## Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**імені ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

 На правах рукопису

**ЗАДОРІЖНА Наталія Ігорівна**

 УДК 811.111’27’42:801.6:659.145

**ПРОСОДИЧНІ МАРКЕРИ ГЕНДЕРНОЇ ВАРІАТИВНОСТІ МОВЛЕННЯ**

**(експериментально-фонетичне дослідження**

**на матеріалі англомовного дискурсу радіореклами)**

Спеціальність – 10.02.04 – германські мови

**Дисертація на здобуття наукового ступеня**

**кандидата філологічних наук**

Науковий керівник:

**Бєлова Алла Дмитрівна**

доктор філологічних наук, професор

Київ – 2009

**ЗМІСТ**

|  |  |
| --- | --- |
| ВСТУП............................................................................................................. | 5 |
| РОЗДІЛ 1: КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ТА ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ДИСКУРСУ РАДІОРЕКЛАМИ........................................ | 12 |
| 1.1. | Дискурс радіореклами як об’єкт лінгвістичного дослідження........................................................................................ | 12 |
| 1.2. | Структурно-композиційні особливості та жанри радіореклами... | 20 |
| 1.3. | Гендерний аспект просодії радіореклами....................................... | 26 |
| 1.4. | Специфіка звукового оформлення дискурсу радіореклами...................................................................................... | 37 |
| Висновки до Розділу 1.................................................................................... | 48 |
| РОЗДІЛ 2: ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНО-ФОНЕТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ................. | 50 |
| 2.1. | Методи та алгоритми перцептивно-акустичного аналізу.............. | 50 |
| 2.2. | Корпус експериментально-фонетичного матеріалу....................... | 53 |
| 2.3. | Статистичний аналіз експериментально-фонетичного матеріалу............................................................................................. | 62 |
| Висновки до Розділу 2.................................................................................... | 66 |
| РОЗДІЛ 3: ГЕНДЕРНА ВАРІАТИВНІСТЬ ПРОСОДІЇ КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИХ ТИПІВ ВИСЛОВЛЕНЬ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ РАДІОРЕКЛАМИ.................................. | 68 |
| 3.1.  | Характер актуалізації комунікативно-прагматичних типів висловлень у дикторських реалізаціях чоловіків та жінок............ | 68 |
| 3.1.1. | Просодичні характеристики наративів............................................ | 69 |
| 3.1.2. | Особливості реалізації директивів................................................... | 83 |
| 3.1.3.  | Просодичні моделі інтерогативів..................................................... | 96 |
| 3.2.Просодичні маркери актуалізацій комунікативно-прагматичних типів висловлень в інтерпретаціях чоловіків- та жінок-акторів................. | 111 |
| 3.2.1. | Просодичні особливості наративів.................................................. | 119 |
| 3.2.2. | Просодичне оформлення директивів............................................... | 138 |
| 3.2.3. | Просодична організація інтерогативів............................................ | 150 |
| Висновки до Розділу 3.................................................................................... | 166 |
| ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ................................................................................ | 168 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ....................................................... | 177 |
| ДОДАТКИ........................................................................................................ | 201 |

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

|  |  |
| --- | --- |
| ДРР  | дискурс радіореклами |
| Гц  | герц |
| дБ  | децибел |
| мс  | мілісекунда |
| пт  | півтон |
| ЧОТ  | частота основного тону |
| MN | male narrators / чоловіки-диктори |
| FN  | female narrators / жінка-диктори |
| MА | male actors / чоловіки-актори |
| FA  | female actors / жінки-актори |
| HR + HF  | High Rise + High Fall / високий висхідний + високий низхідний тон |
| HF + HR | High Fall + High Rise / високий низхідний + високий висхідний тон |
| Rise-Fall-Rise | висхідно-низхідно-висхідний тон |
| Rise + Fall + Rise | висхідний + низхідний + висхідний тон |

**ВСТУП**

Для сучасної лінгвістики характерне розширення наукової парадигми лінгвістичних досліджень, але найбільш актуальними, плідними та перспективними виявляються такі, що логічно поєднують як різноманітні лінгвістичні підходи і прийоми лінгвістичного аналізу, так і новітні досягнення техніки та інформаційних технологій. Саме ці чинники уможливлюють комплексне вивчення усного мовлення, що перетворюється сьогодні на один із пріоритетних напрямів досліджень.

Гендерна варіативність увіходить до кола сучасних лінгвістичних досліджень, проте ще недостатньо уваги приділяється аналізу гендерної варіативності на просодичному рівні, зокрема в межах різновидів дискурсів, у тому числі й у дискурсі радіореклами. Врахування чинника гендерної варіативності є важливим для реклами, оскільки він безпосередньо пов’язаний із цільовою аудиторією та особливостями аргументації. Це зумовлює необхідність детального вивчення диференційних ознак чоловічого та жіночого мовлення як на перцептивному, так і на акустичному рівні. Всебічне вивчення варіативності мовлення має бути спрямоване на виявлення правил співвідношення певних варіантів із тим чи іншим інтра- та екстралінгвістичним контекстом (Григорян, 2008).

Дискурс радіореклами розглядається у наукових дослідженнях як процес комунікації та процес переконання (К.Л.Бове і У.Ф.Аренс, А.Деян, Ф.Джефкінс, Є.В.Ромат, В.В.Смірнов, В.В.Ученова, К.Маккой,), як соціальний процес, що забезпечує зв’язок із громадськістю (А.Дударьова, І.В.Четвертакова). Лінгвістичні аспекти радіореклами (Н.В.Гордєєва, Є.П.Стоянова), зокрема просодичні характеристики (Ю.О.Дубовський, Т.Г.Лукша, Л.В.Мінаєва, О.Г.Сомова, Є.С.Стрєльнікова), неодноразово виступали об’єктом вивчення лінгвістів. Проте просодичні маркери гендерної варіативності мовлення в межах дискурсу радіореклами ще не мають системного опису в сучасній лінгвістиці.

**Актуальність** дослідження визначається необхідністю вивчення радіореклами як різновиду дискурсу в умовах конкуренції різних ЗМІ й рекламних засобів у сучасному медіапросторі й комунікативному континуумі. З огляду на звукову природу радіо, просодія є основним засобом підвищення експресивності, реалізації аргументації й створення переконливості. Дослідження гендерної варіативності мовлення у радіорекламі є важливим для з’ясування механізмів відбору просодичних засобів увиразнення відповідно до комунікативно-прагматичної інтенції.

**Об’єкт** дисертаційного дослідження – просодичні маркери гендерної варіативності в англомовному дискурсі радіореклами.

**Предмет** дослідження – просодичні засоби увиразнення, що характеризують різні категорії мовців у реалізаціях наративів, директивів та інтерогативів в англомовному дискурсі радіореклами, зокрема гендерно марковані параметри мовлення.

**Матеріалом дослідження** є корпус записаних у цифровому форматі зразків англомовної радіореклами. Експериментальний матеріал налічує 700 рекламних роликів, відібраних із електронної бібліотеки радіорекламних оголошень на Інтернет-сайті [www.rab.co.uk](http://www.rab.co.uk). Загальний час звучання експериментального матеріалу становить 8 годин (485 Мб пам’яті). Для аудитивного й електроакустичного аналізу було відібрано 800 висловлень (1200 інтоногруп), представлених у мовленні такими структурними і комунікативними типами висловлень, як наративи, директиви й інтерогативи. Експериментальний матеріал відповідає чинним вимовним нормам сучасного англійського мовлення. Проаналізований автором матеріал представлено в електронному вигляді на диску, що додається до тексту дисертації.

**Мета** дослідження – виявлення просодичних особливостей англомовного дискурсу радіореклами в інтерпретації професійних дикторів й акторів з урахуванням чинника гендерної варіативності.

Досягнення поставленої мети передбачає розв’язання таких **завдань:**

* дослідити роль просодії в оформленні англомовного дискурсу радіореклами;
* провести комплексний контрастивний аналіз просодичних характеристик мовлення професійних дикторів й акторів;
* виявити гендерно-специфічні ознаки мовлення в межах англомовного дискурсу радіореклами;
* встановити функціональне навантаження просодичних компонентів в англомовному дискурсі радіореклами та характер зв’язків між ними;
* виявити основні просодичні характеристики наративів, директивів й інтерогативів та специфіку їх реалізацій аналізованими категоріями мовців в англомовному дискурсі радіореклами.

Поставлені завдання зумовили використання комплексної **методики** дослідження із залученням *загальних методів* (метод лінгвістичного спостереження, аналіз, синтез, порівняння, експеримент); *спеціальних методів* (описовий, матричний метод репрезентації матеріалу); *експериментально-фонетичних методів* (аудитивний, електроакустичний). Перевірка репрезентативності експериментального матеріалу, надійності та достовірності результатів дослідження здійснювалася методами математичної статистики.

**Наукова новизна** дисертаційного дослідження полягає у використанні комплексної методики вивчення просодичних характеристик мовлення в межах англомовного дискурсу радіореклами, що дозволила отримати об’єктивні перцептивні та акустичні характеристики. Підхід до аналізу рекламного дискурсу з гендерних позицій зумовлюється соціальною природою мовлення й дозволяє поглибити дослідницьку парадигму усного мовлення новими знаннями щодо використання просодичних засобів увиразнення в межах дискурсу радіореклами.

**Теоретична значущість** дослідження полягає у визначенні ролі просодії в реалізації функції впливу в англомовному дискурсі радіореклами та у розробці теоретичних засад вивчення фонетичних характеристик різновидів дискурсу. Отримані результати дослідження можуть стати підґрунтям для подальших розвідок фонетичної варіативності з метою моделювання комунікативної варіативності й випрацювання ефективних прийомів структурування інформації.

**Практичне значення.** Одержані результати можуть бути використані у спецкурсах з теоретичної та практичної фонетики, риторики, теорії дискурсу, а також під час укладання посібників і методичних розробок з навчання англійської інтонації. Результати дослідження можуть бути використані для демонстрації різних стилів мовлення в сучасному дискурсивному континуумі, зокрема і в медіапросторі, та можуть бути актуальними для спеціалістів у галузі реклами.

