

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра восточных языков

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ И.Г. Нагибина
«_____» _____ 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ
КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ
В КИТАЙСКОМ И РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВАХ
(НА МАТЕРИАЛЕ ШОУ ЗНАКОМСТВ «СЕРДЦА ЗА
ЛЮБОВЬ» И «ЕСЛИ ТЫ ОДИН»)**

Научный руководитель

ст. преп. каф. ВЯ
Е.А. Бирюлина

Выпускник

В.В. Сукманюк

Нормоконтролер

И.А. Рабцевич

Красноярск 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИЗУЧЕНИЯ АКТА САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В МЕДИАДИСКУРСЕ	7
1.1. Актуальные подходы к изучению самопрезентации в современных лингвистических исследованиях	7
1.2. Лингвистическая теория оценки как объект исследования.....	13
1.3. Вербальные и невербальные маркеры как элементы мультимодального исследования.....	18
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....	23
ГЛАВА 2. ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ В ШОУ ЗНАКОМСТВ В КИТАЕ И РОССИИ	25
2.1. Особенности шоу знакомств как жанра медиадискурса.....	25
2.2. Модель проведения исследования	28
2.3. Результаты исследования	29
2.3.1. Результаты исследования в российском обществе.....	29
2.3.2. Результаты исследования в китайском обществе.....	48
2.3.3. Сопоставительный анализ результатов исследования в российском и китайском обществах	65
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	71
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	73
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	76
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Вербальные маркеры в российском обществе	83
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Невербальные маркеры в российском обществе	91
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Эмотивно-оценочные реакции в российском обществе	104
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Вербальные маркеры в китайском обществе	122
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Невербальные маркеры в китайском обществе.....	143
ПРИЛОЖЕНИЕ Е. Эмотивно-оценочные реакции в китайском обществе	156

ВВЕДЕНИЕ

Изучение коммуникативных актов является одной из активно развивающихся областей современной лингвистики. Описывая современные тенденции в изучении коммуникативного поведения чётко можно проследить интерес к мультимодальным исследованиям коммуникации. Данный подход к исследованию обуславливает получение более точных и комплексных результатов исследования, позволяя вывести общие национально ориентированные паттерны коммуникативного поведения. Данные паттерны позволяют разработать схему построения коммуникативного акта для повышения уровня его успешности.

Исследования коммуникативных актов охватывает широкую выборку межличностных речевых и параречевых интеракций, включая самопрезентацию. Коммуникативная ситуация самопрезентации повседневна и является точкой отсчета в межличностной коммуникации, задавая первичный вектор развития данного коммуникативного акта, приводя к его успешности или, наоборот, провалу, влияя на все дальнейшее межличностное общение.

Настоящая работа посвящена исследованию и сравнительному анализу коммуникативной ситуации самопрезентации в китайском и российском обществах в медиадискурсе.

Актуальность настоящей работы обуславливается следующими факторами:

- 1) тенденцией современной лингвистики к мультимодальному исследованию коммуникации;
- 2) заинтересованностью социума в повышении уровня успешности межличностных и межкультурных интеракций России и Китая;
- 3) стремлением современного общества к эмоционально-позитивному общению, в связи с чем возникает необходимость выведения паттернов экологичной самопрезентации.

Объектом настоящего исследования являются акты самопрезентации представителей китайского и российского обществ в медиадискурсе, а также эмотивно-оценочная реакция на данные акты.

Предметом настоящего исследования являются вербальные и невербальные маркеры, появляющиеся в коммуникативном акте самопрезентации представителей китайского и российского обществ в медиадискурсе.

Цель настоящего исследования – проанализировать вербальные и невербальные маркеры в актах самопрезентации представителей китайского и российского обществ, а также эмотивно-оценочные реакции на эти маркеры.

Для выполнения поставленной цели были определены следующие **задачи**:

- 1) описать различные трактовки термина «самопрезентация»;
- 2) описать категории «оценочность» и термина «лингвистическая оценка»;
- 3) определить «вербальный маркер» и «невербальный маркер» в рамках мультимодального исследования;
- 4) описать особенности шоу знакомств в рамках медиадискурса;
- 5) описать модель проведения исследования видеоматериала и провести аннотирование выбранного материала;
- 6) провести анализ вербальных и невербальных маркеров и эмотивно-оценочных реакции на них, выявить их особенности и провести их сравнительный анализ.

Материалом настоящего исследования стали 33 фрагмента шоу знакомств «Сердца за любовь» и 非诚勿扰 «Если ты один» общим хронометражем 453 минуты.

При исследовании мы планируем использовать **методы** анализа и синтеза теоритического материала, сплошной и специальной выборки,

мультимодального исследования, реализуемые путём аннотирования выборки видеофрагментов в скомпилированной таблице, контекстного анализа.

Теоретическую базу настоящего исследования составляют работы по лингвистической теории оценки (Н.В. Ильина, Н.Д. Арутюнова, Е.М. Вольф, Г.Г. Кошель, С.С. Хиндекель), труды по исследованию мультимодальности (Е. Adami, Г. Кресс, М.В. Загидулина), работы, посвященные выявлению вербальных и невербальных маркеров (А.В. Маликова, О.Н. Варламова, Л.В. Белова, Ю.А. Горностаева, А.А. Медведев, А.А. Лаптев), исследования, посвященные коммуникативной ситуации самопрезентации (М. Bolino, D. Long, W. Turnley, B.R. Schlenker, И. Гофман, О.А. Пикулёва, С.А. Васюра, Ю.П. Кошелева, В.Н. Раскин), работы по дискурсу (Н.Д. Арутюнова), и медиадискурсу (М.Р. Желтухина).

Практическая значимость работы заключается в том, что составленная выборка вербальных и невербальных маркеров самопрезентации может быть использована для проведения дальнейшего сравнительного анализа актов самопрезентации в китайском и российском обществах для выведения аспектов успешной коммуникации между представителями двух стран; для обучения иностранных студентов из Китая в рамках курса РКИ; для обучения студентов в рамках курса межкультурной коммуникации.

Структура работы. Настоящая работа состоит из 181 страницы, на которых изложены 2 главы, 2 вывода по главам, заключение, список источников, а также 6 приложений. Список источников состоит из 65 позиций, 20 из которых на иностранных языках. В рамках Главы 1 рассматриваются основные понятия, в частности «самопрезентация», «оценка», «вербальный маркер», а также «невербальный маркер». Глава 2 посвящена обоснованию выбора шоу знакомств как материала исследования; описанию и сравнению вербальных и невербальных маркеров в рамках коммуникативной ситуации самопрезентации и эмоционально-оценочных реакций на данные маркеры.

Апробация. Промежуточные результаты настоящего исследования были представлены в рамках:

1. XV Международной научнопрактической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека», г. Красноярск (18–19 апреля 2023 г.) – диплом II степени.

2. Семинара «Восточный вектор образовательного и научного контента: дискурсивные практики современного Китая», Сибирский Федеральный Университет (2 декабря 2023 г.).

3. Третьего международного конкурса электронных стендовых докладов в рамках XXI Международных Березинских чтений «Языковое бытие человека и этноса» (17–18 мая 2024 г.).

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИЗУЧЕНИЯ АКТА САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В МЕДИАДИСКУРСЕ

1.1. Актуальные подходы к изучению самопрезентации в современных лингвистических исследованиях

Самопрезентация – неотъемлемая часть жизни каждого человека, тем не менее в российской лингвистической традиции существует сравнительно малое количество исследований на данную тему. В данном параграфе мы рассмотрим актуальные подходы к изучению самопрезентации в российском, китайском и англоязычном научных сообществах.

Термин самопрезентация изначально исследовался психологами, он происходит от латинского слова *praesentantis*, что в переводе значит «представляющий» и подразумевает под собой представление себя другим людям [Энциклопедический словарь по психологии и педагогике, 2013]. Но в последствии, с приходом тенденции к междисциплинарности в рамках научных исследований, феномен самопрезентации начали изучать и лингвисты.

В *российском* научном сообществе существует несколько точек зрения на данный термин: самопрезентация рассматривается как процесс создания своего образа (А.Э. Слюсарева, М.В. Сафонова [Слюсарева, Сафонова, 2019], Е.В. Бодрова, В.А. Лабунская). Например, В.А. Лабунская определяет самопрезентацию как «определение ситуации для себя и присутствующих, контроль за их поведением, создание благоприятного впечатления о себе, достижение наибольшей выгоды от взаимодействия» [Лабунская, 2005: 235]. Также существуют трактовки самопрезентации как управления создаваемым образом (В.Н. Раскин, С.А. Васюра). Например, В.Н. Раскин пишет, что самопрезентация – это «процесс предъявления себя (внешности, намерений, потребностей, личных и деловых качеств) для достижения своих целей, осуществляющийся через управление впечатлением

партнера посредством использования (осознанно или неосознанно) определенной стратегии взаимодействия» [Раскин, 2013: 16].

Также в российском научном сообществе встречаются понятия, смежные понятию самопрезентации – самопредъявление и самоподача. Так в работах С.А. Васюры, В.А. Лабунской, А.Е. Ахмадеевой и С.А. Башкатова [Ахмадеева, Башкатов, 2022] термины самопрезентация и самопредъявление используются как синонимы. Однако, вопрос тождественности таких понятий как самопрезентация и самоподача порождает споры – С.А. Васюра в своих работах пишет, что понятия синонимичны [Васюра, 2023: 47], а Ю.П. Кошелева рассматривает самоподачу как составную единицу самопрезентации [Кошелева, 2011: 71]. Аналогичные споры возникают в различении терминов имидж и самопрезентация. Хотя некоторые исследователи считают, что имидж является синонимом самопрезентации, приписывая ему характеристики манипуляторного воздействия или средства совершенствования личности [Скуртова, Федорова, 2020: 31–32], мы воспринимаем данный термин иначе. Вслед за психологом А.Ю. Понасюком мы понимаем имидж как «мнение рационального или эмоционального характера об объекте (человеке, предмете, системе), возникшее в психике – в сфере сознания и/или в сфере подсознания определенной (или неопределенной) группы людей на основе образа, сформированного целенаправленно или произвольно в их психике в результате либо прямого восприятия ими тех или иных характеристик данного объекта, либо косвенного с целью возникновения аттракции – притяжения людей к данному объекту» [Там же]. Иными словами, мы воспринимаем имидж не как процесс воздействия субъекта самопрезентации на объект, а как результат данного воздействия. Таким образом, в настоящем исследовании мы воспринимаем термины самопрезентация, самоподача и самопредъявление как синонимичные, в то время как термин имидж мы воспринимаем как результат самопрезентации.

Рассматривая смежные самопрезентации термины, можно составить следующую зависимость (см. Рис. 1): самопрезентация синонимична

самоподаче, самопредъявление является подуровнем самопрезентации, а имидж является результатом самопрезентации.

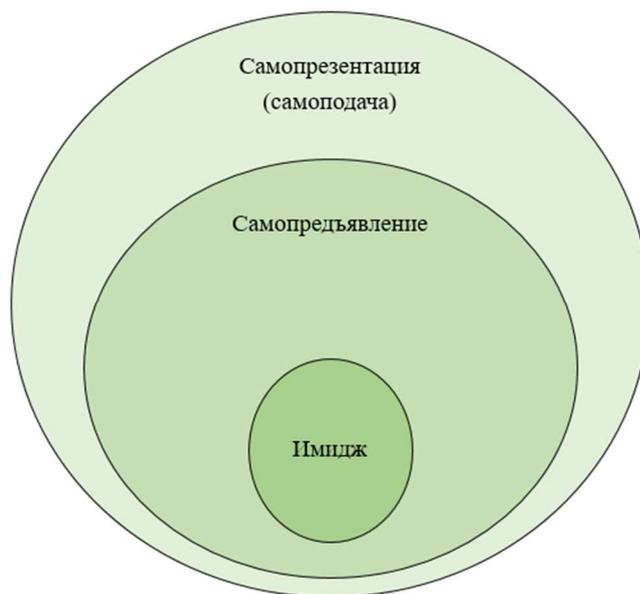


Рисунок 1. Зависимость терминов самопрезентация, самоподача, самопредъявление, имидж

В рамках *англоязычного* научного сообщества самопрезентация преимущественно рассматривается в практическом преломлении. Поскольку термин является нативным, отсутствует должное количество работ, посвященных его определению. Проанализировав корпус практикоориентированных работ по самопрезентации [Leary, Kowalski, 1990; Carron, Prapavessis, 1997; Schlenker, 1980; Gibbs, Ellison, Heino, 2006; Bolino, Long, Turnley, 2016; Tyler, Katherine, 2017; Tong et al., 2020; Hjetland et al., 2022], мы выявили, что исследователи употребляют различные термины для определения явления самопрезентации. Так в англоязычном сообществе термин «самопрезентация» представлен понятиями *impression management* и *self-presentation* [Bolino, Long, Turnley, 2016]. Данные понятия могут рассматриваться как взаимозаменяемые, но могут быть и дифференцированы. Так, Б. Шленкер считает, что *impression management* – попытка управлять впечатлениями, которые проецируются в реальных или воображаемых социальных взаимодействиях, а *self-presentation*, в свою

очередь, описывает ситуацию, в которой проецируемые впечатления являются саморелевантными [Schlenker, 1980].

Типология термина «самопрезентация» в современных научных исследованиях в английской лингвокультуре также варьируется. В понимании И. Гофмана она представляет собой концепт социальной драматургии. Социальная драматургия – это большая часть интенционального социального поведения человека, нацеленная на создание и поддержание необходимого оратору образа для исполнения собственных целей. Название данного концепта было разработано в связи с аналогией данного вида социального поведения с драматургическим действием актеров. В таком случае можно провести корреляцию поведения коммуникантов с поведением актеров [Гофман, 2000].

М. Лери и Р. Ковальски рассматривают феномен самопрезентации как процесс, с помощью которого люди пытаются контролировать впечатления, которые формируют о них другие индивиды [Leary, Kowalski, 1990: 34]. Иными словами, в данной концепции говорящий не создает впечатление о себе, а лишь поддерживает его, подкрепляя собственное «Я», поддерживая самооценку. При этом, М. Лери и Р. Ковальски считают, что процесс самоподачи может быть, как осознаваемый, так и неосознаваемый активным субъектом, в зависимости от значимости данной ситуации [Leary, Kowalski; цит. по: Пикулёва, 2013: 160].

С другой стороны, Д. Мид описывает самопрезентацию как неосознаваемый активным субъектом процесс формирования собственного «Я» и самооценки [Там же].

В китайском научном сообществе исследование аналогично происходит в практическом аспекте. В рамках китайских научных работ ученые лингвисты и психологи [姚敬琦, 2022; 夏智超, 杨璟熾, 苏丹, 2023; 夏梦莹, 2023a; 2024b; 曾嘉慧, 2024; 黄文艺, 陈功, 2024; 黄文艺, 陈功, 2024] говорят о самопрезентации, употребляя термины 自我呈现 и 印象管理. По данным

большого китайско-русского словаря, 印象管理 буквально переводится как «управление впечатлением»; 自我呈现 буквально переводится как «самостоятельное проявление» [БКРС, 2024]. В рамках своих исследований самопрезентации китайские ученые разделяют мнение англоязычных ученых о дифференциации двух терминов по признаку процесс-ситуация.

Исходя из этого мы можем проследить определенную связь между понятием самопрезентации в русской, английской и китайской культурах: в трех сообществах, говоря о самопрезентации, ученые используют различную терминологию, определяя самопрезентацию в дихотомии процесс-результат.

Аналогично исследователи рассматривают такой аспект самопрезентации как «осознаваемость». Данный аспект тесно связан с классификацией феномена самопрезентации: И. Гофман, М. Лери и Р. Ковальски, В.Н. Раскин рассматривая осознаваемую самопрезентацию, описывают так называемую «искусственную самопрезентацию». Под данным понятием мы подразумеваем самопрезентацию индивида, которая была заранее заготовлена для достижения определенной цели. Таковым является, например, ситуация собеседования на работу, при которой коммуникант проводит акт самопрезентации следуя заранее заготовленному шаблону. В оппозицию к искусственной самоподаче ставят природную – та, которая основывается на неосознаваемости процесса, происходит в нормальных условиях, без четко выверенного, формализованного, заготовленного шаблона. Например, ситуация самопрезентации при знакомстве с новыми людьми.

В рамках типологии явления самопрезентации прослеживается, что самопрезентация может выражаться различными способами, а именно системами символических знаков. О.А. Пикулёва разделяет способы самопрезентации на три категории: 1) внешний вид (внешность, одежда, аксессуары и т.п.); 2) вербальное и невербальное поведение (речь и вербальные и невербальные маркеры); 3) социальные символы обстановки (материальные символы-маркеры, помогающие в определении социальной

страты субъекта) [Пикулёва, 2013: 162]. Оказываясь в ситуации межличностной коммуникации, индивид незамедлительно становится субъектом самопрезентации, а также и объектом самопрезентации. Субъект использует один или несколько способов самопрезентации. При выборе стратегии субъект руководствуется рядом факторов: 1) значимость объекта самопрезентации; 2) значимость ситуации самопрезентации для субъекта; 3) личностные качества объекта самопрезентации и т.д.

Смоделируем собственную ситуацию для иллюстрации природной самопрезентации: индивид «А» приходит в новый учебный коллектив. Равных по статусу одноклассников индивид «А» приветствует, используя неформальную либо нейтральную лексику (*привет, здарова*), сопровождая свою речь невербальным маркером (*взмах рукой, в знак приветствия, улыбка*), делится короткой формой своего имени. Коммуникация индивида «А» с преподавателем идет по отличному сценарию. В обращении к одноклассникам индивид «А» использует неформальное местоимение *ты*. Приветствуя преподавателя, индивид «А» использует нейтральную или формальную лексику (*здравствуйте, добрый день*), невербальные маркеры минимальны (*встать, в знак приветствия*), преподавателю индивид «А» сообщает краткую или полную форму имени и фамилию. В обращении к преподавателю индивид «А» использует уважительное местоимение *Вы*.

В данной модели отражены следующие факторы выбора стратегии самопрезентации: 1) значимость субъекта самопрезентации; 2) значимость ситуации самопрезентации для объекта; и следующие методы самопрезентации: 1) вербальное и невербальное поведение; 2) социальные символы обстановки.

В настоящей работе мы вслед за Н.В. Пикулевой воспринимаем самопрезентацию как «в различной мере осознаваемый, с учетом специфики социальной ситуации, и постоянно осуществляемый в межличностном взаимодействии процесс предъявления Я-информации в вербальном и невербальном поведении субъекта самопрезентации» [Пикулёва, 2013: 162].

Таким образом, мы определили, что самопрезентация в русском научном сообществе определяется учеными в двух направлениях – самопрезентация-процесс создания и самопрезентация-процесс воздействия; смежными терминами которой являются имидж, самопредъявление и самоподача. В зарубежной науке самопрезентация определяется терминами 印象管理, self-presentation и impression management. В рамках нашего исследования мы воспринимаем самопрезентацию как комплексное предоставление вербальной, невербальной и экстралингвистической Я-информации, которая определяется рамками осознанность-неосознанность, а также рядом аспектов, таких как значимость объекта самопрезентации для субъекта, значимость ситуации самопрезентации для объекта, социокультурные нормы.

1.2. Лингвистическая теория оценки как объект исследования

Оценка как объект изучения представляет собой важное направление в современной лингвистике, поскольку позволяет глубже понять механизмы субъективного мнения, языкового выражения отношения к предметам и явлениям, эмотивности и экспрессивности в языке. В рамках настоящего параграфа мы рассмотрим различные подходы к исследованию оценки.

Еще Аристотель говорил о том, что важно определить контекст оценки, а после применить качества оценки и их семантики для каждого отдельного субъекта оценки [Аристотель, 1984: 59–62].

Впоследствии, опираясь на данное определение, ряд лингвистов (Н.Д. Арутюнова [Арутюнова, 1988а; 1999б], Е.М. Вольф [Вольф, 2002], Н.В. Ильина [Ильина, 1984] и др.) сфокусировали свое внимание на явлении оценки в своих работах.

Согласно Н.Д. Арутюновой оценка – это выраженный в акте речи результат оценочной квалификации с заранее интуитивно продуманным предикатом для каждого отдельного субъекта оценки [Арутюнова, 1988: 12–

14]. Е.М. Вольф дает аналогичное определение данному термину в собственной интерпретации: оценка «подразумевает ценностный аспект значения языковых выражений, который может интерпретироваться как «А (субъект оценки) считает, что Б (объект оценки) хороший/плохой» [Вольф, 2002: 21]. В данной работе мы воспринимаем оценку вслед за определением Н.Д. Арутюновой.

Е.М. Вольф различает два типа оценок: 1) аксиологические оценки (с предикатной связью сенсорно-умственных аспектах в полярности «хорошее-плохое»); 2) семантические оценки (с предикатной связью, строящейся на аспектуальных особенностях объекта оценки) [Там же: 13]. Типология оценки по Е.М. Вольф опирается на связь субъекта оценки и используемым предикатом оценки.

Однако Н.Д. Арутюнова использует другую типологию, опирающуюся на тип происхождения оценки. По мнению Н.Д. Арутюновой оценку можно разделить на три категории: 1) сенсорные (основанные на умственной деятельности или на сенсорном восприятии субъекта оценки); 2) сублимированные (основанные на эстетической или этической составляющей объекта оценки); 3) рационалистические (основанные на утилитарном, нормативном или телеологическом аспекте объекта оценки) [Арутюнова, 1984].

Оценка рассматривается различными областями лингвистики: в прагматике [Вольф, 2002], в синтаксисе [Цейтлин, 1976], в стилистике [Вольф, 2002], в семантике [Хиндекель, Кошель 1983; Вольф, 2002;]. В нашем исследовании мы обращаем внимание на прагматический, стилистический и семантический подходы, как на наиболее применимые в рамках настоящего исследования материала.

В прагматике оценка может восприниматься как прагматическое модальное явление, в таком случае оценка подразумевает собой цельное семантическое высказывание без членения его на отдельные части и не зависит от значения его семантических составляющих. Состоит модальное

оценочное высказывание из трех компонентов: 1) субъекта оценки; 2) объекта оценки; 3) предиката [Вольф, 2002: 10–11]. Воспринимая оценку в прагматике вслед за Е.М. Вольф, мы приводим следующий пример: «Ты же такой умный. Почему не отвечаешь?». Данное высказывание выражает негативную оценку субъекта оценки по критерию «умственные способности», но эта оценка становится явной только при наличии параязыковых (внешних) источников информации о субъекте оценки или о коммуникативной ситуации в целом. Такое иносказание называется импликатура – это небуквальный смысл высказывания, информация о котором есть в высказывании, но она скрыта, воспринимается адресатом сообщения со стороны «скорее всего имелось ввиду это» [Grice, 1975: 41–42]. Грайс выделяет два типа импликатур: 1) конвенциональные (те, смысл которых выявляется в диалоге при кооперации адресата и адресанта); 2) неконвенциональные (те, смысл которых скрыт, отдален от экспликации или вовсе противоположен) [Там же: 43–50]. В рамках настоящего исследования данный подход к изучению оценки позволит определить оценку, выраженную контекстно обусловленным использованием лексем, при котором оценка может быть выражена с помощью импликатур.

В стилистике в рамках лингвистической теории оценки широко распространено понятие оценочной лексики. Оценочная лексика – категория лексики, которая выражает положительное, отрицательное или же нейтральное, безразличное отношение субъекта к объекту оценки [Холодионова, 2020: 174]. Стилистические характеристики лексем отражаются в соответствующих словарных статьях так называемыми стилистическими пометами. О.Н. Емельянова в «толковом словаре русского языка» Д.Н. Ушакова отмечает следующие стилистические пометы: 1) бран(ный); 2) ирон(ичный); 3) неодобрит(ельный); 4) шутл(ивый); 5) презрит(ельный); 6) пренебр(ежительный); 7) укор(яющий); 8) торж(ественный); 9) ритор(ический); 10) эвф(емизм)

[Емельянова, 2002: 139–140]. Благодаря использованию данного подхода мы сможем анализировать оценку, выраженную оценочной лексикой.

В семантике оценка рассматривается с точки зрения категорий субъективности и объективности [Вольф, 2002: 23–24]. Объективное сравнение подразумевает под собой сравнение по схеме «А-р-В», где «А» является субъектом, «В» является объектом оценки, а «р» является предикатом, выраженным оценочной лексикой, которая отражает дескриптивную, объективную характеристику субъекта [Там же]. При том стоит отметить, что субъект оценки может быть имплицитен, например: 水温暖 / «Вода теплая». В нами приведенном высказывании «вода» является объектом оценки, субъект оценки является нам неизвестным и выявляется из контекста, а «теплая» является «р». В данном примере качество, приписываемое объекту не является оценочным мнением субъекта, но тем не менее является оценкой, потому что «р» был приписан объекту оценки в сравнение с «нормой» температуры воды. Таким образом, при использовании оценочной лексики для объективной оценки выстраивается шкала, на которую субъект оценки выносит объект оценки и сравнивает его с объективной нормой, которая является таковой для большинства. Рассмотрим субъективное сравнение, которое строится по схеме «А-Р-В», где «А» является субъектом, «В» является объектом оценки, а «Р» является предикатом, выраженным оценочной лексикой, которая отражает субъективную оценку объекта, данную субъектом оценки. В большинстве случаев, данная категория оценок включает не качественные, а оценочные лексемы со значением «хорошо – плохо». Но также данный тип оценки может включать себя и качественные дескриптивные лексемы, но обрамляться вводной конструкцией, которая отражает субъективность оценки, например: 我认为水温暖 / «По моему мнению, вода теплая». В данном случае, оценка объекта не связана с качественными показателями, но лишь с восприятием субъекта оценки, т.е. «вода» может и быть холодной относительно нормы, но для субъекта она «вода теплая». Таким образом, при использовании

оценочной лексики для субъективной оценки выстраивается шкала, на которую субъект оценки выносит объект оценки и сравнивает его с субъективной нормой, которую он выстраивает на основе личного мнения [Там же] Благодаря использованию семантического подхода к исследованию оценки мы сможем определить оценку, выраженную субъективным или объективным сравнением.

А.Д. Айер же видит категорию объективности в оценочной лексики несколько иначе. А.Д. Айер утверждает, что любое высказывание несет эмотивный аспект, таким образом оценка, основывается на эмоциях субъекта оценки и всегда строится на концепте «хорошо – плохо», т.е. оценка в первую очередь эмотивна и лишь во вторую рациональна [Ayer, 1936]. Такие качества, как «хорошо – плохо», являются ни ложными, ни истинными, соответственно не могут быть верифицированы. Таким образом, с точки зрения приверженцев эмотивизма – оценка не может быть объективной.

Таким образом, мы определили, что лингвистическая оценка представляет собой явление, рассматривающееся различными областями лингвистики. В рамках нашего исследования теория лингвистической оценки используется для изучения эмотивно-оценочных реакций на вербальные и невербальные маркеры, использованные в акте самопрезентации. Мы используем прагматический, стилистический и семантический подходы для исследования реакции представителей общественности на вербальные и невербальные маркеры самопрезентации: подход с точки зрения прагматики позволяет определить оценку, выраженную контекстно обусловленным использованием лексем, при котором оценка может быть выражена с помощью импликатур; подход с точки зрения стилистики позволяет определить оценку, выраженную оценочной лексикой, руководствуясь словарными пометами для каждой отдельной оценочной лексемы; подход с точки зрения семантики позволяет определить оценку, выраженную объективным или субъективным сравнением.

1.3. Вербальные и невербальные маркеры как элементы мультимодального исследования

Мультимодальные исследования, как направление исследования коммуникации, набирают популярность в лингвистическом научном сообществе, являясь актуальным подходом для исследования языковых явлений последние два десятилетия. Задача данного параграфа лежит в определении вербальных и невербальных маркеров в рамках мультимодального исследования.

Согласно Э. Адами, мультимодальность, как феномен коммуникации, описывается как набор различных семиотических ресурсов или модусов (движение, речь, письмо, жесты, проксемика и др.) [Adami, 2016]. Л. Мондала же описывает мультимодальность, как явление «сутью которого выступает «холистичность», симультанность и неразрывность формирования значения с помощью всего комплекса модусов (способов) его передачи» [Mondala; цит. по: Загидулина, 2019: 184].

