

УДК 81'34

Чжан Цзяньвэнь
Хэйхэйский университет
г. Хэйхэ, Китайская Народная Республика
5644060@qq.com

Караваева Вероника Георгиевна
Амурский государственный университет
г. Благовещенск, Российская Федерация
Berenices1988@gmail.com

ТЕМПОРАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КИТАЙСКОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ РАДИОРЕКЛАМЫ

Аннотация

Настоящая работа посвящена изучению некоторых просодических особенностей китайской коммерческой радиорекламы на информационно нагруженных и малоинформативных её участках. Описаны результаты перцептивного эксперимента, в ходе которого были обозначены слоги, входящие в информационное ядро рекламы. Приведены результаты сопоставительного анализа некоторых факторов и их значимости в распределении информационной нагрузки в рекламе: 1) начало / середина / конец высказывания, 2) ускорение / замедление / стабильность скорости речи диктора, 3) средняя скорость речи и длительность рекламы, 4) наличие пауз в позиции до / после / с обеих сторон / начало высказывания / конец высказывания, 5) наличие повторяющихся элементов в рекламе, 6) мужской / женский тембр голоса. Делается заключение о том, что наиболее важными факторами при распределении информационной нагрузки являются длительность, позиция в высказывании, мужской тембр голоса и замедление скорости речи диктора.

Ключевые слова: коммерческая реклама, пауза, темп, ускорение / замедление, информационное ядро, информационно нагруженные / ненагруженные слоги.

doi: 10.22250/24107190_2019_5_3_248_272