**Наукова достовірність** отриманих результатів забезпечується комплексним аналізом експериментального корпусу матеріалу, що передбачав проведення аудитивного й електроакустичного аналізу. Аудитивний аналіз включав перцептивний аналіз за участю 5 носіїв Британського варіанту англійської мови й експертний аналіз за участю лінгвістів-фонетистів з України та Великобританії. Дослідження акустичних характеристик здійснювалося на персональному комп’ютері за допомогою сучасних комп’ютерних програм *Speech Analyzer Version 1.5 Test 15.3,* *WaveSurfer 1.0.4.* та *Cool Edit Pro v.1.2.a*. Статистичне опрацювання матеріалу здійснено із застосуванням комп’ютерних програм математико-статистичної обробки числових значень *Microsoft Excel* i *Analysis of Variance (ANOVA).*

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційне дослідження виконано у межах наукової теми „Європейські мови та культури в контексті глобалізації світових процесів” (код 01 БФ 0147-01), яка затверджена Міністерством освіти і науки України і розробляється в Інституті філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Тему дисертації затверджено вченою радою Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 7 від 23 січня 2004 року).

**Обсяг і структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів з підрозділами, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел (236 позицій, із них 67 – іноземною мовою) і додатків. Загальний обсяг дисертації становить 226 сторінок (176 сторінок основного тексту).

**Апробація роботи.** Основні результати дослідження було висвітлено: на Міжнародній науковій конференції „Мови та літератури народів світу в контексті глобалізації” (Київ, квітень 2005 р.), Всеукраїнській науковій конференції за участю молодих учених „Світоглядні горизонти філології: традиції та сучасність” (Київ, квітень 2007 р.), Всеукраїнській науковій конференції за участю молодих учених „Діалог культур: лінгвістичний та літературознавчий виміри” (Київ, квітень 2008 р.), Міжнародній науковій конференції „Мовно-культурна комунікація в сучасному соціумі” (Київ, жовтень 2008 р.).

**Публікації.** Основні результати дослідження викладено у чотирьох публікаціях, надрукованих у фахових виданнях України:

1. *Задоріжна Н.І.* Композиційні моделі англомовної радіореклами / Наталія Ігорівна Задоріжна // Мовні та концептуальні картини світу: зб. наук. праць / [ відп. ред. О.С.Снітко]. – К. : Видав. Дім Дмитра Бураго, 2004. – Випуск 14, Книга 1. – С. 138-143.

2. *Задоріжна Н.І.* Просодичні маркери гендерної варіативності мовлення в англомовній радіорекламі / Наталія Ігорівна Задоріжна // Мовні та концептуальні картини світу: зб. наук. праць / [ відп. ред. О.С.Снітко]. – К. : Видав. Дім Дмитра Бурого. – К., 2005. – Випуск 16, Книга 1. – С. 119-124.

3*. Задоріжна Н.І.* Просодичні ознаки інтонаційних моделей інтерогативів в англомовному радіодискурсі / Наталія Ігорівна Задоріжна // Мовні та концептуальні картини світу: зб. наук. праць / [ відп. ред. О.С.Снітко]. – К. : Київський видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2007. – Випуск 23, Частина 1. – С. 246-250.

4*. Задоріжна Н.І.* Особливості просодичного оформлення англійських радіорекламних текстів /Наталія Ігорівна Задоріжна // Вісник КНУ ім. Т.Шевченка: Іноземна філологія. – К. : Київський видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2007.– Випуск 41, Частина 1. – С. 20-25.

**На захист виносяться такі положення:**

1. Радіореклама як різновид дискурсу, що належить до сфери масового впливу, перетворилася на вишуканий механізм впливу на споживача, поєднуючи в собі прийоми аргументації, маніпуляції й спонукання. Комунікативно-прагматичний потенціал дискурсу радіореклами актуалізується через складний комплекс лінгвістичних і паралінгвістичних засобів, органічно поєднуючи в собі експліцитну й імпліцитну інформацію, логічну й емоційну аргументацію.
2. Чинник гендерної варіативності мовлення є важливим для розкриття впливової функції просодії в межах дискурсу радіореклами, оскільки гендерно зумовлені параметри мовленнєвої поведінки корелюють із комунікативно-прагматичною інтенцією дискурсу радіореклами, спрямованою на ефективну передачу інформації й здійснення впливу. Дослідження дискурсивних проявів гендерного чинника вимагає врахування мультипараметричної структури просодичних характеристик, їхніх перцептивних й акустичних корелятів.
3. Дискурсу радіореклами властива просодична поліфонія. Просодичні маркери варіативності мовлення експлікуються через варіативні реалізації дикторів та акторів, які озвучують радіорекламу. Підготовлене мовлення в актуалізаціях дикторів характеризується гомогенністю, тоді як квазіспонтанне мовлення акторів – гетерогенністю просодичної організації.
4. Широка гама звукових моделей, що фігурують у сучасному англомовному дискурсі радіореклами, свідчить про його багатовимірність. Дискурс радіореклами вирізняється яскраво вираженою функцією впливу, що передбачає широке використання емоційно-експресивних просодичних засобів. До просодичних параметрів, що характеризуються лінгвістичною релевантністю й беруть активну участь у реалізації функції впливу, забезпечуючи адекватну експлікацію інформації, належать мелодичні конфігурації, діапазон ЧОТ й інтенсивності, тривалість і тембральне забарвлення.
5. Просодичні контрасти в межах дискурсу радіореклами належать до активних засобів апелятивності, що виконують у мовленні функцію експресії й емфази. Різкі перепади в межах тонального і динамічного контуру, зміни часових характеристик, своєрідна паузація, різне тембральне забарвлення виступають у ролі атрактантів у дискурсі радіореклами.
6. Аналізовані в межах дискурсу радіореклами комунікативно-прагматичні типи висловлень (наративи, директиви, інтерогативи) вирізняються ступенем просодичного виділення й імпліцитністю / експліцитністю вольового вираження. За своїм комунікативно-прагматичним призначенням та за характером впливу наративи й інтерогативи належать до імпліцитно-прагматичних типів висловлень, а директиви – до експліцитно-прагматичних. Широка шкала відтінків спонукальності, яка передається за допомогою аналізованих комунікативно-прагматичних типів висловлень і виражає характер впливу на споживача, реалізується певною комбінаторикою просодичних параметрів і різним ступенем їхнього виділення.

**ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ**

1. Впродовж декількох останніх десятиліть реклама залишається надзвичайно популярним об’єктом досліджень у лінгвістиці, однак студії переважно зосереджені на вивченні лексичних одиниць, одиниць з оцінним значенням, комунікативних стратегій і тактик, що використовуються у рекламному дискурсі, експлуатації феномену фемінності. Експериментально-фонетичні дослідження на матеріалі реклами, вивчення фонетичних характеристик рекламних повідомлень, у поєднанні з іншими популярними у лінгвістиці підходами – явище дуже рідкісне. Водночас гендерні студії, які є поширеними, у першу чергу на матеріалі англійської мови, рідко присвячуються фонетичним характеристикам мовлення.

Дискурс радіореклами як один із різновидів рекламного дискурсу є звуковим за своєю природою, тому просодичні характеристики мовлення, з огляду на специфіку каналу комунікації, набувають у ньому нової значущості.

Експериментальний метод (із використанням аудитивного й електроакустичного аналізу), є основним у дисертаційному дослідженні, оскільки відповідає його головній меті. Поєднання у прикладному дослідженні антропоцентричного, гендерного та експериментально-фонетичного підходів із використанням сучасного програмного забезпечення є запорукою ефективного вирішення визначених у дослідженні завдань.

2. У межах аналізованого дискурсу радіореклами було виділено дві групи мовців – диктори й актори, що відтворюють підготовлене та квазіспонтанне мовлення. На дикторські рекламні оголошення передусім покладається функція інформування, а на акторські – розважання. Принцип контрасту між акторським та дикторським мовленням дозволяє зберегти просодичну протиставленість зразків радіореклами з різною комунікативно-прагматичною інтенцією. Таким чином, адресат отримує достатню кількість звукових сигналів, спрямованих на позитивне сприйняття рекламної інформації. Особливу увагу в дослідженні було зосереджено на комплексному розглядові просодичних параметрів, зокрема гендерних характеристик мовлення, які виступають у ролі стилетворчих засобів у дискурсі радіореклами.

Застосовуючи методи експериментально-фонетичного аналізу, вдалося з’ясувати, щомовлення дикторів характеризується гомогенністю, а мовлення акторів – гетерогенністю просодичної організації. У кожного актора свій почерк у мелодиці, свої голосові портрети, яскравий колорит. Реалізації радіореклами акторами спрямовані на відтворення індивідуальних мовленнєвих характеристик персонажів і ситуацій.

3. Гендерна асиметрія, яка виявляється у виборі гендерно зумовлених просодичних моделей, нівелюється в мовленні дикторів, які послуговуються ідентичними андроцентричними стратегіями й тактиками аргументації для здійснення переконання, розрахованого на масового слухача. Високий мелодичний контур часто асоціюється із хвилюванням, гіперемоційністю. З наміром уникнення такого ефекту жінки-актори послуговуються параметрами мовлення, більш характерними для чоловіків, зокрема понижують голос, використовують рівні мелодичні шкали і тони, хрипкий тембр.

Як показав аналіз експериментального матеріалу, мовлення акторів є більш дискретним. Так, наприклад, чоловіки-актори виходять за межі свого звичного тонального діапазону й використовують високий регістр, тоді як чоловіки-диктори характеризуються переважанням низького регістру. Реалізації дикторів є зразками раціонально-емоційного мовлення, а інтерпретації акторів – емоційно-раціонального. Мовлення дикторів відтворює атмосферу офіційності ситуації спілкування з аудиторією та має об’єктивний характер репрезентації інформації, тоді як реалізації акторів здебільшого мають неофіційну тональність. У дикторському мовленні вплив здійснюється передусім через апелювання до фактів, а в акторському – до емоцій. Мовлення акторів має характер суб’єктивної презентації інформації, а мовлення дикторів – об’єктивної.

4. До просодичних маркерів гендерної варіативності мовлення, що характеризуються лінгвістичною релевантністю у межах англомовного дискурсу радіореклами, належать тональні, динамічні, часові та тембральні параметри мовлення. Під час комплексного аналізу експериментально-фонетичного матеріалу здійснено аналіз просодичних компонентів, зокрема гендерно маркованих параметрів мовлення, й визначено їхню роль у реалізації функції впливу в наративах, директивах та інтерогативах, озвучених аналізованими категоріями мовців.