Описывая мультимодальные исследования, многие лингвисты (например, Э. Адами, Г. Кресс, М. В. Загидулина) подчеркивают, что явление мультимодальности может рассматриваться с разных точек зрения, тем не менее можно выделить несколько фундаментальных аспектов мультимодальности.

Так, Э. Адами выделяют следующие аспекты: 1) любая коммуникация является мультимодальной; 2) любое исследование коммуникации, сфокусировавшее внимание только или преимущественно на языке не является точным описанием значения составляющих данной коммуникации; 3) любой модус имеет свою возможность использования, зависящую от его сущности и социально-исторического аспекта, которые формируют его возможность покрыть определенные коммуникативные запросы; 4) каждый конкретный модус несет свою составляющую в общую семантику данной коммуникации, следовательно отношения между модусами являются

«ключом» к истинному смыслу рассматриваемой коммуникации [Adami, 2016].

Г. Кресс выделяет следующие аспекты мультимодальности: 1) «"языка" самого по себе, будь то в качестве речи или в письменной форме, уже недостаточно в качестве "единственного", "центрального", "магистрального" пути доступа к основополагающим вопросам некоторых дисциплин» [Кресс, 2016: 83]; 2) «все модусы в совокупности составляют интегрированный ресурс, при этом каждый из модусов реализует специфические значимые характеристики своих аффордансов» [Там же]; 3) «если рассматриваются несколько модусов, независимо от используемой теории, все они должны быть теоретическим образом интегрированы на каком-то уровне общности» [Кресс, 2016: 84]. Также Г. Кресс упоминает о важности исследования различных модусов совместно – модусы взаимосочетаемы, рассмотрение нескольких модусов одновременно способствует наиболее полному пониманию транслируемого коммуникантом сообщения [Кресс, 2016: 85].

Исследователи, работающие в рамках мультимодальности, фокусируются на нескольких целях, среди которых: 1) изучение различных модусов в национально-историческом аспекте для разрешения практических задач коммуникации; 2) выявление пометок каждого модуса для дальнейшей их унификации; 3) выявление и описание связей между модусами [Adami, 2016].

Как отмечает Э. Адами, в мультимодальных исследованиях используются разнообразные технологии, например, аудио- и видеорегистрация. На наш взгляд, сравнивая эти два метода, наиболее эффективным является мультимодальное исследование дискурса с использованием технологий видеорегистрации, так как оно позволяет собрать данные большего количества модусов для анализа.

На основании изученных работ [Хлыстова, 2008; Рахматуллина, 2012; Ю, 2012; Славкина и др., 2016; Исолахти, Михайлов, Зеленин, 2016; Варламова,

2017; Горностаева, 2018; Маликова, 2020; Щеникова, 2020; Медведев, Лаптев, 2022; Дини, Решетняк, Дроздова, 2023; Горностаева, Колесникова, 2024] мы выделяем следующие модусы: 1) речь; 2) проксемика; 3) внешний вид; 4) мимика; 5) жестикуляция; 6) движение глаз; 7) просодика и др. В настоящей работе исследование проводится с применением анализа видео материала.

Таким образом, исследования в рамках мультимодальности нацелено на анализ параметризуемых единиц коммуникации, которые взаимодополняют друг друга, что подводит нас к важности изучения различных модусов.

Как описывает М.В. Загидулина модус – это способ передачи значения [Загидулина, 2019: 181–188]. Исходя из каждого модуса, выделяются соответствующие маркеры. Маркер, как описывает А. Ребер, это «сигнал, который указывает (то есть маркирует) функцию или свойство» [Reber, 2001: 412].

В отечественной лингвистике наиболее исследуемыми являются вербальные и невербальные модусы.

Вербальный модус – это способ передачи значения в вербальной коммуникации – словесный процесс обмена информацией между коммуникантами, который представлен вербальными маркерами [Шарков, 2010: 26]. Под вербальным маркером понимается «вычленяемая, подлежащая формализации и дальнейшей параметризации языковая единица, указывающая на присутствие в тексте некоторого более сложного, не поддающегося параметризации явления. При этом общая для всех типов маркеров функция – появляться в тех же контекстах, что и некое искомое исследователями явление» [Горностаева, 2018: 94]. Рассмотрение практических исследований по данной теме показало, что к маркерам обращаются часто [Славкина и др., 2016; Варламова, 2017; Горностаева, 2018; Щеникова, 2020; Белова, 2021; Дини, Решетняк, Дроздова, 2023; Горностаева, Колесникова, 2024]. Например, Л.В. Белова выделяет вербальные маркеры угрозы на примере социальной сети Twitter: «Cuomo is a dumbass. Dude can't keep his hands to himself. All he had to do... besides his job» [Белова, 2021: 1820].

В данном выражении лексическими маркерами угрозы будут являться стилистически-окрашенные слова с семой оскорбления или уничижения, а именно dumbass.

Невербальный модус выражается невербальными маркерами. В рамках российского научного сообщества не представляется возможным найти общепринятое определение невербального маркера. Для определения невербального маркера обратимся к невербальной коммуникации – стороне общения, которая состоит из неязыковых средств передачи информации между коммуникантами, представленных, например, мимикой, жестами, внешним видом, позой и т.д. [Албычакова, Ткаченко, 2013]. Согласно И.Н. Горелову что невербальная коммуникация имеет знаковый характер: «невербальный компонент речевого акта понимается как несобственно лингвистический знак (в традиционном смысле по существу), так как он отличается от собственно лингвистического знака, во-первых, своеобразием субстанции, своеобразием структуры и особыми, иными, чем лингвистические знаки, возможностями обозначения и способностями сочетания с себе подобными и другими знаками» [Горелов, 2003: 173]; а также о том, что «невербальная коммуникация» шире, чем «паралингвистическое общение»: «невербальные компоненты коммуникации не сводятся только к средствам несловесной коммуникации в речевом акте, но включают и несловесные элементы, принимающие участие в кодовых переходах в процессах порождения и рецепции речи» [Горелов, 2009: 2].

Такой вид общения может выполнять несколько функций:

- 1) повторение вербального сообщения (например, «Туда!» и указание пальцем в искомом направлении);
- 2) противоречие вербальному сообщению (например, говорить «да» и кивать головой слева-направо);
- 3) замена (например, показывать направление глазами, вместо того чтобы сказать);

4) дополнение (например, фраза «Браво!» усиливается с помощью аплодисментов);

5) акцентирование (например, при конфликтной ситуации выход из комнаты с хлопком двери акцентирует внимание на окончании коммуникативного акта) [Албычакова, Ткаченко, 2013].

Исходя из вышесказанного, а также анализа практических исследований по данной теме [Хлыстова, 2008; Рахматуллина, 2012; Ю, 2012; Чанышева, 2012; Исолахти, Михайлов, Зеленин, 2016; Розина, 2018; Маликова, 2020; Медведев, Лаптев, 2022; Огнева, Трофимова, 2023], можно утверждать, что невербальные маркеры – это визуальные единицы коммуникации, самостоятельно или в совокупности с другими единицами показывающие, что в данной конкретной коммуникативной ситуации присутствует то или иное явление. Примером невербального маркера может послужить следующая коммуникативная ситуация: «Хватит! (удар кулаком по столу). Вы меня достали!». В приведенном нами примере невербальным маркером раздражения является удар кулаком по столу, который является акцентирующим сопровождением вербального высказывания.

Таким образом, вербальный и невербальный модусы речевой коммуникации могут быть представлены вербальными и невербальными маркерами соответственно. В данной работе вербальные и невербальные маркеры, актуализирующие Я-информацию и эмоционально-оценочную реакцию в акте коммуникации, являются основным предметом исследования.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В рамках первой главы настоящего исследования мы рассмотрели основные теоретические понятия, используемые в данной работе: самопрезентация, оценка, вербальный и невербальный маркеры.

Мы определили, что в российской науке существует два подхода к изучению самопрезентации – самопрезентация как процесс создания и самопрезентация как процесс воздействия. Также нами было определено, что некоторые ученые рассматривают термины «имидж», «самоподача» и «самопредъявление» как синонимичные данному термину, тем не менее бытуют и мнения о разграничении понятий имидж, самоподача с термином самопрезентация. В зарубежной науке самопрезентация определяется терминами 自我呈现, 印象管理, self-presentation и impression management. В зарубежной терминологии, также как и в российской, отражаются два подхода к изучению самопрезентации. В рамках нашего исследования мы воспринимаем самопрезентацию как комплексное предоставление вербальной, невербальной и экстралингвистической Я-информации, которая определяется рамками осознанность-неосознанность, а также рядом аспектов, таких как значимость объекта самопрезентации для субъекта, значимость ситуации самопрезентации для объекта, социокультурные нормы [Пикулёва, 2013: 162].

Таким образом, при использовании оценочной лексики для объективной оценки выстраивается шкала, на которую субъект оценки выносит объект оценки и сравнивает его с объективной нормой, которая является таковой для большинства.

Также в настоящей главе мы определили термин «оценка» в рамках лингвистики [Арутюнова, 1988: 12–14]. Оценка рассматривается отдельными лингвистическими дисциплинами. В нашем исследовании мы комплексно используем семантический, стилистический и прагматический подходы для исследования реакции представителей общественности на вербальные и невербальные маркеры самопрезентации: подход с точки зрения прагматики

позволяет определить оценку, выраженную контекстно обусловленным использованием лексем, при котором оценка может быть выражена с помощью импликатур; подход с точки зрения стилистики позволяет определить оценку, выраженную оценочной лексикой, руководствуясь словарными пометами для каждой отдельной оценочной лексемы; подход с точки зрения семантики позволяет определить оценку, выраженную объективным или субъективным сравнением.

Помимо этого, мы также определили термины «вербальный маркер» [Горностаева, 2018: 94] и «невербальный маркер». В настоящей работе мы рассматриваем ситуацию самопрезентации с точки зрения мультимодального исследования, в котором основным предметом исследования становятся вербальные и невербальные маркеры. Мы определяем данные два вида маркеров как коммуникативное действие, которое возникает в определенных контекстуальных ситуациях, демонстрируя наличие сложного, неподдающегося параметризации явления. В рамках исследования вербальные и невербальные маркеры рассматриваются как способ выражения Я-информации и эмотивно-оценочной реакции.

ГЛАВА 2. ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ В ШОУ ЗНАКОМСТВ В КИТАЕ И РОССИИ

2.1. Особенности шоу знакомств как жанра медиадискурса

Для определения шоу знакомств как жанровой доли медиадискурса мы обратимся к более широкому определению – дискурсу.

Н.Д. Арутюнова приводит наиболее полное определение термина в «лингвистическом энциклопедическом словаре», рассматривая его как связный текст в событийном аспекте, что подразумевает под собой исключение древних текстов и текстов, «связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно» и разграничение понятий «дискурс» и «текст». «Жизнь» текста, по мнению автора выражается в наличии актуальных «фреймов» и «сценариев», которые подразумевают под собой стандартные, шаблонные ситуации использования того или иного текста и аспектов, влияющих на развитие данных ситуаций соответственно [Арутюнова, ЛЭС: 2023].

В данной работе мы воспринимаем «дискурс» вслед за Н.Д. Арутюновой, так как считаем, что в рамках нашего исследования её определение является наиболее релевантным, покрывая аспект «жизни» (актуальности), социокультурный и психологический факторы.

Медиадискурс является одним из особых видов дискурса покрывающий зону текстов СМИ – «связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов.». М.Р. Желтухина считает, что термины язык СМИ, язык масс-медиа, дискурс масс-медиа, массово-информационный дискурс, СМИ, средства массовой информации, средства массовой

коммуникации являются синонимичными для медиадискурса [Желтухина, 2016: 292].

М.Р. Желтухина приводит ряд особенностей медиадискурса:

1) его «необходимо анализировать как особый вид языкового употребления особого типа текстов в социокультурном-деятельностном аспекте»;

2) масс-медийный дискурс состоит из центра, в котором содержится основная жанровая доля текстов, а также периферия, в которую попадают маргинальные жанры;

3) дискурс массмедиа является опосредованным (т.е. адресат и адресант сообщения не находятся в одном и том же месте и/или времени).

Таким образом, медиадискурс включает в себя множество жанров, в число которых входит реалити-шоу, который мы будем рассматривать в социокультурном-деятельностном аспекте.

В след за Е.А. Гуцалом мы воспринимаем реалити-шоу как такой жанр «телевизионной практики, который имеет в своей основе непрерывную съемку фактических (подлинных, имеющих место быть) событий, происходящих с людьми в режиме реального времени, и пробуем, вооружившись эмпирическим методом, – личным просмотром существующих передач в жанре реалити – создать собственную типологию реального телевидения» [Гуцал, 2008: 180].

В своем определении Е.А. Гуцал оставляет простор для определения реалити-шоу по типу съемки и концептуальным признакам программы. Сам Е.А. Гуцал в своей работе приводит следующие типы реалити-шоу:

- 1) программы с использованием скрытой камеры;
- 2) документальные программы;
- 3) фрагментарная живая съемка в студийной программе;
- 4) студийная съемка [там же: 181–182].

В нашем исследовании мы обращаем внимание на реалити-шоу, который Е.А. Гуцал относит к студийной съемке, так как рассматриваемые

нами шоу знакомств относятся к данной категории. К особенностям, согласно Е.А. Гуцалу, относятся факт того, что участники данного типа шоу являются обычными «незаурядными» людьми, а также то, что эмоции этих людей являются неподдельными и не прописаны в сценарии; участники таковых шоу продолжительное время могут находиться в студии [там же: 182].

Основным материалом нашего исследования стали 33 фрагмента шоу знакомств «Сердца за любовь» и 非诚勿扰 «Если ты один» общим хронометражем 453 минуты.

«Сердца за любовь» – передача, транслирующаяся на телеканале «СТС Love» с 2016 г. Как описывают создатели программы, основная концепция шоу заключается в игре-аукционе, в которой главным лотом является партнер мечты. В рамках одного эпизода телепередачи принимают участие от 5 участников в роли игроков-экспертов, а также варьирующееся количество участников, которые представляют себя, ищут романтического партнера. При победе в аукционе, игрок-эксперт составляет пару с самопрезентующимся участником, и они вместе покидают шоу.

非诚勿扰 «Если ты один» – игровое шоу знакомств, транслирующееся на телеканале 江苏 TV «Телевидение Цзянсу» с 2010 г. В рамках телепередачи участники телешоу выступают как эксперты и выбирают себе пару, основываясь на личных предпочтениях и впечатлении от самопрезентации конкурсанта.

Таким образом, в рамках настоящего исследования будут рассмотрены два игровых шоу знакомств – «Сердца за любовь» и 非诚勿扰 «Если ты один». Особенности данных шоу являются студийная съемка, живые люди, с которым зритель себя может ассоциировать, высокая персонифицированность. Данные шоу мы будем рассматривать в социокультурном-деятельностном аспекте.

2.2. Модель проведения исследования

Настоящее исследование проводилось в два этапа – аннотирование отобранного материала и его анализ. В рамках первого этапа была проведена аннотация вербальных и невербальных маркеров. Для аннотации вербальных маркеров в отобранных видеофрагментах использовался специально созданный код на языке программирования Python и нейросеть WhisperAI.

WhisperAI – это программное обеспечение-декодер, разработанное компанией OpenAI, которое выполняет распознавание и транскрибацию аудиофрагментов для последующей обработки человеком. Первая версия данной системы была опубликована в открытом доступе в 2022 г.

Для аннотации невербальных маркеров использовался метод сплошной выборки с фиксацией в формате скриншотов. Результаты обработки видеофрагментов программой были скомпилированы в таблицу.

В ходе исследования мы обратили внимание на следующие категории вербальных и невербальных маркеров: вербальная составляющая, жесты, мимика, движение глаз.

В рамках второго этапа исследования был проведен анализ вербальных и невербальных маркеров. В рамках анализа (см. Рис. 2) рассматривались такие показатели как: частотность проявления эмотивно-оценочной реакции, функционально-тематический состав ситуации самопрезентации и ее структура, использование заимствованной лексики и контактность. Результаты анализа представлены в подпараграфах 2.3.1. и 2.3.2. для китайского и российского обществ соответственно.

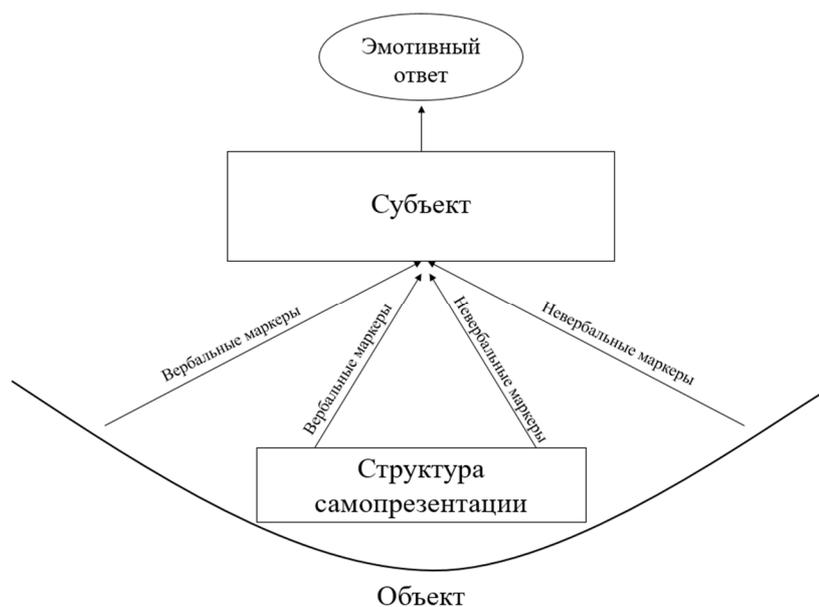


Рисунок 2. Структура проведения исследования

2.3. Результаты исследования

2.3.1. Результаты исследования в российском обществе

В рамках настоящего исследования было выявлено, что участники шоу «Сердца за любовь» в актах самопрезентации актуализируют различные вербальные и невербальные маркеры. В рамках настоящего подпараграфа мы рассмотрим их особенности и проведем их категоризацию.

В рамках проанализированного материала в российском обществе были выявлены следующие категории вербальных маркеров с точки зрения их функций:

1. Формы речевого этикета (маркеры, используемые в социально-конвенциональных целях).
2. Информативные маркеры (маркеры, используемые для предоставления информации о себе).
3. Маркеры активной интеракции (маркеры, используемые при активном взаимодействии с коммуникантами).

Термин «формы речевого этикета» тесно связан с термином «речевой этикет – это система устойчивых формул общения, предписываемых

обществом для установления речевого контакта собеседников, поддержания общения в избранной тональности соответственно их социальным ролям и ролевым позициям относительно друг друга, взаимным отношениям в официальной и неофициальной обстановке» [ЛЭС, 2023].

К формам речевого этикета в рамках данной части исследования были отнесены:

1. Вербальные маркеры приветствия;
2. Вербальные маркеры обращения;
3. Вербальные маркеры выражения радости по поводу встречи;
4. Вербальные маркеры выражения благодарности;
5. Вербальные маркеры прощания.

Рассмотрим каждую из данных подкатегорий.

1. Вербальные маркеры приветствия.

Вербальные маркеры приветствия встречаются в 35% фрагментов, представлены в следующих формах: а) «привет»; б) «здравствуйте»; в) «приветики»; г) *bonjour*. Наиболее употребляемой формой является «привет», она встречается в 66% всех фрагментов с актуализацией данной подкатегории, является стилистически нейтральной формой разговорного приветствия [Ожегов, 2024].

Эмотивно-оценочная реакция следует только на неконвенциональные маркеры приветствия, такие как «*bonjour*» и «приветики» – негативная и положительная соответственно.

Так в диалоге между участниками шоу на вербальный маркер приветствия на французском языке выражается негативная эмотивно-оценочная реакция:

1. Коммуникант № 7: *Bonjour, mes chers amis... / «Здравствуйте, дорогие друзья...».*

Коммуникант № 18: «*Что я здесь делаю, скажите мне*».

В данном диалоге коммуникант выражает своё недовольство в связи с незнанием французского.

Вербальные маркеры данной категории могут сопровождаться невербальными маркерами аналогичной категории.

2. Вербальные маркеры обращения.

Данная категория вербальных маркеров встречается в 41% всех фрагментов, выражается следующими маркерами: а) «девушки-красотки»; б) «дорогие мои»; в) «девушка»; г) «девочки»; д) «ребят»; е) *mes chers amis* ж) «мальчики». Выбор формы обращения зависит от целей коммуниканта, степени уважения к адресату сообщения и их количества. Выделить наиболее употребляемую форму в данной категории маркеров не представляется возможным. Все из данных маркеров являются обезличенными, обращением к группе лиц или к индивиду, выделяемому по общему признаку группы – полу. Эмотивно-оценочная реакция на актуализацию маркеров данной категории не прослеживается.

3. Вербальные маркеры выражения радости по поводу встречи.

Вербальный маркер данной категории встречается в отобранных фрагментах единожды – «ну ладно, ребят, было приятно с вами познакомиться». Эмотивно-оценочная реакция на данный невербальный маркер является положительной, выражается как надежда будущей встречи: «до скорой встречи».

4. Вербальные маркеры выражения благодарности.

Выражение благодарности встречается в 29% фрагментов телепередачи, выражается следующими маркерами: а) «спасибо»; б) «спасибо большое»; в) «слава Богу, спасибо тебе». Данная языковая единица может быть самостоятельной, может сопровождать объекты, к которым направлена благодарность («тебе», «вам»). Для усиления семантики, выраженная форма может быть редуцирована – «Спасибо, спасибо большое». Эмотивно-оценочная реакция на данную категорию маркеров положительная, может быть выражена вербально и невербально.

5. Вербальные маркеры прощания.

Вербальные маркеры прощания встречаются в 35% фрагментов, выражаются следующими языковыми средствами: а) «пока»; б) «прощайте»; в) «счастливо оставаться»; г) «пока-пока»; д) «удачи». Наиболее частотным является «пока», он встречается в 50% случаев актуализации данной подкатегории. Определяющим фактором при актуализации эмотивно-оценочной реакции на данный вид вербальных маркеров является просодика – при различной интонации эмотивно-оценочная реакция может быть положительной или негативной. Например:

1. Коммуникант № 5: *«Пока»*.

Коммуникант № 23: *«Не расстраивайся»*.

Коммуникант № 24: *«До скорой встречи»*.

Следующей выделенной категорией вербальных маркеров является информативные вербальные маркеры – категория маркеров, несущих неимплицитную информацию о коммуниканте.

1. Имя.
2. Возраст.
3. Навыки.
4. Образование.
5. Работа.
6. Цель прихода на передачу.
7. Демонстрация таланта.
8. Преференция.
9. Личные качества.
10. Интересы и увлечения.
11. Опыт.
12. Будущее.

Рассмотрим каждую из данных подкатегорий.

1. Имя.

В 100% актов самопрезентации актуализируется вербальный маркер имя человека, который инициирует акт приветствия. Было замечено использование полных и сокращенных форм имени, так один из коммуникантов называет свое имя: «Анна»; а в последствии уточняет его: «меня зовут Аня». Эмотивно-оценочной реакции на данный вид маркера не проявляется.

2. Возраст.

Возраст коммуниканта встречается в 94% всех фрагментов, актуализируется во всех случаях одинаково по схеме «мне + цифра + лет». Эмотивно-оценочная реакция на данный вид вербального маркера контекстуально обусловлена личными предпочтениями коммуникантов, например:

1. Коммуникант № 6: *«Мне 19 лет».*

Коммуникант № 23: *«Я хоть и люблю милфочек, правда, признаюсь. Но 19 подойдёт. Посмотрю сейчас».*

3. Навыки.

Подкатегория вербальных маркеров «навыки» встречается в 64% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на данный вид вербального маркера контекстуально обусловлена личными предпочтениями. Приведем пример негативной эмотивно-оценочной реакции:

1. Коммуникант № 3: *«Навыки боксера не раз выручали меня в сложных ситуациях».*

Коммуникант № 28: *«Честно, покорять он, наверное, будет только стихами и боксом, мне это не интересно».*

Также приведем в пример положительную эмотивно-оценочную реакцию на данный вид вербального маркера:

1. Коммуникант № 9: *«Свободно владеет пятью языками».*

Коммуникант № 19: *«Разговаривает – она тебя будет тут же учить».*

4. Образование.

Маркеры подкатегории «образование» встречаются в 35% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция является положительной, встречается лишь в 16% реплик с использованием данной подкатегории:

1. Коммуникант № 4: *«Получает третье высшее образование».*

Коммуникант № 20: *«Третье высшее и любит интеллектуальных девушек? Интересно».*

5. Работа.

Подкатегория вербальных маркеров работа встречается в 59% всех фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на данный вид вербального маркера контекстуально обусловлена личными предпочтениями. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 2: *«Администратор ночного клуба».*

Коммуникант № 24: *«...работает в ночном клубе, мне это не интересно».*

Коммуникант № 25: *«Я нажимаю красную, потому что я не люблю ночные клубы, это не мое».*

2. Коммуникант № 7: *«Модель».*

Коммуникант № 25: *«Модель, да, парни, (она) красотка».*

Коммуникант № 30: *«Модель...давайте посмотрим».*

6. Цель прихода на передачу.

Маркеры подкатегории «цель прихода на передачу» встречаются в 71% фрагментов. Выбор вербальных маркеров данной подкатегории обусловлен форматом шоу: коммуниканты выражают надежду на составление пары с партнером. Эмотивно-оценочная реакция на использование маркеров данной подкатегории встречается в 41% ситуаций актуализации данной подкатегории. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 4: *«Нуждается в музе, желательно блондинке, которая разделит с ним все тяготы звездной жизни».*

Коммуникант № 18: *«Ну мне кажется, что мой выбор просто очевиден, я полностью, наверное, не подхожу под это описание, поэтому я пас».*

2. Коммуникант № 12: *«Хочет встретить темпераментную, единственную и неповторимую девушку».*

Коммуникант № 22: *«Сложный выбор, но он ищет единственную. И я хочу быть такой».*

7. Демонстрация таланта.

Вербальные маркеры подкатегории «демонстрация таланта» встречаются в 53% всех фрагментов телепередачи. Использование вербальных маркеров данной подкатегории контекстуально обусловлено форматом телепередачи: коммуниканты исполняют песни, читают стихи, говорят на иностранных языках или рассказывают о своих физических возможностях с последующей их демонстрацией. Эмотивно-оценочная реакция на вербальные маркеры данной подкатегории может выражаться вербально и/или невербально. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 8: *«Кто я, что я? Только лишь мечтатель, синь очей, утратившие во мгле. Эту жизнь прожил я, словно кстати, заодно с другими на земле. И с тобой целуюсь по привычке, потому что многих целовал. И как будто зажигая спички, говорю любовные слова. И тебя любил я только кстати заодно с другими на земле».*

Коммуникант № 25 (см. Рис. 3): *«Почему же ты стихи читал полу, а не нам?».*



Рисунок 3. Невербальный маркер «Указание обеими руками на себя»

2. Коммуникант № 5: *«Но то, как гирь не оказалось сейчас, я взял две банки из-под кулера. Я сейчас вам продемонстрирую кое-что. Ведь настоящего мужчину красят не слова, а поступки. Так как у вас пятеро, каждой отдельный жим».*

Коммуникант № 23 (см. Рис. 4): *«Настоящий мужчина».*

Коммуникант № 31: *«Круто».*



Рисунок 4. Невербальный маркер «Аплодисменты»

8. Преференция.

Вербальные маркеры подкатегории «преференция» используются для выражения симпатии к одному или нескольким коммуникантам среди всех. Данная подкатегория вербальных маркеров встречается в 59% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция преимущественно негативна (в 77% случаев) и может быть выражена вербально и/или невербально. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 15: *«Меня выбрали две девушки, я хочу поцеловать руку, ту, которая мне милее».*

Коммуникант № 29 (см. Рис. 5): *«Прости, малыш, но мне кажется, на боксера ты особо не тянешь».*



Рисунок 5. Невербальный маркер «Улыбка»

2. Коммуникант № 15: *«Слушай, ты мне тоже не очень понравился. Я могу пообщаться с другими ребятами».*

Коммуникант № 18: *«А девочка-то с характером у нас».*

9. Личные качества.

