <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/9652912/first-stream-ed-sheeran-camila-cabello-megan-thee-stallion/>
4. <https://www.billboard.com/articles/columns/rock/9652803/limp-bizkit-still-sucks-album-halloween/>
5. <https://www.billboard.com/articles/business/chart-beat/9652318/gloria-groove-lisa-stormae-global-charts/>
6. <https://www.billboard.com/articles/business/chart-beat/9648946/jesy-nelson-boyz-global-charts-new-around-the-world/>
7. <https://www.billboard.com/articles/columns/rock/9656017/avril-lavigne-new-song-bite-me-marshmello/>
8. <https://www.billboard.com/articles/news/9654963/spice-girls-debut-album-songs-ranked/>
9. <https://www.billboard.com/articles/business/chart-beat/9654442/halestorm-back-from-the-dead-mainstream-rock-airplay-chart/>
10. <https://www.billboard.com/articles/business/publishing/9653901/korn-albums-tempo-music-deal/>
11. <https://www.billboard.com/articles/business/chart-beat/9654699/lanadel-rey-most-alternative-albums-no-1s/>
12. <https://www.billboard.com/articles/news/broadway/9654148/burt-bacharach-steven-sater-album-broadway-stars/>
13. <https://www.billboard.com/articles/news/9651648/emeli-sande-look-what-youve-done/>
14. <https://www.billboard.com/articles/business/chart-beat/9649348/don-toliver-life-of-a-don-top-album-sales-chart/>

15. <https://www.billboard.com/articles/columns/hip-hop/9646790/lil-nas-x-jack-harlow-celebrate-industry-baby-hitting-no-1-hot-100/>
16. <https://www.billboard.com/articles/columns/latin/9646528/christina-aguilera-teases-new-music-latin-album/>
17. <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/9646055/elton-john-uk-number-one-cold-heart-dua-lipa/>
18. <https://www.billboard.com/articles/columns/hip-hop/9645779/mac-miller-faces-mixtape-now-streaming/>
19. <https://www.billboard.com/articles/business/record-labels/9645003/andrea-bocelli-universal-music-group-deal/>
20. <https://www.billboard.com/articles/news/9640614/st-paul-broken-bones-return-new-single-album/>
21. <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/9639580/jesy-nelson-nicki-minaj-boyz-release-date/>
22. <https://www.billboard.com/articles/columns/rock/9637894/david-bowie-lost-album-toy-release/#:~:text=Lost%202001%20David%20Bowie%20Album%20%27Toy%27%20Set%20For%20Release>
23. <https://www.billboard.com/articles/columns/hip-hop/9637917/eminem-venom-soundtrack-song-skylar-grey-polo-g-mozzy/>
24. <https://www.billboard.com/articles/columns/hip-hop/9637681/don-toliver-announces-second-album-life-of-a-don/>
25. <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/9634183/rihanna-teases-new-album-different/>
26. <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/9543216/lana-del-rey-chemtrails-over-the-country-club-album-listen/>
27. <https://www.billboard.com/articles/news/9543191/justin-bieber-justice-album-stream/>
28. <https://www.billboard.com/articles/news/9541430/demi-lovato-sets-new-album-dancing-with-the-devil/>

29. <https://www.billboard.com/articles/news/9539292/nick-jonas-spaceman-album-stream/>
30. <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/9538673/gwen-stefani-slow-clap-single-listen/>
31. <https://www.billboard.com/articles/news/dance/9517070/porter-robinson-album-release-date-new-song-look-at-the-sky/>
32. <https://www.billboard.com/articles/news/pride/9490700/first-out-rina-sawayama-king-princess-arlo-parks/>
33. <https://www.billboard.com/articles/news/pride/9659248/first-out-shamir-trixie-mattel-claud/>
34. <https://www.billboard.com/articles/columns/rock/9658612/jack-white-two-new-albums-2022/>
35. <https://www.billboard.com/articles/business/chart-beat/9657799/mastodon-hushed-and-grim-hard-rock-albums/>