На підставі ***аудитивного аналізу*** виявлено, що до просодичних маркерів гендерної варіативності мовлення належить **мелодика.** До дистинктивних ознак наративів чоловіків-дикторів слід віднести високу рекурентність поступово-низхідних мелодичних шкал та низького низхідного термінального тону, що є характерними для ділового спілкування. Диферентором наративів жінок-дикторів є пониження голосу, використання емоційно-нейтральних мелодичних шкал і тонів у поєднанні зі спеціальним підйомом. Такий мелодичний контур надає мовленню офіційного, категоричного звучання.

Якщо диктори надають перевагу простим термінальним тонам, то актори широко використовують емфатичні варіанти термінальних тонів. У наративах чоловіки-актори не поступаються жінкам-акторам різноманіттям інвентарю емоційно-забарвлених термінальних тонів. Як чоловіки-актори, так і жінки-актори, широко використовують такі термінальні тони, що надають їхньому мовленню експресивного забарвлення.

Просодичними маркерами гендерної варіативності директивів є домінування простих термінальних тонів, зокрема низьких низхідних у чоловіків-дикторів і складених та складних термінальних тонів у жінок-дикторів. Низькі низхідні тони надають мовленню чоловіків-дикторів відтінку вагомості та наполегливості, тоді як використання складних тональних конфігурацій жінками-дикторами надає їхньому мовленню емоційно-експресивних конотацій. Високою рекурентністю характеризується низхідний+висхідний термінальний тон, основними характеристиками якого є імплікативність, апелятивність та оптимістичність. Послуговуючись таким тоном, жінки-диктори намагаються заінтригувати реципієнта, даючи зрозуміти, що інформація, яка прозвучить далі, також буде актуальною.

Тональні малюнки у директивах акторів характеризуються більшою строкатістю та експресивністю, ніж у дикторів, за рахунок ускладненості тональних конфігурацій, що утворюють більш емфатичні варіанти спонукальних висловлень.

Вираження інтерогативності позначається своєрідними мелодичними контурами. Просодичним маркером гендерної варіативності мовлення аналізованих категорій мовців є використання жінками-дикторами та акторами висхідних термінальних тонів, а чоловіками-дикторами та акторами – низхідних, що свідчить про більшу експліцитність вираження запиту у реалізаціях чоловіків й імпліцитність в актуалізаціях жінок. Низхідний термінальний тон свідчить про більш категоричний характер вираження питальності. Систематичне використання такого тону надає висловленню наполегливості, покликане вплинути на слухача, підсилити ефект цього впливу. Послуговуючись висхідним термінальним тоном, жінки реалізують некатегоричні висловлення, що передають проникливість, дружнє ставлення до співрозмовника та інколи мають характер питань-натяків.

У цілому мелодичні конфігурації у мовленні дикторів характеризуються відносно плавними, а в акторів – доволі різкими змінами тонального контуру. У мовленні жінок-дикторів та акторів більше інтегративних ознак, а у чоловіків-дикторів та акторів – дистинктивних. Реалізації жінок-дикторів і жінок-акторів характеризуються значним ступенем імлікативності, тоді як просодичні параметри чоловіків-дикторів та акторів можна представити у вигляді опозиції – логічна / емоційна аргументація. Велика кількість флуктуацій тональної дуги у реалізаціях чоловіків-акторів контрастує з більш виваженим характером викладу рекламної інформації чоловіками-дикторами, що позначається менш строкатим характером тонального контуру.

**Тембральна варіативність** значно підвищує ступінь конотативності сучасного англомовного дискурсу радіореклами. Різна якість голосу використовується у дискурсі радіореклами для виділення окремих слів або інтегрально. Тембральна опозиція спрямована на привернення уваги реципієнта та є результатом особливої настанови мовця. Найбільш яскраво й контрастно тембральна палітра представлена у реалізаціях акторів. Акторські інтерпретації характеризуються чергуванням різних типів тембру – хрипкого, придихового, шепітного, фальцетного. Диферентором мовлення жінок-акторів є актуалізація складних типів тембру (придиховий + хрипкий, притишений + придиховий), що надають висловленням особливої зацікавленості, колориту, енігматичного звучання.

Результати ***електроакустичного аналізу*** показали, що ефект просодичного виділення створюється завдяки контрасту просодичних маркерів у мовленнєвому потоці, з-поміж яких важлива роль належить **параметрам ЧОТ та інтенсивності.**

Реалізація комунікативно-прагматичної інтенції у наративах дикторів здійснюється за допомогою певної комбінаторики тональних та динамічних параметрів. Функцію просодичної домінанти у наративах жінок-дикторів передусім виконують тональні характеристики, зокрема діапазон ЧОТ, тоді як динамічні параметри радше виконують другорядну роль. Проте у чоловіків-дикторів, поряд із тональним виділенням, не менш важливу роль відіграють динамічні характеристики, зокрема діапазон інтенсивності.

Показники діапазону ЧОТ акторів мають значний ступінь варіативності. За рахунок значних тональних перепадів тональний діапазон чоловіків-акторів є значно ширшим, ніж у жінок-акторів. Інтерпретації чоловіків-акторів демонструють вихід за межі звичного діапазону. Прийом регістрового контрасту використовується ними як ефективний засіб привернення уваги. Наприклад, перехід від хрипкого голосу, що характеризується низькими показниками ЧОТ, на фальцет, що використовується для вираження почуття захвату, призводить до різкого тонального підвищення і, відповідно, до розширення частотного діапазону. Розширення діапазону ЧОТ поряд із тембральною опозицією слугує ефективним сугестивним засобом.

Маніпулювання діапазоном ЧОТ, зокрема його різке розширення або звуження є частотним прийомом підвищення експресивності мовлення. Високе розташування тонального піку та його різкий перепад вказує на наявність акцентного виділення, підкреслення винятковості пропозиції.

Диферентором наративів чоловіків-акторів є ширший діапазон інтенсивності у порівнянні з жінками-акторами. Різкі перепади кривої інтенсивності значно підвищують ступінь конотативності мовлення, надаючи йому емоційно-експресивних конотацій.

Варіативність діапазону ЧОТ та інтенсивності використовується для передачі мотиваційної інформації, що міститься у директивах. Максимальне просодичне виділення спостерігаємо в реалізації пропозиції, оскільки у цьому типі висловлень спонукання виражене у найбільш експліцитній формі.

Виявлено, що у директивах чоловіки-диктори поряд із тональним виділенням послуговуються динамічним підкресленням, зокрема розширенням діапазону інтенсивності. Односпрямоване виділення необхідної інформації за допомогою максимумів ЧОТ та інтенсивності забезпечує ефективне сприйняття рекламної інформації. Роль просодичної домінанти у директивах жінок-дикторів виконують параметри ЧОТ, зокрема ширший тональний діапазон, тоді як інтенсивність виконує компенсуючу функцію.

Максимальний діапазон частотних флуктуацій в актуалізаціях директивів демонструють актори. Розширення діапазону ЧОТ відбувається за рахунок різких тональних перепадів на словах, що потребують особливого виділення.

Просодичним маркером гендерної варіативності директивів чоловіків-акторів є ширший діапазон інтенсивності у порівнянні з жінками-акторами. Якщо чоловіки-актори наголошують на значущій інформації підвищенням інтенсивності звучання, то жінкам-акторам притаманна тенденція до зниження інтенсивності, особливо у пораді та пропозиції. Це пов’язано із використанням притишеного або придихового голосу, що надає мовленню ніжного, загадкового звучання.

Яскравим емоційно-експресивним забарвленням у межах інтерогативів характеризуються риторичні питання. Особливістю таких питань є яскраво виражена прагматична спрямованість, що потребує максимального просодичного виділення. Просодичним маркером гендерної варіативності в оформленні риторичних питань жінок-дикторів є ширший діапазон ЧОТ у порівнянні з чоловіками-дикторами, що досягається значними голосовими модуляціями. Проте діапазон інтенсивності у риторичному питанні чоловіків-дикторів є ширшим, ніж у жінок-дикторів, він бере активну участь у виділенні, виконуючи кульмінаційну, диференційну функцію.

До специфічних засобів увиразнення в англомовному дискурсі радіореклами належать **часові характеристики** мовлення. Наративи та інтерогативи у реалізаціях жінок-дикторів та акторів характеризуються меншою середньоскладовою тривалістю у порівнянні з чоловіками-дикторами та акторами. Просодичними маркерами гендерної варіативності є часові характеристики директивів, зокрема прохання та поради у реалізаціях дикторів. Реалізації прохання чоловіків-дикторів мають більшу середньоскладову тривалість у порівнянні з жінками-дикторами, тоді як порада жінок-дикторів навпаки характеризується меншою тривалістю у порівнянні з чоловіками-дикторами. До особливостей директивів акторів належать контрастніхарактеристики цього показника у реалізації пропозиції й поради. У пропозиції жінки-актори демонструють меншу, ніж у чоловіків-акторів середньоскладову тривалість, тоді як порада жінок-акторів характеризується більшою тривалістю звучання у порівнянні з чоловіками-акторами.

Англомовний дискурс радіореклами має особливості щодо загальної фонаційної тривалості мовлення. Акторські інтерпретації характеризується більшою фонаційною неоднорідністю у порівнянні з дикторськими реалізаціями, які вирізняються гармонійністю викладу матеріалу, відсутністю різких змін у тривалості. Незначні варіації, як правило, у бік збільшення тривалості звучання, пов’язані з особливим смисловим навантаженням окремих слів або словосполучень.

**Паузація** в англомовному дискурсі радіореклами належить до важливих засобів підвищення експресивності мовлення. До просодичних засобів увиразнення у реалізаціях заяви дикторами належить виділення ключових слів за допомогою емфатичної паузи. Просодичним маркером гендерної варіативності мовлення жінок-дикторів є висока рекурентність емфатичних пауз у порадах, що призводить до більшої подрібненості висловлення на короткі інтоногрупи та вказує на високий ступінь експресивності. Порада в реалізації чоловіків-дикторів вирізняється меншою фонаційною тривалістю, на що впливає менша паузальна насиченість.