Вербальные маркеры подкатегории «личные качества» используются коммуникантом для самопредписания черт характера и личностных качеств. Маркеры данной подкатегории встречаются в 29% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на данную подкатеорию маркеров встречается в 60% случаев актуализации данной подкатегории. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 1: *«Самое главное, я темпераментный парень. Я сравню себя с перцем. Я такой же яркий и такой же острый».*

Коммуникант № 33: *«Видимо, ты действительно только на 100 тянешь. Я пасс».*

2. Коммуникант № 11: *«Я достаточно уверена в себе».*

Коммуникант № 29: *«О, это уже мне нравится».*

10. Интересы и увлечения.

Подкатегория вербальных маркеров «интересы и увлечения» встречается в 88% всех фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на данную подкатеорию маркеров встречается в 48% ситуаций. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 6: *«Занимается боевыми искусствами».*

Коммуникант № 24: *«Тенденция очень странная. Они все увлекаются боевым искусством».*

2. Коммуникант № 17: *«Пишет стихи, с детства занимается танцами, обожает русскую классическую литературу, особенно рассказы Чехова».*

Коммуникант № 29: *«А мне в ней нравится всё. Все увлечения».*

11. Опыт.

Подкатегория вербальных маркеров «опыт» используется для предоставления информации о прошлом коммуниканта, встречается в 41% всех фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на данную подкатегорию невербальных маркеров встречается в 57% ситуаций актуализации данного типа вербального маркера. Эмотивно-оценочная реакция может быть выражена вербально и/или невербально. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 14: *«Играла в театре и кино».*

Коммуникант № 23: *«И то, что она в театре и кино играла, это интересно».*

2. Коммуникант № 14: *«Утопила чужую машину и ничего за это не получила... Вольтсваген Б5-ый. Но я не разбила, я утопила. Да, было дело. Мне тогда было 17».*

Коммуникант № 25 (см. Рис. 6): *«Утопила тачку и ничего за это не получила».*



Рисунок 6. Невербальный маркер «Смех»

12. Будущее.

Подкатегория вербальных маркеров «будущее» используется коммуникантами для предоставления информации о целях, которые он планирует осуществить в будущем. Данная подкатегория маркеров встречается в 35% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на данную подкатегорию маркеров встречается в 33% ситуаций. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 12: *«Жизненная цель? Глобальная? **Объехать весь мир и покорить космос**».*

Коммуникант № 29: *«Знаешь, я так подумала, твоя жизненная цель, конечно, интересная, но я ищу кое-чего другого, так что извини, но нет».*

2. Коммуникант № 14: *«**Мечтает о короне, которая прилагается к титулу мисс-вселенная**».*

Коммуникант № 25: *«Перспективная по ее планам на жизнь».*

Использование информативных вербальных маркеров способствует быстрому созданию образа человека ввиду их неимплицитности.

В рамках анализа данной категории вербальных маркеров была выявлена общая структура первоначального создания образа себя – первичной информации, которую коммуникант предоставляет в начале акта самопрезентации без запроса информации со стороны участников коммуникативного акта. При выведении общей структуры были учтены порядок подкатегорий в рамках каждого фрагмента и частотность использования подкатегорий относительно абсолютного большинства. Она включает в себя следующие пункты:

1. Имя.
2. Возраст.
3. Работа.
4. Интересы и увлечения.
5. Цель прихода на передачу.

Данная структура встречается в 81,184% всех рассмотренных фрагментов. При проведении данного расчета каждая подкатегория была принята за единицу, которая должна находиться на должной порядковой позиции в соответствии с выявленной структурой. При несовпадении порядкового расположения подкатегории во фрагменте с его порядковым расположением в структуре, из общего процента совпадения структуры с фрагментом вычитывалась величина равная соотношению ценности позиционно несовпадающей подкатегории к общему числу всех подкатегорий структуры.

Последней выделенной категорией вербальных маркеров в рамках данного подпараграфа являются *маркеры активной интеракции* – маркеры, использующиеся для оказания нацеленного активного воздействия на коммуниканта, его действия и психоэмоциональное состояние. К данной категории мы отнесли следующие вербальные маркеры:

1. Призыв.
2. Оскорбление.
3. Поощрение.
4. Запроса информации.

Рассмотрим каждую вид вербального маркера отдельно:

1. Призыв.

Подкатегория вербальных маркеров «призыв» используется коммуникантами для оказания воздействия на действия других коммуникантов. Данная подкатегория встречается в 23% всех фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на использование вербальных маркеров данной подкатегории может выражаться вербально и/или невербально, встречается в 50% ситуаций актуализации данной подкатегории. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 4: *«Девушка, **поднимите** свою яркую попку и **пройдемте** со мной».*

Коммуникант № 19 (см. Рис. 7): «Почему я?».



Рисунок 7. Невербальные маркеры «Улыбка» и «Увеличение дистанции»

2. Коммуникант № 12: «*Пойдем*».

Коммуникант № 36: «*Какая же ты горячая, а. Жалко, что я нажал красную кнопку*».

2. Оскорбление.

Подкатегория вербальных маркеров «оскорбление» используется коммуникантами для негативного воздействия на психоэмоциональное состояние других коммуникантов, встречается в 6% фрагментов. Эмотивно-оценочной реакции на использование вербального маркера данной подкатегории (а именно на: коммуникант № 1: «*Какие бесстыжие!*») замечено не было.

3. Поощрение.

Подкатегория вербальных маркеров «поощрение» используется коммуникантами для положительного воздействия на психоэмоциональное состояние других коммуникантов, встречается в 17% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на использование данной подкатегории маркеров не прослеживается. Приведем пример употребления данной подкатегории:

1. Коммуникант № 3: «*Ты умничка, ты сделала **правильный** выбор*».

4. Запроса информации.

Вербальные маркеры подкатегории «запрос информации» встречаются в 53% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на использование данной подкатегории вербальных маркеров встречается в 11% ситуаций их актуализации:

1. Коммуникант № 11: «*А что для тебя самое дорогое в мире?*».

Коммуникант № 27: «*Ты же глубокая девушка...*».

В рамках исследования вербальных маркеров в российском телешоу было выявлено использование заимствованной лексики, а также использование иностранного языка (французский и испанский языки) для коммуникации. В рамках проанализированного материала использовались такие заимствованные лексемы как «*hater*», «*like*», «*life-style*», «*sketch*» и «*MILF*». Процент реплик с использованием заимствованной лексики сравнительно низок, составляет 2,36%.

В рамках исследования был также проведен анализ невербальных маркеров самопрезентации в российском телешоу. Были выделены следующие категории невербальных маркеров:

1. Маркеры приветствия.
2. Маркеры прощания.
3. Позы и жесты комфорта.
4. Демонстрация таланта.
5. Эмотивные маркеры.
6. Маркеры интеракции.
7. Маркеры благодарности.

Рассмотрим каждую категорию невербальных маркеров:

1. Маркеры приветствия.

Невербальные маркеры приветствия – маркеры, которые используются совместно с вербальными маркерами приветствия или вместо них. В рамках проанализированных фрагментов невербальный маркер приветствия встречается в 6% из них – махи обеими руками (см. Рис. 8). Эмотивно-оценочная реакция на данные маркеры не прослеживается. Процент контактности при использовании данного маркера составил 0%.



Рисунок 8. Невербальный маркер «Махи обеими руками»

2. Маркеры прощания.

Невербальные маркеры прощания – маркеры, которые используются совместно с вербальными маркерами приветствия или вместо них. В рамках данного подпараграфа невербальные маркеры прощания встречаются в 41% всех фрагментов. К данной категории были отнесены следующие маркеры: 1) махи рукой (см. Рис. 9); 2) воздушный поцелуй (см. Рис. 10); 3) знак «мир». Эмотивно-оценочная реакция на данные маркеры не прослеживается. Контактность при использовании данного маркера составила 0%.



Рисунок 9. Невербальный маркер «Махи рукой»



Рисунок 10. Невербальный маркер «Воздушный поцелуй»

3. Позы и жесты комфорта.

Позы и жесты комфорта – невербальные маркеры, которые коммуникант использует для борьбы с волнением. Поскольку коммуникативная ситуация происходит перед камерами, в присутствии людей в съемочном зале, она является высоко-стрессовой. Поэтому позы и жесты комфорта, такие как 1) поза «супермена» (см. Рис. 11); 2) отведение взгляда от собеседника; 3) объятия себя; 4) сжатые руки в замке (см. Рис. 12); 5) поджимание губ; 6) сжимание рук в кулаки; 7) рука в кармане являются высоко-актуальными в данной ситуации. Данные невербальные маркеры используются в разные моменты говорения, независимо от вербальных маркеров. Эмотивно-оценочная реакция на данные маркеры не прослеживается. Контактность поз и жест комфорта составляет 0%.



Рисунок 11. Невербальный маркер «Поза «супермена»»



Рисунок 12. Невербальный маркер «Руки в замке»

4. Демонстрация таланта.

Невербальные маркеры демонстрации таланта – контекстуально обусловленная группа невербальных маркеров, использование которых нацелено на удивление коммуникантов. В рамках настоящего исследования в 47% фрагментов были зафиксированы такие невербальные маркеры демонстрации таланта как 1) демонстрация физической силы; 2) танец (см. Рис. 13). Эмотивно-оценочная реакция на данные невербальные маркеры выражается в связи с личными предпочтениями коммуникантов, может быть как негативной, так и положительной, например, на невербальный маркер

демонстрации физической силы (см. Рис. 14) один из коммуникантов дал следующую эмотивно-оценочную реакцию:

1. Коммуникант № 34: «Ну ты силач».

Уровень контактности в данной категории составляет 30%.



Рисунок 13. Невербальный маркер «Танец»



Рисунок 14. Невербальный маркер «Демонстрация физической силы»

5. Эмотивные маркеры.

Невербальные эмотивные маркеры появляются в произвольные моменты коммуникативного акта, являются проявлением эмоций коммуниканта. В рамках настоящего исследования в 29% фрагментов были выявлены следующие эмотивные маркеры: 1) улыбка; 2) смех. Эмотивно-оценочная реакция на данную категорию маркеров не прослеживается. Уровень контактности составил 0%.

6. Маркеры активной интеракции.

Невербальные маркеры интеракции – это маркеры, использующиеся при активной интеракции между коммуникантами для физического или психоэмоционального воздействия. В рамках отобранного материала невербальные маркеры интеракции встретились в 53% фрагментов, к данной категории отнесены следующие невербальные маркеры: 1) объятие; 2) поцелуй; 3) рука на плече (см. Рис. 15); 4) держание за руки. Эмотивно-оценочная реакция в рамках данной категория может быть как негативной, так

и положительной, например, на актуализацию невербального маркера «поцелуй» (см. Рис. 16) один из коммуникантов дает следующую реакцию:

1. Коммуникант № 29: «Как это мило!»



Рисунок 15. Невербальный маркер «Рука на плече»



Рисунок 16. Невербальный маркер «Поцелуй»

Уровень контактности данной категории составляет 100%.

7. Маркеры благодарности.

Невербальные маркеры благодарности – маркеры, которые используются для выражения благодарности и могут сопровождать вербальный маркер подкатегории благодарность. В рамках данного подпараграфа было выявлено 17% фрагментов, в которых коммуниканты используют маркеры данной категории, а именно: 1) рука на сердце (см. Рис. 17); 2) поклон; 3) сложенные вместе ладони (см. Рис. 18). Эмотивно-оценочная реакция на использование невербальных маркеров данной категории не прослеживается. Уровень контактности составляет 0%.



Рисунок 17. Невербальный маркер «Рука на сердце»



Рисунок 18. Невербальный маркер «Сложенные вместе ладони»

Помимо определения уровня контактности каждой отдельной группы невербальных маркеров был определен общий уровень контактности невербальных маркеров – он составляет 18,57%. Данный факт свидетельствует о том, что физический контакт между коммуникантами при самопрезентации возможен, но не приветствуется.

Таким образом, в настоящем исследовании были выделены функционально-тематические категории вербальных (см. Рис. 19) и невербальных маркеров; выявлена общая структура первичной самопрезентации – процент совпадений со структурой составляет 81,184%; выявлена эмотивно-оценочная реакция на каждый вербальный и невербальный маркер – процент маркеров на которые следует эмотивно-оценочная реакция составляет 85%; был проведен анализ контактности невербальных маркеров, частотность использования которых составила 18,57%; был проведен анализ использования заимствованной лексики, который показал низкий уровень употребления данной лексики.

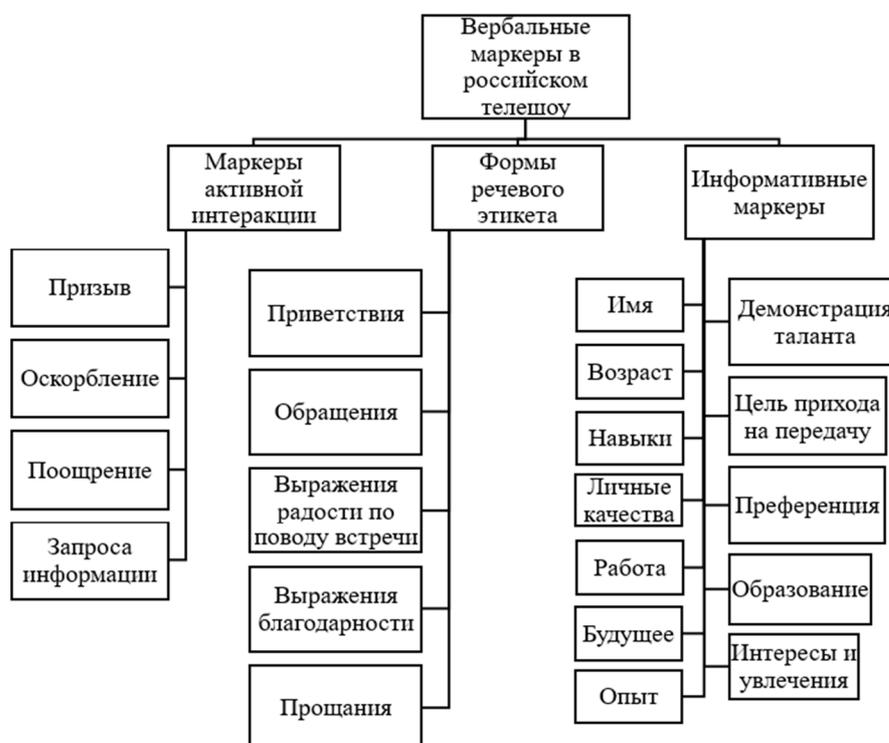


Рисунок 19. Блок-схема «Категоризация вербальных маркеров в российском телешоу»

2.3.2. Результаты исследования в китайском обществе

В рамках настоящего исследования был проведен анализ вербальных и невербальных маркеров, актуализированных коммуникантами в телепередаче 非诚勿扰 «Если ты один». В рамках настоящего подпараграфа мы рассмотрим их особенности и проведем их категоризацию.

В рамках проанализированного материала в китайском обществе были выявлены следующие категории вербальных маркеров:

1. Формы речевого этикета (маркеры, используемые в социально-конвенциональных целях).
2. Информативные маркеры (маркеры, используемые для предоставления информации о себе).
3. Маркеры активной интеракции (маркеры, используемые при активном взаимодействии с коммуникантами).

К формам речевого этикета в рамках данной части исследования были отнесены:

1. Вербальные маркеры приветствия.
2. Вербальные маркеры обращения.
3. Вербальные маркеры выражения благодарности.
4. Вербальные маркеры прощания.
5. Вербальные маркеры извинения.

Рассмотрим каждую из подкатегорий.

1. Вербальные маркеры приветствия.

Вербальные маркеры подкатегории «приветствие» встречаются в 100% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на использование маркеров данной подкатегории не прослеживается. Для актуализации данной подкатегории коммуниканты используют различные вербальные маркеры, например:

1. Коммуникант № 1: 孟老师好, 两位老师好, 女嘉宾们好, 观众们好 / «Здравствуйте, Учитель Мэн; здравствуйте, два эксперта; здравствуйте девушки-конкурсанты; здравствуй, аудитория».

При приветствии коммуниканты обращаются к каждому участнику коммуникации отдельно, выделяя тех, кого считают важнее согласно их социальному статусу. Таким образом, в рамках проанализированного материала коммуниканты приветствовали таких участников шоу как: а) ведущий; б) эксперты; в) девушки-конкурсанты; г) аудитория.

2. Вербальные маркеры обращения.

Вербальные маркеры подкатегории «обращения» ярко представлены в китайском телешоу – они встречаются в 100% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на вербальные маркеры данной подкатегории не проявляется. В рамках данной подкатегории представлены такие вербальные маркеры, как: а) 女嘉宾 (девушка-конкурсант); б) 大家 (все); в) 各位老师 (уважаемый учитель/эксперт).

3. Вербальные маркеры выражения благодарности.

Вербальные маркеры подкатегории «выражение благодарности» встречаются в 44% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на использование данных маркеров не прослеживается. В рамках данной подкатегории коммуниканты благодарят других коммуникантов за предоставленную информацию и выражение предпочтения, например:

1. Коммуникант № 2: 感谢老师的点评和建议 / «*Спасибо учителю за его совет и комментарии*».

4. Вербальные маркеры прощания.

Вербальные маркеры подкатегории «прощания» встречаются в 6% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на использование вербальных маркеров данной подкатегории не прослеживается.

5. Вербальные маркеры извинения.

Вербальные маркеры подкатегории «извинения» встречаются в 6% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на использование вербальных маркеров данной подкатегории не прослеживается.

Следующей выделенной категорией вербальных маркеров является *информативные вербальные маркеры* – категория маркеров, несущих неимплицитную информацию о коммуниканте.

1. Имя.
2. Возраст.
3. Навыки.
4. Образование.
5. Работа.
6. Цель прихода на передачу.
7. Демонстрация таланта.
8. Преференция.
9. Личные качества.
10. Интересы и увлечения.
11. Опыт.
12. Будущее.
13. Привычка.
14. Семья.
15. Происхождение.

Рассмотрим каждую из данных подкатегорий.

1. Имя.

Вербальные маркеры подкатегории «имя» встречаются в 100% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на актуализацию маркеров данной подкатегории не прослеживается.

2. Возраст.

Вербальные маркеры подкатегории «возраст» встречаются в 81% фрагментов, актуализируется во всех случаях одинаково по схеме «今年我 + цифра + 岁». Эмотивно-оценочная реакция на актуализацию маркеров данной подкатегории не прослеживается.

3. Навыки.

Вербальные маркеры подкатегории «возраст» встречаются в 44% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на актуализацию маркеров данной подкатегории может являться как положительной, так и отрицательной, в зависимости от личных предпочтений коммуникантов. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 7: 我说口音是串是哈尔滨跟大连 / *«Я говорю с акцентом Чуар – это смесь харбинского и даляньского».*

Коммуникант № 25: 男嘉宾, 你好你觉得你有没有口音吗。我觉得你口音挺重? / *«Мужчина-конкурсант, привет, а ты как думаешь, у тебя сильный акцент? Я думаю, что у тебя довольно сильный акцент».*

2. Коммуникант № 11: 我表达情感的方式初中时却文静过头甚至有些内向于是泰拳成为了我的滋味 / *«Когда я учился в средней школе, я мало выражал свои эмоции, был слишком замкнутым, поэтому заинтересовался тайским боксом».*

Коммуникант № 41: 男嘉宾, 你好刚刚看到你的 VCR 你有学泰拳对不对? 哇! / *«Мужчина-конкурсант, привет, я правильно услышала в твоём видео, что ты учился тайскому боксу? Вау!».*

4. Образование.

Подкатегория вербальных маркеров «образование» встречается в 50% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на вербальные маркеры данной подкатегории не прослеживается.

5. Работа.

Вербальные маркеры подкатегории «работа» встречаются в 94% фрагментов. Данная подкатегория вербальных маркеров используется коммуникантами для предоставления информации о своей нынешней работе, её задачах и деталях. Эмотивно-оценочная реакция на использование вербальных маркеров подкатегории «работа» встречается в 13% фрагментов с

актуализацией данной подкатегории. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 12: **低轨卫星**的话就是在距离地面大概几百公里的 / *«Низкоорбитальные спутники находятся на высоте около нескольких сотен километров над землей».*

Коммуникант № 29: 中国航天有好多的命名都挺浪漫的来 / *«У китайских спутников такие романтические названия».*

2. Коммуникант № 6: **我们靠港比较频繁**然后靠港时间长一点就可以去各个港口下地溜达买点东西什么的 / *«Мы часто заходим в порты, а если остаемся там подольше, то можем сойти с корабля и прогуляться, купить что-нибудь».*

Коммуникант № 48: 那也还好 / *«Это отлично».*

6. Цель прихода на передачу.

Подкатегория вербальных маркеров «цель прихода на передачу» встречается в 100% фрагментов. В рамках актуализации вербальных данной подкатегории коммуниканты выдвигают критерии идеального, по их мнению, партнера. Эмотивно-оценочная реакция на использование маркеров данной категории может быть как отрицательной, так и положительной. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 8: **我不希望女生把梦竟成的东西** / *«Я не хочу, чтобы девушка принимала свои выдумки из снов за реальность».*

Коммуникант № 50: 就是有一句话叫日有所思夜有所梦如果你女朋友梦到你就是没有伤情女的照片是不是你没有给足你女朋友安全感呢? / *«Есть такое выражение: «что наяву бредится, то и во сне грезится». Так не твоя ли это вина, что ты не дал своей девушке чувство безопасности, и ей снятся фотографии твоих бывших?».*

2. Коммуникант № 1: **我希望和你一起体验浪漫的剧情** / *«Я надеюсь, что я смогу прожить с тобой сцену как в романтическом кино».*

Коммуникант № 36 (см. Рис. 20): 哇! / «Wai!».



Рисунок 20. Невербальный маркер «Прикрытая улыбка»

7. Демонстрация таланта.

Вербальные маркеры подкатегории «демонстрация таланта» встречаются в 19% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на данную подкатеорию вербальных маркеров является положительной, выражается улыбкой (см. Рис. 21).



Рисунок 21. Невербальный маркер «Улыбка»

8. Преференция.

Актуализация вербальных маркеров подкатегории «преференция» встречается в 69% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на использование вербальных маркеров данной подкатегории контекстуально обусловлена и может быть как отрицательной, так и положительной. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 16: 我还是想坚持一下心动女生 / «Я выбираю ту, что заставляет мое сердце колотиться».

Коммуникант № 39: невербальные маркеры «Отведение взгляда» и «Сжатые губы» (см. Рис. 22).

2. Коммуникант № 13: 那我去的话你会带我吃吗 / «Если я пойду, ты пойдешь со мной?».

Коммуникант № 26 (см. Рис. 23): 可以啊 / «Да».

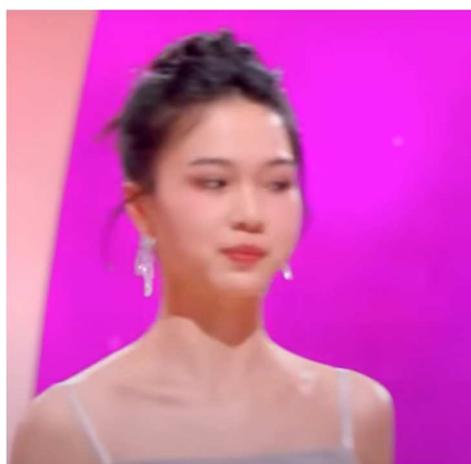


Рисунок 22. Невербальные маркеры «Отведение взгляда» и «Сжатые губы»



Рисунок 23. Невербальный маркер «Улыбка»

9. Личные качества.

Вербальные маркеры подкатегории «личные качества» используются коммуникантами в 81% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на данную подкатегорию не прослеживается.

10. Интересы и увлечения.

Вербальные маркеры подкатегории «интересы и увлечения» встречаются в 69% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на использование маркеров данной подкатегории контекстуально обусловлена и может быть как положительной, так и отрицательной. Так, например, на демонстрацию фотографий (см. Рис. 24), связанных с увлечением коммуниканта, сопровождаемую описанием, следует эмотивно-оценочная реакция:

1. Коммуникант № 33: 我是觉得此处应该有掌声 / «Я думаю, что здесь нужно поаплодировать».



Рисунок 24. «Демонстрация фотографий»

11. Опыт.

Подкатегория вербальных маркеров «опыт» используется коммуникантами в 88% ситуаций самопрезентации для предоставления информации и прошлом опыте. Эмотивно-оценочная реакция на данную подкатегорию не прослеживается.

12. Будущее.

Вербальные маркеры подкатегории «будущее» встречаются в 87% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на данную подкатегорию вербальных маркеров контекстуально обусловлена и может быть как отрицательной, так и положительной. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 8: 如果说你能有一个提前量跟我讲你因为什么事可能会晚到一些我觉得这个我会稍微会能够接受一些 / «Если бы вы мне сказали заранее, что опоздаете, то я бы смог это принять».

Коммуникант № 18: невербальные маркеры «Прищуренные глаза» и «Наклон головы вправо» (см. Рис. 25).



Рисунок 25. Невербальные маркеры «Прищуренные глаза» и «Наклон головы вправо»

2. Коммуникант № 15: 后面有机会可以去 / «Если в будущем выдастся шанс, то можно сходить».

Коммуникант № 22: 好的! / «Отлично!».

13. Привычка.

«Привычка» как подкатегория вербальных маркеров встречается в 31% фрагментов и используется коммуникантами для предоставления информации о привычном укладе вещей в его жизни. Эмотивно-оценочная реакция на данную категорию маркеров не прослеживается.

14. Семья.

Подкатегория вербальных маркеров «семья» встречается в 19% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на данные маркеры является положительной:

1. Коммуникант № 14: *爸爸的这个牙是我二姐修图上去的 / «Папины зубы на этой фотографии ретушировала моя старшая сестра».*

Коммуникант № 39: *看到您本人的性格非常的开朗然后这样照片的氛围感也很好感觉您的家人应该非常好相处! / «Я вижу, что вы очень жизнерадостный, как и атмосфера на этой фотографии. Я чувствую, что вы очень хорошо ладите со своей семьей!».*

15. Происхождение.

Вербальные маркеры подкатегории «происхождение» встречаются в 100% фрагментов. В рамках использования данной подкатегории маркеров коммуниканты предоставляют информацию о месте своего происхождения. Эмотивно-оценочная реакция на использование маркеров данной подкатегории не прослеживается.

В рамках анализа данной категории вербальных маркеров была выявлена общая структура первоначального создания образа себя – первичной информации, которую коммуникант предоставляет в начале акта самопрезентации без запроса информации со стороны участников коммуникативного акта. При выведении общей структуры были учтены порядок подкатегорий в рамках каждого фрагмента и частотность использования подкатегорий относительно абсолютного большинства. Она включает в себя следующие пункты:

1. Имя.
2. Происхождение.
3. Возраст.

Данная структура встречается в 62,49% всех рассмотренных фрагментов. При проведении данного расчета каждая подкатегория была принята за единицу, которая должна находиться на должной порядковой позиции в соответствии с выявленной структурой. При несовпадении порядкового расположения подкатегории во фрагменте с его порядковым расположением в структуре, из общего процента совпадения структуры с фрагментом

вычитывалась величина равная соотношению ценности позиционно несовпадающей подкатегории к общему числу всех подкатегорий структуры.

Последней выделенной категорией вербальных маркеров в рамках данного подпараграфа являются *маркеры активной интеракции* – маркеры, используемые для оказания нацеленного активного воздействия на коммуниканта, его действия и психоэмоциональное состояние. К данной категории мы отнесли следующие вербальные маркеры:

1. Призыв.
2. Совет.
3. Поощрение.
4. Запрос информации.

Рассмотрим каждый из видов вербальных маркеров:

1. Призыв.

Подкатегория вербальных маркеров «призыв» используется коммуникантами для оказания воздействия на действия других коммуникантов. Данная подкатегория встречается в 25% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на использование вербальных маркеров данной подкатегории встречается лишь в одном фрагменте и выражается невербально:

1. Коммуникант № 14: 有女嘉宾想跟我合唱一首歌吗? / *«Есть ли тут девушка, что сплет со мной?»*.

