

Секция «Психологические аспекты политических процессов в России и мире»

**Особенности невербального поведения Дональда Трампа во время президентских теледебатов США 2016 и 2020 годов**

**Научный руководитель – Зорин Василий Анатольевич**

***Зайко Яна Валерьевна***

*Студент (бакалавр)*

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

*E-mail: djuanna527@mail.ru*

Политические дебаты являются одним из наиболее важных событий предвыборных кампаний, благодаря которым общественность узнает не только о позиции кандидатов по текущим проблемам, но и получает информацию об их психологических характеристиках [6]. Трансляция дебатов посредством телевидения и интернета позволяет показывать крупным планом внешний вид лидера. Так, внешность и невербальные средства поведения (эмоции, жесты, позы и др.) влияют на формирование образа политика в сознании людей, так как интерпретируются быстро и неосознанно [4].

В качестве объекта исследования выступают президентские теледебаты США 2016 и 2020 годов. Предмет исследования - невербальные компоненты поведения 45-го Президента США Дональда Трампа во время президентских дебатов США 2016 и 2020 годов.

Эмпирической базой исследования послужили видеозаписи трёх туров телевизионных дебатов Хиллари Клинтон и Дональда Трампа в ходе предвыборной кампании 2016 года и двух туров дебатов Дональда Трампа и Джо Байдена в 2020 году.

В качестве метода был выбран метод контент-анализа, предложенный Б. Вэсайком [5]. 435 стоп-кадров (20% от общего числа) с изображением кандидата каждого тура теледебатов были проанализированы по следующим десяти переменным: экспансивные позы, зрительный контакт (со всеми, с оппонентом); дружелюбие (расслабленный рот, поднятая голова, поднятые брови, улыбка); враждебность (опущенные глаза, нижние зубы, враждебные взгляды).

Анализ видео дебатов показал, что Дональд Трамп как в 2016, так и в 2020 году проявлял одинаковую частоту невербальных средств поведения: зрительный контакт со всеми (58,8% в первом туре 2016 года и 57,6% в первом туре 2020 года), зрительный контакт с оппонентом (33,1% в первом туре 2016 года и 36,6% первого тура 2020 года), экспансивные позы (в первых турах 2016 и 2020 годов: 16,5% и 22,2% соответственно).

Помимо этого, лидер демонстрировал больше две из трех переменных категорий враждебности (обнаженные нижние зубы и враждебные взгляды), в отличие от Хиллари Клинтон и Джо Байдена, которые передали преимущественно три из четырех родственных сигналов «дружелюбных» невербальных элементов.

Согласно результатам исследования низкий показатель процента показа «улыбки» (4,5% и 0,65% в первых турах 2016 и 2020 годов соответственно) может неблагоприятно воздействовать на создание образа человека как дружелюбного и надежного [3]. «Поднятой головы» (15,8% во втором туре 2016 года и 13,2% во втором туре 2020 года) и «поднятых бровей» (12,4% и 10,6% в первых турах 2016 и 2020 года соответственно) было также минимальное количество, что могло привести к восприятию политика как недружелюбного. Откинута голова с немного выступающим вперед подбородком неосознанно ассоциируется с превосходством и властью [4].

Большое количество проявления «нижних зубов» (24,1% и 27,1% во вторых турах 2016 и 2020 годов соответственно), «враждебных взглядов» (33,1% в первом туре 2016 года и 17,4% первого тура 2020 года) часто трактуется как агрессивность [1]. Использование

переменной «опущенные глаза» было минимально (13,7% и 15,3% в первых турах 2016 и 2020 года соответственно), что благоприятно влияет на формирование положительного образа. Большое количество отведения взгляда представляло бы покорность кандидата перед агрессором при визуальном становлении меньше [2].

Дональд Трамп в большей степени был склонен использовать невербальные средства поведения, которые негативно воспринимаются аудиторией и наделяют человека такими качествами как агрессивность, недружелюбие, ненадежность. Так, политику с помощью теледебатов не удалось произвести благоприятное впечатление на избирателей ни в 2016, ни в 2020 году. Также в ходе исследования были установлены наиболее эффективные невербальные сигналы, которые лидерам необходимо контролировать осознанно, чтобы оказывать позитивное эмоциональное воздействие на электорат, учитывая ограниченное время показа эфира.

### Источники и литература

- 1) Экман, П. Узнай лжеца по выражению лица. СПб.: Питер, 2013. 272 с.
- 2) Coulson M. *Attributing Emotion to Static Body Postures: Recognition Accuracy, Confusions, and Viewpoint Dependence* // *Journal of Nonverbal Behavior*. 2004. №28. pp. 117-139.
- 3) Horiuchi Y., Komatsu T. *Should Candidates Smile to Win Elections? An Application of Automated Face Recognition Technology* // *Political Psychology*. 2012. Vol. 33. pp. 925-933.
- 4) Stewart P.A., Salter F.K. *Taking Leaders at Face Value* // *Politics and the Life Sciences*. 2009. Vol. 28. pp. 48-74.
- 5) Wasike B. *Gender, Nonverbal Communication, and Televised Debates: A Case Study Analysis of Clinton and Trump's Nonverbal Language During the 2016 Town Hall Debate* // *International Journal of Communication*. 2019. Vol. 13. pp. 251-276.
- 6) Winneg K., Jamieson K. *Learning From the 2016 U.S. General Election Presidential Debates* // *American Behavioral Scientist*. 2017. Vol. 61. pp. 362-378.