Диферентором реалізацій акторів є специфічна паузація. Нерівномірна дистрибуція пауз пов’язана з невимушеністю й розмовним характером мовлення, вона вирізняє пародійну рекламу, створює комічний ефект. Заплановані хезитації, якими послуговуються актори, використовуються для створення драматичного ефекту й належать до ефективних засобів активізації уваги слухача.

5. Контрастивне вивчення мовлення аналізованих категорій мовців вказує на різний ступінь виділення просодичних параметрів. Один і той самий ефект емфатичного виділення досягається різними засобами, що виражаються у певній комбінаториці просодичних параметрів відповідно до комунікативно-прагматичної інтенції та категорії мовця.

Диферентором мовлення чоловіків-дикторів є реалізація емфази за участю динамічних та тембральних контрастів, а чоловіків-акторів – за допомогою великого за обсягом набору мелодичних контурів, розширення діапазону ЧОТ на ділянці тонального контуру, що містить емфазу, регістрових модифікацій, контрастів у фонаційній тривалості та голосового забарвлення (наприклад, перехід із хрипкого голосу на фальцет), що використовується для експресивізації мовлення.

Для маркування промінантної інформації, особливого виділення ключового слова жінки-диктори передусім послуговуються мелодичним компонентом, зокрема спеціальним підйомом й емфатичними паузами. Жінки-актори, окрім зазначених просодичних параметрів, послуговуються контрастними змінами фонаційної тривалості, що супроводжуються пролонгацією або акселерацією ключових слів у висловленнях.