Коммуникант № 44: невербальный маркер «Улыбка» (см. Рис. 26).



Рисунок 26. Невербальный маркер «Улыбка»

2. Совет.

Вербальные маркеры подкатегории «совет» встречаются в 25% фрагментов. В рамках актуализации вербальных маркеров данной подкатегории эмотивно-оценочная реакция может быть как положительной, так и отрицательной, выражается невербально. Приведем примеры негативной и положительной реакций соответственно:

1. Коммуникант № 15: 用最真实的状态去呈现往往可能会遇到更合适的 / «Представь его в воплощенном виде и тогда найдешь самого подходящего».

Коммуникант № 37: невербальные маркеры «Поджатые губы» и «Наклон головы вправо» (см. Рис. 27).

2. Коммуникант № 8: 不要想一些没有用的东西 / «Не думай о бесполезных вещах».

Коммуникант № 25: Невербальные маркеры «Улыбка» и «Зажмуренные глаза» (см. Рис. 28).



Рисунок 27. Невербальные маркеры «Поджатые губы» и «Наклон головы вправо»



Рисунок 28. Невербальные маркеры «Улыбка» и «Зажмуренные глаза»

3. Поощрение.

Подкатегория вербальных маркеров «поощрение» используется коммуникантами для положительного воздействия на психоэмоциональное состояние других коммуникантов, встречается в 6% фрагментов. Эмотивно-

оценочная реакция на использование данной подкатегории маркеров положительна:

1. Коммуникант № 13: 是个小蜜蜂因为花样的美女 / «Это была пчела, потому что девушки похожи на цветы».

Коммуникант № 56: 好可爱! / «Как мило!».

4. Запрос информации.

Вербальные маркеры подкатегории «запрос информации» встречаются в 37% фрагментов. Эмотивно-оценочная реакция на использование данной подкатегории вербальных маркеров встречается единожды и выражается невербально:

1. Коммуникант № 5: 在哪呢? / «Где?».

Коммуникант № 24: невербальный маркер «Смех» (см. Рис. 29).



Рисунок 29. Невербальный маркер «Смех»

В рамках исследования вербальных маркеров в китайском телешоу было выявлено использование заимствованной лексики. В рамках проанализированного материала использовались такие заимствованные лексемы как «DNA», «vlog», «bug», «top one». Процент реплик с использованием заимствованной лексики сравнительно низок – 1,8%.

В рамках исследования был также проведен анализ невербальных маркеров самопрезентации в китайском телешоу. Были выделены следующие категории невербальных маркеров:

1. Маркеры приветствия.
2. Маркеры прощания.
3. Позы и жесты комфорта.
4. Демонстрация таланта.
5. Эмотивные маркеры.
6. Маркеры интеракции.
7. Маркеры благодарности.

Рассмотрим каждую категорию невербальных маркеров:

1. Маркеры приветствия.

Невербальные маркеры приветствия – маркеры, которые используются совместно с вербальными маркерами приветствия или вместо них. В рамках проанализированных фрагментов невербальный маркер приветствия встречаются в 62% от общего количества, актуализируется данная подкатегория такими маркерами, как «махи рукой» или «поклон». Эмотивно-оценочная реакция на данные маркеры не прослеживается. Процент контактности при использовании данного маркера составил 0%.

2. Маркеры прощания.

Невербальные маркеры прощания – маркеры, которые используются совместно с вербальными маркерами прощания или вместо них. В рамках данного подпараграфа невербальные маркеры прощания встречаются в 94% фрагментов. К данной подкатегории были отнесены следующие маркеры: 1) махи рукой; 2) поклон; 3) рукопожатие с поклоном; 4) рукопожатие. Эмотивно-оценочная реакция на данные маркеры не прослеживается. Контактность при использовании данного маркера составила 15%.

3. Позы и жесты комфорта.

Позы и жесты комфорта – невербальные маркеры, которые коммуникант использует для борьбы с волнением. Поскольку коммуникативная ситуация происходит перед камерами, в присутствии людей в съемочном зале, она является высоко-стрессовой. Поэтому позы и жесты комфорта, такие как 1) отведение взгляда от собеседника; 2) объятия себя; 3) сжатые руки в замке;

4) поджимание губ; 5) сжимание рук в кулаки; 6) касание лица; 7) отведение взгляда; 8) облизывание губ; 9) активная жестикуляция; 10) вытягивание губ; являются высоко-актуальными в данной ситуации. Маркеры данной подкатегории встречаются в 75% фрагментов. Данные невербальные маркеры используются в разные моменты говорения, независимо от вербальных маркеров. Эмотивно-оценочная реакция на данные маркеры не прослеживается. Контактность поз и жест комфорта составляет 0%.

4. Демонстрация таланта.

Невербальные маркеры демонстрации таланта – контекстуально обусловленная группа невербальных маркеров, использование которых нацелено на удивление коммуникантов. В рамках настоящего исследования в 47% фрагментов были зафиксированы такие невербальные маркеры демонстрации таланта как 1) игра на гитаре; 2) танец (см. Рис. 30); 3) демонстрация боевых искусств. Эмотивно-оценочная реакция на данные невербальные маркеры выражается в связи с личными предпочтениями коммуникантов, в рамках проанализированных фрагментов эмотивно-оценочная реакция является положительной, например, невербальными маркерами «улыбка» и «аплодисменты» (см. Рис. 31).



Рисунок 30. Невербальный маркер «Танец»



Рисунок 31. Невербальный маркер «Улыбка» и «Аплодисменты»

Контактность подкатегории «демонстрация таланта» составляет 0%.

5. Эмотивные маркеры.

Невербальные эмотивные маркеры появляются в произвольные моменты коммуникативного акта, являются проявлением эмоций коммуниканта. В рамках настоящего исследования в 62% фрагментов были выявлены следующие эмотивные маркеры: 1) улыбка; 2) смех. Эмотивно-оценочная реакция на данную категорию маркеров не прослеживается. Уровень контактности составил 0%

6. Маркеры активной интеракции.

Невербальные маркеры интеракции – это маркеры, используемые при активной интеракции между коммуникантами для физического или психоэмоционального воздействия. В рамках отобранного материала невербальные маркеры интеракции встретились в 44% фрагментов, к данной категории отнесены следующие невербальные маркеры: 1) объятие; 2) поклон; 3) рука на плече; 4) держание за руки. Эмотивно-оценочная реакция на данную категорию маркеров не прослеживается. Уровень контактности данной категории составляет 80%.

7. Маркеры благодарности.

Невербальные маркеры благодарности – маркеры, которые используются для выражения благодарности и могут сопровождать вербальный маркер категории благодарность. В рамках данного подпараграфа было выявлено 19% фрагментов, в которых коммуниканты используют маркеры данной подкатегории, а именно 1) наклон головы (см. Рис. 32); 2) поклон. Эмотивно-оценочная реакция на использование невербальных маркеров данной категории не прослеживается. Уровень контактности составляет 0%.



Рисунок 32. Невербальный маркер «Наклон головы»

Помимо определения уровня контактности каждой отдельной категории невербальных маркеров был определен общий уровень контактности невербальных маркеров – он составляет 13,57%. Данный факт свидетельствует о том, что физический контакт между коммуникантами при самопрезентации возможен, но не приветствуется.

Таким образом, в настоящем исследовании были выделены функционально-тематические категории вербальных (см. Рис. 33) и невербальных маркеров; выявлена общая структура первичной самопрезентации – процент совпадений со структурой составляет 62,49%; выявлена эмотивно-оценочная реакция на каждый вербальный и невербальный маркер – процент маркеров, на которые следует эмотивно-оценочная реакция, составляет 43%; был проведен анализ контактности невербальных маркеров, частотность использования которых составила 13,57%; был проведен анализ использования заимствованной лексики, который показал низкий уровень употребления данной лексики.

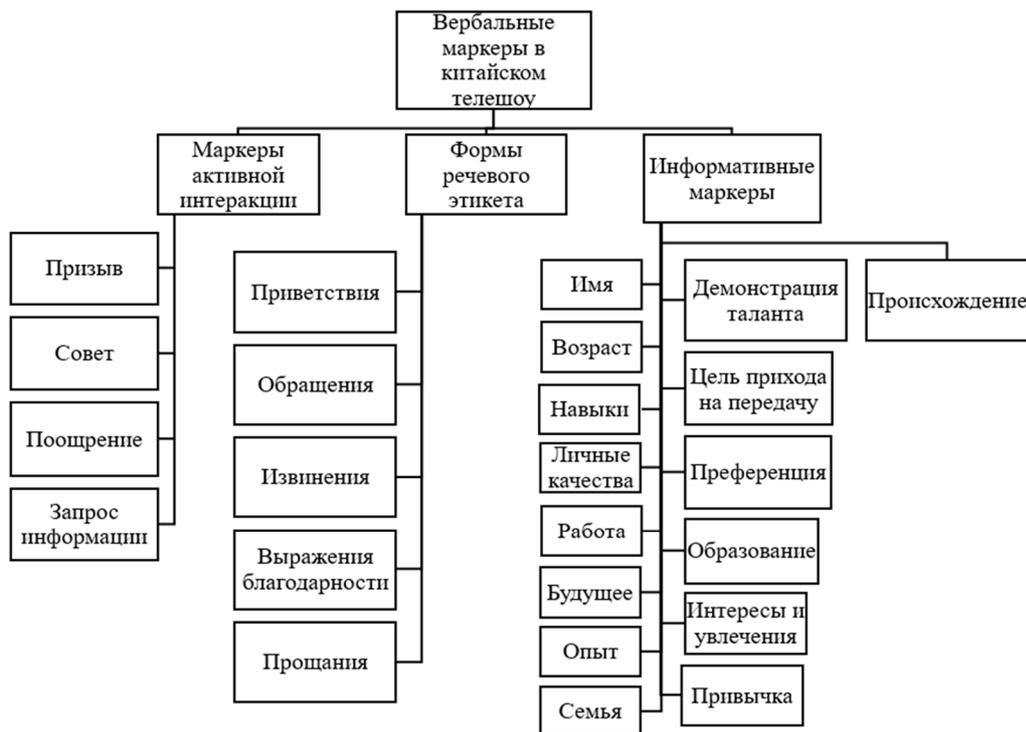


Рисунок 33. Блок-схема «Категоризация вербальных маркеров в китайском телешоу»

2.3.3. Сопоставительный анализ результатов исследования в российском и китайском обществах

В рамках данного подпараграфа мы проведем сопоставительный анализ результатов исследования шоу «Сердца за любовь» и «Если ты один» по критериям:

1. Функционально-тематический состав ситуации самопрезентации.
2. Структура самопрезентации.
3. Частотность использования эмотивно-оценочной реакции.
4. Использование заимствованной лексики.
5. Контактность при использовании невербальных маркеров.

Проведем анализ каждого критерия отдельно:

1. Функционально-тематический состав ситуации самопрезентации.

В рамках настоящего исследования был проведен анализ функционально-тематического состава ситуации самопрезентации российского и китайского телешоу. Анализ показал, что функционально-тематический состав ситуаций самопрезентации в двух обществах отличен. Рассмотрим отличия в составе вербальных и невербальных маркеров.

Несмотря на то, что категории вербальных маркеров в двух обществах совпадают (маркеры активной интеракции, формы речевого этикета, информативные маркеры), состав подкатегорий каждой категории отличается:

В категории вербальных маркеров активной интеракции подкатегории «призыв», «поощрение», «запрос информации» представлены в двух телепередачах. Тем не менее в российском телешоу представлена подкатегория «оскорбление», которая не встречается в «Если ты один». Данная категория используется для негативного психоэмоционального воздействия на коммуникантов, что говорит о том, что в рамках китайского телешоу участники не ставят цели обидеть или задеть своих коммуникантов. В противоположность этому в телешоу «Если ты один» встречается подкатегория «совет», вербальные маркеры которой актуализируются для предоставления информации о надлежащих способах разрешения проблемных ситуаций, выражая благие намерения коммуниканта и формируя положительный образ.

В категории вербальных маркеров «формы речевого этикета» в двух обществах существуют сходства в составе подкатегории – вербальные маркеры приветствия, обращения, благодарности, прощания встречаются в двух обществах. Тем не менее в рамках рассмотренных фрагментов телепередачи «Сердца за любовь» используются вербальные маркеры подкатегории «выражение радости по поводу встречи», которая не была отмечена в рассмотренных фрагментах китайского телешоу. Данная категория используется для формирования положительного образа себя. С другой стороны, в китайском телешоу представлена подкатегория «извинения», которая используется с интенцией корректировки своего образа.

Информативные маркеры широко представлены в двух телепередачах, тем не менее в рамках рассмотренных фрагментов китайского шоу «Если ты один» подкатегории информативных маркеров представлены шире – в программе используются вербальные маркеры подкатегорий «привычка», «семья» и «происхождение». Использование маркеров «семья» и «происхождение» свидетельствует о важности категорий связи с семьей и родиной. Актуализация вербальных маркеров подкатегории «привычка» свидетельствует о важности проинформировать потенциальных партнеров о своем жизненном укладе. Нами была составлена блок-схема сопоставительного анализа функционально-тематического состава самопрезентации (см. Рис. 34), где зеленым цветом отмечены категории, присутствующие в российском шоу, зеленым цветом – категории китайского шоу, категории, которые присутствуют в рамках обоих шоу – желтым цветом.

При анализе категорий невербальных маркеров различий между функционально-тематическим составом замечено не было. Тем не менее была выявлена частотность использования маркеров категории «позы и жесты комфорта» – в рамках российского шоу использование маркеров данной категории составило 32% от всех невербальных маркеров, в китайском – 20%. Это свидетельствует о большей склонности к волнению российских участников шоу в высоко-стрессовой ситуации.

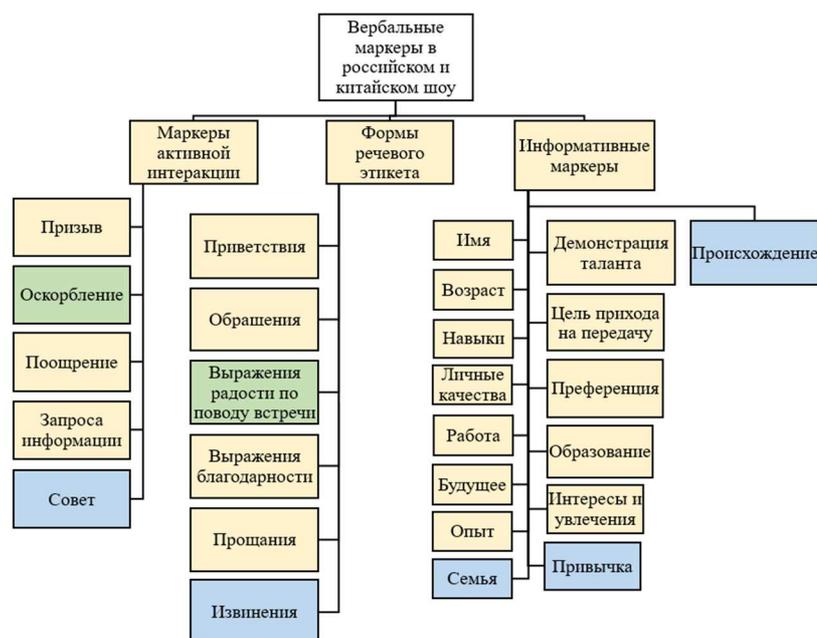


Рисунок 34. Блок-схема «Сравнительный анализ категорий вербальных маркеров российского и китайского шоу»

2. Структура самопрезентации.

При рассмотрении структуры самопрезентации была выявлена общая структура создания первичного образа себя в двух обществах. Приведем таблицу (см. Таб. 1) для сопоставительного анализа данной структуры в двух шоу:

Таблица 1. Сравнение структуры создания первичного образа себя в двух обществах

Российское шоу	Китайское шоу
Имя	Имя
Возраст	Возраст
Работа	-
Интересы и увлечения	-
Цель прихода на передачу	-
-	Происхождение

В структуре создания первичного образа себя в двух обществах имеются отличия, которые свидетельствуют о важности сообщения дополнительной информации. Таким образом, для коммуникантов в российском шоу является важным сообщение сведений о работе, интересах и увлечениях и цели прихода на передачу. Данная структура способствует более быстрому созданию образа

себя, тем не менее, образ может быть не успешным, поскольку эмотивно-оценочная реакция на такие подкатегории как «возраст», «работа» и «цель прихода на передачу» зависит от личных предпочтения участников коммуникативного акта. С другой стороны, в рамках китайского телешоу данные подкатегории также представлены, но в рамках ответов на запрос информации, что уменьшает шансы на создание негативного образа себя.

3. Частотность использования эмотивно-оценочной реакции.

При исследовании двух телепередач был выявлен процент вербальных и невербальных маркеров, оставленных без эмотивно-оценочной реакции. Анализ показал, что в рамках российского шоу процент составил 15%, в то время как в китайском шоу данное явление встретилось в 57% всех маркеров. Это свидетельствует о сдержанности китайцев в рамках проанализированного материала.

4. Использование заимствованной лексики.

В рамках рассмотренных фрагментов двух шоу было отмечено использование заимствованной лексики или иностранных языков для коммуникации. В рамках российского шоу процент реплик с использованием заимствованной лексики составил 2,36%, китайском – 1,8%. Процент использования заимствованной лексики сравнительно низок, что не позволяет говорить о вестернизации вербального общения.

5. Контактность при использовании невербальных маркеров.

При анализе невербальных маркеров двух шоу знакомств был выявлен процент контактности при актуализации различных категорий невербальных маркеров. Общий процент контактности в рамках «Сердец за любовь» составил 18,57%, в «Если ты один» – 13,57%. Данный факт свидетельствует о том, что между двумя обществами есть сходство в отношении приемлемости соприкосновений при актуализации невербальных маркеров. В обоих обществах это не является неприемлемым, но излишняя тактильность не приветствуется.

Таким образом, в результате проведенного анализа было выявлено, что самопрезентация в российских и китайских телешоу «Сердца за любовь» и 非诚勿扰 «Если ты один» имеет как сходства, так и различия. В обоих шоу используются схожие категории вербальных и невербальных маркеров, однако их подкатегории отражают культурные особенности каждого общества. Российские участники более склонны к использованию негативных вербальных маркеров и контактных невербальных маркеров, тогда как китайские участники проявляют большую сдержанность и акцентируют внимание на позитивных аспектах и семейных ценностях. Частота использования заимствованной лексики в обоих шоу остается низкой, что свидетельствует о незначительном влиянии вестернизации на вербальное общение участников. Общая структура самопрезентации в обоих шоу подчеркивает важность передачи личной информации, хотя подходы к ее представлению различаются, что способствует созданию разных первичных образов себя у участников.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В рамках второй главы настоящего исследования были рассмотрены особенности медиадискурса и его жанровой составляющей, к которой относится шоу знакомств – ток-шоу.

При анализе выделены особенности использования вербальных и невербальных маркеров в двух шоу по пяти критериям: 1) функционально-тематический состав ситуации самопрезентации; 2) структура самопрезентации; 3) частотность использования эмотивно-оценочной реакции; 4) использование заимствованной лексики; 5) контактность при использовании невербальных маркеров. В рамках каждого шоу были выделены функционально-тематические категории вербальных и невербальных маркеров – в рамках каждого шоу были выделены три категории вербальных маркеров (формы речевого этикета, маркеры активной интеракции, информативные маркеры) и различное количество невербальных маркеров.

В рамках анализа вербальных маркеров каждого шоу была определена структура первичной самопрезентации: 1) в российском шоу данная структура состоит из пяти подкатегорий информативных вербальных маркеров (имя, возраст, работа, интересы и увлечения, цель прихода на передачу); 2) в китайском шоу данная структура состоит из трех подкатегорий информативных вербальных маркеров (имя, возраст, происхождение).

При анализе невербальных маркеров был выявлен процент использования категории «позы и жесты комфорта» – 32% в российском шоу и 20% в китайском шоу. Также нами был определен процент контактности невербальных маркеров (18,57% и 13,57%), реплик без ответной эмотивно-оценочной реакции (15% и 57%) и использования заимствованной лексики (2,36% и 1,8%) в российской и китайской телепередачах соответственно.

При сравнительном анализе двух телепередач были выявлены как различия, так и сходства по всем обозначенным критериям. Подкатегории

вербальных маркеров, актуализируемые участниками российского шоу, свидетельствуют о том, что участники имеют склонность к негативному психоэмоциональному воздействию на коммуникантов, в то время как участники китайского шоу проявляют сдержанность и отдают предпочтение актуализации вербальных маркеров, связанных с традиционными ценностями и семьей. Сравнение использования участниками заимствованной лексики показало сравнительно низкий уровень использования данной лексики в рамках обоих шоу, что свидетельствует о низкой тенденции двух обществ к вестернизации. При рассмотрении двух структур создания первичного образа себя в двух обществах было выявлено, что в российском обществе предпочтение отдается предоставлению большего количества информации для ускорения создания своего образа, в то время как в рамках китайского общества участники предоставляют информацию по запросу других коммуникантов.

Сопоставительный анализ невербальных маркеров показал, что уровень контактности в двух обществах не превышает 20%, что говорит о приемлемости, но не предпочтении тактильного невербального общения в двух обществах. При структурном анализе невербальных маркеров было выявлено значительное отличие в использовании маркеров категории «позы и жесты комфорта» – процент использования маркеров данной категории в российском обществе превысил четверть от количества всех актуализированных невербальных маркеров, в то время как в китайском сообществе он составил 20%. Данный факт свидетельствует о том, что участники российского шоу «Сердца за любовь» испытывают больший стресс, чем китайские коммуниканты, и актуализируют маркеры данной категории, пытаясь справиться с эмоциональным напряжением.

При сравнительном анализе проявления эмотивно-оценочных реакций была выявлена разница в 42% между двумя обществами – российские коммуниканты проявляют свои эмоции значительно больше, что свидетельствует о сдержанности китайских коммуникантов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках настоящего исследования мы рассмотрели различные трактовки терминов, используемых в данной работе: самопрезентация и оценка. Рассмотрев основные теоретические положения, используемые в рамках настоящего исследования, мы обратили внимание на тенденцию к мультимодальному исследованию речи и в рамках данного типа исследования определили термины вербального и невербального маркера.

Материалом для настоящего исследования мы выбрали два шоу знакомств, являющихся жанровым элементом медиадискурса – российское шоу «Сердца за любовь» и китайское шоу 非诚勿扰 «Если ты один».

В рамках подготовки к анализу материала была сформирована гипотеза о различии особенностей актуализации вербальных и невербальных маркеров самопрезентации в двух обществах по пяти критериям – функционально-тематический состав ситуации самопрезентации; структура самопрезентации; частотность использования эмотивно-оценочной реакции; использование заимствованной лексики; контактность при использовании невербальных маркеров.

Для проведения анализа была проведена аннотация материала и скомпилирована таблица вербальных и невербальных маркеров, эмотивно-оценочных реакций, проявляющихся в двух шоу. В последствии аннотированный материал был системно проанализирован с использованием лексико-семантического, контекстуального и мультимодального анализа.

В результате были выделены особенности использования вербальных и невербальных маркеров, а также эмотивно-оценочных реакций в рамках двух шоу в связи с пятью выделенными критериями.

В российском обществе были выявлены категории, используемых вербальных и невербальных маркеров, которые имеют отличия от категорий, используемых китайскими коммуникантами. В рамках российского телешоу

была выявлена тенденция к использованию вербальных маркеров негативного психоэмоционального воздействия на коммуникантов, в то время как участники шоу 非诚勿扰 «Если ты один» используют вербальные маркеры, предоставляющие информацию о традиционных ценностях, связи с родиной и семьей.

При анализе структуры невербальных маркеров были выявлены сходства в использовании различных категорий невербальных маркеров, тем не менее была выявлена тенденция в российском обществе к использованию категории «позы и жесты комфорта» для снижения уровня волнения – процент использования маркеров данной категории в российском обществе значительно превалирует.

Выделенная структура первичного создания образа себя в двух обществах также отлична: в российском обществе прослеживается тенденция к использованию большего количества подкатегорий информативных маркеров с целью быстрого создания своего образа. С другой стороны, в китайском обществе актуализируются схожие подкатегории вербальных информативных маркеров, но лишь после запроса информации со стороны другого коммуниканта.

В рамках анализа частотности использования эмотивно-оценочных реакций была выявлена тенденция коммуникантов из китайского общества к слабому проявлению эмоций, в то время как при рассмотрении российского шоу было выявлено, что более половины реплик коммуникантов получают эмотивный ответ.

При изучении использования заимствованной лексики был выявлен сравнительно низкий процент использования данной лексики в двух обществах, что не позволяет говорить о вестернизации ни в одном из обществ.

Также, при изучении невербальных маркеров, был вычислен процент контактности данных маркеров – в рамках двух обществ процент значительно

не отличается и не превышает 20%, что свидетельствует о приемлемости проявления тактильности коммуникантов.

Проведенный анализ открывает широкие перспективы дальнейшего исследования. Во-первых, планируется проведение гендерного анализа особенностей актуализации вербальных и невербальных маркеров самопрезентации в рамках двух обществ. Во-вторых, нам кажется интересным подробно рассмотреть фонетический и просодический аспект ситуации самопрезентации. В-третьих, мы планируем расширить выборку видеофрагментов и определить общий алгоритм самопрезентации в двух обществах по критерию успешности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Албычаков С.И., Ткаченко А.В. Невербальные коммуникации // МНИЖ. 2013. № 11-2 (18). С. 18–19.
2. Аристотель. Соч. в 4 т. М.: Мысль, 1984. Т.4. С. 53–294.
3. Арутюнова Н.Д. Оценка в механизмах жизни и языка // Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 130–272.
4. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие Факт. М.: Наука, 1988. 336 с.
5. Ахмадеева Е.В., Башкатов С.А. Стратегии и тактики самопредъявления как факторы межличностного взаимодействия // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2022. №1. С. 134–145.
6. Белова Л.В. Вербальные маркеры высказываний, содержащих угрозу, в англоязычном интернет-дискурсе (на примере социальной сети twitter) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. № 6. С. 1818–1822.
7. Варламова О.Н. Вербальные и невербальные маркеры игровой агрессии в общении матери с ребенком // Вестник ВГУ. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2017. № 1. С. 78–81.
8. Васюра С.А. Самопрезентация в общении: аспекты визуальной самоподачи образа я // Вестник Челябинского государственного университета. Образование и здравоохранение. 2023. № 4 (24). С. 46–55.
9. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. Лингвистическое наследие XX века. М.: URSS, 2002. 228 с.
10. Горелов И.Н. Избранные труды по психолингвистике. М.: Лабиринт, 2003. 320 с.
11. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 112 с.

12. Горностаева Ю.А. Опыт выявления вербальных маркеров психологических и когнитивных процессов в лингвистике: к истории вопроса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 8-1 (86). С. 91–94.
13. Горностаева Ю.А., Колесникова Ю.С. Мульти模альные маркеры переживания гендерного неравенства в устном испаноязычном дискурсе // Вестник ВГУ. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. № 1. С. 71–85.
14. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни // М. Канон-пресс-ц, 2000. 302 с.
15. Гуцал Е.А. Реалити-шоу: некоторые аспекты типологии // Вестник уральского государственного университета. 2008. № 58. С. 179–184.
16. Дини И.А., Решетняк Д.А., Дроздова Е.А. Вербальные маркеры угрозы в публичных высказываниях англоязычного сегмента социальной сети твиттер // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. № 6. С. 1795–1800.
17. Дискурс // Арутюнова Н.Д., лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. 2023. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/136g.html> (дата обращения 26.04.2023).
18. Емельянова О.Н. Стилистическая составляющая лексикографического описания // Вестник Красноярского государственного университета. Сер.: «Гуманитарные науки». 2002. № 2. С. 139-140.
19. Желтухина М.Р. Медиадискурс // Дискурс-пи. 2016. № 3–4 (24–25). С. 292–296.
20. Загидуллина М.В. Мульти模альность: к вопросу о терминологической определенности // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 1 (31). С. 181–188.
21. Ильина Н.В. Структура и функционирование оценочных конструкций в современном английском языке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. М., 1984. 199 с.