6. Отримані результати експериментально-фонетичного аналізу не вичерпують проблематики дисертаційного дослідження. Подальшого вивчення потребують механізми взаємодії просодичних компонентів у мовленні з метою виявлення його варіативності. Очевидною є необхідність подальших пошуків у сфері просодичного оформлення дискурсу радіореклами з різною комунікативно-прагматичною інтенцією з урахуванням фактору гендерної, вікової, етнічної варіативності мовлення. Матеріал проведеного дослідження становить безперечний інтерес у плані виявлення функціонально-стилістичних особливостей зразків радіореклами різних жанрів та розкриття способів мовленнєвого впливу.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. *Антинескул О.Л.* Гендер как параметр текстообразования : [Учеб. пособие по спецкурсу] / Ольга Леонидовна Антинескул. – Пермь : Пермский гос. ун-т, 2001. – 168 с.
2. *Антипова А.М.* Ритмическая система английской речи / Антонина Михайловна Антипова. – М. : Высшая школа, 1984. – 119 с.
3. *Артемов В.А.* Метод структурно-функционального изучения речевой интонации : [учеб. пособие к спецкурсам по фонетике и психологи речи для студ. и аспирантов пед. фак.]/ Владимир Алексеевич Артемов. – М. :Моск. гос. пед. ин-т иностр. языков им. М. Тореза, 1974. – 160 с.
4. *Ахманова О.С.* Словарь лингвистических терминов / Ольга Сергеевна Ахманова. – М. : Советская энциклопедия, 1969. – 607 с.
5. *Багмут А.Й.* Інтонація як мовний засіб вираження думки / Алла Йосипівна Багмут. – К. : Наукова думка, 1975. – 174 с.
6. *Багмут А.Й* Інтонація як засіб мовної комунікації / Багмут А.Й., І.В.Борисюк, Г.П. Олійник. – К. : Наукова думка, 1980. – 243 с.
7. *Бакушева, Е.М.* Социолингвистический анализ речевого поведения мужчин и женщин: автореф. дис. на соиск. ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.05 „Романские языки” / Елена Михайловна Бакушева. – М., 1995. – 16 с.
8. *Беклешов Д.В.* Формы и методы рекламы / Дмитрий Васильевич Беклешов. – К. : Реклама, 1969. — 83 с.
9. *Беличенко Л.Г.* Роль и место просодии в системе средств речевого воздействия (экспериментально-фонетическое исследование на материале английских публицистических текстов политического характера): автореф. дис. на соиск. ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 „Германские языки” / Л.Г. Беличенко. – М., 1990. – 16 с.
10. *Белова А.Д.* Лигвистические аспекты аргументации / Алла Дмитриевна Белова. – К. : КГУ, 1997. – 311 с.
11. *Белова А.Д.* Стратегия соблазнения в современной рекламе роскошных товаров (на материале виртуальной рекламы) / Алла Дмитриевна Белова // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. Збірник наукових праць. – К. : Логос, 2007. – С. 56-67.
12. *Бердник Л.Ф.* Вопросительно-побудительные предложения в современном русском языке / Л.Ф. Бердник // Русский язык в школе. – 1989. – №2. – С. 88-91.
13. *Бєлова А.Д.* Прикладна лінгвістика на початку ХХІ століття: діапазон досліджень / Алла Дмитрівна Бєлова // Мовні та концептуальні картини світу. – 2003. – Вип. 9. – С. 17-22.
14. *Бєлова А.Д.* Комунікативні стратегії і тактики: підходи до вивчення / Алла Дмитрівна Бєлова // Мовні і концептуальні картини світу. – 2004. –№10. – С.134-139.
15. *Бєссонова О.Л.* Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивний і гендерний аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук: спец. 10.02.04 „Германські мови” /Ольга Леонідівна Бєссонова. – К., 2003. – 39 с.
16. *Блохина Л.Н.* Методические рекомендации. Методика анализа просодии характеристик речи / Л.Н. Блохина, Р.К. Потапова. – М. : Московский гос.пед. ин-т им. М. Тореза. – 1977. – 84 с.
17. *Бове К.Л.* Современная реклама / Кортлэнд Л. Бове, Уилльям Ф. Аренс. – Тольятти: Довгань, 1995. – 704 с.
18. *Бондарєва Н.О.* До проблеми класифікації директивних мовленнєвих актів / Наталія Олександрівна Бондарєва // Мовні та концептуальні картини світу. – 2003. – Вип. 9. – С. 51-54.
19. *Бондарєва Н.О.* Структурно-семантичні і комунікативно-прагматичні особливості висловлень із концептом „порада”: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 /Наталія Олександрівна Бондарєва. – К., 2005. — 203 с.
20. *Бубнова Г.И.* Письменная и устная коммуникация: Синтаксис и просодия / Галина Ильинична Бубнова, Николай Константинович Гарбовский. – М. : Изд-во МГУ, 1991. – 272 с.
21. *Васильев В.А.* Учебное пособие по организации, проведению и анализу итогов экспериментального исследования по фонетике английского языка / Владимир Александрович Васильев. – М. : МГПИИЯ им. М.Тореза. – 1976. – 74 с.
22. *Вербицкая Л.А.* Система и норма: (фонетический аспект) /Людмила Алексеевна Вербицкая // Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М.Тореза. – М., 1982.– Вып. 201. – С. 87-96.
23. *Викентьев И.Л.* Приемы рекламы и Public Relations / Игорь Леонидович Викентьев. – С-П. : Триз-шанс, 1995. – 256 с.
24. *Гедз С.Ф.* Комунікативно-прагматичні особливості висловлювань з інтерогативним значенням в сучасній англійській мові: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Світлана Федорівна Гедз. – К., 1998. – 159 с.
25. *Генералова А.В.* Гендерный аспект в социальных науках и психологии / А.В. Генералова // Общество. Гендер. Культура : материалы междунар. науч.- практ. конф., 20-21 сент. 2001 г. – Омск, 2001. – С. 73-80.
26. *Георгієва Н.Ю.* Просодія переконування в англійському діалогічному мовленні (експериментально-фонетичне дослідження) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 „Германські мови” /Георгієва Наталя Юхимівна. – Одеса, 2005. – 15 с.
27. *Голядкин Н.А.* Творческая радиореклама [Електронний ресурс] / Николай Алексеевич Голядкин. – М., 1999. – Режим доступу до джерела: http://www.rek-smi.pu.ru/lib/14-gr6.html.
28. *Гольман И.А.* Рекламное планирование. Рекламные технологии. Организация рекламной деятельности / Иосиф Абрамович Гольман. – М. : Гелла-принт, 1996. – 336 с.
29. *Гордеева Н.В.* Основы создания хорошего текста в радиорекламе [Електронний ресурс] / Н.В. Гордеева // Социально-экономические и технические системы: исследования, проектирование, организация. – Казань. – 2007. – № 2 (36). – Режим доступу до статті: http: // www.sets.ru/index2.php?arhiv/36nomer.php.
30. *Городникова М.Д.* Коммуникация – клише – кинемы / М.Д. Городникова // Взаимодействие вербальних и невербальних средств. – М., 1983. – С. 5-22.
31. *Городникова М.Д.* Гендерный аспект обращений как фактор речевого регулирования / М.Д. Городникова // Гендер как интрига познания. – М., 2000. – С. 81-92.
32. *Городникова М.Д.* Гендерный фактор и речевой регламент / М.Д. Городникова // Гендер : язык, культура, коммуникация : докл. 1-й междунар. конф. – М., 2001. – С. 118-125.
33. *Горошко Е.И.* Особенности мужского и женского вербального поведения: (психолингвистический анализ): дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19 / Елена Игоревна Горошко. – М., 1996. – 182 с.
34. *Григорян Н.Р.* Степени завершенности высказывания и их интонационное выражение в спокойной речи (экспериментально-фонетическое исследование): автореф. дис. на соиск. ученой степени канд. филол.наук: спец. 10.02.04 „Германские языки” / Нектар Размиковна Григорян. – Одесса, 1987. – 16 с.
35. *Григорян Н.Р.* Социальное овладение интонационной нормой / Нектар Размиковна Григорян // Сучасні дослідження з іноземної філології. – Ужгород, 2007. – Вип. 5. – С. 481-494.
36. *Григорян Н.Р.* Просодическое оформление речи в зависимости от экстралингвистической ситуации / Нектар Размиковна Григорян // Записки з романо-германської філології. – Одеса, 2008. Вип. 21. – С. 24 – 30.
37. *Гусейнова И.А.* Технологии нейтрализации гендерного аспекта в современных дескриптивных рекламных текстах (на материале журнальной Пресс России и ФРГ) / И.А. Гусейнова // Гендер : язык, культура, коммуникация : докл. 1-й междунар. конф. – М., 2001. – С. 161-166.
38. *Давыдов М.В.* Типы голосов в английской речи: Types of voices as part of speech portayals / Михаил Владимирович Давыдов, Елена Владимировна Яковлева. — М. : МАКС Пресс, 2001. — 186 с.
39. *Давыдов М.В.* Интонация коммуникативных типов предложений в английском языке: учебник / М.В. Давыдов, Е.Н. Малюга. – М. : Дело и сервис, 2002. – 224 с.
40. *Дворжецкая М.П.* Единство системного и коммуникативно-функционального анализа просодии связного текста / Маргарита Петровна Дворжецкая // Изучение динамического аспекта сегментных и супрасегментных единиц звучащего текста. – К., 1988. –– С. 5-11.
41. *Дейян А.* Реклама / АрманДейян ; [пер. с фр.]. – М. : Сирин, 2002. – 143 с.
42. *Джефкінс Ф.* Реклама = Advertising: [Практичний посібник] / Френк Джефкінс. – Київ : Знання, 2001. – 456 с.
43. *Дубовский Ю.А.* Типология маркеров для анализа речевой просодии / Юрий Александрович Дубовский // Просодические средства организации стилистически различных текстов в современном английском языке. – М., 1985.– С. 120-131.
44. *Дубовський Ю.О.* Варіантні риси в англійській просодії / Ю.О. Дубовський, І.В. Татарнікова // Мовознавство. – 1986. – №1. – С.50-55.
45. *Дударева А.* Рекламный образ. Мужчина и женщина / Алина Дударева. – М. : РИП-холдинг, 2002. – 222 с.
46. *Дрінко Г.Г.* Спонукальні конструкції в англійській та українській мовах: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.17 / Ганна Геннадіївна Дрінко. – Горлівка, 2005. – 182 с.
47. *Ермакович С.П.* Когнитивно-прагматические аспекты гендера в рекламе (на материале русского и английского языка): автореф. дис. на соиск. ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.01 „Русский язык”, 10.02.04 „Германские языки” / Светлана Петровна Ермакович. – Калининград, 2003. – 22 с.
48. *Емірсуінова Г.І.* Лексикон сучасного фемінізму: (на матеріалі англійської мови): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 „Германські мови” / Гульшат Ібраімівна Емірсуінова. – К., 2003. – 19 с.
49. *Жукович Н.* Волшебная сила рекламы /Н. Жукович, И. Жукович // Наш мир рекламы. – Минск, 1995 . – С. 15-16.
50. *Задоріжна Н.І.* Композиційні моделі англомовної радіореклами / Наталія Ігорівна Задоріжна // Мовні та концептуальні картини світу: зб. наук. праць / [ відп. ред. О.С.Снітко]. – К. : Видав. Дім Дмитра Бураго, 2004. – Випуск 14, Книга 1. – С. 138-143.
51. *Задоріжна Н.І.* Просодичні маркери гендерної варіативності мовлення в англомовній радіорекламі / Наталія Ігорівна Задоріжна // Мовні та концептуальні картини світу: зб. наук. праць / [ відп. ред. О.С.Снітко]. – К. : Видав. Дім Дмитра Бурого. – К., 2005. – Випуск 16, Книга 1. – С. 119-124.
52. *Задоріжна Н.І.* Просодичні ознаки інтонаційних моделей інтерогативів в англомовному радіодискурсі / Наталія Ігорівна Задоріжна // Мовні та концептуальні картини світу: зб. наук. праць / [ відп. ред. О.С.Снітко]. – К. : Київський видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2007. – Випуск 23, Частина 1. – С. 246-250.
53. *Задоріжна Н.І.* Особливості просодичного оформлення англійських радіорекламних текстів /Наталія Ігорівна Задоріжна // Вісник КНУ ім. Т.Шевченка: Іноземна філологія. – К. : Київський видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2007.– Випуск 41, Частина 1. – С. 20-25.
54. *Зарва М.В.* Слово в эфире (О языке и стиле радиопередач) / Майя Владимировна Зарва. – М. : Искусство, 1977. – 178 с.
55. *Захарова Ю.М.* Просодична інтерференція в англомовному дискурсі (експериментально-фонетичне дослідження мовлення арабо-англійських білінгвів): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Юлія Миколаївна Захарова. – К., 2004. – 270 с.
56. *Захарова Ю.М.* Природа егоцентричного мовлення дітей, його розвиток і просодичні характеристики (на матеріалі англійської мови) /Ю.М. Захарова // Вісник КНУ ім. Т.Шевченка: Іноземна філологія. – К., 2007. – Випуск 41. – С. 7-14.
57. *Земская Е.А.* Особенности мужской и женской речи / Е.А. Земская, М.А. Китайгородская, Н.Н. Розанова // Русский язык в его функционировании. – М., 1993. – С. 90-136.
58. *Иссерс О.С.* Проблемы создания «коммуникативного портрета»: гендерный аспект / Оксана Сергеевна Иссерс // Гендер, язык, культура, коммуникация: доклады 2-й междунар. конф. – М., 2002. – С. 172-251.
59. *Казарцева О.М.* Культура речового общения: теория и практика обучения: [Учебное пособие] / Ольга Митрофановна Казарцева. – М. : Наука, 2003. – 496 с.
60. *Калита А.А.* Фонетичні засоби актуалізації смислу англійського емоційного висловлювання: [Монографія] / Алла Андріївна Калита. – К. : вид. центр Київськ. держ. лінгв. ун-ту, 2001. – 356 с.
61. *Кантер Л*.*А.* Системный анализ речевой интонации / Леонид Александрович Кантер. – М. : Высшая школа, 1988. – 128 с.
62. *Карасик В.И.* Язык социального статуса / Карасик Владимир Ильич. – М. : Гнозис, 2002. – 333 с.
63. *Киевский Г.* Радиореклама, психологические особенности радиорекламы [Електронний ресурс] /Г. Киевский //. – Psyfactor. – 2006. – Режим доступу до джерела: http://psyfactor.org/lib/radiorecl.htm#Top.
64. *Кирилина А.В.* Гендерные аспекты массовой коммуникации / Алла Викторовна Кирилина // Гендер как интрига познания. – М. : Рудомино, 2000. – С. 47-53.
65. *Кирилина А.В.* Особенности и тенденции развития гендерных исследований в российской лингвистике / Алла Викторовна Кирилина // Гендер: язык, культура, коммуникация : докл. 1-й междунар. конф. – М., 2001. – С. 32-47.
66. *Киричук Л.М.* Прагматичні особливості категорії оцінки в рекламному тексті (на матеріалі реклами журналу "Times"): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня. канд. філол. наук: спец. 10.02.04. „Германські мови” / Лариса МиколаївнаКиричук. – Луцьк, 1999. – 17 с.
67. *Клименюк О.В.* Методологія експериментально-фонетичних досліджень: теоретичні передумови, планування експерименту, представлення результатів / О.В. Клименюк, А.А. Калита,  Я.Р. Федорів // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Серія : Мовознавство. – 2001. – № 2. – С. 3‑16.
68. *Кодзасов С.В.* Общая фонетика: [Учебник] / Сандро Васильевич Кодзасов, Ольга Фёдоровна Кривнова. – М. : Рос. гос. гуманит. ун-т, 2001. –592с.
69. *Козуб Л.С.* Соціолінгвістичні особливості просодичної організації тексту англійської комерційної реклами: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. / Любов Степанівна Козуб. – Запоріжжя, 2005. – 226 с.
70. *Корнєва Ю.Б.* Комунікативно-прагматичні та структурно-семантичні особливості мови сучасної французької реклами: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.05 „Романські мови” / Юлія Борисівна Корнєва. – К., 1998. – 12 с.
71. *Красовська І.В.* Акустичні кореляти емоційного сценарію в англомовному дискурсі / Інна Валеріївна Красовська // Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету ім. Володимира Винниченка. Серія Філологічні науки. – Кіровоград, 2008. – Вип. 75, № 2. – С. 171–176.
72. *Крейдлин Г.Е.* Мужчины и женщины в невербальной коммуникации / Григорий Ефимович Крейдлин. – М. : Языки славянской культуры, 2005. – 224 с.
73. *Кристи Г.В.* Воспитание актера школы Станиславского / Григорий Владимирович Кристи. – М. : Искусство, 1968. – 453 с.
74. *Куликова В.Г.* Структура спонукальних мовленнєвих актів сучасної французької мови (комунікативно-прагматичний аспект) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.05 „Романські мови” / Вікторія Григорівна Куликова. – К., 2001.– 19 с.
75. *Кутуза Н.В.* Ергонімні константи в раціональній та емоційній рекламі / Н.В. Кутуза // Мова і культура. – К., 2004. – Т.3, Вип.7. – С. 49-53.
76. *Кухаренко В.А.* Інтерпретація тексту / Валерия Андреевна Кухаренко. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2004. – 272 с.
77. *Ланчуковська Н.В.* Прагматичний аспект інтонації в реалізації іронії в англомовному художньому тексті (експериментально-фонетичне дослідження) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 „Романські мови” / Надія Володимирівна Ланчуковська. – К., 2003. – 19 с.
78. *Левицкий В.В.* Квантитативне методы в лингвистике / Виктор Васильевич Левицкий. – Черновцы: Рута, 2004. – 190 с.
79. *Леонтьева Н.А.* Роль просодии в организации радиинтервью (экспериментально-фонетическое исследование на материале американского варианта английского языка): автореф. дис. на соиск. ученой степени канд. филол. наук: 10.02.04 „Германские языки” / Н.А. Леонтьева. – М., 1982. – 20 с.
80. *Леонтьева Н.А.* Коммуникативный поход к анализу текстовой просодии / Н.А. Леонтьева // Фонетика усного текста. – Иваново, 1987. – С. 91-96.
81. *Либин А.В.* Дифференциальная психология: на пересечении европейских, российских и американских традиций: [Учеб. пособие для студ. вузов] / Александр Викторович Либин. – М. : Смысл, 2004. – 527 с.
82. *Лившиц Т.Н.* Реклама в прагмалингвистическом аспекте / Татьяна НиколаевнаЛившиц. – Таганрог : ТГПИ, 1999. – 212 с.
83. *Лиса Н.С.* Структурні та лінгвопрагматичні особливості рекламного знака (на матеріалі англомовної реклами): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 „Германські мови” / Наталія Степанівна Лиса. – Львів, 2003. – 18 с.
84. *Лисичкіна І.О.* Просодична організація англомовного дискурсу реклами (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі британської телевізійної реклами): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. / Ірина Олексіївна Лисичкіна. – Горлівка, 2005. – 216 с.
85. *Лукша Т.Г.* Прагматический аспект просодии устного текста (экспериментально-фонетическое исследование на материале английской радиорекламы): автореф. дис. на стиск. ученой. степени канд. филол. наук: 10.02.04 „Германские языки”/ Т.Г. Лукша. – Одесса, 1984. – 14 с.
86. *Маккой К.* Вещание без помех / Квинси Маккой; [пер. с англ.]. – М. : Мир, 2000. – 285 c.
87. *Мартынюк Е.Б.* К вопросу характеристики просодии информационных сообщений в английском языке / Е.Б. Мартынюк // Культура народов Причерноморья. – 2002. – №29. – С. 36-39.
88. *Махмудов Х.З.* Реклама в системі маркетингу / Х.З. Махмудов, В.М. Рябшина. – Полтава: Полтава, 1997. – 196 с.
89. *Минаева Л.В.* Просодическое оформление слова в тексте радиорекламы / Л.В. Минаева // Фонетика усного текста . – Иваново, 1987. – С. 110-117.
90. *Мойсеєнко І.П.* Прагмалінгвістична організація рекламного тексту: макро- і мікроаналіз (на матеріалі англомовної побутової реклами): автореф. дис.  на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04 „Германські мови” / Ірина Павлівна Мойсеєнко. – К., 1996. – 24 с.
91. *Морозов В.П.* Тайны вокальной речи / Владимир Петрович Морозов. – Л. : Наука. – 1967. –203 с.
92. *Мясоєдова С.В.* Категорія спонукання і її вираження в непрямих висловленнях сучасної української мови: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 / Світлана Вадимівна Мясоєдова. – Х., 2001. – 178 с.
93. *Николаева Т.М.* Фразовая интонация славянских языков / Татьяна Михайловна Николаева. – М. : Наука, 1977. – 277 с.
94. *Норец Т.М.* Влияние просодии на сегментный уровень языка / Т*.*М. Норец // Лингвистические закономерности организации текста. – М. 1991. – Вып. 379. – С. 100‑110.
95. *Нушикян Э.А.* Интонационная структура предложений, оформленных восходящим тоном: [Методическое пособие] / Эмма Александровна Нушикян. – Одесса, 1969. – 35 с.
96. *Нушикян Э.А.* Типология интонации эмоциональной речи / Эмма Александровна Нушикян. – Киев-Одесса: Вища школа, 1986. – 160 с.
97. *Общая и прикладная фонетика:* [учеб. пособие] / Златоустова Л.В., Потапова Р.К., Потапов В.В., Трунин-Донской В.Н. –М. : Изд-во МГУ, 1997. – 416 с.
98. *Олинчук В.В.* Об индивидуальных интонационных особенностях актерского чтения / В.В. Олинчук, Ю.П. Рябощук // IV Міжнародна науково-практична конференція з питань методики викладання іноземної мови пам’яті професора В.Л.Скалкіна. Збірник наукових праць. – Одеса, 2005. – С. 309-314.
99. *Ольшевская Р*.*В.* Роль просодии в создании целостности эмоционального диалога-унисона / Р.В. Ольшевская // Функциональная просодия текста. – М., 1982. – С. 18-24.
100. *Основи прикладної статистики*: [методичні поради] / [укладач: С.В.Штефан]. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2002. – 92 с.
101. *Охріменко В.І.* Лінгвокогнітивні та прагматичні аспекти аргументації в іспаномовній рекламі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.05 „Романські мови” / Валерія Ігорівна Охріменко. – Київ, 2002. – 21 с.
102. *Панасенко Н.И.* Интонационные средства выражения субъективной модальности в английском монологе рассуждении (экспериментально-фонетическое исследование): автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук: 10.02.04 „Германские языки” / Наталия Ивановна Панасенко. – К., 1985.– 20 с.
103. *Паращук В.Ю.* Теоретична фонетика англійської мови / Валентина Юріївна Паращук. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2005. – 240 с.
104. *Перебийніс В.І.* Статистичні методи для лінгвістів: [навчальний посібник] / Валентина Ісидорівна Перебийніс. – Вінниця: Нова Книга, 2001 – 168 с.
105. *Петлюченко Н.В.*Реализация консонантных сочетаний на стыке лексических единиц (инструментально-фонетическое исследование на материале речи дикторов радио и телевидения Германии): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Наталия Владимировна Петлюченко. – О., 1999. – 230 с.
106. *Петренко А.Д.* Социофонетическая вариативность современного немецкого языка в Германии / Александр Демьянович Петренко. – К. : Рідна мова, 1998. – 254 с.
107. *Петренко А.Д.* Феминизм и опыт гендерных исследований в Германии / Александр Демьянович Петренко // Культура народов Причерноморья. – Симферополь, 2006. – С. 13 – 17.
108. *Петренко А.Д.* Стиль как социально-коммуникативная категория. Устная речь и проблема вариативности произношения / Александр Демьянович Петренко // Культура народов Причерноморья. – Симферополь, 2008. – С. 7–9.
109. *Петренко А.Д.* Влияние факторов половой принадлежности на речь говорящего. Стереотипы при оценке мужской и женской речи / Александр Демьянович Петренко // Ученые записки ТНУ им. В.И.Вернадского. Филология. – Симферополь, 2008. – Т. 21 (60), № 3. – С. 168-175.
110. *Петренко І.В.* Лінгвоакустичні характеристики паузації в сучасному англомовному лекційному дискурсі (експериментально-фонетичне дослідження чоловічого та жіночого мовлення в дидактичній сфері): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04 „Германські мови” /Інна ВолодимирівнаПетренко. – К., 2000. – 18 с.