22. Исолахти Н.Б., Михайлов М.Н., Зеленин А.В. Невербальная точность устного перевода: трансформации невербальных эмотивных маркеров в процессе последовательного перевода // Вестник Московского университета. Сер.: 22. Теория перевода. 2016. №1. С. 19–41.
23. Кошелева Ю.П. Возможности самопредъявления пользователей интернета. Актуальные проблемы психологического знания. 2011. № 2. С. 71–80.
24. Кресс Г. Социальная семиотика и вызовы мультимодальности // Полит. наука. 2016. № 3. С. 77–100.
25. Лабунская В.А. Бытие субъекта: самопрезентация и отношение к внешнему Я // Субъект, личность и психология человеческого бытия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 235–258.
26. Маликова А.В. Невербальные маркеры эмоций для сентимент-анализа русскоязычных интернет-текстов // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Сер.: Гуманитарные и социальные науки. 2020. № 4. С. 97–107.
27. Медведев А.А., Лаптев А.А. Алгоритм выявления невербальных маркеров поведения человека на видео // Научный результат. Информационные технологии. 2022. № 2. С. 58–64.
28. Огнева Е.А., Трофимова Н.А. Маркеры невербального кода как компоненты дискурсивного информативного кода (на материале газеты the new york times) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. № 1. С. 296–300.
29. Пикулева О.А. Теоретические подходы к пониманию самопрезентации личности через призму осознанности-неосознанности процесса // Психологи. Журнал Высшей школы экономики. 2013. Т. 10. № 4. С. 158–172.
30. Привет // Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс]. 2024. URL: <https://clck.ru/3AoXcr> (дата обращения 23.05.2024).

31. Раскин В.Н. Самопрезентация: определение понятия и его наглядное представление в тренинге самопрезентации // Учёные записки Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы. 2013. № 2 (20). С. 16–20.
32. Рахматуллина А.Н. Фонетические и невербальные маркеры эксцентричности как типа речевого поведения (на материале британского кинодискурса) // Преподаватель XXI век. 2012. № 2. С. 342–346.
33. Речевой этикет // Лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс] 2023. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/413a.html> (дата обращения 01.05.2023).
34. Розина И.П. Особенности использования невербальных маркеров в акте прерывания коммуникации // Вестник ВГУ. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2018. №2.С. 34–37.
35. Самопрезентация // Энциклопедический словарь по психологии и педагогике [Электронный ресурс]. 2013. URL: <https://clck.ru/3AoQod> (дата обращения 23.05.2024).
36. Скуртова Л.И., Федорова Е.В. Основные подходы к интерпретации понятия «имидж». Типология имиджа // International journal of Professional Science. 2020. № 7. С. 29–37.
37. Славкина И.А., Шмульская Л.С., Мамаева С.В., Веккессер М.В. Вербальные маркеры региональной идентичности (на материале современных чоконимов) // СИСП. 2016. № 3-2 (27). С. 227–243.
38. Слюсарева А.Э. Самопрезентация подростков в социальных сетях // Интерактивная наука. 2019. № 12 (46). С. 1–7.
39. Хидекель С.С., Кошель Г.Г. Природа и характер языковых оценок // Лексические и грамматические компоненты в семантике языкового знака. Воронеж: изд-во Воронеж. ун-та, 1983. С. 11–16.
40. Хлыстова В.Г. Кинема как основная единица кинесики (на материале английского и русского языков) // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2008. № 10. С. 256–259.

41. Холодионова С.И. Категория эмоциональности в структуре слова: дифференциация понятий «эмоциональность», «оценочность», «экспрессивность», «эмотивность» в русском языке // Гуманитарные и социальные науки. 2020. № 1. С. 170–177.
42. Чанышева З.З. Невербальные маркеры поведения в конфликтной ситуации (на материале драматургического дискурса) // Вестник ЧелГУ. 2012. № 21 (275). С. 132–136.
43. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2010. 592 с.
44. Щеникова Е.В. Вербальные маркеры антропоморфизма в интернет-дискурсе // Вестник ННГУ. 2020. № 6. С. 191–199.
45. Ю Е.Д. Языковая репрезентация жестов рук и тактильной коммуникации в литературном невербальном дискурсе (на материале испанского языка) // Вестник ИрГТУ. 2012. № 10 (69). С. 386–390.
46. 印象管理 // БКРС [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://clck.ru/34aSxc> (дата обращения 16.11.2022).
47. Adami E. Multimodality // Oxford handbook of language and society / London: Oxford University Press, 2016. P. 451–472.
48. Ayer A.J. Language, truth and logic // London: V. Gollancz. 1936. P. 118–120.
49. Bolino M., Long D., Turnley W. Impression management in organizations: critical questions, answers, and areas for future research // Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav. 2016. 3. P. 377–406.
50. Carron A.V., Prapavessis H. Self-Presentation and Group Influence // Small Group Research, 28 (4). 1997. P. 500–516.
51. Gibbs J.L., Ellison N.B., Heino R.D. Self-Presentation in Online Personals: The Role of Anticipated Future Interaction, Self-Disclosure, and Perceived Success in Internet Dating // Communication Research. 2006. 33 (2). P. 152–177.

52. Grice H.P. Logic and conversation // Syntax and semantics», v. 3, ed. by P. Cole and J.L. Morgan, N. Y / Academic Press, 1975. P. 41–58.
53. Hjetland G.J., Finserås T.R., Sivertsen B., Colman I., Hella R.T., Skogen J.C. Focus on Self-Presentation on Social Media across Sociodemographic Variables, Lifestyles, and Personalities: A Cross-Sectional Study // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2022. 19, 11133. P. 1–21.
54. Leary M., Kowalski R. Impression management: a literature review and two-component model // Psychology Bulletin. 1990. Vol. 107. P. 34–35.
55. Reber A. The penguin dictionary of psychology // Penguin books, 2001. P. 412.
56. Schlenker B.R. Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations // Monterey, CA: Brooks, Cole. 1980. 344 p.
57. Tong S.T., Corriero E.F., Wibowo K.A., Makki T.W., Slatcher R.B. Self-presentation and impressions of personality through text-based online dating profiles: A lens model analysis // New Media & Society. 2020. 22(5). P. 875–895.
58. Tyler, James M., and Katherine E.A. Self-Presentation and Social Influence: Evidence for an Automatic Process // The Oxford Handbook of Social Influence / ed. by Stephen G.H., Kipling D.W., and Jerry B., Oxford: Oxford Academic, 2017. P. 219–236.
59. 曾嘉慧。社交网络上自我呈现中的冲突与救赎，浅析微博小号出现的动因。 南宁理工学院：新楚文化，2024。 76–78 页。 [Цэн Цзяхуэй. Конфликт и искупление в самопрезентации в социальных сетях – краткий анализ мотивов появления аккаунтов Weibo].
60. 黄文艺, 陈功。媒介构建现实：虚拟现实中自我呈现的类型与影响。 湖南科技大学人文学院：东南传播, 2024。 70–73 页。 [Хуан Вэньи, Чэнь Гун. Медиа конструирует реальность: виды и эффекты самопрезентации в виртуальной реальности].
61. 王海忠, 范孝雯, 欧阳建颖。消费者自我构念、独特性需求与品牌标识形状偏好。 广州：心理学报, 2017。 1113–1124 页。 [Ван Хайчжун,

Фань Сяовэнь, Оуян Цзяньин. Самопредъявление потребителя, потребности в уникальности и предпочтение формы логотипа бренда].

62. 夏梦莹。内部控制对企业印象管理研究。湖北工业大学：中国乡镇企业会计, 2024。 154–156 页。 [Ся Мэнъин. Исследование влияния внутреннего контроля на управление корпоративным имиджем].

63. 夏梦莹。企业会计稳健性与社会责任报告印象管理。湖北工业大学：科技管理研究, 2023。 265 页。 [Ся Мэнъин. Управление впечатлением от отчета о корпоративном учете, консерватизме и социальной ответственности].

64. 夏智超, 杨璟熾, 苏丹。上市企业澄清公告印象管理效果研究, 以桃李面包为例。云南民族大学管理学院(会计学院)：上海商业, 2023。 94–96 页。 [Ся Чжичао, Ян Цзинъянь, Су Дань. Исследование влияния разъясняющих объявлений листинговых компаний на управление впечатлением – на примере персикового и сливового хлеба].

65. 姚敬琦。控制“可见”与创建边界：微博用户自我呈现行为的衍变。南宁师范大学：新媒体研究, 2022。 36–40 页。 [Яо Цзинци. Контроль «видимости» и создание границ: эволюция самопрезентационного поведения пользователей Weibo].

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Вербальные маркеры в российском обществе

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
Сергей	Имя
24 года	Возраст
В совершенстве владеет английским	Навыки
Восходящая звезда с финансовым образованием	Образование
Актер, гитарист и вокалист. Гастролирует в составе группы	Работа
Нуждается в музе, желательно блондинке, которая разделит с ним все тяготы звездной жизни	Цель прихода на передачу
Привет	Приветствие
И так песня, все наверняка слышали Битлз. Давайте попробуем в моем исполнении «поёт»	Демонстрация таланта
Спасибо, спасибо большое	Благодарность
Спасибо вам большое	Благодарность
Пока	Прощание
Борис	Имя
22 года	Возраст
Администратор ночного клуба	Работа
Навыки боксера ни раз выручали его в сложных ситуациях	Навыки
Идеала девушки нет, но точно знает, чего хочет от отношений	Цель прихода на передачу
Здравствуйтесь, девушки-красотки	Приветствие
Меня выбрали две девушки, я хочу поцеловать руку... та, которая мне милее	Преференция
Боксер, а чем я плох?	Запрос информации
Ну ты просто так реагируешь, потому что я выбрал не тебя и поцеловал руку не тебе. Девочки всегда так, говорят, поверь	Оскорбление
Слава богу, спасибо тебе	Благодарность
Иди ко мне	Призыв
Пётр	Имя
20 лет	Возраст
Человек, с которым никогда не бывает скучно	Личные качества
Когда вооружён, то очень опасен	Навыки
Умеет шокировать и устраивать розыгрыши	Навыки
Видит с собой рядом бойкую, сногсшибательную девчонку без комплексов	Цель прихода на передачу

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
Коротко о себе. Я спортсмен профессиональный. КМС по плаванию. Люблю заниматься экстремальными видами спорта. Парашютный спорт, прыжки в с тарзанки. Самое главное, я темпераментный парень. Я сравню себя с перцем. Я такой же яркий и такой же острый. Я хочу преподнести вам этот подарок, чтобы, когда вы его ели, вы думали обо мне	Интересы и увлечения
Ты умничка, ты сделала правильный выбор.	Поощрение
Прощайте, счастливо вам оставаться, девочки.	Прощание
Николай.	Имя
22 года.	Возраст
Настоящий уникам.	Личные качества
Получает третье высшее образование.	Образование
Способен поразить любую девушку.	Навыки
Увлекается танцами, капоэйра и прекрасно готовит.	Интересы и увлечения
Обожает умных девушек.	Цель прихода на передачу
Во мне есть все, что вам каждый нужно. Поверьте мне. Сейчас я вам продемонстрирую первое. Второе, это непосредственно мой интеллект. Моя харизма. И чувство юмора.	Личные качества
А кто из вас спортом занимается?	Запрос информации
Спасибо.	Благодарность
Григорий.	Имя
27 лет.	Возраст
Занимается боевыми единоборствами.	Интересы и увлечения
Чемпион Балтийского флота по гиревому спорту.	Интересы и увлечения
Объехал всю Азию на мото-байке.	Опыт
Хочет встретить темпераментную, единственную и неповторимую девушку.	Цель прихода на передачу
Сам я чемпион Балтийского флота по гилям. Но то, как гирь не оказалось сейчас, я взял две банки из-под кулера. Я сейчас вам продемонстрирую кое-что. Ведь настоящего мужчину красят не слова, а поступки. Так как у вас пятеро, каждой отдельный жим.	Демонстрация таланта
Спасибо	Благодарность
Готово, можно даже подкинуть	Демонстрация таланта
Борьба смотрю накаляется	Поощрение
Жизненная цель? Глобальная? Объехать весь мир и покорить космос.	Будущее

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
Дорогие мои, я сделал свой выбор. И я беру обеих.	Преференция
Я взял самую лучшую.	Поощрение
Ниджат.	Имя
20 лет.	Возраст
Считает себя очень интересным, самодостаточным человеком.	Личные качества
Никогда не бросает слов на ветер.	Личные качества
Занимается тайским боксом.	Интересы и увлечения
В девушке его возбуждают ум и нежность.	Цель прихода на передачу
Кто я, что я? Только лишь мечтатель, синь очей, утратившие во мгле. Эту жизнь прожил я, словно кстати, заодно с другими на земле. И с тобой целуюсь по привычке, потому что многих целовал. И как будто зажигая спички, говорю любовные слова. И тебя любил я только кстати заодно с другими на земле.	Демонстрация таланта
Ну не оценили вы меня, ну и ладно, я найду еще свою любовь.	Будущее
Алексей.	Имя
26 лет.	Возраст
Турист приехал автостопом в Москву и уже в столице сделал себе карьеру каскадера.	Работа
Любит драйв, скорость и импровизацию.	Интересы и увлечения
В девушки ему важны сексуальность и энергетика.	Цель прихода на передачу
Вкратце о себе. Меня зовут Алексей. Мне 26 лет. В жизни занимаюсь двумя вещами – это массаж. Расслабляющий и эротический.	Имя, возраст, работа
Кроме этого, я снимаюсь в кино. Работаю как каскадер. Вкратце покажу, что можно сделать.	Работа
Я слышал, что есть такая небольшая не поговорка, а фраза: «Девушки любят тех, кто умеет танцевать. Какой человек в танце такой он в жизни и в личной жизни». Я правильно понимаю?	Запрос информации
Девушка, поднимите свою яркую попку и пройдемте со мной.	Призыв
Это не вопрос, это утверждение. Вы мне понравились	Преференция
Девочки, чего зависли? Похлопали немножко. А ты можешь похлопать по мне руками.	Призыв
Давай, давай, давай.	Призыв
Какие вы бестыжие.	Оскорбление

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
Анастасия.	Имя
19 лет.	Возраст
Блогер.	Работа
Была моделью, пока не поправилась.	Опыт
Обожает танцевать.	Увлечения
Умеет делать колесо.	Навыки
Всю жизнь прожила с животными.	Опыт
Привет! Да, конечно.	Приветствие
Я думала, что вам всем, а там по ситуации, когда повернусь, уже выберу. Ну давай тебе.	Преференция
Два миллиона.	Работа
Лайфстайл, скетчи. Я умею делать колесо, занималась долго танцами.	Навыки
Но я сделаю кое-что получше.	Демонстрация таланта
Ну ладно, ребят, был приятно с вами познакомиться. Наверное, невелика потеря надеюсь. Пока.	Прощание
Ксюша.	Имя
19 лет.	Возраст
Блоггер.	Работа
6 лет занималась танцами.	Интересы и увлечения
Хочет завести корги.	Будущее
Нет, я не Настя	Имя
Почему не похожи?	Запрос информации
Мы не можем определиться, Ксюша, ты за кого. А я за него, а я за тебя, поэтому мы решили то, что... Что мы просто скинемся на ЦУЕФА, потому что нам нужен один парень.	Преференция
Алена.	Имя
30 лет	Возраст
Занимается фотографией и визажем.	Интересы и увлечения
Имеет высшее образование юриста.	Образование
Но посвятила жизнь творчеству.	Интересы и увлечения
Пишет стихи, играет в диджей-сеты и увлекается танцами.	Интересы и увлечения
Свободное время отжигает и зажигает.	Интересы и увлечения
Ищет такого же огненного парня, чтобы разжечь пламя любви.	Цель прихода на передачу
Вы любите языки иностранные?	Запрос информации
Я думала, кто-то поддержит меня битбоксом и я зачитаю на испанском языке отрывок.	Демонстрация таланта
«Песня на испанском»	Демонстрация таланта
Алина	Имя

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
26 лет	Возраст
Блогер	Работа
Танцует, рисует и занимается спортом	Интересы и увлечения
Способна простоять в планке 7 минут.	Навыки
Играла в театре и кино	Опыт
Утопила чужую машину и ничего за это не получила.	Опыт
У нее нет друзей, дружит только с парнями.	Опыт
Приветтики.	Приветствие
Вольтсваген Б5-ый. Но я не разбила, я утопила. Да, было дело. Мне тогда было 17.	Опыт
Ну ничего, я заплачу. Это не потому, что я много зарабатываю, потому что я умею рассчитывать деньги.	Будущее
Сбежал бы? Так я ж дружу с парнями	Запрос информации
Да дофига. Много талантов.	Демонстрация талантов
Ну, в основном творческие, конечно. Ну, что тебе интересует, например? Например, я умею читать по диагонали. Умеешь?	Умения
А я умею	Умения
По диагонали тела?	Запрос информации
Ну это тоже талант.	Поощрение
А ты как языком? Вот так? Или проводишь?	Запрос информации
Покажи мне прямо сейчас. Я тебе покажу, где у меня родинки, а ты проведешь. Ну, хочешь там все считай. Отсюда до сюда.	Призыв
Я не настолько с тобой знакома.	Оскорбление
Ничего личного. А дружить со мной будешь?	Запрос информации
Так интересно, да. У нас мало было вопросов друг к другу пока что.	Преференция
Я подумаю над твоим предложением.	Будущее
Меня зовут Марина	Имя
Я блогер	Работа
Но по образованию медсестра	Образование
Так что и полечить могу и видосик заснять прикольный	Умения
Я танцую.	Умения
Я согласна танцевать только если ты будешь стоять рядом. Давай. Чтобы мне было спокойнее.	Призыв
Я достаточно уверена в себе.	Личные качества
Теперь скажу я. Знак зодиака назовите свой.	Запрос информации
Я выбираю его	Преференция
Анна	Имя
25 лет	Возраст

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
Стюардесса	Работа
Любит футбол и увлекается психологией.	Интересы и увлечения
Хотела бы переехать жить в Испанию. Обожает Мадрид.	Будущее
Может предсказать будущее с помощью карт 2.	Навыки
Нравится целеустремленный парень с чувством юмора, спортивного телосложения, с красивой улыбкой и татуировками.	Цель прихода на передачу
Меня зовут Аня.	Имя
Как вы уже слышали, я работаю стюардессой.	Работа
Недавно начала заниматься вокалом.	Интересы и увлечения
Своих треков нет. Я буквально пару месяцев занимаюсь. Это вот прям такая начальная стадия, начальный уровень. Занимаюсь английским языком. Путешествую. Была уже в десяти странах мира. И стараюсь продолжать.	Интересы и увлечения, опыт
А кто из вас вообще любит футбол?	Запрос информации
Так, и теперь что мне нужно сделать? Выбрать кого-то из вас?	Запрос информации
А сколько вам лет?	Запрос информации
Я выбираю Богдана.	Преференция
Полина	Имя
17 лет	Возраст
Увлекается плаванием и танцами.	Интересы и увлечения
Мечтает о короне, которая прилагается к титулу мисс-вселенная.	Будущее
Верит в любовь и мир во всем мире.	Личные качества
Любит веселых парней с добрым сердцем.	Цель прихода на передачу
Всем привет. Меня зовут Полина. Мне 17 лет, я еще учусь в школе.	Приветствие, имя, возраст, образование
Я учусь в 10 классе.	Образование
Я плавала раньше брасом. У меня третий разряд.	Опыт
Слушай, ты мне тоже не очень понравился. Я могу пообщаться с другими ребятами.	Преференция
Вообще я занимаюсь самбо, а сейчас...	Интересы и увлечения
Это не танец, это борьба.	Интересы и увлечения
Это борьба. Самооборона без оружия.	Интересы и увлечения
Ты такой смелый?	Запрос информации
Пойдем.	Призыв
Мне кажется, достаточно. Можно просто пообщаться.	Призыв
Ребят, вы оба очень классные. Некоторых из вас я до этого видела, знакома. Но я не могу принять решение. Я не выберу никого из вас. Пока.	Преференция, прощание

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
Даниэла.	Имя
23 года.	Возраст
Модель.	Работа
С двумя высшими образованиями.	Образование
Свободно владеет пятью языками.	Навыки
Отлично разбирается. В современном искусстве. Готовит лучший в мире борщ.	Навыки
В парнях ценит чувство юмора, честность и щедрость.	Цель прихода на передачу
Bonjour, mes chers amis, je m'appelle Daniel et je suis la plus belle et la plus intelligente fille. Может быть из вас кто-нибудь знает французский, сможет перевести?	Демонстрация таланта, запрос информации
Я знаю английский, немецкий, но немецкий на базовом таком уровне. Украинский, русский, свободно. Сейчас учу греческий.	Навыки
В будущем хочу стать. Переводчиком-международником. У меня два высших. В этом году получаю два диплома. Так что бьем стереотипы, красивые, умные все-таки существуют, мне кажется. Как вы думаете?	Будущее, запрос информации
Немецкий, греческий.	Навыки
Я с тобой не хочу разговаривать.	Преференция
Да, я бы с удовольствием пошла с тобой на свидание тоже.	Преференция
Пока-пока	Прощание
Анастасия	Имя
19 лет	Возраст
Будущий военный врач	Будущее
Занимается боевыми искусствами	Интересы и увлечения
Финалистка конкурса МИСС Россия. Готовится представить Россию на конкурсе «Мисс Европа».	Опыт
Обожает фильмы Никиты Михалкова	Интересы и увлечения
Мечтает встретить верного, искреннего и доброго парня	Цель прихода на передачу
Привет, мальчики.	Приветствие
Меня зовут Настя.	Имя
Спасибо. Мне очень приятно.	Благодарность
Потому что хочу нести добро людям.	Личные качества
Верного, искреннего. Я ищу человека по себе.	Цель прихода на передачу, личные качества
Конечно. Я умею любить и хочу найти своего единственного человека.	Умения, цель прихода на передачу

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
Мальчики, на что вы готовы ради любви? Только честно.	Запрос информации
А что для тебя самое дорогое в мире?	Запрос информации
Мальчики, вы все очень замечательные. Но я не вижу в вас своего единственного человека. Поэтому я не выберу никого.	Преференция
Удачи.	Прощание
Эвелина	Имя
19 лет.	Возраст
Студентка театрального вуза.	Образование
Пишет стихи.	Интересы
С детства занимается танцами.	Интересы
Обожает русскую классическую литературу. Особенно рассказы Чехова.	Интересы
Любит мороженое, шоколад и парней, с которыми никогда не бывает скучно.	Цель
Я выбираю Алекса, ты сводишь меня на свидание?	Преференция

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

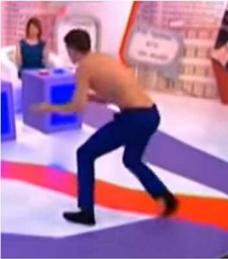
Невербальные маркеры в российском обществе

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Махи рукой от себя	Позы и жесты комфорта
	Рука положена на сердце	Благодарность
	Руки заведены за спину	Позы и жесты комфорта
	Поджимание губ	Позы и жесты комфорта
	Поклон	Благодарность
	Поцелуй руки	Интеракции
	Наклон корпуса вперед	Позы и жесты комфорта

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Поза «Супермен»	Позы и жесты комфорта
	Разведение руками в стороны	Позы и жесты комфорта
	Руки сложены вместе	Благодарность
	Руки протянуты вперед	Интеракции
	Руки прижаты к корпусу	Позы и жесты комфорта
	Поцелуй	Интеракции

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Мах рукой	Прощания
	Рука в кармане	Позы и жесты комфорта
	Танец	Демонстрация таланта
	Махи рукой	Прощание
	Демонстрация физической силы	Демонстрация таланта

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Демонстрация физической силы	Демонстрация таланта
	Улыбка	Эмотивный
	Руки в замке	Позы и жесты комфорта
	Указание на коммуниканта	Интеракции
	Поцелуй	Интеракции

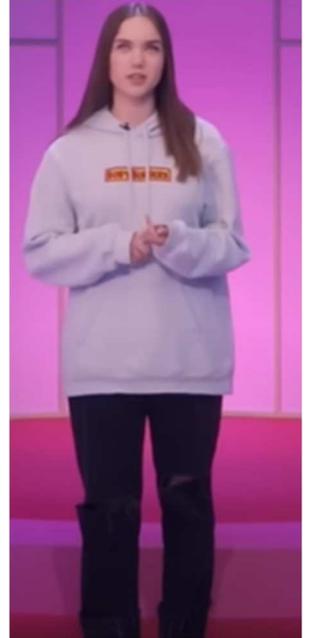
ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Демонстрация физической силы	Демонстрация таланта
	Руки прижаты к корпусу	Позы и жесты комфорта
	Танец	Демонстрация таланта
	Держание за руки	Интеракции
	Танец	Демонстрация таланта

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	<p>Рука в каармане</p>	<p>Позы и жесты комфорта</p>
	<p>Держание за руки</p>	<p>Позы и жесты комфорта</p>
	<p>Знак «мир»</p>	<p>Прощание</p>
	<p>Знак «сердце»</p>	<p>Интеракции</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	<p>Руки прижатые к корпусу</p>	<p>Позы и жесты комфорта</p>
	<p>Руки в замке</p>	<p>Позы и жесты комфорта</p>
	<p>Танец</p>	<p>Демонстрация таланта</p>
	<p>Поднятие бровей</p>	<p>Эмотивный</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Улыбка	Эмотивный
	Объятие	Интеракции
	Махи рукой	Приветствие
	Знак «сердце»	Интеракции
	Руки на груди	Позы и жесты комфорта
	Воздушный поцелуй	Интеракции
	Махи обеими руками	Приветствия
	Руки в замке	Позы и жесты комфорта

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Рука, упертая в бок	Позы и жесты комфорта
	Указание на себя	Интеракции
	Отстранение	Интеракции
	Смех	Эмотивный
	Махи рукой/Рука на плече	Прощание/Интеракции
	Воздушный поцелуй	Интеракции
	Танец	Демонстрация таланта

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Держание за руки	Интеракции
	Подъем на руки	Интеракции
	Руки, прижатые к корпусу	Позы и жесты комфорта
	Поза «супермен»	Позы и жесты комфорта
	Улыбка	Эмотивный
	Улыбка	Эмотивный

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Демонстрация физической силы	Демонстрация таланта
	Махи рукой	Прощание
	Воздушный поцелуй	Прощание
	Поза «супермен»	Позы и жесты комфорта
	Руки в замке	Позы и жесты комфорта
	Рука прижата к корпусу	Позы и жесты комфорта

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Улыбка	Эмотивный
	Махи рукой	Прощания
	Воздушный поцелуй	Прощания
	Смех	Эмотивный
	Рука, упертая в бок	Позы и жесты комфорта
	Поцелуй	Интеракции

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Танец	Демонстрация таланта
	Воздушный поцелуй	Прощание

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Эмотивно-оценочные реакции в российском обществе