111. *Піщикова К.В.* Стратегії домінування в аргументативнову дискурсі: гендерний аналіз (на матеріалі англійської мови): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. „Германські мови” /К.В. Піщикова. – Х., 2002. – 19 с.
112. *Попков Н.А.* Звук в рекламе: музыка и звуковые эффекты в рекламе: звуковая реклама - качество звука [Електронний ресурс] / Николай Александрович Попков. – Волгоград, 2006. – Режим доступу до джерела: <http://www.reclama.su/viewtopic.php?t=778>.
113. *Попок Н.В.* Лингвистические характеристики рекламных текстов (на материале испанского языка): дис. … канд. филол. наук: 10.02.05 / Наталия Всеволодовна Попок. – Минск, 1991.– 192 с.
114. *Потапов В.В.* Язык женщин и мужчин: фонетическая дифференциация / Всеволод Викторович Потапов // Известия АН, Серия литературы и языка. – 1997. – Т. 56, № 3. – С. 52-62.
115. *Потапов В.В.* К опыту пересмотра гендерного признака в лингвистике (на материале английского языка) / Всеволод Викторович Потапов // Гендер : язык, культура, коммуникация : докл. 1-й междунар. конф. – М., 2001. – С. 289-301.
116. *Потапов В.В.* Проблемы гендерологии в англистике / Всеволод Викторович Потапов // Гендер, язык, культура, коммуникация: доклады 2-й международной конференции. – М., 2002. – С. 252-263.
117. *Потапова Р.К.* Речь: коммуникация, информация, кибернетика: [учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. "Автоматизированные системы обработки информации и управления", "Лингвистика"] / Родмонга Кондратьевна Потапова. – М. : Радио и связь, 1997. – 528 с.
118. *Потапова Р.К*. Сексолект как составляющая экспертной фоноскопии в криминалистике / Родмонга Кондратьевна Потапова // Гендер как интрига познания. – М., 2000. – C. 137-150.
119. *Почепцов Г.Г.* Теорія комунікації / Георгій Георгійович Почепцов. – К. : Київський ун-т, 1999. – 307 с.
120. *Реклама: палитра жанров* / [Ученова В.В., Шомова С.А., Гринберг Т.Э., Конаныхин К.В.]. – М. : Гелла-Принт, 2004. – 248 с.
121. *Рекламная деятельность*: [Учебник] / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, Т.К. Серегина, В.Г. Шахурин.– М. : Дашков и К, 2002. – 362 с.
122. *Ромат Е.В.* Реклама: [Учебник для вузов] / Евгений Викторович Ромат. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 496 с.
123. *Саенко Т.И.* Взаимодействие просодических и экстралингвистических средств в реализации прагматики текста английской волшебной сказки / Т.И.Саенко // Изучение динамического аспекта сегментных и супрасегментных единиц звучащего текста. – К., 1988. – С. 79-82.
124. *Светозарова Н.Д.* Интонационная система русского языка / Наталия Дмитриевна Светозарова. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1982. – 175 с.
125. *Селіванова О.* Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава : Довкілля. – К, 2006. – 716 с.
126. *Сенкевич М.П.* Культура радио- и телевизионной речи: [учебн. пособие для вузов] / Cенкевич Майя Петровна. – М. : Высш.шк., 1997. – 96 с.
127. *Серажим К.С.* Дискурс як соціолінгвальне явище: Методологія, Архітектоніка, Варіативність [на матеріалах сучасної газетної публіцистики] / Катерина Степанівна Серажим. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка, 2002. – 392 с.
128. *Серова И.Г.* Лингвистический аспект концептуализации гендера в сознании носителя языка: (О речевом поведении мужчин и женщин) / И.Г. Серова // О мужском и женском к гендерным исследованиям. – Тамбов, 2001. – С. 126-130.
129. *Сивак Ю.В.* Політична реклама у французьких засобах масової інформації: прагмакомунікативний та жанровий аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 „Германські мови” / Юлія Віталіївна Сивак. — К., 2007. — 20 с.
130. *Смирнов В.В.* Жанры радиожурналистики: [Учебное пособие для вузов] / Владислав Вячеславович Смирнов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 288 с.
131. *Смирнов В.В.* Формы вещания: Функции, типология, структура радиопрограмм: [Учебное пособие для вузов] / Владислав Вячеславович Смирнов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 203 с.
132. *Смирнов В.В.* Реклама на радио / Владислав Вячеславович Смирнов. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 152 с.
133. *Соколова М.А.* Теоретическая фонетика английского языка: [учeб. для студ. ин-тов и фак. иностр. яз.] / М.А.Соколова, К.П.Гинтовт, И.С.Тихонова. – М.: Высш.шк., 1991. –240 с.
134. *Солошенко А.Д.* Коммуникативно-прагматические аспекты рекламного слогана в рамках модели рекламного воздействия (на материале американской бытовой рекламы): автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 „Германские языки” / Александр Дмитриевич Солошенко. – Львов, 1990. – 17 с.
135. *Сомова Е.Г.* „Я увидел это по радио” (Звуковая метафора в радиоречи) / Елена Георгиевна Сомова. – Краснодар: КубГУ; КСЭИ, 2002. – 180 с.
136. *Ставицкая Т.Е.* Просодия английских диалогических единств с побуждением в разных экстралингвистических условиях (експериментально-фонетическое исследование): автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук: 10.02.04 „Германские языки”/ Т.Е. Ставицкая. – Одесса, 1984. – 17с.
137. *Стеріополо О.І.* Перлокутивний ефект просодії мовлення / Олена Іванівна Стеріополо // Актуальні проблеми романо-германської філології в Україні та Болонський процес: матеріали міжнар. наук. конф., 24-25 листопада 2004 р. – Чернівці : Рута, 2004. – С. 268-270.
138. *Стоянова Э.П.* Текстовые факторы эффективности радиорекламного воздействия: дис. ...канд. филол. наук: 10.01.10 / Э.П.Стоянова. – К, 1984. – 205с.
139. *Стрельникова Е.С.* Темпоральные характеристики радиорекламы / Елена СергеевнаСтрельникова // Вестник Волгоградского государственного университета. – Волгоград, 2002. – Часть 1. – С. 148–149.
140. *Стрельникова Е.С.* Виды и функции повторов в звучащем рекламном тексте / Елена СергеевнаСтрельникова // Риторика в системе коммуникативных дисциплин: Записки Горного Института. – 2005. – Т. 1. – С. 75–76.
141. *Стрельникова Е.С.* Интонационно-звуковая организация радиорекламы /Елена СергеевнаСтрельникова: автореф. дис. на соиск. ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.01. „Русский язык” / Елена СергеевнаСтрельникова. – Волгоград. – 2006. – 24 с.
142. *Сумароков С.Г.* Интонация функционально-семантических типов простого повествовательного предложения во французком языке / С.Г. Сумароков // Изучение динамического аспекта сегментных и супрасегментных единиц звучащего текста. – К., 1988. – С. 106-113.
143. *Сурикова Л.В.* Вопрос и прагматический диапазон вопросительного предложения: дис. … канд. филол. наук: 10.02.19 / Л.В. Сурикова. – Воронеж. – 1992. –173 с.
144. *Сучасна українська літературна мова*: [Навчальне видання] / Н.П. Плющ, О.В. Бас-Кононенко, З.В. Дудник, О.М. Зубань. – К. : Київський університет, 2002. – 173 с.
145. *Тараненко Л.І.* Просодичні засоби реалізації зв’язності тексту англійської прозової байки (експериментально-фонетичне дослідження): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. „Германські мови” / Тараненко Лариса Іванівна. – К., 2003 –  18 с.
146. *Ташкина Е.В.* Функционально-просодические характеристики текста англоязычной радиопрограммы по филологической тематике: автореф. дис. на соиск. ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04. „Германские языки” / Екатерина Владимировна Ташкина. – Самара, 2007. – 20 с.
147. *Телевизионная и радиовещательная реклама:* [учеб. пособие] / В.Л. Полукаров, Л.Г. Грановский, В.П. Козин, В.Ю. Лозовская. – М. : Дашков и К, 2004. – 388 с.
148. *Теоретична фонетика сучасної англійської мови*: [Навч. посібник] / Тамара Олександрівна Бровченко, Нектар Разміковна Григорян, Ніна Олександрівна Кравченко, Тамара Сергіївна Дученко, Вікторія Володимирівна Олінчук. – О. : Астропринт, 2003. – 133 с.
149. *Типологія інтонації мовлення* / [Багмут А.Й., Борисюк  І.В., Олійник Г.П., Плющ Н.П.]. – К. : Наукова думка, 1977. – 494 с.
150. *Ткачук-Мірошниченко О.Є.* Імплікація в рекламному дискурсі (на матеріалі англомовної комерційної реклами): автореф. дис.  на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. „Германські мови” / Олена Євгенівна Ткачук-Мірошниченко. – К., 2001. – 18 с.
151. *Толстокорова А.В.* Вариативность просодии просьбы в женской и мужской речи: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. / А.В. Толстокорова. – К, 1991. – 191с.
152. *Томская М.В.* Гендерный аспект социального рекламного дискурса /Мария Викторовна Томская // // Гендер : язык, культура, коммуникация : докл. 1-й междунар. конф. – М., 2001. – С. 328-333.
153. *Торсуев Г.П.* Константность и вариативность в фонетической системе / Георгий Петрович Торсуев. – М. : Наука, 1977. – 125 с.
154. *Торсуева, И.Г.* Интонация и смысл высказывания / Ирина Георгиевна Торсуева. – М .: Наука, 1979. – 111 с.
155. *Трескова С.И.* Социолингвистические проблемы массовой коммуникации /Светлана ИльиничнаТрескова. – М. : Наука, 1989. – 152 с.
156. *Федорів Я.Ф.* Соціокультурні аспекти просодичної організації висловлювань-невдоволень (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі англійського мовлення): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. / Ярослава Романівна Федорів.– К., 2000. – 248 с.
157. *Филимонова Г.Б.* Зависимость языкового выражения директивного речевого акта от коммуникативной ситуации: автореф. дис. на соиск. ученой степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 „Германские языки” / Г.Б. Филимонова. – Минск, 2002. – 22 с.
158. *Фомиченко Л.Г.* Роль просодии в реализации функции воздействия в английской монологической речи / Л.Г. Фомиченко // Фонетические средства стилевой диференциации устного текста в английском языке. – М., 1984. – С. 68-93.
159. *Фонетика англійської мови: фоностилістика і риторика мовленнєвої комунікації* / [Дворжецька М.П., Макухіна Т.В., Велікова Л.М., Снегірьова Є.О]. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2005. – 208 с.
160. *Халеева И.И.* Гендер как интрига познания / И.И.Халеева // Гендерный фактор в языке и коммуникации. – М., 1999. – Вып. 446. – С. 7-14.
161. *Цеплитис Л.К.* Теория публичной речи / Л.К. Цеплитис, Н.Л. Катлапе. – Рига: Зинатне, 1971. – 119 с.
162. *Цеплитис Л.К.* Анализ речевой интонации /Л.К. Цеплитис. – Рига: Зинатне, 1974. – 270 с.
163. *Чайка Л.В.* Питальні висловлювання у комунікативному аспекті. автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. „Германські мови” / Лариса Василівна Чайка. – К., 1998. – 20 с.
164. *Четвертакова И.В.* Радиореклама: социолингвистический аспект рекламного радиообращения: дис. … канд. филол. наук: 10.01.10./ Ирина Вячеславовна Четвертакова. – М., 1996. –199 с.
165. *Шахбагова Д.А.* К вопросу об интонационных особенностях шкал в эмоционально-окрашенной речи американского варианта английского языка / Джульетта Аршавировна Шахбагова// Сборник научных трудов МГПИИЯ им. М. Тореза. – М., 1977. – С. 128-149.
166. *Швейцер А.Д.* Социальная дифференциация английского языка в США */* Александр Давидович Швейцер. – М., 1983. – 214 с.
167. *Шевченко И.С.* Историческая динамика прагматики предложения: английское вопросительное предложение 16-20 вв./ Ирина Семеновна Шевченко*.* – Харьков : Константа, 1998. –167с.
168. *Шевченко Т.И.* Социальная дифференциация английского произношения /Татьяна Ивановна Шевченко. – М. : Высш. шк., 1990. – 142 с.
169. *Янчева Т.В.* Просодія висловлювань-захоплень в англійському мовленні (експериментально-фонетичне дослідження). автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. „Германські мови” / Тетяна Валеріївна Янчева. – К., 1997. – 20 с.
170. *Brazil D.A.* Grammar of Speech / David A. Brazil. – Oxford – New York: Oxford University Press, 1995. – 264 p.
171. *Brazil D.* The Communicative Value of Intonation in English / David Brazil. – Cambridge : Cambridge University Press, 1997. – 188 p.
172. *Baugh A.C.* A History of the English Language / Albert C.Baugh, Thomas Cable. – London: Routledge, 2006. – 447 p.
173. *Brend R.M.* Male – Female Intonation Patterns in American English / Ruth M. Brend // Language and Sex: Difference and Dominance. – Rewly, (Mass.), Newbury House, 1975. – P. 84-87.
174. *Brown G.* Discourse Analysis / Gillian Brown, George Yule. – Cambridge: Cambridge University Press, 1996. – 288 p.
175. *Bugental D.E.* Interpretations of naturally occurring discrepancies between words and intonation: Modes of inconsistency resolution / Daphne E. Bugental // Journal of Personality and Social Psychology. – 1974. – № 30 (1). – P. 125-133.
176. *Bryant G.A.* Is there an ironic tone of voice? / Gregory A. Bryant, Jean E. Fox Tree // Language and Speech (48). – Los Angeles: University of California. – 2005. – P. 257-277.
177. *Catford J.C.* Phonation types: the classification of some laryngeal components of speech production / John C. Catford // in D. Abercrombie, D.B. Fry, P.A.D. MacCarthy, N.C. Scott and J.L.M. (eds.), In honour of Daniel Jones. London: Longman, 1964. – P. 26-37.
178. *Сhilders D.G.* Gender recognition from speech. Part II: Fine analysis / D.G. Childers, Ke Wu // J. Accoust. Am. Vol. 90 No. 4, Pt.1, 1991. – P. 1841-1856.
179. *Coates J.* Language, Gender and Career // Language and Gender: Interdisciplinary perspectives / Ed. by S. Mills. – London and New York, 1995. – P. 13-30.
180. *Coates J.* Women Talk: Conversation between Women Friends / Jennifer Coates. – Oxford; Cambridge: Blackwell, 1996. – 324 p.
181. *Climpson L.* The Creative Challenge of Radio Advertising [Електронний ресурс] / Lee Climpson. – 2005. – Режим доступу до джерела: [http://www.mediauk.com/the\_knowledge/i.muk/](http://www.mediauk.com/the_knowledge/i.muk/The_Creative_Challenge_of_Radio_Advertising).
182. *Coleman R.* *O.* A comparison of the distribution of two vocal characteristics in the perception of maleness and femaleness in the voice / R. O. Coleman. – STL- QPSR. – No.2-3, 1973. – P. 13-22.
183. *Cook G.* Discourse in Advertising / Guy Cook. – Florence, KY, USA: Routledge, 2001. – 272 p.
184. *Cooper W.E.* Fundamental Frequency in Sentence Production / W.E. Cooper, J. Sorenson. – New York: Springer, 1981. – 213 p.
185. *Coulthard M.* Introduction to Discourse Analysis / Malcolm Coulthard. – London and New York: Longman, 1992. – 212 p.
186. *Cruttenden A.* Intonation / Allan Cruttenden. – Cambridge: Cambridge University Press, New York, 1995. – 214 p.
187. *Crystal D.* Prosodic Systems and Intonation in English / David Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, 1969. – 392 p.
188. *Crystal D.* Prosodic and Paralinguistic Correlates of Social Categories / David Crystal // Social Anthropology and Language. – London, 1971. – P. 185-206.
189. *Crystal D.* The Cambridge Encyclopedia of the English Language / David Crystal. – Cambridge: Cambridge University press, 1997. – 499 p.
190. *Cutler A.* On saying what you mean without meaning what you say / Anne Cutler // Papers from the Tenth Regional Meeting of the Chicago Linguistics Society. – Chicago: University of Chicago. – 1974. – P. 117-127.
191. *English phonetics:* [A Normative Course] / V.A.Vassilyev, O.V.Burenkova, A.R.Katanskaya, N.D.Lukina, L.P.Maslova, E.I. Torsuyeva. – Leningrad : State Text-Book Publishing House of the Ministry of Education of the RSFSR. – 1962. – 384 p.
192. *Epstein M.A.* Voice Quality and Prosody in English. Ph.D. thesis / Melissa Ann Epstein. – Los Angeles : University of California. – 2002. – 142 p.
193. *Fonagy I.* Emotional Patterns in Intonation and Music / Ivan Fonagy, Klara Magdics // Zeitschrift fur Phonetik. Sprachwissenschaft und Kommunikationsforschung. – 1963. – Vol.16. – P. 293-326.
194. *Gimpson A.C.* An Introduction to Pronunciation of English / A.C. Gimpson. – Habana: Editorial Pueblo Education, 1980. – 294 p.
195. *Gimpson A.C.* Gimpson’s Pronunciation of English / A.C. Gimpson. – London, New York: Edward Arnold, 2001. – 339 p.
196. *Halliday M. A. K.*  Notes on Transitivity and Theme in English / Michael Alexander Kirkwood Halliday // Journal of Linguistics 3, Part 2. – P. 199-244.
197. *Hanson H.M.* Glottal characteristics of male speakers: Acoustic correlates and comparison with female data /H.M. Hanson, E.S. Chuang // Journal of the Acoustical Society of America. – 1999. – 106 (2), P. 1064-1077.
198. *Henton C.G.* Breathiness in normal female speech: Inefficiency versus desirability / C.G. Henton, R.A.W. Bladon // Language & Communication. – 1985. – 5 (3), P. 221-227.
199. *Henton C.G.* Creak as a Sociophonetic Marker / C.G. Henton, R.A.W. Bladon // Language, Speech and Mind: Studies in Honor of Victoria Fromkin. – London : Routledge, 1987. – P. 3-29.
200. *Honey J.* Does Accent Matter? / John Honey. – London – Boston: Faber and Faber, 1991. – 267 p.
201. *Jaffe L.J.* Impact of Comprehension Positioning and Segmentation on Advertising Response / L.J. Jaffe, L.F. Jamieson, P.D. Berger // Journal of Advertising Research 32 (3), 1992. – P. 24–33.
202. *Jensen* *E.* Music with the Brain and Mind / Erik Jensen. – San Diego, CA : Brain Store. – 2000. – 122 p.
203. *Jespersen O.* Language: Its Nature, Development and Origin / Otto Jespersen. – Heidelberg, 1925. – 401 p.
204. *Kaftandjiev C.* Intercultural Feminist Advertising in Continuum Soft-Cruel Murdering of Valiant but/and Oppressive Patriarchy – Semiotic Interpre(manifes)tations of Femіnist Revolution / Christo Kaftandjiev// Gender: language, culture, communication: papers of the First International Conference, Moscow. – 2001. – P. 199-209.
205. *Kaiser L.* Biological and statistical research concerning the speech of 216 Dutch students / L. Kaiser // Arch. Neerlandaises de Phonetique Experimentale 15-16. – 1940. – P. 1-76; 77-136.
206. *Karlsson I.* Evaluations of Acoustic Differences between Male and Female Voices: a Pilot Study / I. Karlsson // Speech Trans. Lab. Q. Prog. Stat. Report 1. –Stockholm: Royal Institute of Technology. – 1992. – P. 19-31.
207. *Kingdon R.* The Groundwork of English Intonation / Roger Kingdon. – London-New York-Toronto : Longman, 1958. – 272 р.
208. *Klatt D.H.* Analysis, synthesis, and perception of voice quality variations among female and male talkers / D.H. Klatt, L.C. Klatt // Journal of the Acoustical Society of America. – 1990. – 87 (2), P. 820-857.
209. *Кotthoff H.* New Perspectives on Gender Studies in Discourse Analysis / H. Кotthoff // Gender: language, culture, communication: papers of the First International Conference Moscow, 2001. – P. 11-32.
210. *Kuehn D.* A cineradiographic study of VC and CV articulatory velocities / D. Kuehn, K. Moll // J. Phonetics 4. – 1976. – P. 303-320.
211. *Ladefoged P.* The Linguistic Use of Different Phonation Types / Peter Ladefoged // Vocal Fold Physiology: Contemporary Research and Clinical Issues. – San Diego: College Hill Press. – 1983. – P. 321-360.
212. *Lakoff R.T.* Talking Power: The Politics of Language in Our Lives / Robin Tolmach Lakoff. – New York: Basic Books, Inc., 1990. – 324 p.
213. *Lakoff R.T.* Language and Woman’s Place / Robin Tolmach Lakoff. – Oxford: Oxford University Press, 2004. – 309 p.
214. *Laver J.* The Phonetic Description of Voice Quality / John Laver. – Cambridge: Cambridge University Press, 1980. – 186 p.
215. *Laver J.* Principles of Phonetics / John Laver. – Cambridge: Cambridge University Press, 1994. – 707 p.
216. *Leech G.* A Communicative Grammar of English / G. Leech, F. Svartvik . – London : Longman, 1994. – 423 p.
217. *Levinson S.C.* Pragmatics / S.C. Levinson. – Cambridge: Cambridge University Press, 1995. – 420 p.
218. *Mauthner F.* Beitrage zu einer Kritik der Sprache / F. Mauthner. – Stuttgart; Berlin, 1921. – 224 S.
219. *McConnel-Ginet S.* Intonation in a Man’s World / S. McConnel-Ginet // Journal of Women in Culture and Society 3. – 1978. – P. 541-559.
220. *O’Connor J.D.* Phonetics / John D. O’Connor. – L. : Penguin Books Ltd., 1991. – 320 p.
221. *O’Connor, J.D.* Better English Pronunciation / John. D. O’Connor. – Cambridge: Cambridge University Press, 2002. – 150 p.
222. *Pierrehumbert J.* The Meaning of Intonation Contours in the Interpretation of Discourse / Janel Pierrehumbert, Julia Hirschberg // Intentions in Communication. – Cambridge : MIT Press. – 1990. – P. 271-311.
223. *Pike K.L.* The Intonation of American English / Kenneth L. Pike. – Michigan: The University of Michigan Press, 1972. – 201p.
224. *Poynton C.* Language and Gender: Making the Difference / Cate Poynton. – Oxford: Oxford University Press, 1989. – 104 p.
225. *Ragsdale J.D.* Relationships Between Hesitation Phenomena, Anxiety and Self-Control in a Normal Communication Situation / J. Donald Ragsdale. – Language and Speech. – 1976, 3. – P. 257-265.
226. *Roach P.* English Phonetics and Phonology / Peter Roach. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 212 p.
227. *Roach. P.* Introducing Phonetics / Peter Roach. – L. : Penguin Books Ltd., 1992. – 128 p.
228. *Sociolinguistics and Language Teaching* / [edited by S. Lee McKay, N. H. Hornberger]. – Cambridge: Cambridge University Press, 1996. – 484 p.
229. *Stevens K. N.* Acoustic Phonetics / Stevens Kenneth N. – Cambridge: MIT Press. – 2000. – 607 p.
230. *Sundberg J.* Speech, Song and Emotions / Johan Sundberg // Music, Mind and Brain. – New York : Plenum Press, – 1982. – 138-143 p.
231. *Thorne B.* Language, Gender and Society / Barry Thorne, Cheris Kramarae, Nancy Henley. – Rowley: Newbury House. – 1983. – 352 p.
232. *Titze I.R.* Physiologic and Acoustic Differences between male and female voices / Ingo R. Titze // J. Acoust. Soc. Am. 85. – 1989. – P. 1699-1707.
233. *Wardhaugh R.* An Introduction to Sociolinguistics / Ronald Wardhaugh. – Oxford: Blackwell. – 1986. – 418 p.
234. *Wells J. C.* The Cockneyfication of RP? / John C. Wells // Nonstandard varieties of language: papers from the Stockholm Symposium, 11-13 April 1991.– Stockholm: Almqvist & Wilsell International, 1994. – P. 198-205.
235. *Yule G.* The Study of Language / George Yule. – Cambridge: Cambridge University Press, 1996. – 284 p.
236. *Zakharova J.M*. Voice Quality Characteristics of English Children Private Speech / Julia M. Zakharova // Linguistics and Didactics in the 21st Century – Trends, Analyses and Prognoses I. / Ed. by Daniel Lancaric. – Prague : Kernberg Publishing. – 2008. – P. 225-238.

## Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>