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Ахх		Негативный
Ну мне кажется, что мой выбор просто очевиден, я полностью, наверное, не подхожу под это описание, поэтому я пас	—	Негативный
Я не играю	—	Негативный
Я тоже буду против, потому что я не подхожу под эти критерии, так что...	—	Негативный
Ну я подхожу под критерии, но слишком он мне кажется молодой для меня, хочется постарше, парня, мне кажется, что нет, хотя я блондинка, извини парень	—	Негативный
Молодой человек владеет английским, хороший вариант, окей, посмотрим	—	Положительный
Молоденький такой	—	Положительный
—		Положительный
—		Положительный
—		Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Шоу «голос»		Положительный
Прекрасно, но как-то для туров по Европе и США немного не дотягивает, прости	—	Негативный
Поэтому мне не сильно верится в это. Не в моем стиле немножко, так что извини, прости	—	Негативный
Девчонки, как-то... считаю, что за 500 как-то не особо обоснованно, поэтому предлагаю посмотреть за 300	—	Негативный
Ну да, как-то он себя оценил	—	Негативный
Я сразу поняла, что меня заинтересовал этот молодой человек, хочу на него посмотреть, как он проявит себя сейчас		Положительный
Меня, к сожалению, он не заинтересовал, 22 года, работает в ночном клубе, мне это не интересно		Негативный
Я нажимаю красную, потому что я не люблю ночные клубы, это не мое	—	Негативный
Честно, покорять он, наверное, будет только стихами и боксом, мне это не интересно	—	Негативный
Ну в принципе я бы посмотрела, почему бы и нет	—	Положительный
Боже, это все так мило		Положительный
Ой, боже мой, как мило	—	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Фу, бактерии	–	Негативный
Прости, малыш, но мне кажется, на боксера ты особо не тянешь		Негативный
Ну не знаю, во-первых, и под мои критерии ты не особо попадаешь, росточек не тот		Негативный
Нет, нет, это просто без всяких претензий, правда. У меня рост 174 сантиметра, плюс каблук, мы с тобой будем как-то ну... Ты мне не подходишь.	–	Негативный
Да, я выбираю этого парня, и мне очень жаль, что вы не рассмотрели в нем хорошего человека.		Положительный
На данный момент я вижу, что Борис очень робок, он, ну может в какой-то степени не решителен, ну в принципе, как и я, я не могу сразу открыться новому человеку.	–	Положительный
Он слишком молод для меня. Я пасс.		Негативный
Конечно, девочки, он же заявил, что ищет себе сногшибательную.	–	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Будем надеяться, что ты без перца будешь острый.		Положительный
Видимо, ты действительно только на 100 тянешь. Я пасс.	—	Негативный
Ну вот как все хорошо получилось. Наташа сразу слилась, а я перчика поем. Я схожу с тобой на свидание.		Положительный
Мальчик в моем вкусе. Как оказалось, зажигалка. Перчик еще тот. Соответственно, я его и забрала себе.	—	Положительный
А, девочки, это мой. Все сидите, не двигайтесь.		Положительный
Нет, размечталась.	—	Положительный
Нет, это будет мой, точно говорю.	—	Положительный
Девочки, это мой.	—	Положительный
Он со мной станцует капоэйру.	—	Положительный
Третье высшее и любит интеллектуальных девушек? Интересно. Ну, мы посмотрим. Он любит умненьких, может быть, выберет меня.	—	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Ты, конечно, красив. Но это не все, что нам нужно. Покажи нам что-то еще способное.		Негативный
Браво! Хороший парень. Я повышаю ставки. Буду биться не на жизнь, а на смерть.	–	Положительный
Знаете, девочки, это мой типаж. Высокий брюнет с голубыми глазами. Голубые глаза ведь? Пойдет. Я тоже повышаю ставки.	–	Положительный
Пожалуй, я тоже повышаю. У тебя такие танцы зажигательные.	–	Положительный
Ты умный, красивый. Я иду ва-банк.		Положительный
Знаешь, а мне почему-то показалось, что ты самовлюбленный. Так что я пасс.	–	Негативный
Ну, ради тебя я ва-банк не готова идти. Я хочу посмотреть на других парней. Так что я пасс.	–	Негативный
Танцуешь ты, конечно, неплохо, но такой молоденький, мне кажется, у тебя за душой ни гроша. Одними танцами сыт не будешь, поэтому я пасс.	–	Негативный
Я такого мужика урвала.	–	Положительный
Ну, я согласна. Возраст то, что надо.	–	Положительный
А я люблю накачанных и соперничество.	–	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
А мне нравится то, что он авантюрист.	–	Положительный
А я не люблю байкеров. Они какие-то непонятные и всегда подвыпившие.	–	Негативный
Сложный выбор, но он ищет единственную. И я хочу быть такой.	–	Положительный
Настоящий мужчина.		Положительный
Круто.	–	Положительный
Ну ты силач.		Положительный
Девочки, это достойно.	–	Положительный
Спасибо. Девочки, вы завидуйте.	–	Положительный
А мне нравится твои глаза.	–	Положительный
О-о-о...		Положительный
А я не отдам его вам, девочки. Я иду ва-банк.	–	Положительный
Я тоже иду ва-банк.	–	Положительный
Знаешь, я так подумала, твоя жизненная цель, конечно, интересная, но я ищу кое-чего другого, так что извини, но нет.	–	Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
О нет, это не про меня. Я девушка и хочу быть единственной.		Негативный
Завидуйте, дурочки.	–	Положительный
Гриша меня унес из студии на руках, и надеюсь, он меня никогда не отпустит.	–	Положительный
По-моему, любопытный молодой человек.	–	Положительный
Мне он показался интересным.	–	Положительный
Нет, наверное, не в моем все же вкусе.		Негативный
Таких молоденьких я обычно не выбираю.	–	Негативный
Мне бы постарше, но с точки зрения не цифр в паспорте, а с точки зрения солидности.	–	Негативный
Почему же ты стихи читал полу, а не нам?		Негативный
Знаешь, я как-то тоже. Если бы это было твое стихотворение, я бы тебя еще выбрала. Но извини, когда ты читаешь чужие произведения, у меня пропал интерес.	–	Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
-		Негативный
Знаете, а это интересно: сексуальность и энергетика.	-	Положительный
Каскадер... они много умеют.		Положительный
Я думаю это интересный типаж, я играю.	-	Положительный
Посмотрим, настолько ли он хорош, насколько болтлив.	-	Негативный
Звучит вполне заманчиво. Можно посмотреть, с чем черт не шутит.	-	Положительный
О, молодец		Положительный
-		Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Что происходит? Только мне это не показывать, нет, нет, нет.	–	Негативный
Представляете, насколько нам повезло?	–	Негативный
Мне кажется, он такой самовлюбленный. Посмотрите, что он делает.	–	Негативный
Не могу.	–	Негативный
Нет, ниже не могу. Молодец, пять баллов.	–	Негативный
У тебя кроме мышц нет ничего.	–	Негативный
Если ты говорил про сексуальную часть мозга, то ты бы удивлял соответствующим образом. А сейчас я только вижу мышцы и все остальные части тела.		Негативный
Я люблю, когда сюрпризы делают мне. Твой сюрприз никак мне не понравился.	–	Негативный
Свободен.	–	Негативный
А что, по-моему, хорошо танцует, умеет делать эротический массаж. Пожалуй-ка, я соглашусь. Во всяком случае, скучно. Мне с ним точно не будет.	–	Положительный
–		Негативный
Забирай шмотье свое.	–	Негативный
Ну что, Алексей, в принципе, очень даже ничего. Мне понравилось, он делает массаж. А что, встретимся с ним, помассажирuem друг друга, посмотрим.	–	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Признаться, ребят, 19 лет для меня слишком юна девчонка. Наверяд ли мы будем с ней.		Негативный
Я хоть и люблю милф, правда, признаюсь. Но 19 подойдёт. Посмотрю сейчас.		Положительный
Ого!	–	Положительный
Шпагат!	–	Положительный
Вау!	–	Положительный
Настюш, ты очень милая, очень симпатичная. Но чуть-чуть бы постарше.		Негативный
Настюша, хочу сказать, что ты большая молодец, спортсменка. Извини, придется нажать нет.		Негативный
У тебя недостаточно харизмы, как по мне, а мне нужна очень харизматичная девушка. Если бы тебе добавить чуточку уверенности в себе, то ты бы была даже очень. Поэтому пока что минус. Прости.	–	Негативный
До скорой встречи	–	Положительный
Обозвала нас и убежала.	–	Негативный
–		Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Это близняшки, пацаны		Положительный
–		Положительный
Слушай, на самом деле я не верю. Я считаю, что ты меня обманываешь. И не только меня. Поэтому позови, пожалуйста, свою близняшку.	–	Негативный
Я не хочу обидеть Настю, поэтому, Ксюша, прости, но я тебя найду где-нибудь в сети.	–	Положительный
Так как у меня слабость – это близняшки. Я вам ставлю лайк.	–	Положительный
Ксюша, у тебя очень боевой характер, я заметил. Я ставлю лайк.	–	Положительный
Девчонки, вы слишком юны для меня, так что я...	–	Негативный
–		Положительный
–		Положительный
Это же идеально, но блин, она слишком взрослая для меня.	–	Негативный
Самое главное это опыт, я в деле.	–	Положительный
Я остаюсь из-за того, что она только пишет стихи.	–	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Ля какая кошечка, е-мое.		Положительный
Так ты с виду и не скажешь, что столько лет. Как будто 20 всего лишь.	–	Положительный
Слушай, ты крутая. Я веду себя как ребенок. Станешь моей мамой?	–	Положительный
Ааа. Реально? Да, чуваки, круто.	–	Положительный
На иностранном говоришь?	–	Положительный
Ааа, давай, давай.	–	Положительный
Громче, громче, громче. У тебя круто получается.		Положительный
Так, все, ребят, ладно, давайте. Я голосую, я голосую. Ты очень классная, очень красивая. Вау, мне очень жарко. Но я просто, я тебя не осилю, скажу так все.		Положительный
Мне понравилось, как ты поешь, но по возрасту ты слишком... Мы не сойдемся по возрасту. Слишком, слишком много. Я говорю нет.	–	Негативный
Слушай, мне нравятся милфы. Но почему-то мне кажется, что мы не сойдемся.	–	Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Ты реально классная, талантливая девушка. Но я услышал несколько раз о том, что в тебе еще ребенок. 30 лет, а тебе хочется гулять. Я ищу что-нибудь посерьезнее. Извини, я тоже против.	–	Негативный
Ну то, что она разбила тачку...	–	Негативный
Это прикольно, это же круто, это же весело.		Положительный
Утопила тачку и ничего за это не получила.		Положительный
И то, что она в театре и кино играла, это интересно.	–	Положительный
Такое чувство, что сейчас появится просто котенок из «Шрека», которому все прощается.		Негативный
Прости, ответ не правильный, потому что я думал ты реально криминальная и крутая, я бы на твоём месте...		Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Ты не захотела, упустила свой шанс. Она сама попросила, и сама же слилась. Это что значит? Значит, что минус. Зачем мне неуверенные в себе девушки?	–	Негативный
Извини, я тоже нажимаю нет	–	Негативный
В принципе, я пообщаюсь с тобой. Посмотрим, может быть, мы найдем что-то общее.	–	Положительный
Вот, но имей в виду, от твоих парней и друзей придется отказаться.		Негативный
Я подумаю над твоим поведением.	–	Негативный
–		Положительный
Она убила меня этим поцелуем.	–	Положительный
Все, мой шанс, ребята. Все, забирай меня.	–	Положительный
Ну все, она уже выбрала его. Я хотел с ней танцевать.	–	Негативный
О, это уже мне нравится.	–	Положительный
Неплохо.	–	Положительный
Эта малышка моя.	–	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Я любил путешествовать, поэтому беру.		Положительный
А мы тебя ждали.	–	Положительный
Я так не хотел сжать эту кнопку, но ты какая-то слишком серьезная для меня. Вот. И взрослая, и ты не блогер.		Негативный
–		Положительный
Ну ладно. Только он тебе в дети годится.	–	Негативный
В общем, мне нравится 17 лет. Молодая, перспективная по ее планам на жизнь.	–	Положительный
Она интересная, я играю.	–	Положительный
Знаете, а я надеюсь на то, что, если она занимается плаванием она будет отличной фигурой.	–	Положительный
Я верю, что там какая-то богиня. Я не верю, что эта девушка существует. И я хочу ее разоблачить. Мне кажется, она слишком много всего наговорила. А на самом деле, она простая, крестьянская деваха. И никаких там мисс мира ей не светит.	–	Негативный
Вау!	–	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
И вот тут ты отшила сразу половину.		Негативный
Прикольно.	–	Положительный
Обалдеть.	–	Положительный
Третий разряд? Вау	–	Положительный
А девочка так с характером у нас.	–	Положительный
Красотка. Ты знаешь, ты мне очень понравилась. Ты очень крутая. Но вот то, что ты в десятом классе, знаешь, сразу прям все. Я слишком старенький для тебя, понимаешь?	–	Негативный
Провокаторша.	–	Негативный
Да ладно.	–	Негативный
Нет, просто у меня много хейтеров. Мне подходит, когда девочка занимается боевым видом.	–	Положительный
Какая ж ты горячая, а. Жалко, что я нажал красную кнопку.	–	Положительный
Мне понравилось, как Полина с ним справилась. Поэтому если бы мы с ней пошли гулять, на меня напали бы хейтеры, она бы справилась с ними отлично. Поэтому я бы пошел с ней на свидание	–	Положительный
Мне тоже понравилась Полина.	–	Положительный
Модель, да, парни – красотка. Разговаривает – она тебя будет тут же учить.	–	Положительный
Мне кажется эта девушка – великолепный портье.	–	Положительный
Модель, 23 года, давайте посмотрим.	–	Положительный
Oui. Je veux parler de l'amour avec toi	–	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Что я здесь делаю, скажите мне.	–	Негативный
Я услышал ее французский, они там что-то разговаривают, я думаю я лишний.	–	Негативный
Я пойду с тобой на свидание с удовольствием.	–	Положительный
Уху-ху!		Положительный
Вот смотри, ты уверен, что ты сделала правильный выбор? Он хромотает, он больной.	–	Негативный
–		Положительный
Блин, она реально классная.	–	Положительный
Очень крутая, очень классная.	–	Положительный
Тенденция очень странная. Они все увлекаются боевым искусством.	–	Негативный
Я думаю, что еще умеет ставить уколы. Я как старый дед рассуждаю. Я хочу с ней познакомиться.	–	Положительный
Ты крутая просто. Просто можешь ничего не говорить.		Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

Вербальная эмотивно-оценочная реакция	Невербальная эмотивно-оценочная реакция	Тип эмотивно-оценочной реакции
Я бы хотел сходить с тобой на свидание.		Положительный
Я считаю, что не нужно жертвовать ради любви. Изначально. Нужно вместе развиваться. Ты же глубокая девушка, должна понимать такие вещи. Нужно идти вместе, развиваться вместе. А жертвовать не нужно. Делать себе хуже. Наоборот, любовь должна строить. Любовь должна возносить людей. Помогать развиваться. Так что вот вопрос, мне кажется, «что ты готов сделать ради любви»? Развиваться.	—	Положительный
Ну и зря.	—	Негативный
А твоя жизнь могла по-другому совершенно наладиться.	—	Негативный
А мне в ней нравится всё. Все увлечения.		Положительный
Ничего себе.	—	Положительный
На самом деле девушка очень крутая.	—	Положительный

Вербальные маркеры в китайском обществе

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
孟老师好, 两位李老师好, 女嘉宾们好, 观众们好	Приветствие
我叫刘昕泽	Имя
今年二十三岁	Возраст
来自新疆库尔勒	Происхождение
目前在南京工作	Работа
我希望和你一起体验浪漫的剧情	Цель прихода на передачу
你好	Приветствие
有一个剧情男生和女生在公交车比较颠簸。然后两个人自然而然靠在一起。我觉得很浪漫, 我喜欢那种	Цель прихода на передачу
我不希望你吃不了的东西给我吃	Цель прихода на передачу
我这个句子的意思不是说不是就是说就是我嫌弃或者是怎么样也是因我自己长时间处于一个生态管理期然后这方面做得就比较严格	Опыт
我可以去吃掉我很能吃	Навыки
比较喜欢姐姐类型的	Преференция
你在南方的夜阳里大雪纷飞我在北方的寒夜里四季如春他说你任何为人尘道的美丽不及他第一次遇见你时光勾引残喘无可奈何如果所有土地随便在一起从上一生只为拥抱你喝醉了梦晚安	Демонстрация таланта
谢谢 我这个人就是有一点内敛但是我很谢谢你的喜欢	Качества/благодарность
大家好三位老师好现场的 24 位女嘉宾大家好	Приветствие
我叫季宏颖	Имя
来自上海	Происхождение
今年 27 岁	Возраст
我希望能和之后的对象来一场目的地婚礼	Цель прихода на передачу
这目的地婚礼就是现在年轻人比较流行的一种婚礼形式它是集婚礼摄影还有婚礼仪式还有度蜜月与一体这个目的地大家可以自己去选比方说我们可以去云南看雪山可以去三亚去看海也可以去新疆感受一下少数民族风情他一般是会邀请少部分的亲戚或者朋友去参加这种目的地婚礼	Будущее
我不希望女生把梦竟成的东西	Цель прихода на передачу
因为女生她这个想法比较多打个比方女生做梦可能梦到对象手机里可能有个和前女友的隐藏相册我要检查一下你手机里面是不是有那个隐藏相册然后这个男生听得特别纳闷完全没有的事情所以我不太希望那样	Цель прихода на передачу
我刚刚是举了一个例子要看具体情况 具体分析	Цель прихода на передачу

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
你这个压力大那出去咱们去搓一搓出去逛一逛 玩一玩 放松一下所以说具体情况 具体分析	Будущее
练武先练心从六岁初始武术的不感兴趣到七岁正式拜师武术名家学习心意六合拳和双节棍一招一吸 一拳一脚的精进让我逐渐爱上武术。	Интересы и увлечения
在哈萨克斯坦英国理工大学读研期间成功拿下双硕士学位毕业后的第一份工作是在华为中东地区部做渠道运营	Образование и работа
工作之余我也是一个热爱冒险的旅行者	Интересы и увлечения
我一直很喜欢读书。在大学时曾当选学校年度节月量的 Top 1	Навыки;
也在上海浦东区读书比赛中拿到过金牌	Опыт
不知道你有没有兴趣和我一起看书	Призыв
动物迁徙其实特别震撼你看脚马过马拉河脚马一眼望不到头伴随着他们的私名声河里面还有鳄鱼虎视眈眈地看着他们动物在迁徙过程中展现出来的智慧 团结还有接人不拔的意识其实特别震撼的因为他们明知在迁徙的过程中会遇到这样或者那样的危险或许可能会失去生命但是他们为了种族的繁衍还是会义无反顾地前行这种永不言败接人不拔的意识其实还很值得我们去学习	Опыт
两个人需要首先需要平等对待互相理解 互相包容因为每个人其实都是有缺点的所以说就是你需要包容他的有些缺点然后帮他做得更好差不多就这样子	Цель прихода на передачу
好了谢谢三位老师感谢恭喜你陪我到最后	Благодарность
孟老师好三位老师好 24 位女嘉宾大家好	Приветствие
我是白志宁	Имя
来自山西太原	Происхождение
今年 24 岁	Возраст
我希望和我的另一半去浮潜探索海里的世界	Цель прихода на передачу
我在三亚的西岛。这是我在海里边经常会碰见的小动物。第一个是小丑鱼。大家在那个电影里边看到过。它叫 Nemo, 就是它。第三个是五代豆娘鱼。它身上有五条袋子还有就是各种珊瑚鹿角珊瑚红鳃珊瑚风潮珊瑚大家在海里面会有很多珊瑚。大家在海里的时候如果碰到珊瑚的话尽量离它们远一点。一个是因为它们非常的锋利可能会刮伤你的身体另外就是珊瑚生长很慢而且它是海洋动物的棋息之地所以我们请善待海洋善待海里的动物	Интересы и увлечения
谢谢老师	Благодарность
其实我想去马来西亚	Будущее
好 我赶紧记下来回去再搜索一下	Опыт

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
我不希望我们在生活中会彼此经常扫兴	Цель прихода на передачу
太气人了。听了我心里都难受	Эмотивный маркер
那我就分享给别人我着急死你	Опыт
就比如我在生活里我是一个乐天派我干什么事都会乐乐何何开开心心的	Качества
然后有时候会一些小贩傻就是男孩子会去摸一个很高的树枝或者说吐一个空气篮我不希望我的另一半把这个认为我是幼稚和傻但是我在做出这些举动的时候他不要为我浇冷水	Качества
我突然醒悟了原来是这样	Опыт
想和我一起打篮球吗我是白志宁我从小就喜欢打篮球我喜欢充满热血的一切事情最热血的是扣篮	Увлечения/призыв
骑机车也是我的爱好之一耳旁呼啸的风感觉自己就在燃烧	Увлечение
然而学了铁道车辆专业后我才明白什么是真正的热血	Образование
现在我是一名铁路工人手电筒防护信号灯检车锤是我的三件史诗级装备达理有损伤一条辨值管路是否漏气车轮是否损伤车厢是否连接我的工作可是细致活如果两个车钩这样连接在一起如果没有把它连接好就会出现车头跑了但是乘客还留在原地这种情况而且车上的每一个管子每一个线路都有它的作用如果没有把它检查好或者说是修理好就会影响我们旅客出行的安全	Работа
去年春节也是我的春运首秀也是第一次没有回家过年坚守在了铁路上每天数十趟列车上万次的检查是为保障铁路网络的正常运行护送千万旅客回家团圆	Опыт
我喜欢社交也喜欢照顾朋友我身边的朋友都觉得和我在一起相处很舒适从不会尴尬也不会不舒服	Качества
时光很慢远方很近我想坐在列车的车窗边倾听着车轮和轨道碰撞的声音而令我心动的他就在我的身边	Будущее
对 真的是这样我们会会有一个检测锤来敲击它的零部件比如车轮敲一声它的声音是脆的说明它是完好的如果有裂缝敲起来就是咚 是闷的所以我们会通过敲击还有这些咋啦啦 咋啦啦 这样刮判断声音来判断是否有故障有没有裂痕	Работа
最近最开心的一次经历是什么	Запрос информации
我有一个小礼物是一张车票出发点飞非诚勿扰站终点灿烂的未来时间 2024 三月双人坐次	Преференция
孟老师好三位老师好 24 位女嘉宾 大家晚上好	Приветствие
我叫冯家伟	Имя
今年 29 岁	Возраст

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
来自于四川成都	Происхождение
我希望和未来的另一半打造我们移动的小家	Будущее
这里其实是因为我是一个比较喜欢在路上的人喜欢出去玩所以我希望在未来选择交通工具的时候可以跟另一一起去协商打造我们共同都认可的一个移动的家	Качества
不是其实我是比较热爱于出去玩但是不一定说长期的在外面	Увлечения
第一个是女王座驾第二可能是旅途中的一些常用设备然后第三个可能就是住宿要用的东西	Будущее
女王座驾就是专属于另一半的副驾驶	Будущее
我不希望我的另一半跟我之间太过于客气	Цель прихода на передачу
对 其实你刚才提到是一个反馈问题其实我是很需要对对方给到我一个正反馈的这个正反馈的意思是能够给我一个未来怎么做的一个点比如说我以前可能会经常接女朋友下班然后有一次她就会告诉我她说你每次都来接我下班我同事就觉得很羡慕那我接受到这个反馈之后其实我会更有动力我每次去接她的时候都一路向喜笑颜开的这种感觉 对	Цель прихода на передачу
从水天一色的青海湖到芬奇浓郁的宽阳巷自小因为四处求学我的读记遍布大江南北	Образование
我叫馮家伟	Имя
毕业于厦门大学	Образование
现在定居成都是一家科技公司的产品主管	Работа
有房有车有两只忠诚的狗狗和一只温顺的猫咪陪伴	Опыт
我在成都已经生活了五年这里的人们脸上走带着一抹安逸的笑容在茶馆里拥揽着太阳	Опыт
见下生活的惬意耳濡目染我的心态也变得淡然悠然自得地面对	Качества
生活的起伏与变化去享受生活本身轻盈而自由我也爱上了驾车踏上旅途每一次的出发我都会有更多的期待与感受在达谷冰川邂逅一场震撼的旅程我都会有更多的期待与感受在达谷冰川邂逅一场震撼的旅程邂逅一场震撼心灵的云海日出在冷嘎措眺望远处的共感日照金山我也会带上狗肉团子和陈子一起去大自然自由地奔跑在此生难忘的风光里留下有它们陪伴的人生瞬间	Будущее
生活中我是一个共情能力比较强的人当我注视着屏幕上的故事心情总被那些角色牵动看到感动的剧情我也会感动流泪而不仅仅是电影生活中的点滴也常常触动我的内心看到别人开心或幸福的瞬间我也会感到很幸福这些感动让我更加珍惜生活中的每一个瞬间	Качества

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
总有人说攒够了钱再去做什么但我更喜欢在喜欢的时候去做喜欢的事我曾经四海为家	Качества
现在我更希望有一个她和她一起去看电影一起自驾一起去探索世界拥有一个属于我们的小家	Будущее
好的团子是我养的第一只狗狗然后它是我因为当时带回来之后只有三个月然后软软弄弄的很像一个糯米团子所以就叫了团子在我养团子两个月之后遇到了现在这只成字阿拉斯加它的原主人因为感情问题它的名字是因为原主人叫古丽然后它叫成字它如果连起来就叫古丽成所以它就叫成字然后我们家的猫猫是我到成都之后兴趣来潮的时候养的然后它叫裴百万	Опыт
现在三个处得很好	Опыт
孟老师好三位老师好各位女嘉宾好	Приветствие
我叫瞿寅	Имя
然后来自湖北 黄石	Происхождение
陈鸣老师的老乡	Происхождение
我希望跟你交换关于儿时的家乡记忆	Цель прихода на передачу
我给各位嘉宾准备了我们黄石的特产就是港饼	Происхождение
是的就是我们小的时候不仅是放学连课间都想着去小卖部买点吃的	Опыт
是的 是的我小的时候呢我家有一个大院子院子里边有个很大的那个橘子树就夏天我们有的时候会在那儿沉凉如果一阵风吹过的话你就会能闻到那个橘子花开的那种味道这个味道我觉得到这么多年我还是记得	Опыт
我不希望我们对于时间的理解不一致是这样的就是你比如说我们在生活中我们会说一些关于时间的词比如说马上比如说等五分钟但有可能比如说你跟女生约会的时候她说马上有可能 20 分钟	Цель прихода на передачу
你好	Приветствие
如果说你能有一个提前量跟我讲你因为什么事可能会晚到一些我觉得这个我会稍微会能够接受一些	Будущее
是这样因为我在很多的城市生活过比如说我在大学是在秦王岛我都在秦王岛大学是在秦王岛念的然后大学毕业之后我就在北京工作了一年然后去了法国的尼斯然后在尼斯生活一年之后又去了上海在上海待了七年然后去年我才去的北京	Опыт, работа, образование

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
<p>与世界交手的第 34 年第六站我来到了北京君寅先生恭喜你获得称号城市牧民从小到大我在很多城市生活过湖泉的黄石是我温柔的底色武汉的锅子和秦王岛的海都见证了我的成长后来我考到了法国攻读金融硕士回国后我在上海陆家嘴拼过了七年买到了人生的第一套房多年来我都在这儿生活在这儿生活在上海买到了人生的第一套房多年漂泊让我变得随遇而安也让我的适应能力不断变强我的工作是一家保险公司的资产配置研究员和团队一起管理着高达千亿的资金因为一个很小的疏忽都可能给公司带来不可估量的损失所以在工作上我总是力求严谨有规划 能出错 不拖延我也希望我的另一班能高效地工作这样我们就能有更多的时间在一起一本书我能看好几遍常看常心就像《东坡月福》剪东坡先生一生跌宕起伏却始终乐观每看一遍我都会新的感悟我旅行的目的地一般也都和看过的书有关曾经我还特地去找了法语教材里描绘的一个地方尼斯的一个小乡村书本里熟悉的字句变成了眼前真实的景既有意料之中又有预期之外</p>	<p>Опыт, образование, работа, интересы, качества, будущее</p>
<p>我印象特别深的其实是桃园庭公园的秋天从你踏入公园那一刻起你就能看见地上或者有的时候空中飘落下来几片隐性的叶子就像蝴蝶飞舞一样真的非常漂亮然后你再往里面走的话你可以看到很多老年人用清水写那个字这可能也是对于文化的一种传承所以我觉得这也是北京最吸引我的地方</p>	<p>Опыт</p>
<p>我在巴黎的 15 区找到了一个很大的就巴黎最大的一个古旧书店像乔治奥威尔在伦敦巴黎落魄记里边他就提到了他自己在那边逃书的这种经历所以我自己也模仿他去找那些很小的这种书店当时在那边逃到了一本《兰波》的一个诗集然后买到了一个杜拉斯的一个小书我还买到了老舍的北京人</p>	<p>Опыт</p>
<p>这个还真准备了</p>	<p>Увлечения</p>
<p>这里边有东坡约福建然后有苏东坡传有三言二拍有月亮与六辩诗有三毛的万水千山走遍有人类取信闪耀诗</p>	<p>Увлечения</p>
<p>是吗</p>	<p>Запрос информации</p>
<p>其实是这样的因为可能我工作商队来说会比较忙一点那我希望就是说我们就是在做事上面就是更快一些那样的话</p>	<p>Будущее</p>
<p>首先会问你跟谁发短信就是这个是要看情形就是看他跟这个</p>	<p>Будущее</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
我觉得首先就是要了解他所处的情况再就是说如果比如说他是这个工作电话那我觉得你就你就处理你的事就好了但是如果说是一些别的不是很重要的东西那我 觉得就是我们俩可以更多的	Будущее
感谢老师的点评和建议谢谢	Благодарность
孟老师好 三位老师好 24 位女嘉宾好在场的各位观众 大家好	Приветствие
我叫赵安礼	Имя
今年 30 岁	Возраст
来自哈尔滨	Происхождение
我希望能带女朋友看一下不一样的哈尔滨	Цель прихода на передачу
因为去年哈尔滨不是火了吗出现了好多就是我作为东北人生活二十多年都没见过的东西最近新出的冻梨雕花	Происхождение
还有那种皮豆像皮豆我们经常吃的都是那种长片的然后现在也做成小熊一样的	Происхождение
还有哈尔滨比较火的一个蹦迪公交车	Происхождение
不是。串儿。	Навыки
我说口音是串是哈尔滨跟大连	Навыки
我觉得我没有	Навыки
在哈尔滨我经常去的比较爱去那种苍蝇馆子又便宜又好吃	Происхождение
我不希望女生拒绝我的散步邀约	Цель прихода на передачу
对对对 我比较喜欢散步因为我觉得两个人散步的时候比较能放得开能自然而然地去聊一些很多东西	Цель прихода на передачу
我爱去那种烟火气比较重的像哈尔滨来讲吧。师大夜市儿	Увлечения и интересы
不是 冬天不去冬天太冷了	Совет
当海员是从 18 年就在南京考了证然后到 2021 年下的船首先其实我上的那条船主要跑的是东南亚它航期没有太久有时候路过岛屿或者是靠港的会有信号	Опыт, образование
倒还好吧因为我们靠港比较频繁然后靠港时间长一点就可以去各个港口下地溜达买点东西什么的	Работа
如果过些天是我们两个人的纪念日你会选择怎么过或者是有什么想法吗	Будущее

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
作为哈尔滨的亲朋来说有小半年散不了步海洋是男孩的狮猎地以勇气为指南针跨越万里波头我是赵万里大学毕业水漂一年后上船成为一名海员一亿海员寅冷又潮湿信息又闭塞又没信号不不不真实的海员生活还是有意思的见过缅甸海的狂风暴雨也见过泰国湾的低雨里阳光阳光港 曼谷港无知林岗我几乎走遍了东南亚所有的港口体验了当地的美食和风俗人情我也爱上了充满挑战和其余的航海生活但蓬城万里终要归家因为家里老人的身体不好二十一年我选择回国现在在一家国企负责汽车的变速箱的工作别人在所大常我在马六甲做玉米干粮因为船上厨师做的菜实在是不爱吃所以逼得我练就了一手好厨艺锅包肉芥末虾球东北家常菜我信手拈来好菜还需好料买菜我也有自己的技巧了咱选土豆要选这种光面的它吃着脆信我的绝对没错虽然我懂很多的生活技巧却很少去记录从 18 年开始我就不怎么发朋友圈因为我觉得吧好的事呢发不发的无所谓不好的事发了也不解决问题以前的我以海为家现在家就是我的海我的身边还缺一颗长上明珠来点亮我生命的每一个角落	Образование, опыт, работа, интересы и увлечения.
走过去	Преференция
孟老师好三位老师好	Приветствие
我叫赵一孙	Имя
然后今年 25 岁	Возраст
来自辽宁安山	Происхождение
现在在天津工作	Работа
希望你定期做爱情复盘	Цель прихода на передачу
因为我每个月都会对自己进行一次复盘及时修正自己然后及时修改如果我们之后恋爱了然后我也希望我们每个月可以进行一次复盘然后可以增进一下感情	Будущее
首先我不是一个爱争吵的人然后我愿意去为了对方然后牺牲自己	Качество
多付出一点	Будущее
吵起来的情况下	Будущее
我不希望对方是个游戏绝缘体	Цель прихода на передачу
玩那个情侣厨房还有双人成型还有大哥模拟器这些都可以培养感性	Цель прихода на передачу
我觉得如果两个人默契好的话然后他就不是分手厨房他就是情侣厨房	Цель прихода на передачу

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
<p>安山 中国钢铁工业我在想如果能够自己造一个机器人那该有多酷啊于是我从给小车小船装电机和马达到独立拆装和修理各种家用电器大学毕业后我终于如愿加入了一家机器人公司成为了一名智能机器人研发工程师小时候总以为机器人一定是长得像人的工作后才发现我负责研发的工业机器人其实早已超越了人型的范畴空任机器人消防救援机器人陪伴儿童的机器狗甚至据说机器人女友也在研发当中了还记得小时候 219 公园那处温和的阳光父亲带我一起开玩具车那是我最难忘的时光我的父亲不像其他爸爸那样严肃他会给我买喜欢的玩具支持一切我热爱的运动陪我一起做我喜欢的事情每次遇见挫折和困难回忆起小时候和父亲在公园的时刻总能给我治愈和力量现在虽然长大了和他还是像小时候工作异地后我俩经常打视频电话每次逛街他都会提议跟我打两把街机以后我自己成家有了孩子我也一定会像我父亲一样陪他一起成长虽然我是机器人工程师但我独特的社交方式却是各种球类运动没错就是各种球类运动我都会跟同学学的足球 篮球和排球结果却成了校队主力陪家人打羽毛球 网球运动是我社交的主要方式不同的运动能认识不同类型的朋友但运动社交这么多年从未通过运动打开异性社交希望这次通过《非诚勿扰》的舞台能遇见合适的你</p>	<p>Опыт, работа, образование, интересы и увлечения, семья</p>
<p>目前市面上已经在研发机器人男友和机器人女友了量产阶段还没有达成因为这个中间的过程还是比较复杂的然后还有很多问题存在然后需要去解决</p>	<p>Работа</p>
<p>身边女性朋友都是艺人因为我是爱人然后我身边的挺多朋友都是艺人然后能带动我的情绪主义</p>	<p>Опыт</p>
<p>我不知道应该怎么表达但是看到你的第一眼之后我就对你产生了好感我不知道未来能陪你走多少的路但是我觉得我们可以试一试</p>	<p>Преференция</p>
<p>没有 紧张</p>	<p>Эмотивный маркер</p>
<p>紧张 紧张 太紧张了</p>	<p>Эмотивный маркер</p>
<p>孟非老师好 三位老师好然后各位女嘉宾们大家晚上好</p>	<p>Приветствие</p>
<p>我叫黄国威</p>	<p>Имя</p>
<p>来自于广东</p>	<p>Происхождение</p>
<p>现在在广州工作</p>	<p>Работа</p>
<p>今年 25 岁</p>	<p>Возраст</p>
<p>希望对方愿意参加我的家庭聚会活动</p>	<p>Цель прихода на передачу</p>
<p>我家的人蛮多的这是我的爸爸妈妈跟我的大姐二姐然后那个小孩子是我的外甥</p>	<p>Семья</p>
<p>爸爸的这个牙是我二姐修图上去的</p>	<p>Семья</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
我不希望对方是个指挥家	Цель прихода на передачу
不是 就是说话带有指令性的	Цель прихода на передачу
当时是我在工作然后她离一杯水很近她自己不去倒就可能非要我在这边倒了就说你去给我倒一杯水就是这种东西常年累积下来就会让我很不开心其实	Цель прихода на передачу
我是希望对方更多有考虑过我的感受因为这只是其中的一个例子而已	Цель прихода на передачу
可以 马上倒	Будущее
开店这个想法源于我大学时喝到的那一杯手打柠檬茶清新酸甜的味道打开了我未领的新世界当时就决定一定要开一家属于自己的冷饮店来了来了最近过得怎么样怎么上这么开心认识了个女孩吧恭喜啊这杯新品终于你甜过初恋了老板天天真的送我还赚钱吗开店如果只是为了赚钱那多没意思啊最主要是开心这家小店是我开的第四家人影店了主打录影式风格虽然空间不大但门口的那一片阔地却成为了客人们最钟爱的聚集地客人们可以坐在这里享受着一杯冰凉的人影与朋友们畅聊生活琐事节日来临的时候我会为小店换上节日的装扮还为客人策划过生日的惊喜他们都像是酒杯重逢的朋友他们的想法我都会一一满足这里不仅仅是一个人影店还是客人的情绪加油站深夜下班后我喜欢在 24 小时健身房健身打零点长的篮球有时还会去 24 小时坐游广体验不同的生活节奏如果未来的女朋友愿意与我一起分享这份对生活的热爱和聚会的热情我相信我们的生活每天 24 小时都可以充满活力与朝气	Цель прихода на передачу, работа, опыт
不要想一些没有用的东西	Совет
就是我这个人可能会活在当下比较多一点就是太遥远的东西我不会去想太多	Качества
七号	Преференция
各位老师 各位女嘉宾大家好	Приветствие
我叫穆丽扎提	Имя
来自新疆乌鲁木齐	Происхождение
今年 25 岁	Возраст
现在上海工作	работа
我的第一个诉求是我希望跟你在不同 APP 上成为好友	Цель прихода на передачу
我是非常愿意的有些那种软件它会有一些很不错的表情可以代表上语音那种我感觉会平凡发给你	Цель прихода на передачу
其实我感觉的话神秘感还是需要的但你愿意把每一件事情都分享给我我感觉你是对我的一种信任而且给了我这种信任我可能会想办法抓住一些细节去给你一些惊喜或者说一些安慰	Цель прихода на передачу

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
是个小蜜蜂因为花样的美女	Поощрение
我不希望各自的社交圈跟恋爱混淆在一起	Цель прихода на передачу
介绍一起玩感觉还可以的因为我好朋友然后你好朋友我们可以更融洽地在彼此生活中出现假如你每次遇到一个新朋友去带去给我去介绍我就会感觉有点压力就有一次我主帅回来然后从内蒙古飞上海然后一下子就把我叫过去了在那的时候我感觉好多人就有点压力大然后我朋友不怎么说话前人就感觉我在那装酷了我觉得他的想法是对的不要说恋人了夫妻也是这样	Цель прихода на передачу, опыт
人生就像拳击勇敢挥出只是开始最重要战胜的是自己我是穆利扎提 21 岁前生活在乌鲁木齐年轻大学毕业我突然坚定了前往上海的想法带上 800 元积蓄还有父母的担心飞了 3500 公里因为来这边的话我妈她是比较爱操心她就觉得我来这边生活不太会习惯我感觉男孩子的话他还是要去多来闯一闯去认识世界也去认识自己做一个成长的过程出到上海因为初心仓促住过网吧也淋过大雨但我知道自己一定能行得过来但我知道自己一定能行边兼职边求职很快找到了专业对口的工作也得到了领导和同事的认可现在我是一家环保科技公司的机械设计工程师用设计降低工业能耗用画笔保护人类自然有想法就会去做是我的行动日常在凌晨三点因为看到一个美景立刻出发因为脑中冒出的冠英计划 30 天刷版 100 部电影也会因为对朋友有好感就立刻表达出来来到上海三年我逐渐融入了这里的生活会在下班后走进上海的街头便利店 小酒馆社群活动有意思的是人民公园的相亲角我第一次去人民公园相亲角的时候感觉还是挺惊讶的人就很多然后另一方面我还以为他们是年轻人直接去对接没想到是叔叔拿着那个简历然后放在我那边去给他们孩子找一些合适的对象每到休息日我会用打扫开机行李天收到我的房间让我和我的猫咪拥有舒服的爱情感更会邀请朋友一起品尝新疆美食介绍新疆壮丽好风光从天仙水域到喀什果城再从面肺子到南空肉自从来上海以后我的很多朋友问我是吃新疆米粉特别好吃我感觉好吃就好吃我会更推荐西瓜配馕希望未来你也喜欢新疆有机会我一定会带着你尝遍新疆美食感受那份独特的热情与好客	Происхождение, возраст, опыт, образование, работа, интересы, семья
刚好就是我今天带来了一些西瓜配馕给各位老师跟女嘉宾尝一下	Происхождение
这个我还没尝试过但我希望下次有机会的话可以跟你一起去尝试这个	Преференция, будущее

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
就是我要有些生命我可能不太会跳然后原因就是我们小时候会有一些那种茶会然后那些大人会在那边跳舞然后他们也会带一些小孩过去然后小孩会在那儿模仿大人样子在那儿扭动然后慢慢就学起来但当时我可能是漏网之鱼然后我就是能吃能喝	Навыки
有意思的事情突然有点紧张了要不音乐老师可以换一个欢快一点的音乐激起一下我的 DNA	Демонстрация таланта
就是让父母的担心减少一点母亲她可能会更看重一些细节比如难受的时候就没人陪或者说饮食会不会习惯然后父亲的话他就会觉得你过去也可以其实但你要靠自己因为他们都感觉我可能待一两天就回来了然后消除这种担心的话我还是推荐用实力去证明你可以的	Семья, совет
其实这个还是会有些压力的当时过来就没地方可住然后就住网吧然后有些时候没钱可能吃个泡面然后在那儿蹲着做一些兼职但感觉就还是相信自己一定可以的	Опыт
一般的话我会去健身或者去录课我感觉心情会好很多	Совет
我的决定是	Преференция
孟老师好 两位老师好现场 24 位女嘉宾好	Приветствие
我叫吴彤	Имя
来自江苏州	Происхождение
今年 23 岁	Возраст
我希望我的那一半可以跟我一起倒锅做饭	Цель прихода на передачу
倒锅就是随意搭配的意思	Цель прихода на передачу
在哪呢	Запрос
不好意思	Извинение
我非常愿意但是我可以给现场不太会做饭的女嘉宾就是提几个做饭技巧	Будущее
我不希望我的那一半生气时候一直沉默	Цель прихода на передачу
你好	Приветствие
我担任的是吉他手我今天给大家准备了一首歌	Демонстрация таланта, навыки
有女嘉宾想跟我合唱一首小美麦吗	Призыв
孟老师好 24 位女嘉宾大家晚上好	Приветствие
我是秦一帆	Имя
今年 28 岁	Возраст
来自上海	Происхождение
我希望未来可以和对方一起打卡有趣的天文台	Цель прихода на передачу

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
<p>不沉默是最好的我会先观察我不会先去打扰你然后回我做错了什么是什么原因导致你生气然后再带你去吃好吃的我相信女生在好吃的面前肯定不会经得起诱惑的再跟你好好沟通一下</p>	<p>Будущее</p>
<p>当日爱遇见音乐仿佛火星撞地球瞬间点燃了我内心的宇宙乐队是我们快乐的制造工厂我们是舞台上的旋律掌控者用音乐为大家带来欢乐与感动每次演出我总是忙前忙后尽心尽力朋友都夸我是一个眼里有活的人这样的性格与我的工作有关我是吴彤一名地铁票管理员如果您乘坐过地铁也许咱们还碰过面或许我帮您解决过一些层层小麻烦也说不准我的工作不仅是处理票问题更多的是走到乘客身边帮他们解决随时可能发生的问题我最常遇到的就是乘客他出门被门给夹到下车的行李还置于在车里面第三个就是乘客的手机或者其他东西掉到果当里面我们第一时间要安抚乘客的情绪避免再次发生意外然后后面会联系各部门进行解决晚上地铁停运后我们还要做很多检查比如灯箱照明各类设备 游浴场其实做这么多就是为了一件事就是为了保障在制作城市里每天乘坐地铁一百多万名乘客安全出行我家楼下就是菜市场我喜欢在二级找寻做菜市场的地方找寻做菜的灵感生活中我最拿手的就是平平无奇的蛋饱饭饱和三十多种类型我也一个小我十五岁弟弟他特别喜欢吃我做的蛋饱饭我弟弟比我小十五岁他更多的时候会照顾我他有的时候会像小大人一样在电话里跟我说哥 你在外面要注意保暖不要生病然后多就是注意安全之类的每次跟我妈出去购物的时候他会要求我妈给我买双份零食他会说我哥要回来到时候给他留一份都说听人劝吃饱饭我之人最大的优点就是听劝我爸劝我说男人可以不帅但一定要干干净净于是我也养成了护肤的好习惯同事劝我每个月赚的薪水不要多花完于是我也养成了存钱的好习惯朋友劝我想谈恋爱可以去《非诚勿扰》这不过就来了现成的女生你们有什么想劝我呢我主打一个听劝</p>	<p>Будущее</p>
<p>去过上海松江区的蛇山天文台那个地方比较近我计划是在未来如果说遇到合适的话可以去到比如说像是上海的大学可以去到比如说像西藏的阿里然后去那块去观测美丽的星云再比如说去到贵州中国天眼</p>	<p>Будущее</p>
<p>好呀真有机会的话那是我的荣幸</p>	<p>Преференция</p>
<p>我不希望未来会嫌弃我每天顿顿有鱼</p>	<p>Цель прихода на передачу</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
<p>也倒不是就是两方面因素一个的话就是从小养成的一个习惯小时候的话就是我爷爷喜欢钓鱼所以几乎每顿都会吃到余然后第二方面的话就是余的品种和他做的这个方式很多然后再加上他的营养价值和蛋白质都含量比较高所以的话这也是热爱的主要因素</p>	<p>Привычка</p>
<p>非常谢谢你的关心</p>	<p>Благодарность</p>
<p>我想拍一部纪录片关于我自己一个普通人逆袭的故事我叫秦一帆现居上海是一家网络科技公司的创始人大学时期同时做好几份兼职赚取学费也学会自力更生工作后来到上海在别人的公司打工四年获得老板信任成为公司股东 2021 年凭借敏锐的洞察力发现用户的需求抓住互联网网络信息的红利打破传统信息渠道的壁垒开创了属于自己的公司目前在职员工四五十人稳定运营我认为事业是一个男人能力最好的肯定关于过去我的童年并不完美我出生在湖北襄阳一个普通农民家庭家境拮据爷爷奶奶照顾长大学习努力但不出众在很长一段时间都处于慈悲的心理和别人说话都不看只看眼睛大学念了一所普通二本专业也不是我喜欢的我更想追求自己热爱的我选择了义业经历了社会的磨练我变得更加踏实果断 有魄力性格也开朗了成功后的我渴望有更多的朋友经常组织聚会抢着买单想用这样的方式维持我的社交但后来意识到这样热闹喧嚣之下的友谊到底有多少是真心我无法分辨现在的我更注重学习通过付费视频课了解更多认知差和信息差情感方面的课程也进行了理论方面的学习但是缺一个时间的机会这次来节目对我来说是一次很好的机会可以让更多的人了解我我也希望能在三十岁之前结婚拥有一个幸福的家庭</p>	<p>Будущее, опыт, образование, работа, будущее</p>
<p>如果说对方本身是一个事业型的话那可能在一起之后这个时间的安排可能会做下调整比如说每一周腾出多少时间然后一起去约会</p>	<p>Цель прихода на передачу</p>
<p>就比如说我印象很深刻的就是曾经做过一个关于空调方面的这个线下零售就直接去线下做一个自卑的一个就是一个是跟对方的沟通交流以及一些社交能力等等第二方面因素的话就是比如说通过一些短视频渠道然后去进行一些知识付费我之前没有谈过嘛所以我觉得首先谈之前的话首得先具备一定的理论知识才能确保在这个这个事情上你对自己的这个知识和你的这个知识有什么关系呢我觉得这个问题才能确保在实践的时候实践的时候</p>	<p>Опыт, качества</p>
<p>用最真实的状态去呈现往往可能会遇到更合适的</p>	<p>Совет</p>
<p>3 位老师好各位女嘉宾好观众朋友们 大家晚上好</p>	<p>Приветствие</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
我是高斌	Имя
来自于黑龙江哈尔滨	Происхождение
目前生活工作在海南三亚	Работа
我希望对方能够教我做一道家常菜因为我在去念大学的时候我的父母担心我去海南三亚吃不到我喜欢吃的这个家常菜所以特意找了厨师朋友来教我所以我觉得其实这样是可以当你想家的时候是可以自己来做出来这样一道家乡味的这样一道菜品所以说我觉得我希望我未来的另一半也能够教我去做一道他喜欢吃的	Цель прихода на передачу
我做鸡胸肉是怎么做呢我会买那种成香的鸡胸肉然后把它直接打成丸子煮好了冻冰箱这样吃起来快	Умения
我不希望对方经常叹气	Цель прихода на передачу
如果说就是说真的是我的另一半在叹气的时候我心很慌我首先问自己我是不是哪儿做错了我最近是不是惹着他了我就开始自己反思然后紧接着就可能会问怎么了我是不是最近惹你生气了哪里不开心就可能会去问一下就比我担心这个	Цель прихода на передачу
谢谢您	Благодарность
谢谢孟老师再见	Благодарность
三位老师好各位女嘉宾 大家晚上好	Приветствие
我叫刘清伟	Имя
今年二十九岁	Возраст
来自四川广汉	Происхождение
现在在重庆上班	Работа
谢谢	Благодарность
我希望女生是一个砍价小能手	Цель прихода на передачу
确实我们做这个行业就是恋爱的时间非常少	Привычка
你已经休息了我应酬完了而且处于醉酒状态你该如何做	Будущее
六号	Преференция
三位老师好 24 位女嘉宾 你们好	Приветствие
我的名字叫张思嘉	Имя
今年 26 岁	Возраст
来自黑龙江哈尔滨	Происхождение
我来自黑龙江哈尔滨现在也是在哈尔滨	Происхождение
我希望以后另一半可以一起陪我去漫展一起去角色	Цель прихода на передачу

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
<p>是庆若厨子也是动物拖兔我是高斌小时候的我活泼好动以为自己能飞结果每次都摔得狗啃鸡家人希望我能够安静一点于是我开始学习了画画从一两个小时到一整天画笔一圈从一两个小时到一整天画笔成了我表达情感的方式初中时却文静过头甚至有些内向于是泰拳成为了我的滋味盒要棍砍肥骨踢钢珠沙袋直到破皮露肉我有牙坚持因为这能让我强大现在当烦躁无法抑制时我全影随风当压力来袭时我画笔研制每一次尝试每一次坚持都是我成长的痕迹俗话说得好嘛受人与愚不如受人与愚嘛父母更多的来讲不会去说是替我去做主而是说更多的去引导我让我去拥有解决问题的能力然后让我自己去解决它生活中我是一个百分百的显眼猫任何时间 任何地点我都能够发挥自己搞笑的性格接下来这首歌送给现场所有爱笑的朋友们在小显的世界里每个音符都跳着欢快的节拍经常出去玩的时候我爸爸那时候都知道我车上会有一个棍然后就有时候像我们经常出去我会有时候像耍宝的时候就玩今天人比较多我给大家打个光过然后你问我你怎么跟着耍猴似的我说没事 我就是猴子就是属于开心嘛这个东西大家出来玩开心最重要我相信未来我的女朋友跟我在一块的时候一定会感觉到枯燥而是我们两个我会让大家一直欢乐不断因为一部电影从你的全世界路过让我对《盗城亚丁》产生了浓厚的性情于是独自一人踏上了说走就走的旅途也从此爱上了这种极限探险式的旅行收拾好行囊 带好装备与其找身边的朋友一起不如在旅途上结识制红到河的伙伴很多人会问我一个人出去旅行怎么帮助你拍照我的秘诀就是找路人帮忙当徒步的时候一定要去找情侣或者夫妻或者一家子这些人他们多多少少都是会帮你拍上的变管好坏啊拍得好坏但是能够帮助你拍照旅行是独自一人但从不感觉孤单我当然也希望遇到一个自己喜欢的女生一起踏上旅途每一次为你按下快门都是定格一段专属于我们的珍贵回忆</p>	<p>Опыт, навыки, качества, увлечения и интересы, будущее</p>
<p>其实我和你就恰恰相反我去菜场买菜的时候一个辣椒我问了一下价格要8块钱没办法那食材需要我还是会买下来</p>	<p>Опыт</p>
<p>我不希望女生来干预我的家务习惯</p>	<p>Цель прихода на передачу</p>
<p>我可能和他有点差别吧我的衣服是分门别类的经常穿的衣服我会挂在一个衣桌里面那不经常穿的衣服我会挂在另外一个衣桌说实话我有点购物狂衣服叠得很整齐但是我买来买去要穿的衣服也就只有那几件</p>	<p>Привычка</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
但是孟老师我不是那种就是喜欢去做家务因为我觉得做家务对我来说就是生活和工作中它是一种解压的方式我就拿那个擦地来说我都是分几步那第一步我可能是先用洗纹器先洗一遍然后再用扫把扫一遍然后再用脱	Привычка
那还不至于我会再用洗脸巾上面喷上酒精然后擦拭两遍	Привычка
清晨五点虽然疲惫但是不能耽搁航班 笑脸形形色色的人群但是每天飞在空中这感觉非常迷茫日复一日这真的是我想要的生活吗下定决心的一场跨行面试改变了我的生活我叫刘清伟现任职于某家金融企业担任总裁助理一职九点三十深阅公司各部门当天提交的资料确认无误 递交总裁十四点三十沟通协调 对外事宜了解客户基本资料安排行程十六点三十学习时间自我充实行业知识在各种挑战中不断突破现在脚踏实地却逐渐描绘出了一个自己的面孔人的一生可能就是不断给自己修补 bug 的过程我有一个一直都无法修复的技能不会拍照不论是自拍还是帮别人拍都拍得惨不忍睹那我就只能贪心一点虽然能找到一个拍照好看的女朋友最好还能支持原图现在的这份工作已经做了两年多了单身其实也快两年了但是这份工作确实很难可我真的又很想开启一段恋爱我发现对一个成熟男性来说如何平衡工作和爱情非常重要所以根据自己的职业总结了一个恋爱的时间管理规划未来的女朋友你有兴趣体验一下吗	Опыт, работа, запрос информации, навыки
我倒是没有角色过但是我很想一起去角色一个角色就是因为平时就喜欢看动漫嘛我就有的时候我就会想这么多一对一对的 CP 去漫展去 Cost 一个情侣角色我也想我就特别的酸	Опыт, будущее
我不希望我的女朋友使用干发喷雾其实干发喷雾有个特点就是你在面上正常照镜子看着非常好看但是只要看头顶全是头皮屑的样而且就是我个子比较高我看的全是头皮屑	Цель прихода на передачу
其实相差的就是因为不是很多才有这个困扰	Опыт
假设是特别矮的话我稳不着假设是 1 米 7 的话我一抱全进我鼻子里了我绝对能稳重特别的难受	Цель прихода на передачу
我身高 1 米 9	Качества
我帮你洗	Будущее
吹 呼呼吹	Совет

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
<p>人生的轨迹如同视频的轨道我叫张思佳我是一名剪辑师大学刚毕业我就来了北京我加入了一家知名互联网公司做人事管理三年当主管三年当经理三年当 CEO 掐着一算十年就能在北京安家八点打卡我七点就到公司踩着零点下班那时候的我就像打了机械一样干尽十足但并不是所有的努力都有回报当问题接踵而来的时候我发现曾经的失合远方如今都被生活雪藏北京再见家乡你好家乡的节奏比北京慢很多逐渐治愈了我的焦虑和不安修整之余我接触到了摄影和剪辑并不断学习我发现这门手艺也能挣到钱于是我及时调整了定居哈尔滨成为了一名剪辑师现在的工作和生活我很喜欢可以张持有度地活着自己掌控生活的节奏节奏好像还差了点节奏我从一三年开始学习舞蹈选择了适合极限的舞蹈技术也许我学习剪辑那么快的原因就是自己自己对音乐的感知度比较高不过小时候就觉得在唱歌和跳舞上我没有极致的天赋只当做一种兴趣爱好剪片有点累但姿势必须对片子剪完了但是好像还缺一个幸福的结尾女朋友快来跟我一起去拍一个幸福的安定</p>	<p>Образование, опыт, работа, интересы и увлечения</p>
<p>我觉得我是一个非常有耐心的一个人但是我说一句不太好的有的时候我自己的时候我比较阴谋但是我平时我只要是跟别人相处我很怕把我这种坏情绪传染给别人然后我都会把自己调整好但是深夜的时候我就会打开网易云的那种</p>	<p>Привычка</p>
<p>最后其实我有点缺乏安全感</p>	<p>Качество</p>
<p>两位老师好 孟老师好</p>	<p>Приветствие</p>
<p>我叫楚文旭</p>	<p>Имя</p>
<p>今年 27 岁</p>	<p>Возраст</p>
<p>来自吉林沿边</p>	<p>Происхождение</p>
<p>现在在浙江杭州工作</p>	<p>Работа</p>
<p>我希望你愿意把我们的生活日常分享到社交媒体上</p>	<p>Цель прихода на передачу</p>
<p>我觉得都可以因为我觉得可以分享我们的点点滴滴然后后面看起来的话就很有意义我是认为这样的因为我现在 27 岁然后在我这个年龄我可能选择再谈一段恋爱可能是奔着结婚去的目的比较多那当然结束了大家就好聚好散</p>	<p>Цель прихода на передачу</p>
<p>我觉得这位女嘉宾的想法也挺好的就是第一刚才说的能提升感情第二个就是互相治愈因为两个人可能会互补一些在日常生活中发现也就是另一半的一个闪光点我觉得这样会影响一个人积极向上的</p>	<p>Цель прихода на передачу</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
我不希望我们过度依赖网络去选择餐厅因为信息时代新媒体时代我觉得可能大家去推广的比较多我更多希望是走进大街小巷里面去发现一些城市的美食就以我为例我在杭州出了名的美食荒漠	Цель прихода на передачу
我觉得你这个想法也挺对的但是我的话就是我喜欢走到那种巷子里然后往往那种没有什么人的地方的就是餐馆我觉得还可能采雷的几率比较小	Цель прихода на передачу
欢迎来到我的家乡延吉大家好我叫楚文旭延吉城市不大生活节奏也很慢是一个很有朝鲜族风情的城市我是出生在延吉的汉族人不会说朝鲜语我很喜欢家乡的美食例如米肠 打糕 炒年糕来延吉一定要吃一次最正宗的朝鲜族冷面其实我的家乡还有很多不为人知的特产看到网上说的农业大摸底我才知道原来我们那儿的长白山还盛产蓝莓我本科学习的是武术与民族传统体育平时我喜欢记录自己的生活并分享在网上没想到有一天我竟然收到了杭州自媒体公司的邀请或许我可以把自己的爱好变成工作 2020 年 8 月 23 日我做了一个大胆的决定离开了生活 18 年的东北一个人前往杭州在杭州每秒钟都像是有机会从你眼前划过一栋楼里的人足不出户就能依靠自媒体谋生我一枪热血一个人策划一个人拍摄一个人剪辑记录我的航飘生活但运营初期收入微薄我一天打三份工才能平衡日常的开销白天做房产销售晚上去宠物店兼职回家后继续剪辑上传自己的 Vlog 2023 年 10 月我没问家里要钱自己买了一辆车我还是蛮自豪的凭借自媒体我也认识了很多新朋友我会带头约着大家一起录影分享我们各自的生活方式我给活动提了个名字叫《处个朋友》现在我在杭州生活三年了靠自媒体可以自己自足联集赋予了我踏实坚韧的底色而杭州给了我更多拼搏的机会未来我也想安家在杭州也希望在这个城市遇见让我心动的你	Происхождение, интересы и увлечения, работа, опыт, будущее
这是我们家乡的三个特产我给大家介绍一下第一个是米肠然后吃起来是软软糯糯的那种感觉然后第二个是明太鱼鱼骨这个就是会有一点辣然后第三个是我们牛板筋吃起来比较筋道	Происхождение
后面有机会可以去	Будущее
我那个大学同学有一个是无锡的他就一直让我去说那边很多美食然后之前一直没去	Опыт
那我去的话你会带我吃吗	Преференция
想问一下女嘉宾谈恋爱和单身的时候你们觉得最大的反差的一点是什么	Запрос информации
好的谢谢	Благодарность
我还是想坚持一下心动女生	Преференция

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
非常感谢女嘉宾的回答	Благодарность
孟非老师好两位老师好台上 24 位女嘉宾大家晚上好	Приветствие
我叫袁伟康	Имя
目前生活在江苏南京	Происхождение
今年 27 岁	Возраст
我希望在秋天的时候能带她到我的家乡赏银杏我的家乡是江苏太行是中国的银杏之乡	Цель прихода на передачу
这个的话应该是太行的古银杏森林是很出名的一个景点秋天的时候会有很多人过去打卡拍照什么的	Происхождение
我不希望在约会的时候我们总是排很长的队	Цель прихода на передачу
这个我是有感受因为台下的观众可能知道就是南京前段时间有一个很火的蛋塔是刚刚开业的时候排了很久的队然后因为我是一个很喜欢美食和探店的人吃到之后发现其实跟普通的并没有什么区别而且在约会的时候时间更加宝贵因为我觉得不应该花很久的时间来排队这种事情	Опыт
遥不可及的卫星其实触手可及我叫袁伟康在南京一家科研院所为低轨卫星的建设提供技术研发和保障支持遥不可及的卫星与我们的生活息息相关传联起世界的每一个角落未来手窝一部手机让你与这个世界永不失恋生活中的我热爱运动精力旺盛健身 游泳 篮球 滑雪运动是生活也是享受在运动挑战中收获满满的征服感让我遇见成长的自己谁说工科男不关心潮流随性穿搭我有我自己的一套周末我都会拿出一天去享受逛街试衣服的乐趣多变的风格无需用言语表达 Jio Jio 是我在南京的家人为我的独居生活带来明亮的色彩和他在一起我总是无比的放松和舒心家里还购置了各式各样的酒我平时会在家做一些调酒小酌一杯简简单单创造一些轻松有趣的小窝时刻我也计划在家里不止一个电竞房和未来的他一起享受电竞带来的快乐关于未来的期许或许宇宙银河就是答案我们一起仰望星空寻找属于我们的爱情星座	Работа, увлечения и интересы, качество, опыт, призыв
低轨卫星的话就是在距离地面大概几百公里的然后像低轨卫星的话比较传统一点的像红艳的卫星群组就跟北斗一样是取决于中国很古典的那种文学红艳传书红艳传书相当于就是传说就是红艳传说就是红艳传说红艳传书相当于就是传书信所以红艳来命名一个通讯系统	Работа
因为我是一个把生活和工作分得很清楚的我的工作其实并不会很忙是一个朝九晚五的状态其实还是有很多自己空余时间的然后来满足自己的爱好各方面	Привычка

ПРИЛОЖЕНИЕ Г (продолжение)

Вербальный маркер	Тип вербального маркера
是的这两个游戏我之前也接触过之前还在念书的时候也和我同学一起玩过这个游戏	Опыт
上班的话会穿得很低调那种深色系的	Привычка
我想问一下女嘉宾有没有就是一直想做但是没有实现的事情	Запрос информации
我想选 14 号	Преференция

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

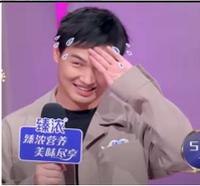
Невербальные маркеры в китайском обществе

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Улыбка	Эмотивный
	Держание за руки	Интеракции
	Поклон	Прощание
	Танец	Демонстрация таланта
	Поклон	Прощание
	Махи рукой	Приветствие
	Махи рукой	Приветствие

ПРИЛОЖЕНИЕ Д (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Наклон головы	Благодарность
	Сжимание губ	Позы и жесты комфорта
	Поклон	Интеракции
	Держание за руки	Интеракции
	Махи рукой	Прощание
	Махи рукой	Приветствие
	Поклон	Прощание
	Улыбка	Эмотивный

ПРИЛОЖЕНИЕ Д (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Улыбка	Эмотивный
	Касание лица	Позы и жесты комфорта
	Улыбка	Эмотивный
	Махи рукой	Приветствие
	Улыбка	Эмотивный
	Руки в замке	Позы и жесты комфорта
	Поклон	Прощание
	Отведение взгляда	Позы и жесты комфорта

ПРИЛОЖЕНИЕ Д (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Касание лица	Позы и жесты комфорта
	Рука сжатая в кулак	Позы и жесты комфорта
	Облизывание губ	Позы и жесты комфорта
	Объятие	Интеракции
	Махи рукой	Прощание
	Махи рукой	Приветствие
	Поклон	Приветствие

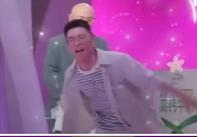
ПРИЛОЖЕНИЕ Д (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Жестикуляция	Позы и жесты комфорта
	Смех	Эмотивный
	Поклон	Благодарность
	Рукопожатие	Прощание
	Поклон	Прощание
	Касание лица	Позы и жесты комфорта
	Держание за руки	Интеракции
	Поклон	Интеракции

ПРИЛОЖЕНИЕ Д (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Поклон	Прощание
	Махи рукой	Приветствие
	Руки в замке	Позы и жесты комфорта
	Улыбка	Эмотивный
	Улыбка	Эмотивный
	Улыбка	Эмотивный
	Улыбка	Эмотивный
	Улыбка	Эмотивный
	Улыбка	Эмотивный

ПРИЛОЖЕНИЕ Д (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Игра на гитаре	Демонстрация таланта
	Игра на гитаре	Демонстрация таланта
	Улыбка	Эмотивный
	Держание за руки	Интеракции
	Поклон	Прощание
	Махи рукой	Приветствие
	Улыбка	Эмотивный
	Улыбка	Эмотивный

ПРИЛОЖЕНИЕ Д (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Улыбка	Эмотивный
	Закусывание губы	Позы и жесты комфорта
		Демонстрация таланта
	Поклон	Прощание
	Махи рукой	Приветствие
	Улыбка	Эмотивный
	боевых искусств	Демонстрация таланта
	Улыбка	Эмотивный
	Улыбка	Эмотивный

ПРИЛОЖЕНИЕ Д (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Поклон	Благодарность
	Рукопожатие	Прощание
	Поклон	Прощание
	Улыбка	Эмотивный
	Жестикуляция	Позы и жесты комфорта
	Держание за руки	Интеракции
	Поклон	Прощание
	Поклон	Приветствие
	Махи рукой	Приветствие
	Улыбка	Эмотивный

ПРИЛОЖЕНИЕ Д (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Улыбка	Эмотивный
	Улыбка	Эмотивный
	Танец	Демонстрация таланта
	Руки прижатые к корпусу	Позы и жесты комфорта
	Танец	Демонстрация таланта
	Держание за руки	Интеракции

ПРИЛОЖЕНИЕ Д (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Поклон	Прощание
	Рука на плечах	Интеракции
	Махи рукой	Приветствие
	Улыбка	Эмотивный
	Сжатые губы	Позы и жесты комфорта
	Вытянутые губы	Позы и жесты комфорта
	Улыбка	Эмотивный

ПРИЛОЖЕНИЕ Д (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Сжатые губы	Позы и жесты комфорта
	Облизывание губ	Позы и жесты комфорта
	Облизывание губ	Позы и жесты комфорта
	Рукопожатие с поклоном	Прощание
	Махи рукой	Прощание
	Поклон	Прощание
	Объятие себя	Позы и жесты комфорта

ПРИЛОЖЕНИЕ Д (продолжение)

Изображение невербального маркера	Название невербального маркера	Тип невербального маркера
	Махи рукой	Приветствие
	Поджимание губ	Позы и жесты комфорта
	Улыбка	Эмотивный
	Поклон	Прощание

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Эмотивно-оценочные реакции в китайском обществе

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
他气质满独特的。他又有点野性，又有点奶油。就甜野风。又甜又野	-	Положительный
哇		Положительный
说到了女生心里吗		Положительный
你看他这个外形，他这个长相。不应该看点什么？牛仔片，谍战片，争战片。他喜欢看小甜据		Негативный
-		Негативный
外形野，内心甜		Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
不是这不是跟你说的不是不一样吗		Негативная
我理解男嘉宾的意思就是平时他身体管理比较严格所以他不会乱吃但是偶尔呢是会吃欺骗餐的如果那天正好吃欺骗餐那你又点了一大堆那他就会把你点的食物都吃掉	-	Положительный
我觉得你特别有那种反差梦就刚刚看你卫生线里面就是你不能吃但是你表现得很想吃那种表情特别可爱然后听你唱歌我觉得很好听我唱歌不好听但是我对那种唱歌很好听的人有一种特别的执迷然后我觉得你特别棒	-	Положительный
我觉得他的身体语言都已经往那边去了	-	Негативный
我有一点了解傅阳的点就是你能看到这个男嘉宾工作又很稳定然后性格有点内敛有点害羞然后唱歌的时候又很深情就是觉得是那种很需要爱的小弟弟的那种那个气质	-	Положительный
然后这里傅阳之前专门说过喜欢感觉有一点坏坏的大男生喜欢大BOY	-	Положительный
但也感觉坏坏又不能真坏其实大男生是很单纯的就是这一款了没毛病	-	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
你的前女友把什么样的梦带到现实里边了	-	Негативный
这是你朋友的事对吧	-	Положительный
就是有一句话叫日有所思夜有所梦如果你女朋友梦到你就是没有伤情女的照片是不是你没有给你女朋友安全感呢	-	Негативный
哇	-	Положительный
其实我能够理解男嘉宾在最后这几个问题的时候有点慌了。确实这个问题不好回答你想怎么相处啊 良心关系互相尊重 包容都会这么说但是做起来怎么样呢谁也不知道而且你自己的心情你自己的心情	-	Положительный
我对男嘉宾印象蛮好的是一个很诚恳 很质朴很努力的人就是在个人特质上我也很喜欢男生透露出一种干净纯粹的状态而且有很强烈的理想主义的这种气质包括你对阅读对知识本身的向往但是你的理想化呢呈现出一种简单化的倾向包括你看到的刚才书的这个目录我也发现了具有这样的特质你刚才说是目的性 工具性比较强我有一个缺乏我有一个向往我就找一本书就基本上是工具书迅速帮我解决一个问题它也呈现出一种简单化的倾向可能很年轻吧	-	Положительный
这是一个很浪漫，很有意思的爱好	-	Положительный
不是 我是觉得此处应该有掌声	-	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
不高兴俗话说得好叫捧着聊其实朋友之间也好夫妻之间也好有时候需要捧着聊聊着聊着因为你让对方有这种自信干这件事就越来越有干劲其实这个是一种爱的鼓励	-	Негативный
我看很多过去的电影电视剧里边经常有跟火车有关的这种场景经常看到主人公拿个小唇走咚咚敲一下真的是这样吗	-	Положительный
女王座驾是什么意思	-	
好	-	
-		Негативный
好	-	Положительный
陈铭他身上有穿鱼非常特有的一种松弛感他是一种松而不躺弛而不懈他没有懈怠下来对任何东西都不感兴趣他不是他是松弛然后把他的关注聚焦在那些给生活带来美好带来他认为所读鼠意义感的那些角度而且他充满那种生命激情生活的热情我觉得好好地把握这一点	-	Положительный
-		Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
<p>哥们儿 我是觉得咱们这两个女生都很熟悉我认为我能够把握这一点哥们儿 我是觉得咱俩是能成哥们儿的那种因为我从你身上我感觉到能发觉出很多好玩的事和好玩的东西未来 因为我看哥们儿就是这种就是咱俩以后能不能一起玩能不能一起运动能不能一起大家一起过去吃喝玩乐那我相信可能喜欢你的异性也会发现这一点就是发现你身上的美跟着你的美继续两个人一起去拓展更多的可能性</p>	-	Положительный
-		Положительный
<p>这个造型好漂亮</p>		Положительный
-		Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
-		Положительный
-		Положительный
为什么说你是城市牧民		Негативный
-		Негативный
-		Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
-		Негативный
哇		Положительный
-		Негативный
我觉得毕竟我们两个出去约会我是主角他应该更多的时间来面对我		Негативный
我感觉不舒服我感觉被无视了	-	Негативный
-		Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
-		Негативный
哇, 哈尔滨		Положительный
-		Положительный
-		Положительный
好漂亮	-	Положительный
-		Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
-		Положительный
好开心		Положительный
<p>这样 我稍微打断一下你解答我一个疑惑我有很多东北朋友所有东北人当中他们说东北味儿最淡的最接近普通话的是哈尔滨为什么你好像不是这样的。你是标准的哈尔滨口音吗</p>	-	Негативный
-		Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
-		Положительный
-		Положительный
-		Положительный
-		Положительный
-		Положительный
你看看我就觉得哪儿不对哈尔滨不是它没有这么重的味儿	-	Негативный
男嘉宾 你好你觉得你有没有口音吗。我觉得你口音挺重	-	Негативный
我想没有	-	Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
现在最近刚有的新词可能别人就不会拒绝你了叫 City Walk		Негативный
啊?		Негативный
他说的是中文吗? 刚才那个		Негативный
那也还好		Положительный
-		Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
-		Положительный
-		Негативный
-		Негативный
多付出一点是对的把自己牺牲了就有	-	Негативный
你看看他能吵起来吗	-	Положительный
-		Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
<p>你看刚从里边出来往那一站聊了半天给人一种感觉特别柔弱的那种感觉但刚才那片子里边有那么多运动你看它并不是只有柔弱的一面是有一点运动天赋的那么多球类都擅长</p>	-	Положительный
<p>就是我考虑感情很认真然后我刚刚也思考了很多就是怎么说呢就是我觉得有好感是一回事但是我的怎么说我想把节奏放慢一点可能我现在选择的就是我们明天的节奏可能是我们明天的节奏可能是我们明天的节奏我现在选择的就是我们明天做出的选择就是我现在可能现在不能跟你牵手走下去但是我希望我们能以朋友的身份先就是慢慢建立起一个联系就不知道你觉得可不可以</p>	-	Положительный
<p>这哥们一下来就在乐什么事这么高兴</p>	-	Положительный
<p>紧张</p>	-	Негативный
-		Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
<p>男嘉宾您好就是看到您本人的性格非常的开朗然后这样照片的氛围感也很好感觉您的家人应该非常好相处然后我想问一个问题就是在大家都不熟悉的情况下我参加到你家庭聚会里你应该要做什么活动让我们更快地熟练起来呢</p>	-	Положительный
-		Положительный
-		Положительный
<p>我看男生的VCR里面全部都是在笑我觉得他好有活力我看着他感觉很有能量所以想问一下你是保持开心的秘诀是什么呢</p>		Положительный
-		Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
-		Положительный
-		Положительный
<p>你看吧前面这个男嘉宾把情绪把我们带到了最低这哥们一分钟带到了高峰状态</p>	-	Положительный
<p>我感觉男嘉宾笑起来很阳光他还有两个酒窝我特别喜欢他的两个招风耳</p>	-	Положительный
<p>男嘉宾 你好我也是一个非常爱玩各种软件的我希望和你分享视频一起讨论希望跟你分享一些美食大家一起去打卡也希望我们一起听歌你愿意吗</p>	-	Положительный
<p>好可爱</p>	-	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
<p>我感觉男嘉宾笑起来很阳光他还有两个酒窝我特别喜欢他的两个招风耳你留下来我还是蛮意外我选择你的话主要是我看你的 VCR 我们有很多共同之处就我这个人我是非常喜欢去旅游的而且我这个人是很喜欢享受活的去到每个地方我就喜欢去把它拍成一个视频拍照片拍成故事感并不是那种微信的随便拍拍路过的那种并不是这样的感觉我们很多点上共通互通的其实刚才在和你就是玩游戏的过程中我是有过心跳加速的感觉的但是我本身是一个比较没有安全感的人然后我有一个前男友他比较回避性障碍的然后我会更希望陪伴多过于空间但我感觉你还是一个更需要空间的人然后我可能更需要一个另外一半能花更多的时间陪伴我然后能多跟我打打视频还是很谢谢</p>	<p>-</p>	<p>Положительный</p>
<p>-</p>		<p>Положительный</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
<p>男嘉宾 你好就是您的西瓜配饅让我想到我们那儿河南有一种酱它就是用西瓜皮然后加上一些豆还有葱还有不同的调料我们是配馒头吃但我觉得这个酱配你这个饅应该也挺好吃的可以去尝试一下</p>	-	Положительный
-		Положительный
-		Положительный
-		Положительный
-		Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
-		Положительный
<p>这是让我着急这是多好的机会你看就我们俩单独单独他说我想给不会做饭的女生一个什么你是来给我们教做饭的吗对吧</p>		Негативный
<p>你是在跟我撒娇是吧</p>	-	Положительный
-		Положительный
哇		Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
-		Положительный
-		Положительный
-		Положительный
<p>男嘉宾 你好我刚看到短片介绍你是一个事业性比较强工作也很忙的人那你对未来的另一半你希望他是什么样子呢</p>	-	Положительный
<p>我实在听不了了我倒不觉得谈恋爱要先做理论的准备我认为爱情的产生它首先来自荷尔蒙对啊你的那些理论准备没有用是吧那个女孩你默默地喜欢她她问你英语作业交了吗如果放在现在你会怎么回答</p>		Негативный
-		Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
-		Положительный
男嘉宾 你好刚刚看到你的 VCR 你有学泰拳对不对? 哇	-	Положительный
我觉得男嘉宾刚才就是偷袭我的那一下真的很厉害	-	Положительный
我说好笑	-	Положительный
我还行	-	Положительный
用最酷的气势说最怂的话就是这个意思谁也不要打扰我做家务我今天拖地的时候你敢进来你试试		Положительный
-		Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
我觉得我住的酒店打扫卫生的都没他干细		Положительный
就我要怎么形容我刚才的感觉就是我不知道大家会不会被人问就是说你喜欢什么样类型的男生在你来到之前我可能都没有答案	-	Положительный
啊哇	-	Положительный
其实我觉得情侣之间可以去做很多事情看很多展我觉得如果能跟你一起去的话我觉得看什么展做什么在哪里都可以	-	Положительный
-		Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
-		Положительный
哇		Положительный
-		Положительный
男嘉宾 你好我刚刚看到你讲的这个希望女朋友给你拍一个 ending 那女朋友来了拍的不只是 ending 是 happy ending	-	Положительный
-		Положительный
未来女朋友看着呢不要紧张	-	Негативный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
-		Положительный
-		Негативный
<p>你要得罪多少人的兄弟黄老师就不答应杭州人</p>		Негативный
<p>我也很感兴趣这个话题说实话我们去那么多城市最靠谱的我最愿意采用的方式是当地有朋友问当地人这是最靠谱的比如我要到武汉去吃饭最让我觉得放心的是问陈鸣我要去杭州我就问黄岚</p>	-	Положительный
-		Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
可以啊		Положительный
-		Негативный
-		Положительный
漂亮	-	Положительный
太美了		Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
<p>你好 男嘉宾我也特别喜欢秋天而且秋天的话而且秋天的话我会剪那个银杏做成花束插到我们家我想问一下这个图片具体位置在哪</p>	-	Положительный
<p>男嘉宾 你好 这里我家乡是江苏南京然后我也想给你推荐一个就是附近就能看到的银杏然后它在旁边的石丘石丘的一个上方村里面它是南京一个目前树林最老的一个银杏树然后它是孙权他的母亲当年在南京建的然后会有很多新婚的夫妻去那边祈福什么的希望有机会可以一起去</p>	-	Положительный
-		Положительный
<p>中国航天有好多的命名都挺浪漫的来</p>	-	Положительный
<p>男嘉宾您好你好在大家的印象中可能科研工作者都是一个比较忙碌的状态但是我看到您的 VCR 里面你不仅爱好游泳然后还养了小猫咪然后周末还要固定抽一天去逛街然后还准备在家里就是搞一个电竞房我很好奇你的时间管理是怎么做到的</p>	-	Положительный

ПРИЛОЖЕНИЕ Е (продолжение)

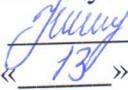
Эмотивный вербальный маркер	Эмотивный невербальный маркер	Тип эмотивного маркера
<p>男嘉宾我看到你 VCR 里提到说你想弄一个电竞房对于这一点我是非常感兴趣的因为我之前就看到了一个游戏我就觉得如果能在家里面和男朋友一起打他也不会嫌我菜的话那是三好不过的一件事</p>		<p>Положительный</p>
<p>-</p>		<p>Положительный</p>
<p>人帅穿什么都好</p>	<p>-</p>	<p>Положительный</p>
<p>-</p>		<p>Положительный</p>

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра восточных языков

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 И.Г. Нагибина
« 13 » июня 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ МАРКЕРЫ
КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ
В КИТАЙСКОМ И РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВАХ
(НА МАТЕРИАЛЕ ШОУ ЗНАКОМСТВ «СЕРДЦА ЗА
ЛЮБОВЬ» И «ЕСЛИ ТЫ ОДИН»)**

Научный руководитель



ст. преп. каф. ВЯ
Е.А. Бирюлина

Выпускник



В.В. Сукманюк

Нормоконтролер



И.А. Рабцевич

Красноярск 2024

РЕФЕРАТ

Тема бакалаврской работы – «Вербальные и невербальные маркеры коммуникативной ситуации самопрезентации в китайском и российском обществах (на материале шоу знакомств «Если ты один» и «Сердца за любовь»». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 181 страницы, включает в себя 1 таблицу, 34 иллюстрации, а также список использованной литературы, состоящий из 65 источников, 20 из которых на иностранных языках.

Ключевые слова: САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ, МЕДИАДИСКУРС, ВЕРБАЛЬНЫЙ МАРКЕР, НЕВЕРБАЛЬНЫЙ МАРКЕР, ШОУ ЗНАКОМСТВ, МУЛЬТИМОДАЛЬНОСТЬ, ОЦЕНКА.

Цель: анализ вербальных и невербальных маркеров в актах самопрезентации представителей китайского и российского обществ, а также эмотивных реакций на эти маркеры.

Задачи: 1) описание различных трактовок термина «самопрезентация», 2) описание категории «оценочность» и термина «лингвистическая оценка», 3) определение терминов «вербальный маркер» и «невербальный маркер» в рамках мультимодального исследования, 4) описание особенностей шоу знакомств в рамках медиадискурса, 5) описание модели проведения исследования видеоматериала и проведения аннотирования выбранного материала, 6) проведение анализа вербальных и невербальных маркеров и эмотивно-оценочных реакций на них, выявление их особенностей и проведение сравнительного анализа.

Актуальность выбранной темы обусловлена тенденцией современной лингвистики к мультимодальным исследованиям, заинтересованностью социума в повышении уровня успешности межличностных и межкультурных интеракций России и Китая, стремлением современного общества к эмоционально позитивному общению, в связи с чем возникает необходимость выведения паттернов экологичной самопрезентации.

Основные выводы и результаты исследования:

1. Самопрезентация – комплексное представление вербальной, невербальной и экстралингвистической Я-информации, которая определяется рамками осознанность-неосознанность, значимостью ситуации и объекта самопрезентации для субъекта, социокультурными нормами.

2. В рамках исследования мы воспринимаем вербальный и невербальный маркеры как коммуникативное действие, которое возникает в определённых контекстуальных ситуациях, демонстрируя наличие сложного, неподдающегося параметризации явления.

3. Оценка – это выраженный в акте речи результат оценочной квалификации с заранее интуитивно продуманным предикатом для каждого отдельного субъекта оценки.

4. При анализе вербальных маркеров были выделены три категории: 1) маркеры активной интеракции, 2) формы речевого этикета, 3) информативные маркеры; а также семь категорий невербальных маркеров: 1) приветствия, 2) прощания, 3) позы и жесты комфорта, 4) демонстрации таланта, 5) эмотивные маркеры, 6) интеракции, 7) благодарности.

5. При сравнительном анализе были выявлены сходства и различия актуализации вербальных и невербальных маркеров в двух обществах, которые показали российских коммуникантов как способных на негативное психоэмоциональное воздействие, желающих быстро предоставить Я-информацию индивидов, в то время как китайские коммуниканты представлены как сдержанные, обращающие внимание на традиционные ценности, связь с родиной и семьей индивидов, желающих корректировать образ себя в процессе самопрезентации.

Перспективы дальнейшего исследования: 1) проведение гендерного анализа особенностей актуализации вербальных и невербальных маркеров самопрезентации, 2) определение общего алгоритма самопрезентации в двух обществах по критерию успешности.